

Strategi Pengembangan Sistem Agribisnis Lada Untuk Meningkatkan Pendapatan Petani

SYAFRIL KEMALA

Pusat Penelitian dan Pengembangan Perkebunan
Indonesian Center for Estate Crops Research and Development
Jl. Tentara Pelajar No.1 Bogor

RINGKASAN

Lada merupakan "rajanya" rempah-rempah di dunia, dan merupakan produk pertama yang diperdagangkan antara Barat dan Timur. Saat ini, lada sangat berperan dalam perekonomian Indonesia sebagai penghasil devisa, penyedia lapangan kerja, bahan baku industri dalam negeri dan konsumsi langsung. Meskipun demikian, usahatani lada yang ada sekarang tidak terkait dengan industri pengolahan, industri hilir, serta industri jasa, keuangan dan pemasaran. Akibatnya agribisnis lada tidak berhasil mendistribusikan nilai tambah, sehingga tidak dapat meningkatkan pendapatan petani. Faktor-faktor yang menyebabkan tidak berkembangnya sistem agribisnis lada di Indonesia antara lain adalah ; (1). Sebagian besar teknologi belum dapat digunakan oleh petani, (2). Tidak tersedianya peralatan yang mudah didapat dan murah, (3). Kurangnya diversifikasi produk lada, (4). Adanya pesaing Indonesia sebagai produsen lada dunia (Brazilia, India, Malaysia, Srilangka, Thailand dan Vietnam), dan (5). Hasil-hasil penelitian berupa komponen dan paket teknologi serta kebijakan sudah banyak dihasilkan, tetapi belum banyak terserap oleh petani. Oleh karena itu, strategi pengembangan sistem agribisnis lada di Indonesia, harus dilakukan melalui ; (1). Program pengendalian hama dan penyakit terpadu, (2). Pengembangan industri alat dan mesin pertanian dengan jaringan distribusinya, (3). Diversifikasi produk melalui pembuatan lada menjadi barang jadi dan setengah jadi, sehingga dapat merubah permintaan menjadi elastis untuk meningkatkan daya serap pasar, (4). Program promosi pasar di pasar dunia baik melalui kantor kedutaan maupun kelembagaan lain, dan (5). Pemberdayaan petani dalam kelembagaan yang sudah ada seperti KUAT (Kelembagaan Usaha Agribisnis Terpadu), Asosiasi Petani Lada Indonesia (APLI), KIMBUN (Kelompok Industri Masyarakat Perkebunan), dan Koperasi Unit Desa (KUD)

Kata kunci : Lada (*Piper nigrum* L.), sistem agribisnis, pendapatan petani, difersifikasi produk

ABSTRACT

Development Strategy Of Black Pepper Agribusiness System To Increase Farmer's Income

Pepper as "King of Spice" is the first product to be commeced between West and East. Nowadays, black pepper have and important role on the economy of Indonesia as foreign exchange, providing job opportunity, raw material of internal country industry, and direct consumption in the country. Pepper farming that present now, however, is not related with processing industry, downstream industry, as well as monitory service industry and marketing. As the consequences, pepper agribusiness failed to distribute additional value, did not able to increase farmer's income. Some factors that caused system agribusiness in Indonesia unable to develop i.e. (1). Most of technology can not be adopted by the farmers, (2). Unavailable of cheap equipment, (3). Less pepper product diversification, (4). The existence of competitors in the world pepper market (Brazil, India, Malaysia, Thailand, and Vietnam), and (5). Technology component resulted from experiments, as well as policy can not be adopted by the farmers. The strategy to develop of black pepper agribusiness in Indonesia, therefore, must be conducted through ; (1). Integrated pest and diseases management program, (2). Agricultural equipment industry follows with the distribution network, (3). Product diversification to increase of market absorption capacity, (4). The promotion program of marketing on the world market, through embassy and other institutions, and (5). Making efficient use of farmers in the existing organization such as KUAT, APLI, KIMBUN and KUD.

Key words: Black pepper (*Piper nigrum* L.), agribusiness system, farmer's income, product diversification

PENDAHULUAN

Lada adalah "King of Spice", atau raja tanaman rempah yang kini menjadi komoditas penting perdagangan dunia. Lada berperan penting dalam penghasil devisa dan penyedia lapangan kerja maupun sebagai bahan konsumsi dan bahan baku industri. Sebagai penghasil devisa, lada menempati urutan ke-4 setelah minyak sawit (CPO), karet, dan kopi, dengan nilai ekspor lebih dari 220 juta dolar Amerika Serikat. Petani yang terlibat dalam usahatani dan pengolahan lada sekitar 300 ribu KK, yang menghidupi 1,5 juta manusia (Ditjenbun, 2004).

Konsumsi per kapita lada Indonesia saat ini adalah 70 gram, kebutuhan lada penduduk Indonesia sebanyak 220 juta jiwa adalah 15.400 ton per tahun, atau 19,6%.

Lada memberikan kontribusi yang cukup besar bagi perekonomian daerah, di Lampung Utara sekitar 33% pendapatan sektor pertanian dari usahatani lada (Mahmud *et al.*, 2003).

Majelis Pengukuhan Profesor Riset dan hadirin yang saya muliakan

Luas areal pertanaman lada di Indonesia dewasa ini 204.107 ha dengan produksi 90.413 ton. Sentra produksi lada terdapat di Bangka Belitung dengan luas areal pertanaman 63.060 ha (30,9%), Lampung 63.812 ha (31,3%), Sulawesi Selatan 19.150 ha (9,4%), Kalimantan Timur 13.825 ha (6,8%), dan Kalimantan Barat 8.162 ha (4,0%).

Usahatani lada dewasa ini belum banyak terkait dengan industri pengolahan, industri hilir (industri input faktor), industri jasa, keuangan, dan pemasaran. Akibatnya, agribisnis lada tidak berhasil mendistribusikan nilai tambah secara optimal dan proporsional, sehingga belum terlihat signifikansi sumbangannya terhadap peningkatan pendapatan petani.

Usahatani lada dicirikan oleh intensif modal, upaya efisiensi usahatani untuk menekan biaya produksi belum berubah. Sebagai komoditas ekspor, tren pertumbuhan dan pangsa ekspor lada relatif menurun. Hasil kajian permintaan dan penawaran lada, tren permintaan 5,4% dan tren penawaran 4,7% per tahun (Kemala, 1996).

Dalam orasi ilmiah ini, pokok bahasan difokuskan kepada keunggulan, kelemahan,

peluang, dan ancaman pengembangan sistem dan subsistem agribisnis lada serta formulasi strategi dan kebijakan pengembangan agribisnis lada Indonesia.

KERAGAAN SISTEM AGRIBISNIS LADA DI INDONESIA

Keragaan sistem agribisnis merupakan totalitas atau kesatuan kinerja yang terdiri dari subsistem hulu, usahatani, pengolahan hasil, pemasaran, kelembagaan, serta jasa penunjang.

Keragaan Subsistem Agribisnis Hulu

Industri pembibitan lada yang dapat menjamin pasokan, mutu dan harga yang terjangkau belum ada. Petani menggunakan bibit dari kebun sendiri atau pekebun lain. Akibatnya tingkat produksi rendah, di Lampung 663,18 kg/ha dan di propinsi Bangka Belitung 1085,00 kg/ha (Balittro, 2003). Padahal produksi lada unggul (Natar-1, Natar-2, Petaling-1, Petaling-2) bisa mencapai 4,0 ton/ha. Pemakaian pupuk dan obat-obatan sangat menjamin keberhasilan agribisnis lada. Baik pupuk maupun obat-obatan kendalanya harga masih relatif tinggi. Sebagian besar teknologi yang dihasilkan belum dapat digunakan oleh petani karena tidak tersedianya peralatan dengan mudah dan murah.

Keragaan Subsistem Usahatani Lada

Lada diusahakan dalam 3 bentuk budidaya, yaitu budidaya tiang panjat mati, tiang panjat hidup dan lada perdu. Budidaya lada perdu masih terbatas sebagai tanaman pekarangan dan tanaman hias. Berdasarkan ketersediaan tenaga kerja keluarga, luas usahatani lada yang mampu diusahakan adalah 750 pohon (0,5 ha)/KK (Ditjenbun, 1990), tenaga kerja luar keluarga hanya 3,3%, tenaga kerja dalam keluarga 39,3 % dan 57,4 % kombinasi tenaga kerja campuran (Elisabeth, 2005). Keragaan usahatani lada cukup menguntungkan, untuk lada hitam : B/C = 1,02, NPV = Rp. 273.840,- dan IRR = 24,63% (Nurasa dan Supriatna, 2005). Hampir seluruhnya usahatani lada menggunakan modal sendiri, sehingga harga lada mempengaruhi kinerja usahatani lada (Kemala dan Chandra, 1998).

Keragaan Subsistem Pengolahan Hasil Lada

Jenis produk lada yang dihasilkan oleh petani tergantung pada cara dan alat pengolahan (Rusli, 1996). Di samping itu lada dapat pula dijadikan sebagai bahan makanan, obat dan parfum. Pengolahan secara tradisional memerlukan waktu yang lama dan membutuhkan tenaga yang banyak. Pada saat ini sudah tersedia alat-alat pengolahan lada secara mekanis, seperti : alat pengupas, alat perontok, alat pengering dan alat penyuling minyak.

Keragaan Subsistem Pemasaran Lada

Di Propinsi Bangka Belitung rantai pemasaran yang terbanyak 60 % adalah petani ke pedagang desa dan pedagang desa ke pedagang kabupaten serta dari pedagang kabupaten ke pedagang propinsi (eksportir), bagian harga yang diterima petani 79,7 %. Di Propinsi Lampung 83,20 %, petani menjual ke pedagang pengumpul kecamatan dan pedagang pengumpul kecamatan ke pedagang propinsi (eksportir). Bagian harga yang diterima petani 84,85%, jadi cukup efisien (Kemala dan Chandra, 1998). Perkembangan ekspor lada Indonesia selama 5 tahun terakhir cenderung stabil, rata-rata 25.000-38.000 ton. Negara tujuan utama ekspor adalah Singapura, USA, Jerman, Netherland, Perancis, dan lainnya. Pesaing lada Indonesia adalah Brazilia, India, Malaysia, Srilangka, Thailand dan Vietnam.

Keragaan Subsistem Kelembagaan

Pendidikan dan pelatihan tidak banyak dilakukan, demikian pula penyuluhan. Investasi usahatani lada cukup besar, seharusnya kelembagaan kredit dapat membiayai. Hasil-hasil penelitian berupa komponen dan paket teknologi serta kebijakan sudah banyak dihasilkan namun belum banyak terserap oleh petani.

Gelar teknologi dapat dijadikan media untuk memotivasi dan meningkatkan pengetahuan petani. Di daerah transmigrasi SKP Nangabulik, Kalimantan Tengah, gelar teknologi berdampak terhadap perluasan areal pertanaman lada dari 37,5 ha menjadi 400 ha dalam tempo 2 tahun (Kemala *et al.*, 1997).

KEUNGGULAN, KELEMAHAN, PELUANG DAN ANCAMAN AGRIBISNIS LADA DI INDONESIA

Dari keragaan sistem agribisnis lada Indonesia terdapat sinyal-sinyal perubahan yang merupakan fenomena dari produksi, konsumsi, perdagangan, teknologi dan kelembagaan, berupa; (1) turunnya pangsa ekspor lada Indonesia di pasar dunia; (2) pemakaian lada hitam yang makin bertambah; (3) meningkatnya konsumsi lada domestik; (4) perubahan teknologi input luar tinggi ke input luar rendah; (5) penurunan areal dan produksi di beberapa sentra lada; (6) pergeseran daerah lada dari daerah tradisional ke daerah pengembangan .

Fenomena-fenomena yang terjadi merupakan resultante dari keunggulan, kelemahan, peluang dan ancaman pada simpul-simpul sistem agribisnis lada di Indonesia.

Industri Bibit, Agrokimia dan Peralatan

Tersedianya varietas unggul, rekomendasi pemupukan, serta rekayasa alat dan mesin merupakan keunggulan. Dampak penyuluhan dan penambahan areal baru, keberadaan industri pupuk dengan distribusinya serta perbaikan kualitas dan diversifikasi produk merupakan peluang. Demikian pula masih sedikitnya petani menggunakan bibit unggul, belum adanya blending pupuk dan tidak adanya industri alat yang khusus merupakan kelemahan. Rendahnya produktivitas, tingginya harga pupuk dan obat-obatan serta terlambatnya berkembang industri alat dan mesin merupakan ancaman.

Pertanian Primer Lada

Ketersediaan lahan dan iklim serta tenaga kerja dan teknologi dan pangsa pasar menjadi keunggulan untuk peningkatan produksi sedangkan penyakit busuk pangkal batang (BPB) serta penurunan areal dan produksi di beberapa daerah tradisional lada menjadi kelemahan. Meningkatnya konsumsi lada hitam dunia serta bertambahnya konsumsi domestik lada merupakan peluang produksi primer lada. Naiknya pangsa ekspor lada negara-negara pesaing (Vietnam) ancaman bagi Indonesia.

Pengolahan Hasil dan Pasca Panen Lada

Adanya *Muntok White Pepper* dan *Lamong Black Pepper* yang diakui Internasional menjadi keunggulan bagi subsistem pengolahan hasil. Standar kadar air, kebersihan, keutuhan dan kemurnian yang rendah karena kurangnya pembinaan petani, peralatan dan ketersediaan sarana menjadi faktor kelemahan. Permintaan pasar lada terus meningkat dan produk-produknya seperti lada hijau, lada jingga, minyak lada, oleoresin lada, bubuk lada adalah peluang berkembangnya industri pengolahan hasil. Ancaman berupa manipulasi kualitas sangat sering terjadi, sehingga Indonesia sering mengalami klaim ekspor.

Pemasaran dan Perdagangan Lada

Lada sebagai komoditas pasar terbuka merupakan keunggulan dalam pemasaran. Keunggulan lain pangsa pasar lada Indonesia yang besar di dunia serta jaringan pasar pada semua negara pengimpor lada. Kelemahan dari subsistem pemasaran lada terlihat dari beberapa indikator adalah; struktur pasar yang oligopoli; informasi pasar dan transparansi pembentukan harga; promosi produk yang lemah. Permintaan dan diversifikasi produk sesuai dengan selera konsumen seperti lada hijau, lada jingga, lada asalan dan acar lada merupakan peluang. Ancaman terhadap pemasaran dan perdagangan lada adalah kebijakan tarif dan pajak ekspor.

Kelembagaan dan Jasa Penunjang

Pengenalan dan pembelajaran yang didapat petani dalam kelembagaan KUD dan KIMBUN merupakan keunggulan. Kinerja dari kelembagaan yang pernah ada yang didirikan dan dibina oleh pemerintah merupakan kelemahan. Diperkenalkannya kelembagaan KUAT, Asosiasi Petani Lada serta sistem Agribisnis Korporasi Terpadu merupakan peluang dalam subsistem kelembagaan. Globalisasi dan konglomerasi yang tidak terkendali akan merupakan ancaman bagi kelembagaan agribisnis lada nasional.

FORMULASI STRATEGI PENGEMBANGAN AGRIBISNIS LADA

Strategi dapat didefinisikan sebagai suatu rangkaian tindakan yang ditujukan untuk mencapai sasaran jangka panjang (Jauch and Glueck, 1998). Berdasarkan penelitian dan kajian yang dilakukan, strategi pengembangan sistem agribisnis lada untuk meningkatkan pendapatan petani harus dilakukan melalui formulasi efisiensi dan integrasi simpul-simpul pada setiap subsistem agribisnis.

Strategi pada Subsistem Hulu

Petani pada umumnya tidak menggunakan varietas unggul karena tidak tersedia. Dengan "stock seed" yang ada serta tersedianya tenaga ahli dan teknis memungkinkan industri bibit dapat berdiri. Secara ekonomis tiap tahun dibutuhkan 62,5 juta bibit dengan volume usaha 125 milyar rupiah. Ketergantungan petani pada agro input yang kurang efisien telah terjadi, suatu pemecahan adalah melalui industri "bleeding" pupuk, penggunaan pupuk organik (biofertilizer), substitusi obat kimia dengan industri pestisida nabati (biopestisida). Rendahnya pendapatan karena kecilnya nilai tambah, strateginya melalui industri alat dan mesin pertanian dengan jaringan distribusinya, konsep ini sangat strategis ke depan.

Strategi pada Subsistem Produksi

Strategi pada bidang produksi mencakup (1) penumbuhan pusat agribisnis lada, (2) peralihan input luar tinggi ke input luar rendah, (3) pemakaian bibit unggul, (4) pengendalian hama dan penyakit, (5) pengelolaan tanaman secara terpadu (PTT), dan (6) integrasi tanaman lada dan ternak. Penumbuhan pusat agribisnis lada mengacu kepada kaedah keuntungan komparatif dan keuntungan bersaing, dalam arti lada harus dikembangkan pada daerah-daerah yang amat-sangat sesuai, sangat sesuai dan sesuai.

Teknologi budidaya lada dapat digolongkan atas teknologi input luar tinggi dan input luar rendah (Coen, *et. al.*, 1999). Dengan teknologi input luar rendah biaya produksi lebih rendah, penebangan hutan akan terhindari, kesuburan

tanah akan tetap terjaga. Dalam upaya peningkatan efisiensi dan produktivitas lada terutama di sentra produksi, penggunaan varietas unggul, penyediaan bibit yang cukup serta percontohan (demplot) di daerah pertanaman lada. Hama dan penyakit cukup banyak, yang sangat ditakuti petani penyakit Busuk Pangkal Batang (BPB). Balai Penelitian Tanaman Rempah dan Obat telah merekomendasi paket penanggulangan BPB dan strateginya adalah melalui program penanggulangan hama dan penyakit terpadu.

Strategi pada Subsistem Pengolahan Hasil

Strateginya mencakup perbaikan mutu dan kualitas serta diversifikasi produk. Standar mutu dan kualitas lada Indonesia yang di kenal dengan "*Munthok White Pepper* dan *Lampong Black Pepper*" dijaga dan dipertahankan. Standar ini dicirikan atas kadar air, warna, bau, serangan hama dan lainnya. Strateginya komponen dari standar ini dapat dipertahankan dan menjadi lebih baik melalui tindakan-tindakan agronomis dan pasca panen. Menurut Nurdjanah (1996) diversifikasi produk dapat merubah permintaan menjadi lebih elastis untuk meningkatkan daya serap pasar.

Strategi pada Subsistem Pemasaran Lada

Dari kajian empiris efisiensi tataniaga lada hitam lebih tinggi dan bagian harga yang diterima petani 85%, hal ini terjadi karena koordinasi vertikal simpul-simpul sistem agribisnis lada hitam lebih baik. Sebaliknya pada lada putih ketergantungan petani pada pemodal (pengumpul) sangat besar sehingga berdampak terjadinya "contract farming" secara tersembunyi. Strateginya adalah memperbaiki simpul-simpul agribisnis terutama pada lada putih. Kurangnya informasi pasar ditandai oleh lemahnya integrasi harga di tingkat eksportir dengan petani (Djulin dan Malian, 2005). Strateginya peningkatan intensitas informasi pasar melalui media yang dapat menjangkau petani. Negara-negara yang mempunyai net impor dibawah 100 gram/kapita (Chandra dan Wahyudi) berpeluang menjadi pasar baru.

Strateginya promosi pasar baik melalui kantor kedutaan maupun kelembagaan lain.

Strategi pada Subsistem Kelembagaan Petani. Pemberdayaan petani secara individu dan kelompok harus ditumbuhkan, lembaga KUAT (Kelembagaan Usaha Agribisnis Terpadu) secepatnya didorong untuk didirikan dan dikembangkan. Kelembagaan lain yang sudah ada bersama pemerintah daerah dapat mendorong maksud tersebut di atas. Peran IPC (International Pepper Community) di mana Indonesia menjadi anggotanya dan mempunyai "head quarter" di Indonesia seyogyanya ikut berperan dalam pembinaan petani lada. Keberadaan koperasi di masyarakat perladan sangat strategis, baik sebagai organisasi pemasaran maupun sebagai organisasi pembiayaan.

KEBIJAKAN PENDUKUNG OPERASIONAL STRATEGI PENGEMBANGAN AGRIBISNIS LADA

Kebijakan Operasional Subsistem Hulu

Rendahnya pemakaian bibit bermutu kebijakan operasionalnya adalah berdirinya industri pembibitan lada di sentra-sentra produksi, pemerintah memfasilitasi berupa ; (1) menyiapkan semua perangkat lunak yang diperlukan (Undang-Undang Budidaya No.12, Undang-Undang Perkebunan No. 18. Perda tentang Perizinan, dll), (2) perangkat kerasnya berupa : akses ke *stock seed*, sumberdaya manusia, pemodal, keamanan dan lainnya. Kebijakan Badan Litbang Pertanian membentuk UPBS (Unit Pengelolaan Benih Sumber) dan UKT (Unit Komersialisasi Teknologi) untuk mendukung kegiatan dapat dijadikan rintisan. Pengembangan industri alat dan mesin dapat dilakukan dengan dengan penajaman dari industri mesin dan logam yang ada. Efisiensi penggunaan pupuk kebijakan operasionalnya adalah industri "*blending*" dan pupuk tablet (slow release) serta pupuk organik. Di Bangka terbatasnya ketersediaan pupuk kandang perlu didorong berdirinya industri kompos.

Kebijakan Operasional Subsistem Produksi

Kebijakan operasional yang terkait dengan pertumbuhan pusat agribisnis lada adalah membentuk Kawasan Industri Masyarakat Perkebunan (KIMBUN) (Ditjenbun, 2003), yaitu kawasan atau wilayah yang terukur. Sedangkan yang terkait dengan input luar rendah adalah : sosialisasi penggunaan tiang panjat campuran/hidup, penggunaan pupuk organik dan pestisida nabati, penggunaan penutup tanah *A. pintoii*. Demikian pula untuk mendorong pemakaian bibit unggul adalah : berdirinya industri bibit, pengemasan dan pelabelan, harga bibit yang terjangkau dan mencegah beredarnya bibit palsu.

Kebijakan operasional pengendalian hama dan penyakit Busuk Pangkal Batang adalah menerapkan paket pengendalian terpadu yang dapat menekan intensitas serangan 80-90% (Manohara dan Kasim, 1996). Percepatan penerapan PTT dan integrasi tanaman lada-ternak adalah: sosialisasi dan advokasi keunggulan PTT, penyediaan sarana dan prasarana pendukung, penumbuhan kelembagaan (kelompok tani, dll).

Kebijakan Operasional Subsistem Pengolahan Hasil

Kondisi pasar menuntut kualitas hasil olahan yang meningkat mutunya. Agar lada Indonesia mampu bersaing di pasar internasional perlu diterapkan standar ISO 9000, ISO 14000, HACCP dan SPS (Risfaheri, 1996). Melalui kelembagaan (koperasi) pengolahan lada ASTA dan FAQ dapat dilakukan petani. Pangsa pasar lada hijau Indonesia masih kecil (2%), Indonesia berpeluang untuk meningkatkannya. Upaya yang perlu dilakukan oleh pemerintah adalah mendorong dan memfasilitasi pendirian industri pengolahan dan sosialisasinya.

Kebijakan Operasional Subsistem Pemasaran Lada

Efisiensi pemasaran kebijakan operasionalnya adalah menekan biaya tataniaga, pencabutan beberapa perda tentang ekspor lada, penurunan pajak ekspor dan lainnya. Perkuatan posisi tawar petani dilakukan peningkatan informasi pasar. Promosi produk sebagai ajang peningkatan pemakaian lada untuk konsumsi domestik dan

ekspor. Kebijakan operasional melalui pendekatan dan pengenalan produk lada yang mudah dijangkau oleh masyarakat, serta pengenalan lada perdu sebagai tanaman hias. Promosi pasar untuk ekspor dilakukan dengan mendorong intensitas usaha-usaha IPC (Internasional Papper Community), dan promosi melalui Badan Pengembangan Ekspor serta kedutaan besar Indonesia.

Kebijakan Operasional Subsistem Kelembagaan

Keberadaan koperasi di masyarakat perladan adalah sangat strategis, baik sebagai organisasi pemasaran maupun sebagai organisasi pembiayaan. Kebijakan operasionalnya seperti diusulkan oleh Adnyana (2005) pada padi dimungkinkan dapat pula diterapkan pada lada, yaitu Sistem Agribisnis Korporasi Terpadu (Integrated Corporate Agribisnis System, ICAS). Bentuk kelembagaan ini adalah; petani melakukan konsolidasi manajemen usaha pada komponen lahan yang memenuhi skala usaha, untuk lada adalah skala KIMBUN, konsolidasi manajemen dituangkan dalam bentuk kelembagaan agribisnis seperti KUAT, dan lainnya, kelompok usaha tersebut sebaiknya berbentuk korporasi, asosiasi, atau koperasi berbadan hukum, diterapkannya manajemen korporasi dalam menjalankan sistem usaha agribisnis, dan pengembangan kemitraan terpadu dengan mitra. Pada kemitraan terpadu dapat dilakukan; petani sebagai plasma bermitra dengan inti (swasta, eksportir, prosesor) melalui korporasi yang mereka bentuk (koreksi terhadap PIR), korporasi berdiri sendiri tanpa perlu bermitra dengan perusahaan inti dan pemerintah menjadi avalist (penjamin).

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN

Berdasarkan paparan di atas dapat disimpulkan beberapa hal penting dan implikasinya terhadap kebijakan sistem agribisnis lada, terutama strategi pengembangan sistem agribisnis lada dalam upaya peningkatan pendapatan petani.

Kesimpulan

1. Sistem dan usaha agribisnis lada belum berkembang dan kinerja antar simpul-simpul agribisnis belum terintegrasi. Sistem dan usaha agribisnis lada yang prospektif berkinerja lebih baik dapat dikembangkan atas keunggulan dan peluang pada setiap simpul-simpul serta didukung oleh kebijakan untuk peningkatan pendapatan petani dan daya saing.
2. *Bidang industri hulu.* Strategi pemberdayaan industri hulu adalah pengembangan industri perbibitan, penajaman (focusing) industri mesin dan logam penajaman industri kimia (industri "bio-fertilizer" dan "bio-pesticide") yang murah dan ramah lingkungan.
3. *Bidang produksi.* Strateginya adalah pengembangan pusat pertumbuhan agribisnis, pengalihan teknologi input luar tinggi ke input luar rendah, pemakaian varietas unggul, pengendalian hama dan penyakit, pengelolaan tanaman terpadu (PTT), dan integrasi tanaman lada-ternak.
4. *Bidang pengolahan hasil.* Strateginya adalah perbaikan mutu lada melalui aktivitas budidaya dan pasca panen. Diversifikasi produk melalui pengolahan setengah jadi dan produk jadi.
5. *Bidang pemasaran.* Strateginya adalah peningkatan efisiensi melalui perbaikan pola pemasaran dan pengurangan biaya tambahan, penguatan posisi tawar petani, promosi produk dan mencari peluang pasar baru.
6. *Bidang kelembagaan dan jasa penunjang.* Kelembagaan pasar input dan output serta permodalan adalah instrumen penting dalam peningkatan pendapatan petani. Globalisasi merupakan ancaman bagi petani karena mereka tidak dipersiapkan, bahkan terkondisikan secara individual untuk berhadapan dengan konglomerasi.

Implikasi kebijakan

1. Untuk meningkatkan peranan Indonesia di kancah perladanaan dunia diperlukan perbaikan sinergisme simpul-simpul agribisnis lada. Simpul yang prioritas adalah:

menurunkan *short run variable cost*, *long run cost* dan *external cost* .

2. Selain melalui efisiensi produksi, peningkatan pendapatan petani lada juga dapat diupayakan dengan melibatkan mereka dalam simpul-simpul agribisnis yang menghasilkan nilai tambah.
3. Peningkatan produksi melalui perluasan areal tanam diarahkan ke daerah yang mempunyai keuntungan komparatif yang tinggi, secara ekologis pada daerah yang amat-sangat sesuai, sangat sesuai, dan sesuai.
4. Simpul terlemah dalam sistem agribisnis lada adalah penggunaan varietas unggul, hanya sekitar 10% petani lada yang menggunakan bibit unggul. Guna mempercepat penggunaan varietas unggul segera dibangun industri perbibitan dan penangkar, terutama di sentra produksi lada.
5. Kecenderungan perubahan penggunaan teknologi input luar tinggi ke input luar rendah perlu didukung oleh kebijakan penyediaan input yang cukup. Sosialisasi dan peningkatan pengetahuan teknis petani tentang penggunaan input alternatif perlu diupayakan.
6. Keunggulan mutu lada Indonesia yang dikenal dengan standar "Muntok White Pepper" dan "Lamong Black Pepper" yang menjadi acuan internasional perlu dipertahankan dan ditingkatkan melalui perbaikan teknologi budidaya, pengolahan hasil, dan standardisasi.
7. Kelembagaan penyedia input, pemasaran hasil dan kredit perlu didukung oleh kebijakan pemerintah. Koperasi dan asosiasi petani lada sebagai lembaga ekonomi dan penyalur hak-hak petani perlu diberdayakan secara efektif dengan asas kemandirian. Kelembagaan yang cocok bagi petani perlu dicari dengan metode "learning by doing" seperti "sistem agribisnis korporasi terpadu".
8. Penyediaan teknologi dan alih teknologi menjadi tanggung jawab pemerintah. Untuk itu perlu adanya kebijakan yang memberikan peluang dan peran lebih besar kepada lembaga penelitian sebagai penghasil teknologi dan lembaga penyuluhan sebagai penyampai dari teknologi tersebut.

PENUTUP

Aroma rempah-rempah : cengkeh, lada, pala, kayu manis, panili dan lainnya telah mengharumkan nama bangsa Indonesia masa lalu sebagai penghasil dan pengeksportir utama. Tidak saja itu, tetapi memberi kesejahteraan bagi petani pekebunnya. Melalui harumnya aroma rempah-rempah telah banyak pekebun yang mampu menunaikan ibadah ke tanah suci. Keberhasilan ini telah mampu menciptakan nama-nama seperti yang identik dengan rempah-rempah yang dikenal dengan haji "lada", haji "cengkeh", haji "pala", dan lainnya. Namun

keberhasilan di masa lalu kini secara perlahan memudar, yaitu simbol-simbol kesejahteraan karena peranan cengkeh, pala, kayu manis, panili dan lainnya tidak seperti dulu lagi. Yang masih bertahan satu-satunya adalah "*King of Spice*" lada dengan *Muntok White Pepper* dan *Lampong Black Pepper*.

Strategi pengembangan sistem agribisnis lada yang disampaikan melalui orasi ilmiah ini status lada sebagai "*King of Spice*" yang produksi dan eksportirnya terbesar di dunia diharapkan tetap terjaga. Demikian pula peningkatan pendapatan dan kesejahteraan petani pekebun dapat diwujudkan.