

SEMINAR AKHIR PENELITIAN TA 2021

PENGEMBANGAN RANTAI PASOK DAN STRATEGI
PEMULIHAN AGRIBISNIS SAYURAN DARI DAMPAK PANDEMI COVID-19

Tim Peneliti:

B. Sayaka, Saptana, SK Dermoredjo,

G. Susilowati, A. Setiyanto, JF Sinuraya, YH Saputra

PUSAT SOSIAL EKONOMI DAN KEBIJAKAN PERTANIAN

KEMENTERIAN PERTANIAN

7 Desember 2021

PENDAHULUAN

LATAR BELAKANG

Pandemi Covid-19 yg diikuti oleh PSBB (10 April 2020) & PPKM memengaruhi rantai pasok sayuran

Pemasaran sayuran menurun karena permintaan anjlok

Pelaku rantai pasok harus menyesuaikan kondisi pandemi dan pasca pandemi

TUJUAN

- a) inventarisasi & evaluasi program Kementan
- b) dampak & perubahan perilaku konsumen
- c) dampak & perubahan pola distribusi
- d) dampak & perubahan pola produksi sayuran

METODOLOGI

Lokasi Penelitian:

- a) Provinsi Jawa Barat (Bandung Barat, Bandung, Garut, Cianjur)
- b) Provinsi Jawa Tengah (Magelang)
- c) Pasar Induk: Tanah Tinggi (Tangerang), Kramatjati (Jakarta), Cibitung (Bekasi), Caringin (Bandung)

Responden:

Petani, Konsumen, Pedagang, PPL, Hotel, Restoran

Analisis:

- a) Tujuan 1: inventarisasi dan evaluasi program Kementan (deskriptif)
- b) Tujuan 2: dampak pola konsumsi (FMEA dan *fishbone*)
- c) Tujuan 3: dampak rantai pasok (deskriptif)
- d) Tujuan 4: dampak pola produksi dan elastisitas (regresi)

HASIL DAN PEMBAHASAN (1)

Inventarisasi dan evaluasi program Kementerian Pertanian

- 1) *Refocusing* anggaran (pencegahan penularan Covid-19 Rp45M, operasi pasar Rp198,95M; JPS padat karya Rp1,60T)
- 2) Percepatan padat karya (pengendalian OPT, pengolahan lahan, irigasi, pembangunan embung, dll.)
- 3) Ketersediaan pangan (bantuan benih pangan, hortikultura, perkebunan; bantuan bibit ternak; bantuan pangan; KRPL; kerja sama TTI-gojek, dll)

Belum menyentuh petani hortikultura yang kesulitan memasarkan hasil dan kekurangan modal usaha tani

HASIL DAN PEMBAHASAN (2a)

Dampak dan perubahan perilaku konsumsi produk sayuran

Frekuensi pembelian cabai dan sayuran daun: pembelian per minggu

Cabai rawit paling banyak dibeli konsumen, diikuti oleh cabai merah besar dan cabai keriting

Pembelian cabai umumnya kurang dari 0.25 kg per minggu

Sayuran daun paling banyak dibeli di Jateng: bayam dan pakchoy, & yg lain

Sayuran daun paling banyak dibeli di Jabar: kangkung, sawi, & bayam

Selama pandemi konsumen banyak membeli sayuran daun yang lebih segar

HASIL DAN PEMBAHASAN (2a)

Dampak dan perubahan perilaku konsumsi produk sayuran

Frekuensi Pembelian Cabai oleh Konsumen

| Provinsi | Komoditas | Sebelum pandemi | Pandemi |
|-----------------|------------------|------------------------|----------------|
| Jabar | Cabai | setiap hari | 2-3 hr/minggu |
| | Sayuran daun | setiap hari | 2-3 hr/minggu |
| | | | |
| Jateng | Cabai | 2-3 hr/minggu | 1 hr/minggu |
| | Sayuran daun | 2-3 hr/minggu | 1 hr/minggu |

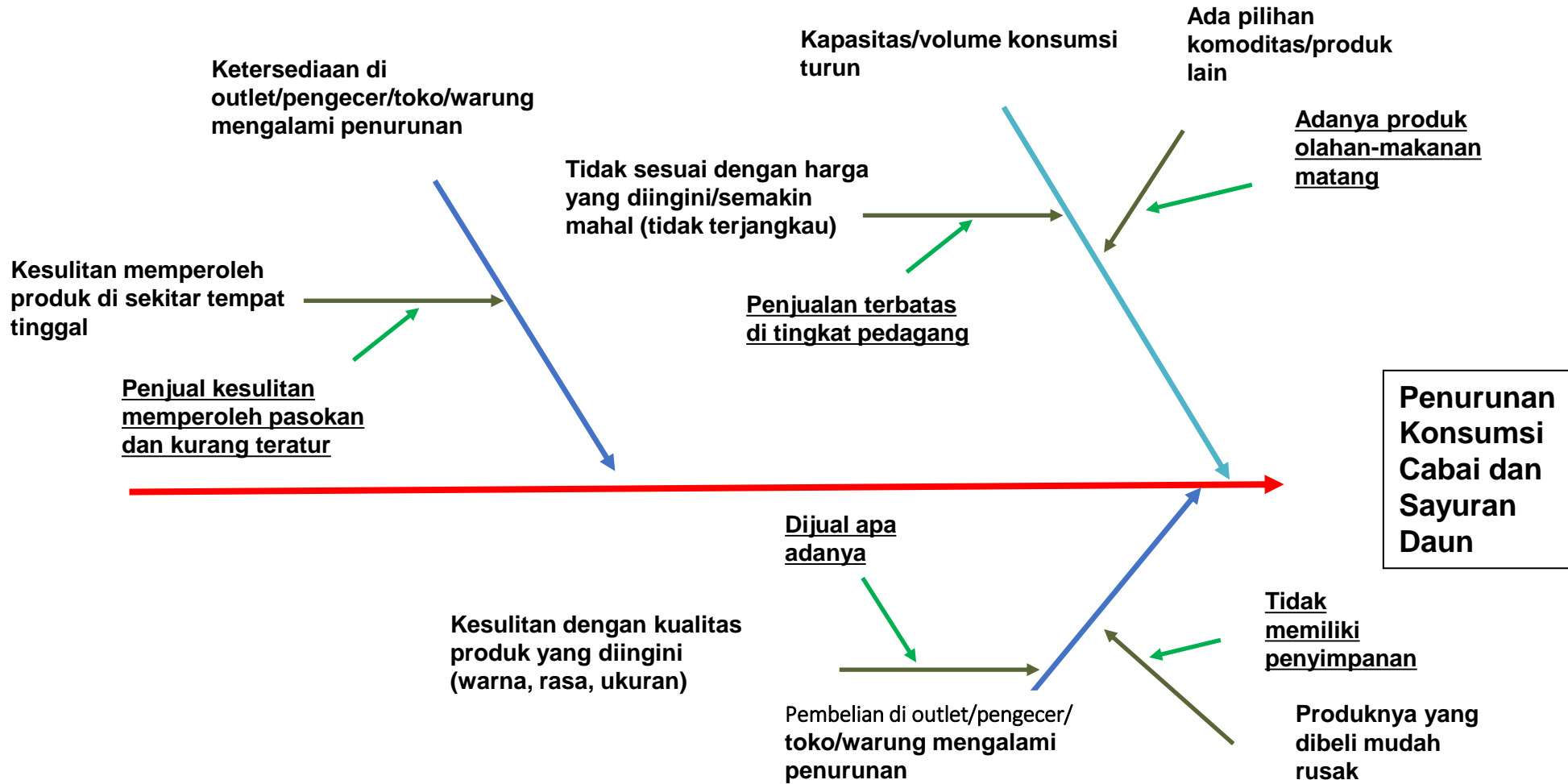
HASIL DAN PEMBAHASAN (2a)

Dampak dan perubahan perilaku konsumsi produk sayuran

Volume pembelian cabai dan sayuran oleh konsumen

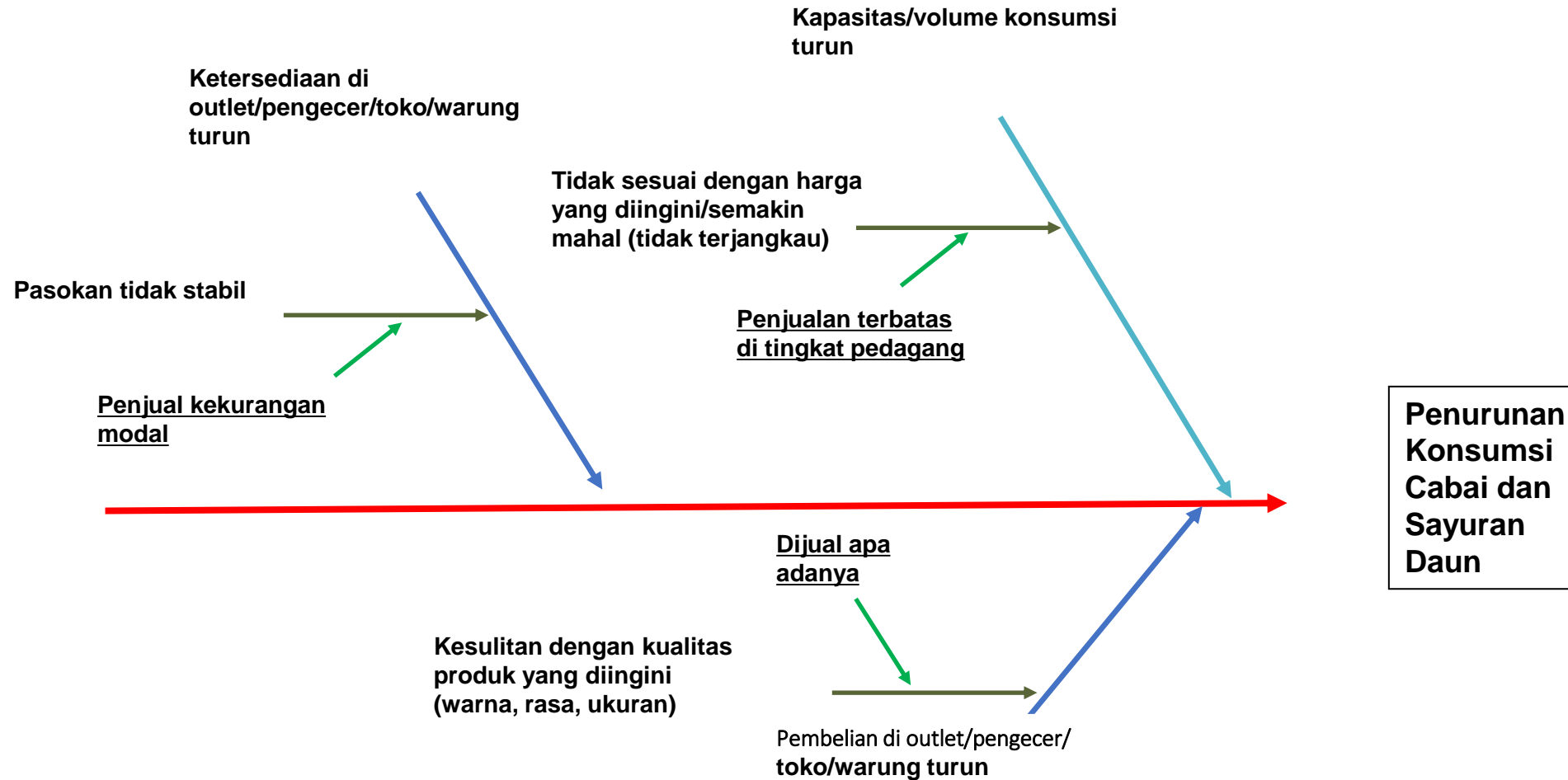
| Provinsi | Komoditas | Meningkat | Menurun | Tetap | Total |
|-------------|--------------|------------|------------|------------|--------------|
| Jawa Barat | Cabai | 5 (10.0%) | 15 (30.0%) | 30.0 (60%) | 50 (100%) |
| | Sayuran daun | 6 (11.3 %) | 16 (30.2%) | 31 (54.5%) | 53 (100%) |
| Jawa Tengah | Cabai | 6 (13.3%) | 15 (33.3%) | 24 (53.3%) | 45 (100%) |
| | Sayuran daun | 7 (14.6%) | 16 (33.3%) | 25 (52.1%) | 48 (100%) |

HASIL DAN PEMBAHASAN (2b) (*Fishbone analysis*)



Gambar 1. Analisis *fishbone* dampak pandemi terhadap konsumsi cabai dan sayuran daun di Jawa Tengah

HASIL DAN PEMBAHASAN (2b) (*Fishbone analysis*)



Gambar 2. Analisis *fishbone* dampak pandemi terhadap konsumsi cabai dan sayuran daun di Jawa Barat

HASIL DAN PEMBAHASAN (2b) (FMEA Jawa Tengah)

| Risiko di Tingkat Konsumen | Nilai Kemungkinan | Nilai Dampak | Skor Risiko/Policy Priority Number | Nilai Deteksi | Policy Score Value (PSV) | Peringkat |
|---|-------------------|--------------|------------------------------------|---------------|--------------------------|-----------|
| Penjualan terbatas di tingkat pedagang | 4 | 4 | 15 | 2 | 29 | 1 |
| Hanya ditempat tertentu menjualnya | 5 | 4 | 23 | 6 | 136 | 14 |
| Harganya lebih murah | 6 | 6 | 36 | 6 | 204 | 17 |
| Adanya produk olahan-makanan matang | 5 | 2 | 11 | 6 | 68 | 4 |
| Penurunan omset horeka turun | 5 | 6 | 30 | 3 | 101 | 7 |
| Bisnis horeka tutup | 5 | 6 | 28 | 3 | 94 | 6 |
| Adanya pemotongan pendapatan/kena PHK | 4 | 5 | 30 | 4 | 121 | 12 |
| Kesulitan memperoleh tambahan pendapatan | 4 | 5 | 28 | 4 | 114 | 10 |
| Mengutamakan pokok pangan lainnya | 4 | 5 | 32 | 4 | 117 | 11 |
| Tidak memiliki penyimpanan | 5 | 4 | 23 | 4 | 83 | 5 |
| Tidak tahu informasi produk substitusinya | 5 | 6 | 32 | 6 | 182 | 16 |
| Tidak ada produk substitusi yang diinginkan | 5 | 6 | 32 | 3 | 107 | 9 |
| Dijual apa adanya | 4 | 4 | 18 | 3 | 61 | 3 |
| Sulit mencari ke tempat lain | 5 | 6 | 30 | 3 | 101 | 8 |
| Hanya ada ditempat tertentu tetapi cepat habis | 5 | 4 | 23 | 6 | 128 | 13 |
| Penjual kesulitan memperoleh pasokan dan kurang teratur | 4 | 2 | 10 | 3 | 33 | 2 |
| Penjual kekurangan modal | 4 | 5 | 28 | 6 | 161 | 15 |
| Rata-rata | 5 | 5 | 25 | 4 | 100 | XXXX |

RISIKO TINGKAT KONSUMEN

- a) hanya ditempat tertentu menjualnya,
- b) harganya lebih murah,
- c) penurunan omset horeka,
- d) pemotongan pendapatan/kena PHK,
- e) kesulitan memperoleh tambahan pendapatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN (2b) (FMEA Jawa Barat)

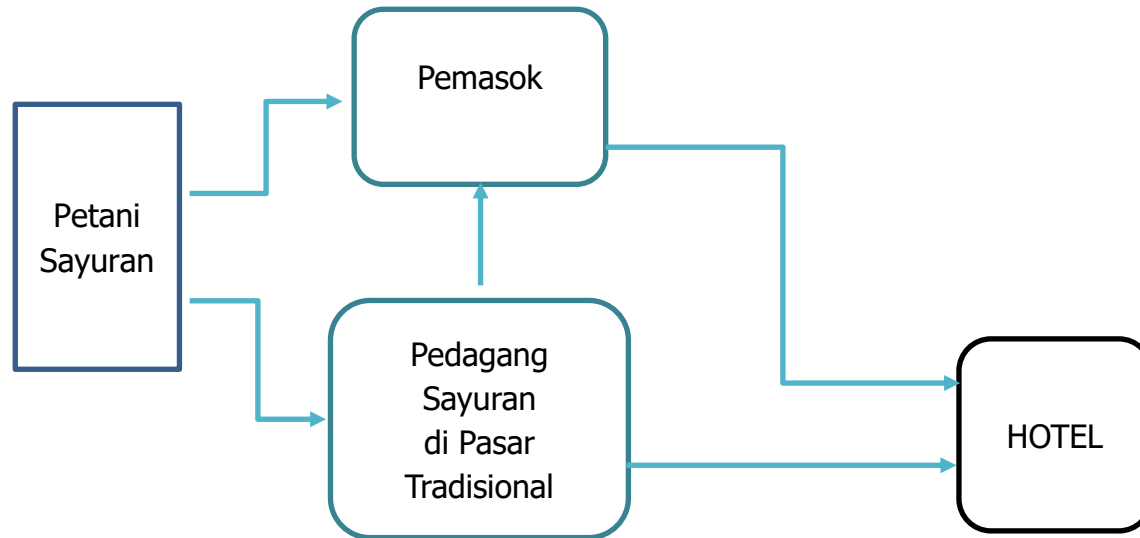
| Risiko di Tingkat Konsumen | Nilai Kemungkinan | Nilai Dampak | Skor Resiko/Policy Priority Number | Nilai Deteksi | Policy Score Value (PSV) | Peringkat |
|---|-------------------|--------------|------------------------------------|---------------|--------------------------|-----------|
| Penjualan terbatas di tingkat pedagang | 6 | 4 | 24 | 4 | 94 | 5 |
| Hanya ditempat tertentu menjualnya | 6 | 4 | 21 | 4 | 72 | 4 |
| Harganya lebih murah | 6 | 6 | 35 | 3 | 115 | 11 |
| Adanya produk olahan-makanan matang | 5 | 4 | 19 | 2 | 38 | 1 |
| Penurunan omset horeka turun | 5 | 4 | 20 | 4 | 69 | 3 |
| Bisnis horeka tutup | 6 | 4 | 22 | 6 | 132 | 14 |
| Adanya pemotongan pendapatan/kena PHK | 8 | 8 | 62 | 4 | 233 | 16 |
| Kesulitan memperoleh tambahan pendapatan | 8 | 4 | 30 | 4 | 105 | 7 |
| Mengutamakan pokok pangan lainnya | 8 | 8 | 62 | 2 | 124 | 13 |
| Tidak memiliki penyimpanan | 6 | 6 | 32 | 2 | 63 | 2 |
| Tidak tahu informasi produk substitusinya | 6 | 5 | 30 | 4 | 103 | 6 |
| Tidak ada produk substitusi yang diinginkan | 6 | 5 | 29 | 4 | 108 | 9 |
| Dijual apa adanya | 8 | 8 | 62 | 4 | 248 | 17 |
| Sulit mencari ke tempat lain | 5 | 6 | 31 | 4 | 108 | 8 |
| Hanya ada ditempat tertentu tetapi cepat habis | 6 | 6 | 33 | 4 | 124 | 12 |
| Penjual kesulitan memperoleh pasokan dan kurang teratur | 5 | 6 | 30 | 4 | 111 | 10 |
| Penjual kekurangan modal | 6 | 6 | 32 | 6 | 182 | 15 |
| Rata-rata | 6 | 5 | 30 | 4 | 120 | xxxx |

RISIKO TINGKAT KONSUMEN

- a) bisnis horeka tutup,
- b) pemotongan pendapatan/kena PHK,
- c) mengutamakan pokok pangan lainnya,
- d) dijual apa adanya,
- e) hanya ada ditempat tertentu tetapi cepat habis.

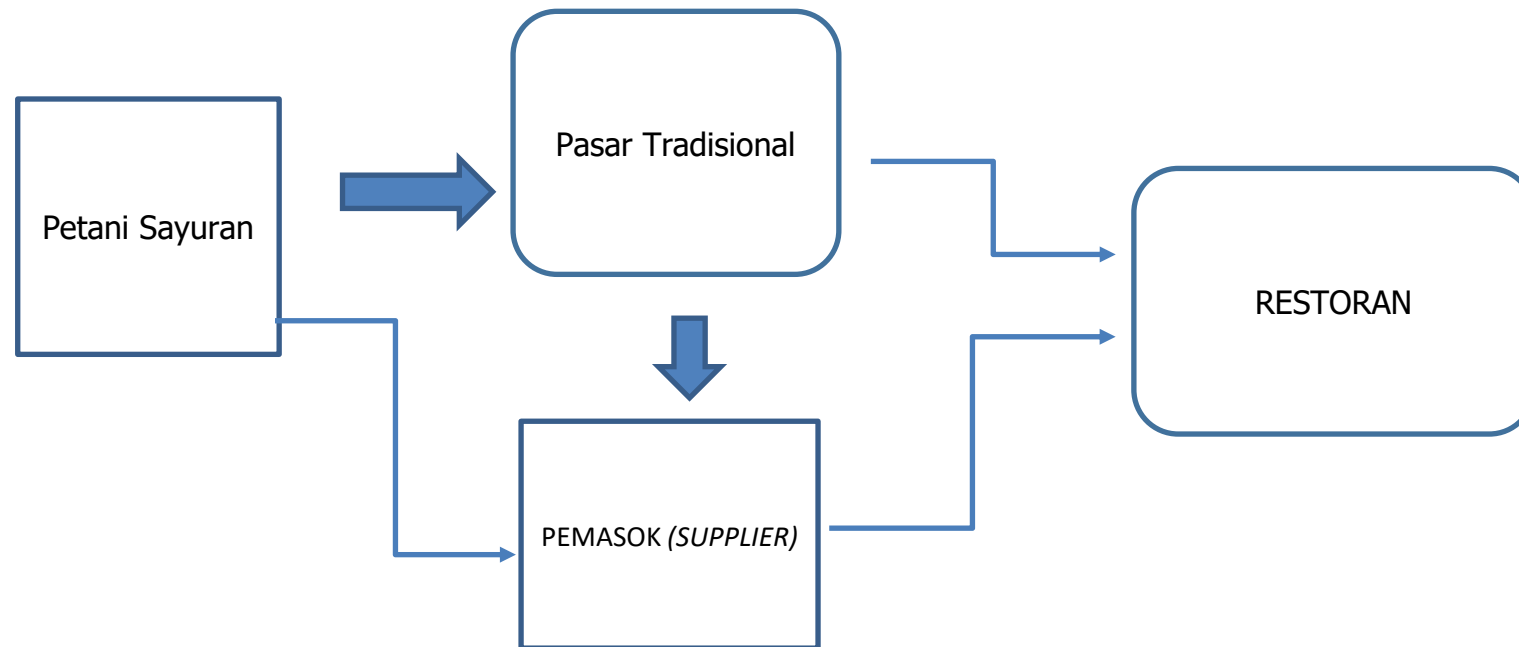
HASIL DAN PEMBAHASAN (3a)

RANTAI PASOK: Petani ke Hotel (tidak ada perubahan)



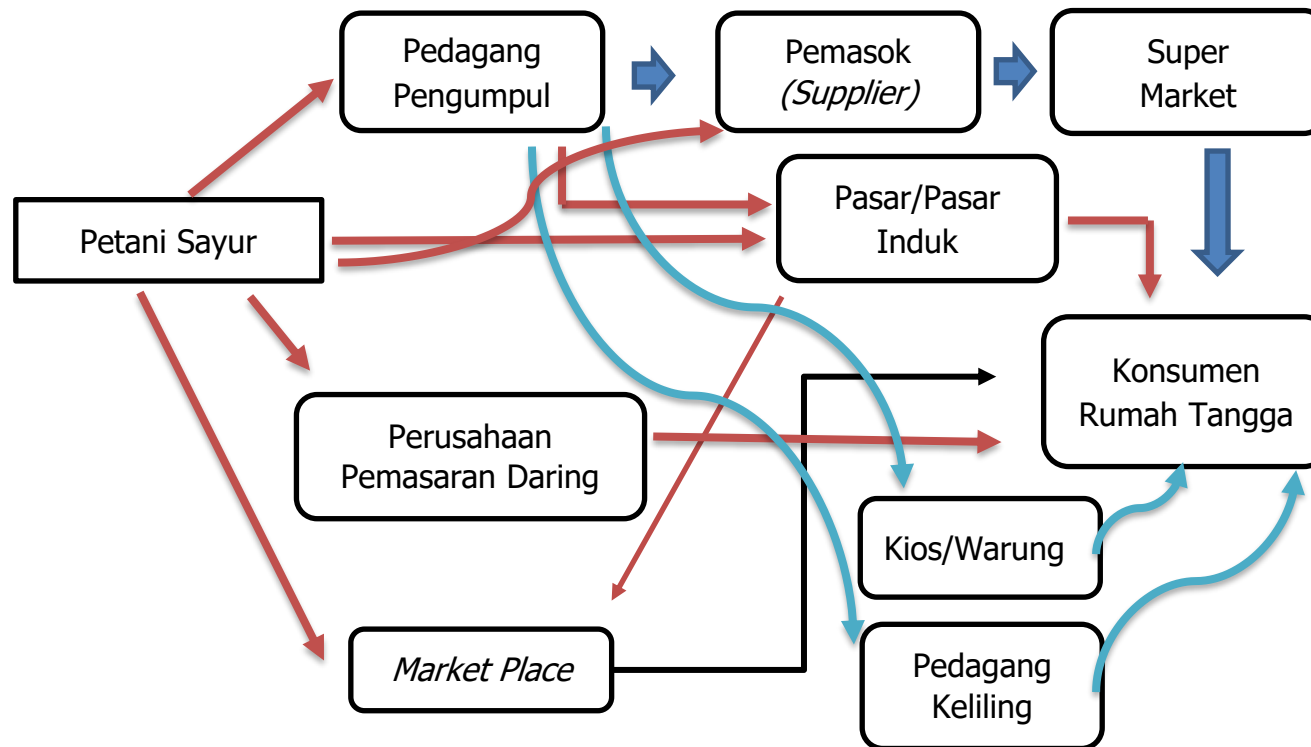
HASIL DAN PEMBAHASAN (3b)

RANTAI PASOK: Petani ke Restoran (tidak ada perubahan)



HASIL DAN PEMBAHASAN (3c)

RANTAI PASOK: Petani ke Konsumen Rumah Tangga (tidak ada perubahan, tapi lebih banyak pembelian daring selama pandemi)



HASIL DAN PEMBAHASAN (4a)

| Variabel | Coefficient |
|------------------------------------|-------------|
| Constant*** | 10.1399 |
| Dummy lembaga pemasaran (Ci) | -0.2025 |
| Volume penjualan (Si) | 0.0081 |
| Luas lahan petani (Ai) | -0.0008 |
| Frekuensi penjualan per musim (Ti) | -0.3854 |
| Dummy lokasi penjualan (Li)*** | 0.5502 |
| Dummy perubahan komoditas (Vi)* | -0.5942 |
| Dummy waktu pandemi (Wi)** | 0.3250 |

Harga cabai tingkat petani dipengaruhi oleh:

- (i) Lokasi penjualan (+), misalnya langsung ke konsumen
- (ii) Perubahan komoditas (tanam komoditas lain) (-) kurang menguntungkan
- (iii) Pandemi (+) harga jual lebih baik

HASIL DAN PEMBAHASAN (4a)

| Variabel | Koefisien |
|------------------------------------|-----------|
| Constant*** | 9.3765 |
| Dummy lembaga pemasaran (Ci) | 0.1142 |
| Volume penjualan (Si) | -0.0326 |
| Luas lahan petani (Ai) | -0.1623 |
| Frekuensi penjualan per musim (Ti) | -0.0217 |
| Dummy lokasi penjualan (Li) | -0.1592 |
| Dummy perubahan komoditas (Vi)*** | 1.3120 |
| Dummy waktu pandemi (Wi) | -0.1277 |

DAMPAK PANDEMI TERHADAP HARGA SAYURAN DAUN DI TINGKAT PETANI

- Mengubah pola tanam (misalnya tanam tomat) (+), petani akan mendapat harga jual lebih tinggi

ELASTISITAS Permintaan (cabai & sayuran daun):

- Cenderung meningkat tetapi tetap < 1 (kebutuhan pokok)

ELASTISITAS Penawaran (cabai dan sayuran daun)

- Cenderung naik, tetapi tetap < 1 ; petani belum beralih ke komoditas lain

HASIL DAN PEMBAHASAN (4b)

- a) Bayam
- b) Cabai besar
- c) Cabai rawit
- d) Kangkung
- e) Kubis
- f) Sawi

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Kementan berupaya mengatasi dampak pandemi bagi petani dan konsumen, tetapi kurang tepat sasaran. Petani lebih membutuhkan bantuan pemasaran produknya dan bantuan modal.

Penutupan horeka, pengurangan pendapatan/PHK berdampak besar bagi konsumen. Frekuensi pembelian sayuran daun oleh konsumen berkurang, volume pembelian relatif tetap.

Rantai pasok cabai & sayuran daun dari petani ke hotel, restoran, & konsumen rumah tangga tidak berubah. Selama pandemi transaksi sayuran daun via daring bertambah pesat.

Harga sayuran daun di tingkat petani dipengaruhi tempat penjualan, komoditas yang lebih bersaing. Elastisitas permintaan dan penawaran sayuran daun selama pandemi masih < 1 .

KESIMPULAN DAN SARAN

SARAN KEBIJAKAN

Bantuan Kementan untuk petani seharusnya lebih tepat sasaran. Pemasaran yang langsung ke konsumen (via daring) akan sangat membantu. Akses modal usaha tani sangat diperlukan. Sedikit petani sayuran akses KUR selama pandemi (persyaratan tidak mudah).

Fasilitasi & pelatihan dari pemerintah (Kementan?) berupa gudang & mobil berpendingin akan sangat membantu petani.

Horeka & wisata selama pandemi sebaiknya tetap buka sesuai level di tiap daerah, pengunjung & petugas disiplin prokes.

Kelak jika pandemi berakhir atau masuk endemi, rantai pasok sayuran harus berubah. Pemasaran langsung (daring & luring) dari petani ke konsumen meningkatkan nilai tambah, petani akan lebih sadar GAP & GHP.

TERIMA KASIH
HATUR NUHUN
MATUR SUKSMA
TAMPI ASIH