

# Strategi Produksi Pangan Organik Bernilai Tambah Tinggi yang Berbasis Petani

## (A Strategy of Organic Vegetable Production With a Farmer-Based Premium Price)

Musa Hubeis\*, Mukhamad Najib, Hardiana Widyastuti, Nur Hadi Wijaya

### ABSTRAK

Ketahanan pangan merupakan suatu sistem yang terdiri atas subsistem ketersediaan, distribusi, dan konsumsi. Subsistem ketersediaan pangan berfungsi menjamin pasokan pangan, baik dari segi kuantitas, mutu (sertifikasi), keragaman, dan keamanannya. Permasalahan utama dalam mewujudkan ketahanan pangan komoditas organik ialah kuantitas dan mutu pangan organik, khususnya sayuran. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan ciri produk sayuran organik, mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang terkait dengan produksi produk sayuran organik, serta menyusun strategi produksi produk sayuran organik bernilai tambah tinggi (tersertifikasi) berbasis petani. Penelitian dilaksanakan dengan mengambil sampel secara sengaja dan menggunakan alat analisis berupa matriks, *internal factor evaluation*, *external factor evaluation*, *internal external*, dan *focus group discussion*, sebagai dasar analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) yang ditindaklanjuti dalam bentuk matriks perencanaan strategis kuantitatif (QSP) untuk mendapatkan alternatif strategi prioritas dalam pengembangan produksi pangan organik bernilai tambah tinggi di 3 wilayah yang mewakili Provinsi Jawa Barat, yaitu Megamendung-Bogor, Pengalengan-Bandung, dan Garut. Berdasarkan analisis strategi dengan pendekatan SWOT yang dituntaskan dengan matriks QSP ditemui 23 alternatif strategi yang sesuai untuk pengembangan sayuran organik di ketiga wilayah tersebut yang disederhanakan atas tema utama pasar, produksi sayuran organik, dan sumber daya manusia.

Kata kunci: harga premium, pangan, petani, produksi sayuran organik, strategi

### ABSTRACT

Food security is a system consists of availability, distribution, and consumption subsystems. Food availability subsystem functions in guaranting food supply, in terms of quantity, quality (certification), variability, and safety. The main problem in materializing security of organic food commodities are quantity and quality of organic food, particularly vegetables. In other words, the organic vegetable can affect farmer's economic situation in different way depending on the adopted particular technolog. Therefore, the objectives of this study are (1) to describe the characteristics of organic vegetable products, (2) to identify internal and external factors related to the production of organic vegetables with a farmer-based high added value, and (3) to formulate a strategy of the production of organic vegetables with a farmer-based high added value (certified). Data were collected by purposive sampling and analyzed using matrix analysis tools of internal factor evaluation, external factor evaluation, internal external, and focus group discussion, as the basis for analyzing strengths, weaknesses, opportunities, and threats (SWOT), followed by quantitative strategic planning matrix (QSPM) to obtain the main alternative strategy for the development of organic vegetable with premium price. The study was carried out in Garut, West Java. This study confirmed 3 main strategic issues for the development of organic vegetables in the region, that is, market, organic vegetable production, and human resource.

Keywords: farmers, food, organic vegetables production, premium price, strategy

### PENDAHULUAN

Sektor pangan merupakan sektor yang sangat diperlukan bagi keberlangsungan kehidupan masyarakat Indonesia. Ketahanan pangan merupakan suatu sistem yang terdiri atas subsistem ketersediaan, distribusi, dan konsumsi. Situasi ketahanan pangan di negara kita masih lemah. Hal ini ditunjukkan oleh (1) jumlah penduduk rawan pangan (tingkat konsumsi <90% dari rekomendasi 2.000 kkal/kap/hari) dan

sangat rawan pangan (tingkat konsumsi <70% dari rekomendasi) masih cukup besar, yaitu masing-masing 36,85 dan 15,48 juta jiwa untuk tahun 2002; (2) anak-anak balita kurang gizi masih cukup banyak, yaitu 5,02 dan 5,12 juta jiwa untuk tahun 2002 dan 2003 (Khomsan 2003). Salah satu upaya penyediaan pangan dimaksud adalah melalui produksi makanan organik, seperti yang disebutkan oleh Tshuma *et al.* (2010), bahwa produk organik telah mendominasi pasar diberbagai negara-negara yang telah mengalami perkembangan ekonomi yang dapat memberikan manfaat bagi produsen maupun konsumen

Permintaan produk organik secara internasional terus meningkat, seperti yang ditunjukkan olah data

Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor, Kampus IPB Darmaga, Bogor 16680.

\* Penulis korespondensi: E-mail: hubeis.musa@yahoo.com

Badan Sertifikasi Produk Organik *Biocert* pada tahun 2010 yang menyatakan bahwa pasar produk organik, baik makanan maupun minuman mencapai USD 38,6 miliar pada tahun 2006, atau meningkat 2x dibandingkan dengan tahun 2000 sebesar USD 18 miliar, dengan Eropa dan Amerika Serikat menjadi pasar utama produk organik, serta pasar Asia diperkirakan mencapai USD 780 juta di tahun 2006. Pasar produk organik Asia berada di Jepang, Korea Selatan, Singapura, Taiwan, dan Hongkong. Pada akhir tahun 2010, pasar organik dunia diperkirakan mencapai USD 70,2 miliar (*Biocert* 2010). Di Indonesia, khususnya di daerah Bogor, Jawa Barat, menurut penelitian Alamsyah (2010), permintaan produk organik terutama sayuran terus meningkat, yang ditunjukkan oleh data penjualan sayuran organik di supermarket Giant Taman Yasmin. Dari November 2009 sampai Januari 2010 penjualan meningkat dari Rp8.475.898,00 menjadi Rp12.673.161,00.

Provinsi Jawa Barat merupakan sentra kedua penghasil sayuran di Indonesia dengan produksi 22.196.977 ton. Pada tahun 2010, nilai ekspor sayuran segar Jawa Barat USD 917.588. Kemudian pada tahun berikutnya mencapai USD 1.519.102, atau meningkat 60,4% dibandingkan tahun 2010. Perincian perkembangan nilai ekspor sayuran segar di Jawa Barat dimuat pada Tabel 1. Hal tersebut menunjukkan bahwa pertanian organik erat kaitannya dengan bermacam-macam praktek untuk meningkatkan kesuburan tanah dan pengendalian hama dan penyakit (Goldberger 2008), atau sebagai sistem manajemen pertanian holistik yang bertujuan untuk mengoptimalkan kesehatan dan produktivitas masyarakat yang memiliki ketergantungan atas kehidupan tanah, tanaman, hewan, dan manusia (Stone *et al.* 2008).

Tujuan dari kegiatan penelitian ini adalah untuk (1) mendeskripsikan ciri produk sayuran organik sesuai keinginan pasar, (2) mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang terkait dengan produksi produk sayuran organik yang bernilai tambah berbasis petani, (3) menyusun strategi produksi produk sayuran organik bernilai tambah tinggi berbasis petani, (4) menyusun strategi kelembagaan rantai pasok produk sayuran organik bernilai tambah tinggi berbasis

petani, dan (5) menyusun model pemberdayaan petani dalam menghasilkan produk sayuran organik bermutu dan bernilai tambah tinggi.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Megamendung (Bogor), Kecamatan Pangalengan (Bandung), serta Kecamatan Selaawi dan Limbangan (Garut). Lokasi dipilih secara sengaja, dengan pertimbangan ketiga daerah tersebut merupakan sentra penghasil sayuran unggulan di Jawa Barat. Data dikumpulkan dari bulan Maret–Oktober 2012. Beberapa narasumber khusus yang terlibat untuk penentuan strategi prioritas ialah Kepala Seksi Kasi Teknologi Subdirektorat Budi Daya Tanaman Sayuran, Direktorat Jenderal Hortikultura Kementerian Pertanian.

Alat analisis utama yang digunakan pada penelitian ini adalah matriks *internal factors evaluation* (IFE), matriks *external factors evaluation* (EFE), *internal external* (IE), dan analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT), Matriks *quantitative strategic planning* (QSP), analisis *analytical hierarchy process* (AHP), dan *supply chain management* (SCM) digunakan untuk memformulasikan dan menyusun prioritas strategi. Alat analisis lainnya untuk mendukung hasil strategi yang diperoleh pada tahap SWOT adalah analisis mutu (diagram Pareto dan diagram tulang ilah/*fishbone*), *focus group discussion* (FGD), dan SCM. Keseluruhan hasil analisis tersebut digunakan untuk menerapkan matriks QSP dan AHP yang berguna dalam menentukan tema/prioritas strategi yang paling mungkin diterapkan pada penelitian tahun pertama.

Pada penelitian tahun kedua ditambahkan segi SCM untuk mendapatkan strategi lintas fungsi dari produksi pangan organik bernilai tambah tinggi yang melibatkan pelaku dari: petani/pemasok – perusahaan – distributor – pengecer/ritel – pembeli/pelanggan, dalam rangka memenuhi sasaran bisnis dan konsumen secara langsung maupun tidak langsung sesuai dengan potensi daerah yang diteliti.

Tabel 1 Perkembangan nilai ekspor sayuran segar di Jawa Barat tahun 2011

No	Jenis komoditas ekspor Provinsi Jawa Barat	Januari–Desember 2010		Januari–Desember 2010	
		Bobot (kg)	Nilai (USD)	Bobot (kg)	Nilai (USD)
1	Kentang	328.631	258.981	283.387	502.768
2	Bawang	1.067.636	506.999	1.282.837	706.538
3	Kembang kol	31.958	49.370	0	0
4	Kubis	279.317	66.313	4.628	2.704
5	Wortel	357	918	1.579	4.045
6	Cabe rawit	100	29	65.733	114.530
7	Cabe merah besar	23.348	34.978	155.172	188.517
TOTAL		1.731.347	917.588	1.793.336	1.519.102

Sumber: Kementerian Pertanian 2011

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari ketiga wilayah, yaitu Megamendung (122 kelompok tani), Pangalengan (115 kelompok tani), dan Garut (1 kelompok tani), yang diambil sebagai contoh kelompok tani (poktan) yang menghasilkan produk sayuran organik, akan tetapi hanya terdapat 1 poktan yang teridentifikasi telah memiliki sertifikat organik dari Lembaga Sertifikasi Pangan Organik (LSPO), yaitu Poktan Cibolerang Agro (Cibo Agro) yang terdapat di Kecamatan Selaawi dan Kecamatan Limbangan di Kabupaten Garut.

Penetapan kriteria/atribut mutu sayuran organik Jawa Barat dengan daerah representatif di Kecamatan Megamendung, Kecamatan Pangalengan, dan Kecamatan Selaawi dan Limbangan memiliki ciri yang sama sesuai dengan Standar Nasional Indonesia (SNI), yaitu (1) tomat, ada di 2 lokasi (Megamendung dan Pangalengan), (2) bayam, ada di semua lokasi, (3) kangkung, ada di 2 lokasi (Megamendung dan Garut), (4) wortel, ada di 2 lokasi (Megamendung dan Pangalengan). Adapun yang membedakan ketiga lokasi tersebut adalah: (1) buncis dan lobak terdapat hanya di Kecamatan Megamendung, (2) kubis, kentang, dan sawi hanya di Kecamatan Pangalengan, dan (3) daun bawang hanya di Kecamatan Selaawi dan Limbangan.

Ketiga wilayah tersebut sudah melakukan prosedur sesuai dengan *good agriculture practice* (GAP), sedangkan untuk SNI Sistem Pangan Organik 01 6729-2010 (BSN 2010) hanya dilaksanakan oleh wilayah Garut (Poktan Cibo Agro).

Strategi Produksi Produk Pangan Organik yang Bernilai Tambah Tinggi Berbasis Petani di daerah Jawa Barat (Megamendung, Pangalengan, dan Garut), dijelaskan berikut ini.

- 1 Strategi produksi pangan organik yang bernilai tambah tinggi berbasis petani di 3 daerah (Megamendung, Pangalengan, dan Garut) yang mewakili Provinsi Jawa Barat berdasarkan cirinya dapat dikembangkan menurut kategori kesamaan dan perbedaan produk dominan yang dihasilkan.
- 2 Strategi produksi pangan organik yang bernilai tambah tinggi berbasis petani di 3 daerah tersebut menurut faktor internal dan eksternalnya dapat direpresentasikan atas strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk. Untuk mendukung pertanian sayuran organik, orientasi utama adalah membuka akses pasar untuk sayuran organik di pasar domestik, maupun internasional, melalui penyediaan sarana produksi pertanian (saprota), termasuk pengolahan sayuran organik, di samping bantuan finansial/permodalan bagi poktan, berupa subsidi harga benih, pupuk, dan alat-alat pertanian. Pemerintah melalui Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura bersama-sama dengan pelaku usaha agribisnis membangun kemitraan dengan poktan, melalui penyediaan sarana dan saprota, termasuk pengolahan sayuran organik, selain bantuan finansial/ per-

modalan bagi kelompok tani, berupa subsidi harga benih, pupuk, dan alat-alat pertanian.

- 3 Strategi produksi pangan organik yang bernilai tambah tinggi berbasis petani di ketiga daerah tersebut dapat disusun atas penekanan tema yang beragam yang intinya terdiri atas segi produksi yang terkait pola tanam, *standard operational procedure* (SOP) dan mutu produk; segi pasar yang terkait dengan harga dan sistem distribusi; segi manajemen yang terkait dengan kelembagaan, penelitian dan pengembangan (litbang), dan peningkatan sumber daya manusia (SDM); dan segi pendanaan yang terkait dengan permodalan dan fasilitasi. Dalam hal ini perlu dilakukan kontrak pemasaran sayuran organik untuk menyediakan produk sesuai dengan permintaan, mutu dan kontinuitas produk, dan kestabilan harga selama periode tertentu untuk petani, bantuan modal, penyediaan benih unggul dan prosedur budi daya sayuran. Dinas Pertanian perlu memberi edukasi/penyuluhan secara intensif dan kontinu kepada poktan tentang budi daya sayuran organik, melalui penguatan kapasitas SDM (petani), introduksi, dan adopsi teknologi pertanian ramah lingkungan, serta penetapan standar mutu sayuran organik pada setiap komoditas yang dihasilkan oleh poktan (mengacu ke SNI 6729-2010).

Analisis lingkungan poktan Cibo Agro terbagi menjadi 2, yaitu analisis faktor internal dan eksternal yang menjadi input dalam analisis SWOT dan memengaruhi strategi pengembangan usaha sayuran organik. Analisis SWOT (David 2010) yang merupakan kristalisasi dari analisis matriks IFE, EFE, dan IE adalah bentuk identifikasi sistematis atas kondisi internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan, serta lingkungan eksternal yang menjadi peluang dan ancaman yang dihadapi poktan. Kondisi tersebut juga didukung oleh Rohana (2010) yang mengatakan bahwa Kabupaten Garut merupakan salah satu daerah pengembangan hortikultura intensif untuk komoditas seperti cabai, tomat dan Paprika. Perinciannya sebagai berikut:

- 1 Faktor faktor internal kekuatan terdiri atas keberagaman produk sayuran daun organik, memiliki kemasan dan label sendiri, lahan bersertifikasi, dan sudah memiliki *internal control system* (ICS), serta harga terjangkau. Faktor-faktor kelemahan terdiri atas kurangnya kegiatan promosi, komitmen anggota poktan masih rendah, pengetahuan SDM masih rendah, belum ada sistem kontrak dengan pemasok, keterbatasan modal dan teknologi produksi masih sederhana, belum ada arsip pembukuan keuangan yang baik.
- 2 Faktor-faktor eksternal peluang terdiri atas perubahan pola konsumsi dan gaya hidup masyarakat, program pelatihan dan pembinaan dari Dinas Pertanian, terbentuknya asosiasi pertanian organik, pasar sayuran organik dalam negeri masih terbuka lebar dan loyalitas pelanggan. Faktor-faktor ancaman antara lain serangan hama dan penyakit tanaman, tingkat persaingan

dengan usaha sejenis, iklim dan cuaca yang tidak menentu.

Poktan Cibo Agro memerlukan berbagai strategi dalam melakukan pengembangan usaha sayuran organik yang dapat memanfaatkan kekuatan dan peluang yang dimiliki serta dapat mengatasi kelemahan dan ancaman yang dihadapi. Dari hasil analisis QSPM sebagai kelanjutan dari analisis SWOT kualitatif maupun terkuantifikasi dengan pemberian skor dan bobot tertentu diperoleh 9 prioritas strategi, yaitu peningkatan efektivitas rantai pasok untuk pasar terstruktur melalui pengembangan produk yang bernilai tambah tinggi untuk menghadapi persaingan. Kesembilan strategi tersebut dibagi menjadi 3 tema:

1 Produksi, terdiri atas 4 strategi:

- a. Melakukan inovasi dalam pengembangan produk bernilai tambah tinggi guna menghadapi persaingan.
- b. Meningkatkan mutu produk dan penggunaan label kemasan, serta membuat program loyalitas pelanggan seperti layanan antar, keanggotaan, dan diskon khusus.
- c. Melakukan dan merencanakan pola tanam yang baik sesuai dengan SOP yang berlaku untuk menghadapi serangan hama dan iklim dan cuaca yang tidak menentu.
- d. Meningkatkan kompetensi ICS dengan memanfaatkan secara optimum berbagai pelatihan dan asosiasi pertanian organik yang ada.

2 Pemasaran, terdiri atas 2 strategi:

- a. Meningkatkan dan melakukan promosi secara kontinu (keberlanjutan) untuk mendapatkan pasar dan loyalitas pelanggan, serta menarik minat masyarakat akan produk organik.
- b. Membuat dan memperluas jaringan distribusi untuk memasuki pasar baru guna mendapatkan konsumen dengan memanfaatkan harga yang kompetitif.

3 Teknologi dan Informasi, terdiri atas 3 strategi:

- a. Membangun sistem distribusi produk secara bersama serta membangun jaringan kerja sama untuk menciptakan tata kelola usaha, pemodal, dan teknologi yang andal.
- b. Meningkatkan pengetahuan SDM dalam hal penggunaan teknologi guna menghadapi serangan hama dan iklim dan cuaca yang tidak menentu.
- c. Memanfaatkan program pelatihan dan pembinaan yang diselenggarakan Dinas Pertanian untuk melakukan pelatihan manajemen keuangan dan strategi negosiasi bisnis, serta pengadministrasiannya dan melakukan kerja sama secara intensif dalam peningkatan pengetahuan SDM petani, pinjaman modal, serta pemanfaatan teknologi produksi.

Berdasarkan alternatif strategi pengembangan yang telah dihasilkan dapat dibuat rekomendasi tentang prospek produksi sayuran organik bernilai tambah tinggi yang berbasis petani di Jawa Barat atas tema teknologi dan informasi, produksi, dan pasar, yang dinilai masih bermasalah bagi poktan adalah penguasaan pasar. Dengan memperhatikan hasil

tersebut, produk sayuran organik ke depan dalam arti khusus di Jawa Barat dan umum di Indonesia sudah menggunakan label dan kemasan tersendiri (tersertifikasi) untuk mendapatkan harga premium, adanya sistem kontrak dengan pemasok, terbentuknya asosiasi pertanian organik, serta penguasaan iklim dan cuaca yang tidak menentu. Situasi ini akan membutuhkan kerja sama inovatif petani dengan pemerintah daerah/pusat, universitas dan industri ritel seperti supermarket. Hal tersebut selaras dengan pendapat Tshuma *et al.* (2010), bahwa situasi itu juga terkait dengan penekanan pada nilai gizi dan tingkat keamanan pada komoditas pangan organik, sehingga telah memunculkan potensi permintaan komoditas ini diberbagai negara berkembang.

Perlu dikaji model kerja sama yang tepat antara pemerintah, pengusaha, dan petani organik serta pihak lain (perguruan tinggi dan lembaga swadaya masyarakat) dalam pengembangan sayuran organik yang berdaya saing dan pengembangan model *dissemination and market education* yang tepat kepada konsumen sehingga semakin banyak konsumen yang beralih dari produk sayuran pertanian konvensional ke produk sayuran pertanian organik, dengan mempertimbangkan tingkat pendidikan, pendapatan, dan wilayah. Kondisi ini serupa dengan yang disebutkan Tshuma *et al.* (2010), bahwa pertanian organik memiliki daya saing ekonomi terhadap pertanian konvensional, maka pasar dari produk ini harus dijamin melalui suatu permintaan efektif yang tidak didasarkan pada suatu guncangan spekulatif, tetapi lebih didasarkan pada pilihan konsumen dalam mengonsumsi produk pangan organik. Ketersediaan pasar yang efektif diharapkan dapat mengirim sinyal kepada petani skala kecil untuk merespons secara positif dalam berproduksi, mengingat sifatnya yang dualistik, yaitu menjadi produsen dan sekaligus konsumen (Tshuma *et al.* 2010).

Dalam menjalankan usaha sayuran organik, Poktan Cibo Agro terbagi menjadi 3 model rantai pasok untuk mengalirkan produk sayuran organik sampai ke tangan konsumen. Model pertama melibatkan petani sebagai produsen sayuran organik dan merupakan anggota utama yang paling berperan dalam rantai pasok. Model kedua melibatkan pemasok sayuran organik sebagai produsen dan merupakan anggota utama dalam rantai pasok, sedangkan model ketiga dilakukan jika produk tidak dapat dipasarkan melalui model pertama dan kedua.

Ritel yang menjual sayuran organik di wilayah Jakarta, Bogor, dan Bandung memiliki jumlah rata-rata 5–6 ritel; wilayah Jakarta memiliki lebih sedikit ritel sayuran organik bila dibandingkan dengan wilayah Bogor dan Bandung. Dari segi harga, harga sayuran organik di wilayah Jakarta jauh lebih mahal bila dibandingkan dengan wilayah lainnya. Harga dimulai dari Rp19.500,00–62.450,00/kg, sedangkan sayuran konvensional dimulai dari Rp9.000,00–25.000,00/kg (54–60%). Sistem pembayaran untuk semua ritel di ketiga wilayah studi dilakukan dengan sistem yang sama, yaitu sistem putus dan konsinyasi. Hal ini

selaras dengan pendapat MacRae (2011) yang mengatakan bahwa penjualan produk organik di pasar lokal biasanya mungkin dilakukan, namun penjualan tersebut tidak mungkin memberikan harga yang lebih tinggi, terutama dalam jangka pendek. Dengan kata lain, memuaskan permintaan pasar dari segi kuantitas, mutu, dan konsistensi pasokan merupakan salah satu tantangan utama yang dihadapi petani organik (Stone *et al.* 2008).

Untuk mendapatkan jawaban atas berbagai permasalahan dan hambatan yang dihadapi oleh petani sayuran organik di Jawa Barat, khususnya di Kabupaten Garut, diperlukan kegiatan FGD lanjutan yang dapat menghimpun berbagai informasi dari pemangku kepentingan untuk dapat menyelesaikan permasalahan yang dihadapi.

Konsultasi publik ataupun FGD diperlukan untuk menjangkau masukan atau saran dari berbagai pemangku kepentingan yang terlibat, yang dapat dikategorikan sebagai data primer, yang digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan berbagai indikator dalam menyusun strategi produksi sayuran organik yang bernilai tambah tinggi berbasis petani.

Dari hasil FGD sementara yang telah dilakukan, terdapat 3 jenis pertanian yang berkembang saat ini di Provinsi Jawa Barat, khususnya Garut, yaitu

- 1 Pertanian konvensional, khususnya Garut, memiliki tingkat produksi dengan kontinuitas masih kurang untuk mencukupi permintaan luar negeri. Tatanan sosial di Garut sebagian besar adalah tuan tanah dengan lahan yang luas, yang hanya memikirkan keuntungan besar tanpa memikirkan lingkungan.
- 2 Pertanian semiorganik merupakan sistem pertanian yang diterapkan oleh para petani maupun poktan. Pertanian semiorganik merupakan langkah awal dan secara berangsur menuju pertanian organik. Permintaan pasar luar negeri seperti Singapura, Hongkong, dan Dubai sebenarnya lebih menghendaki sayuran organik.
- 3 Pertanian organik, pertanian yang ada saat ini adalah dalam bentuk daun sayuran dan buah. Hasil pertanian daun sayuran sudah berlangsung dengan baik, sementara itu bentuk buah sayuran belum terlalu banyak diproduksi, karena waktu tanam yang lebih lama (lebih dari 30 hari).

Hasil FGD, baik yang telah dilakukan di tingkat lokal maupun nasional, menunjukkan beberapa masalah yang masih harus diselesaikan, yaitu

- 1 Logo organik Indonesia masih belum dipahami konsumen, pengecer, dan petani sayuran organik. Oleh karena itu, pemerintah perlu melakukan promosi yang nyata melalui berbagai media secara masif.
- 2 Sertifikasi sayuran organik, meski sudah ada subsidi dari pemerintah, masih dianggap mahal oleh petani. Oleh karena itu, subsidi perlu tetap dilanjutkan di samping perlu secara persuasif mendidik dan mengajak petani sayuran organik untuk bisa secara bersama membiayai proses sertifikasi, misalnya dengan menabung secara

kolektif atau membuat iuran bulanan setiap petani. Dalam hal ini, perlu dipelajari hal yang telah dilakukan oleh USDA tentang pentingnya kemungkinan penggabungan standar sosial ke dalam kriteria sertifikasi organik sebagai kondisi spesifik lokasi dengan mengintegrasikan praktek budaya, biologi dan mekanik sebagai prinsip pertanian berkelanjutan dalam perspektif petani organik (Shreck *et al.* 2006).

- 3 Fasilitasi sarana dan prasarana produksi pertanian organik seperti pupuk, bibit, dan pestisida organik masih sulit diperoleh petani di pasar. Maka dari itu, bantuan pemerintah masih diperlukan. Hal ini selaras dengan yang dikemukakan oleh MacRae (2011), bahwa dalam banyak kasus, petani skala kecil umumnya sering tidak bertanggungjawab untuk seluruh kegiatan produksi yang melibatkan pengelolaan tanah, benih, pupuk, dan pestisida.
- 4 Akses pasar bagi petani sayuran organik masih belum terbuka sepenuhnya; maka diperlukan kerja sama kemitraan yang saling menguntungkan antara pengusaha dan petani sayuran organik yang difasilitasi oleh pihak lain (Kementerian Pertanian, perguruan tinggi, dan lembaga swadaya masyarakat). Hal ini sesuai dengan temuan MacRae (2011), bahwa kemajuan di sisi pemasaran dinilai lebih lambat dan lebih sulit daripada produksi produk organik.
- 5 Program pertanian organik belum dipahami benar oleh petani sayuran organik dan juga oleh petugas penyuluh, serta pembeli. Maka dari itu sosialisasi dan edukasi secara masif perlu dilakukan melalui berbagai media yang tersedia di daerah masing-masing. Hal tersebut sesuai dengan temuan Tshuma *et al.* (2010) yang mengatakan bahwa rataan pertumbuhan pasif di sektor organik terkait dengan kurangnya dukungan kelembagaan dari tingkat nasional, tingginya risiko dan besarnya biaya produksi.

## KESIMPULAN

Produksi produk sayuran organik yang bernilai tambah tinggi berbasis petani memperlihatkan bahwa kekuatan yang mendukung kegiatan produksi petani adalah (1) adanya penjadwalan musim tanam dan panen, (2) keberagaman produk sayuran yang diproduksi, (3) produk diminati konsumen (aman dikonsumsi dan ramah lingkungan), dan (4) lokasi geografis yang menunjang. Kelemahannya adalah (1) kemampuan manajerial petani masih rendah dan (2) keterbatasan modal. Peluangnya ialah (1) adanya dukungan dan pembinaan dari Dinas Pertanian setempat, (2) adanya kebijakan pemerintah yang mengenai program Go Organik 2010, dan (3) loyalitas konsumen organik yang tinggi. Ancaman yang teridentifikasi adalah (1) perubahan iklim dan cuaca dan (2) serangan hama dan penyakit tanaman.

Penyusunan strategi produksi sayuran organik yang bernilai tambah tinggi berbasis petani adalah

melalui (1) perencanaan pola tanam yang lebih baik, (2) memperluas akses pasar produk sayuran organik, (3) meningkatkan mutu produk, dan (4) meningkatkan kemampuan dan keterampilan SDM.

Dari hasil FGD tingkat lokal terdapat 3 jenis pertanian yang berkembang saat ini di Provinsi Jawa Barat, khususnya Garut, yaitu pertanian konvensional, pertanian semiorganik, dan pertanian organik. Dari FGD tingkat nasional teridentifikasi masalah umum tentang pertanian organik di Indonesia. Dari hasil FGD tingkat nasional yang melibatkan Kementerian Pertanian, Institut Pertanian Bogor, Pemerintah Kabupaten Garut, pengusaha, pemasok, Aliansi Organik Indonesia (LSM), ICS, gapoktan, dan petani, serta Tim Peneliti teridentifikasi 5 hal yang perlu diselesaikan, yaitu pemahaman tentang logo dan konsep organik itu sendiri, proses dan biaya sertifikasi, efektivitas sosialisasi dan edukasi pertanian organik, ketersediaan sarana dan prasarana produksi pertanian (saprota seperti pupuk, bibit, dan pestisida), pemasaran hasil produksi pangan organik, dan segi lingkungan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ingin mengucapkan terima kasih kepada Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia dan Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Institut Pertanian Bogor atas terlaksananya tulisan ini yang bersumber dari hasil penelitian Strategis Nasional: Strategi Pengembangan Pangan Organik Bernilai Tambah Tinggi yang Berbasis Petani.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah I. 2010. Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Sayuran Organik di Giant Yasmin Bogor. [Skripsi]. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor.
- Biocert. 2010. Pangan Olahan Organik. [Internet]. [diunduh 2013 Feb 24]. Tersedia pada: <http://www.biocert.or.id/infoguideinfo.php?id=194>
- [BSN] Badan Standarisasi Nasional. 2010. Standar Nasional Indonesia: Sistem Pangan Organik. Kementerian Pertanian RI.
- David FR. 2010. *Manajemen Strategis Konsep*. Salemba Empat (Terjemahan Ed ke-12). Jakarta (ID).
- [KEMENTAN] Kementerian Pertanian. 2011. Direktorat Budi Daya Tanaman Sayuran dan Biofarmaka. Direktorat Jenderal Hortikultura 2010. Jakarta (ID): Kementerian Pertanian Republik Indonesia.
- Goldberger JR. 2008. Non-governmental organizations, strategic bridge building, and the “scientization” of organic agriculture in Kenya. *Agriculture and Human Values*. 25: 275.
- Khomsan A. 2003. *Pangan dan Gizi untuk Kesehatan*. Jakarta (ID): PT Raja Grafindo Persada.
- MacRae G. 2011. Rice farming in Bali: organic production and marketing challenges. *Critical Asian Studies*. 43(1): 75 & 89.
- Rohana H. 2010. Peningkatan Produksi Sayuran Melalui KHPI. Dinas Tanaman Pangan, Hortikultura dan Perkebunan Kabupaten Garut. [Internet]. [diunduh 2012 Jun 1]. Terdapat pada: <http://hortikultura-garut.blogspot.com/2010/04/buletin4.html>.
- Shreck A, Getz C, Feenstra G. 2006. Social sustainability, farm labor, and organic agriculture: Findings from an exploratory analysis. *Agriculture & Human Values*. 23: 439–440.
- Stone PB, Lieblein G, Francis C. 2008. Potential for organic agriculture to sustain livelihoods in Tanzania. *International Journal of Agricultural Sustainability*. 6(1): 22–23.
- Tshuma P, Makhathini S, Siketile PN, Mushunje A, Taruvinga A. 2010. *Electronic Journal of Environmental, Agricultural and Food Chemistry*. 9(3): 458–460.