

## ***Policy Brief***

### **STRATEGI PENGEMBANGAN EKSPOR DALAM MENDORONG PERTUMBUHAN SUBSEKTOR HORTIKULTURA DAN PENDAPATAN PETANI**

#### **Pendahuluan**

- Komoditas hortikultura memiliki potensi ekspor mengingat beberapa komoditas hortikultura ini memiliki permintaan yang cukup tinggi di manca negara. Permintaan ekspor hortikultura tercermin dalam komoditas segar dan olahan. Pertimbangan kajian ekspor hortikultura ini adalah pertumbuhan ekspor hortikultura segar mencapai 4,07%/tahun dari 62 komoditas, sedangkan pertumbuhan ekspor komoditas olahan hortikultura mengalami penurunan sebesar -1,00%/tahun dari 32 komoditas. Dengan demikian hortikultura memiliki prospek baik di masa mendatang, khususnya untuk produk segar.
- Produksi hortikultura utama dari masing-masing kelompok sayuran, buah-buahan, florikultura, dan biofarmaka yang sudah berorientasi ekspor adalah sebagai berikut. Untuk komoditas ekspor utama dari kelompok sayuran masih terbatas pada komoditas cabai, jamur, kubis, jagung manis, polong-polongan, bawang merah, dan kentang, sedangkan dari kelompok biofarmaka adalah jahe, kapulaga, dan turmeric. Untuk komoditas ekspor utama dari buah adalah komoditas nenas, manggis, dan pisang, sedangkan dari komoditas florikultura adalah krisan.

#### **Permasalahan**

- Strategi pengembangan ekspor dapat berkembang dengan baik apabila seluruh komponen pendukung utama ekspor dapat berjalan dengan baik agar ekspor dapat berkembang yang didukung oleh kelembagaan dari pemerintah, pemangku kebijakan (*stakeholders*), dan produsen/petani terkait.
- Untuk merumuskan strategi pengembangan ekspor subsektor hortikultura diperlukan pemahaman menyeluruh tentang kendala dan tantangan produksi, kendala dan persyaratan ekspor, serta negara pesaing dan tingkat persaingan di pasar regional dan global. Untuk memenangkan persaingan di era persaingan global yang semakin ketat, tidak cukup hanya meningkatkan efisiensi dan kualitas produksi, tetapi juga harus mampu menekan biaya distribusi, serta harus mampu menjaga kelangsungan pasokan dan memenuhi semua persyaratan ekspor. Target peningkatan ekspor tidak mungkin dicapai secara "instant" tetapi harus terencana secara sistematis dan terukur disertai kebijakan dan langkah strategis pengembangan ekspor.

## Temuan-Temuan Pokok

- Pangsa investasi hortikultura masih relatif kecil dibandingkan dengan investasi perkebunan yang mencapai 94%, namun demikian peluang pengembangan investasi hortikultura sangat prospektif dimana pertumbuhan ekspor hortikultura segar mencapai 4,07%/tahun. Sudah ada berbagai contoh dalam pengembangan ekspor yang dilakukan oleh perusahaan nasional yang melalui aplikasinya dapat mengembangkan produk ekspor melalui hubungan yang harmonis sehingga seluruh rangkaian produk sudah terjamin dalam standar ekspor/menurut negara konsumen.
- Hasil analisis yang dilakukan bahwa komoditas hortikultura perlu perhatian yang cukup intensif bila dilakukan pengembangan strategis ekspor. Hasil analisis RCA, ISP dan CMS hortikultura di Indonesia menunjukkan Indonesia sebagian besar masih belum mampu menyiapkan bahan baku untuk rangkaian keseimbangan kebutuhan konsumsi dan industri. Orientasi komoditas segar hingga dikeringkan belum berorientasi ekspor, sedangkan dalam bentuk olahan sudah berorientasi ekspor.
- Hasil analisis pertumbuhan ekspor menunjukkan bahwa terhadap negara tujuan ekspor Indonesia masih tergantung dari pertumbuhan negara tujuan. Bila negara tujuan mengalami penurunan impor, akan mengakibatkan potensi penurunan ekspor Indonesia. Berbeda dengan beberapa negara pesaing dari Indonesia masih dapat mengimbangi penurunan ekspornya dari penurunan impor negara tujuan ekspor dengan meningkatkan daya saing baik secara umum maupun spesifik.
- Secara umum terdapat pemusatan mobilisasi dalam kegiatan ekspor, khususnya hubungan eksportir dengan stakeholder terkait, walaupun terdapat beberapa aktor terkait yang memiliki potensi konflik bila tujuan ekspor dilakukan. Namun demikian terdapat beberapa aktor yang dapat bekerjasama bila berada pada posisi ambivalen (tertinggi dan terendah)
- Secara umum pola kebijakan: (a) kontinuitas dan efisiensi, (b) brand image yang ramah lingkungan (c) mutu dan ketelusuran barang, serta (d) kerjasama perdagangan untuk peningkatan akses pasar, keempatnya harus dijalankan kalau tujuannya untuk orientasi ekspor. Bila tidak, sebaiknya untuk diarahkan konsumsi dalam negeri, dan ini dapat diarahkan untuk pengembangan komoditas substitusi impor. Program yang searah dengan keempat kebijakan di atas, antar provinsi bisa berbeda-beda sesuai dengan kondisi yang dimilikinya.
- Seluruh program yang menjadi input untuk kebijakan pengembangan ekspor ini adalah dalam kerangka pendapatan petani. Bila produk dari petani sesuai dengan standar perdagangan internasional, sudah barang tentu dapat meningkatkan pendapatan petani, karena harga dan efisien melekat pada proses produksi. Berkaitan dengan pengembangan ekspor peran Kementerian Pertanian tidak seluruhnya menjadi tanggung jawabnya.

- Pada jaman keterbukaan dan teknologi informasi yang semakin berkembang, tentunya Kementan harus berdampingan dengan kementerian lain seperti Kementerian Komunikasi dan Informasi (Kemeninfo), Kementerian Perhubungan (Kemenhub) dan lainnya. Berdasarkan empat kebijakan strategi ekspor terlihat bahwa untuk kemeninfo sebaiknya memegang peranan dalam:
  - (a) pengembangan dan peningkatan jaringan informasi, komunikasi dan teknologi; serta
  - (b) Pembangunan dan penguatan jaringan informasi antar lembaga terkait, sedangkan untuk Kemenhub memegang peranan dalam:
    - (a) Pengembangan layanan logistik pertanian; dan
    - (b) Optimalisasi pelayanan angkutan dan perbaikan infrastruktur.
- Selain itu (ada 5 peluang program aksi) dilakukan oleh kementerian pertanian yaitu:
  - (a) Pengembangan kawasan hortikultura/korporasi
  - (b) Peningkatan dan pelayanan nilai untuk memuaskan permintaan konsumen
  - (c) Peningkatan kemampuan (skill) dan pengetahuan petani/produsen dalam penerapan SOP, GAP, Sertifikasi Kebun dll
  - (d) Pengembangan dan peningkatan kualitas/mutu produk dan jaminan harga kepada petani
  - (e) Peningkatan pelayanan satu atap (*one stop service*) dalam kerangka peningkatan akses pasar
- Secara umum dari masing-masing provinsi berbeda prioritasnya dalam melakukan kebijakan pengembangan ekspor. Kondisi ini yang sulit untuk dilakukan kebijakan secara nasional, artinya pendekatan kebijakan secara lebih inklusif di masing-masing provinsi. Oleh karena itu, perlu melihat seberapa jauh program aksi bisa bersama-sama sudah dilakukan terhadap keempat kebijakan tersebut. Kalau melihat seperti itu, diperlukan koordinasi yang lebih intensif dalam menciptakan pengembangan ekspor untuk komoditas hortikultura.

### **Implikasi Kebijakan**

- Perlunya perubahan orientasi pada pasar, bila potensi pasar pada komoditas tertentu menjanjikan sebaiknya para pengambil kebijakan juga sudah memiliki perubahan kebijakan pada pola orientasi pasar sebagai dasar pengembangan pembangunan pertanian, khususnya hortikultura. Hal ini dapat diwujudkan melalui optimalisasi pelaksanaan pengembangan kawasan yang berorientasi pada kebutuhan dan kepuasan konsumen (ekspor) yang didukung oleh seluruh tahapan yang sesuai dengan SOP mulai dari budidaya hingga pengolahan/pasca panen, serta infrastruktur pendukung yang menyertainya.
- Perlunya kerjasama antar lembaga terkait tersebut, sehingga terdapat hubungan aliansi antara yang kuat dan lemah bisa direalisasikan melalui program intensif. Hal

ini memperlihatkan dinamika kebijakan antar lembaga terkait untuk melakukan strategi pengembangan ekspor. Bila strategi itu dilakukan akan memperkuat hubungan dengan produsen, dan pada akhirnya akan meningkatkan pendapatan petani.

- Masih perlunya program yang berorientasi pada kondisi di masing-masing provinsi/daerah, sehingga dalam prospek pengembangannya perlu kedisiplinan program yang berorientasi pada pengembangan ekspor.

---oo0oo---