

MANAJEMEN AGRIBISNIS



**Mochamad Ramdan
Nendah Siti Permana
Dety Sukmawati
Nadia Nur Rohmat
Shindy Ramandha Ariyanti
Wulandari**

MANAJEMEN AGRIBISNIS

MANAJEMEN AGRIBISNIS

Mochamad Ramdan
Nendah Siti Permana
Dety Sukmawati
Nadia Nur Rohmat
Shindy Ramandha Ariyanti
Wulandari



MANAJEMEN AGRIBISNIS

Penulis:

Mochamad Ramdan
Nendah Siti Permana
Dety Sukmawati
Nadia Nur Rohmat
Shindy Ramandha Ariyanti
Wulandari

Editor:

Erik Santoso

Layouter :

Tim Kreatif PRCI

Cover:

Rusli

Cetakan Pertama : Maret 2025

Hak Cipta 2025, pada Penulis. Diterbitkan pertama kali oleh:

Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia
ANGGOTA IKAPI JAWA BARAT

Pondok Karisma Residence Jalan Raflesia VI D.151
Panglayungan, Cipedes Tasikmalaya – 085223186009

Website : www.rcipress.rcipublisher.org
E-mail : rumahcemerlangindonesia@gmail.com

Copyright © 2024 by Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia
All Right Reserved

- Cet. I – : Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia, 2025
; 14,8 x 21 cm
ISBN

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak buku ini dalam bentuk dan dengan
cara apapun tanpa izin tertulis dari penulis dan penerbit

Undang-undang No.19 Tahun 2002 Tentang
Hak Cipta Pasal 72

Undang-undang No.19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta
Pasal 72

Barang siapa dengan sengaja melanggar dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam pasal ayat (1) atau pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling sedikit 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp.1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).

Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran hak cipta terkait sebagai dimaksud pada ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga buku Manajemen Agribisnis ini dapat terselesaikan dengan baik. Penyusunan buku ini tidak lepas dari semangat dan niat kami untuk memberikan wawasan yang lebih luas mengenai manajemen agribisnis, terutama dalam menghadapi tantangan dan peluang di era modern.

Agribisnis merupakan sektor yang sangat berpengaruh terhadap perekonomian, baik di tingkat lokal maupun global. Dengan berbagai perubahan yang terus terjadi, termasuk kemajuan teknologi, perubahan iklim, dan tuntutan keberlanjutan, penting bagi kita untuk memahami bagaimana manajemen agribisnis dapat diterapkan secara lebih efektif. Semoga buku ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dalam memahami dan mengelola usaha agribisnis secara lebih baik.

Buku ini disusun dengan tujuan utama untuk memberikan pemahaman yang lebih sederhana dan aplikatif tentang manajemen agribisnis. Melalui buku ini, pembaca dapat mempelajari bagaimana strategi perencanaan, pengorganisasian, produksi, hingga pemasaran dalam dunia agribisnis dapat diterapkan secara optimal.

Kami berharap buku ini dapat menjadi referensi yang bermanfaat bagi mahasiswa, akademisi, dan pelaku usaha yang ingin memperdalam pengetahuannya tentang agribisnis. Selain itu, buku ini juga diharapkan mampu menjadi panduan bagi mereka yang baru ingin memulai

usaha di bidang agribisnis agar dapat menjalankan bisnisnya dengan lebih terarah dan berkelanjutan.

Bab 1 membahas dasar-dasar agribisnis, termasuk definisi, ruang lingkup, serta tantangan dan tren yang sedang berkembang saat ini. Bab ini bertujuan untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang agribisnis dan bagaimana sektor ini berperan dalam perekonomian.

Bab 2 mengulas perencanaan dan pengorganisasian dalam agribisnis, mencakup strategi perencanaan usaha, pengelolaan sumber daya manusia, serta contoh studi kasus agribisnis yang sukses. Dengan memahami aspek perencanaan yang baik, diharapkan pelaku agribisnis dapat menjalankan usahanya dengan lebih terstruktur dan efisien.

Bab 3 berfokus pada produksi dan pemasaran dalam agribisnis. Bab ini membahas bagaimana meningkatkan produktivitas, menerapkan strategi pemasaran yang tepat, serta menganalisis peluang pasar agar usaha agribisnis dapat berkembang secara optimal.

Kami berharap buku ini dapat menjadi sumber informasi yang berguna bagi para pembaca, baik yang sedang menempuh pendidikan di bidang agribisnis maupun para praktisi yang ingin memperdalam pemahaman tentang manajemen dalam sektor ini. Semoga buku ini dapat memberikan wawasan baru serta menjadi inspirasi semua pembaca

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	I
DAFTAR ISI	III
BAB 1: PENGANTAR	1
A. Manajemen Agribisnis	1
B. Tujuan Pembahasan dalam Buku	2
C. Ruang Lingkup	2
BAB 2: AGRIBISNIS	4
A. Definisi dan Ruang Lingkup Agribisnis	4
B. Pentingnya Manajemen dalam Agribisnis	12
C. Tren dan Tantangan Masa Kini	17
BAB 3: PERENCANAAN DAN ORGANISASI DALAM AGRIBISNIS	21
A. Perencanaan Strategi Agribisnis	23
B. Pengorganisasian dalam Agribisnis	27
C. Penerapan Manajemen dalam Usaha Agribisnis Tanaman Padi	31
BAB 4: PRODUKSI DAN PEMASARAN AGRIBISNIS	37
A. Manajemen Produksi Agribisnis	37
B. Strategi Pemasaran dalam Agribisnis	48
C. Analisis Peluang Pasar dalam Agribisnis	67
DAFTAR PUSTAKA	92

BAB 1: PENGANTAR

A. Manajemen Agribisnis

Agribisnis merupakan sektor yang memiliki peran strategis dalam perekonomian, baik di tingkat nasional maupun global. Sebagai suatu sistem yang mencakup berbagai aktivitas dari produksi hingga pemasaran produk pertanian, agribisnis memerlukan pengelolaan yang efektif agar dapat berjalan secara berkelanjutan dan menghasilkan keuntungan.

Dalam praktiknya, banyak usaha agribisnis menghadapi tantangan seperti fluktuasi harga, perubahan iklim, keterbatasan teknologi, serta manajemen sumber daya manusia yang kurang optimal. Oleh karena itu, penerapan manajemen yang baik dalam agribisnis menjadi kunci utama dalam meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan daya saing. Dengan pendekatan manajerial yang tepat, pelaku agribisnis dapat mengoptimalkan sumber daya, mengurangi risiko, dan meningkatkan keberlanjutan usaha mereka.

Seiring dengan perkembangan teknologi dan digitalisasi, sektor agribisnis juga mengalami transformasi dalam cara pengelolaan dan operasionalnya. Pemanfaatan teknologi modern, seperti digital marketing dan pertanian berbasis data, semakin diperlukan untuk meningkatkan efisiensi produksi

dan memperluas akses pasar. Oleh karena itu, pemahaman yang komprehensif mengenai manajemen agribisnis sangat penting bagi para pelaku usaha, akademisi, serta pemangku kepentingan lainnya dalam menghadapi tantangan dan peluang di sektor ini.

B. Tujuan Pembahasan dalam Buku

Buku ini disusun dengan tujuan utama untuk memberikan pemahaman mendalam mengenai konsep, prinsip, dan praktik manajemen dalam agribisnis. Beberapa tujuan spesifik dari buku ini antara lain:

1. Menjelaskan konsep dasar agribisnis serta ruang lingkupnya dari hulu ke hilir.
2. Menguraikan pentingnya manajemen dalam agribisnis dan tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha di sektor ini.
3. Menganalisis tren dan isu terkini yang mempengaruhi agribisnis, seperti digitalisasi, keberlanjutan, dan perubahan iklim.
4. Memberikan wawasan mengenai perencanaan dan pengorganisasian dalam agribisnis untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi usaha.
5. Membahas strategi produksi dan pemasaran yang dapat diterapkan guna meningkatkan daya saing produk agribisnis di pasar lokal maupun global.
6. Menyediakan contoh studi kasus tentang penerapan manajemen yang berhasil dalam usaha agribisnis.

Dengan adanya pembahasan ini, diharapkan buku ini dapat menjadi referensi yang bermanfaat bagi mahasiswa, pelaku usaha, serta pihak lain yang tertarik dalam bidang agribisnis.

C. Ruang Lingkup

Buku ini membahas berbagai aspek manajemen agribisnis yang terbagi dalam beberapa bab utama:

Bab 1 berisi Pendahuluan yang mencakup Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Kajian, Manfaat Kajian,

serta Ruang Lingkup yang membatasi cakupan kajian agar lebih fokus..

Bab 2: Mengulas definisi, ruang lingkup, serta pentingnya manajemen dalam agribisnis, termasuk tantangan yang dihadapi serta kontribusi agribisnis terhadap perekonomian.

Bab 3: Membahas perencanaan strategis dan pengorganisasian dalam agribisnis, termasuk analisis SWOT, perencanaan keuangan, serta pengelolaan sumber daya manusia.

Bab 4: Menyajikan strategi produksi dan pemasaran dalam agribisnis, termasuk manajemen produksi, pemasaran digital, serta analisis peluang pasar.

BAB 2: AGRIBISNIS

A. Definisi dan Ruang Lingkup Agribisnis

Menurut data Organisasi Pangan dan Pertanian Dunia (FAO), lebih dari 60% penduduk di negara berkembang bergantung pada sektor agribisnis sebagai sumber penghidupan utama mereka. Di Indonesia sendiri, sektor ini berkontribusi sekitar 13% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) pada tahun 2022, menjadikannya salah satu pilar utama ekonomi nasional. Hal ini menegaskan pentingnya agribisnis dalam mendukung ketahanan pangan dan ekonomi global.

1. Pengertian Agribisnis Secara Umum

Agribisnis dapat didefinisikan sebagai semua kegiatan yang berkaitan dengan produksi, pengolahan, distribusi, dan pemasaran produk pertanian, baik berupa bahan mentah maupun olahan. Konsep agribisnis mencakup seluruh rantai nilai (*value chain*) dari hulu ke hilir, mulai dari penyediaan input pertanian seperti benih dan pupuk, hingga pemasaran produk akhir kepada konsumen. Menurut beberapa ahli, agribisnis memiliki definisi sebagai berikut:

Davis dan Goldberg (1957) mendefinisikan agribisnis sebagai totalitas semua kegiatan yang terlibat dalam produksi

dan distribusi komoditas pertanian, baik dalam bentuk barang maupun jasa. Definisi ini menekankan bahwa agribisnis tidak hanya berfokus pada sektor produksi, tetapi juga mencakup aspek-aspek lainnya seperti logistik, pengolahan, dan pemasaran.

Downey dan Erickson (1987) menyatakan bahwa agribisnis merupakan suatu sistem yang melibatkan berbagai aktivitas ekonomi yang berhubungan dengan produksi, pengolahan, dan distribusi produk pertanian dalam berbagai bentuk.

Beierlein, Schneeberger, dan Osburn (2008) mendefinisikan agribisnis sebagai semua aktivitas ekonomi yang berhubungan dengan penyediaan input pertanian, produksi primer, pengolahan hasil, serta pemasaran produk kepada konsumen akhir.

Saragih (2010) menjelaskan bahwa agribisnis adalah suatu konsep yang mencakup semua aspek produksi, mulai dari usaha tani (on-farm) hingga industri pengolahan (off-farm) serta sistem distribusi dan pemasaran yang mendukungnya.

Dillon dan Hardaker (1993) mendefinisikan agribisnis sebagai suatu usaha yang mencakup seluruh proses produksi, pengolahan, dan pemasaran produk pertanian dalam suatu sistem yang saling berhubungan.

Di Indonesia, agribisnis sering kali diidentikkan dengan sektor pertanian tradisional. Namun, dengan perkembangan teknologi dan globalisasi, agribisnis telah berkembang menjadi sektor yang lebih kompleks, melibatkan berbagai aktor seperti pemerintah, swasta, dan masyarakat.

2. Ruang Lingkup Agribisnis dari Hulu ke Hilir

Agribisnis merupakan suatu sistem yang mencakup berbagai aspek mulai dari produksi hingga pemasaran hasil pertanian. Menurut Davis dan Goldberg (1957), agribisnis mencakup seluruh rangkaian aktivitas ekonomi yang terkait dengan produksi, pengolahan, dan distribusi produk pertanian. Dalam konteks modern, agribisnis tidak hanya

melibatkan sektor pertanian secara langsung tetapi juga teknologi, manajemen, serta kebijakan yang mempengaruhi sistem pertanian secara keseluruhan.

Menurut Ramdan et al. (2022), studi mengenai saluran pemasaran gula aren di Kabupaten Brebes menunjukkan bahwa keberhasilan agribisnis tidak hanya bergantung pada produksi, tetapi juga pada efektivitas distribusi produk ke pasar. Sistem pemasaran yang lebih efisien memungkinkan petani mendapatkan harga jual yang lebih kompetitif serta mengurangi ketergantungan terhadap tengkulak (Ramdan *et al.*, 2022).

Hal serupa juga ditemukan dalam kajian tentang saluran pemasaran kelapa yang dilakukan oleh Ramdan *et al.* (2021), di mana strategi distribusi yang tepat dapat meningkatkan akses petani terhadap pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, pemahaman mendalam tentang struktur rantai pasok menjadi hal yang krusial dalam manajemen agribisnis dari hulu ke hilir.

Ruang lingkup agribisnis dapat dibagi menjadi empat komponen utama yang saling terkait, yaitu:

a. Sektor Hulu (*Upstream*)

Sektor hulu dalam agribisnis mencakup penyediaan sarana produksi yang diperlukan dalam kegiatan pertanian. Sarana produksi ini meliputi benih unggul, pupuk, pestisida, alat dan mesin pertanian (alsintan), serta teknologi modern untuk meningkatkan efisiensi produksi. Keberhasilan sektor hulu sangat menentukan produktivitas di sektor produksi.

Menurut Ruttan (1996), inovasi dalam penyediaan sarana produksi pertanian, seperti penggunaan pupuk organik dan pestisida hayati, dapat meningkatkan produktivitas sekaligus menjaga kelestarian lingkungan. Salah satu fenomena yang terjadi di lapangan adalah

meningkatnya peran perusahaan agritech dalam menyediakan solusi berbasis teknologi, seperti drone

untuk penyemprotan pupuk atau aplikasi berbasis *IoT (Internet of Things)* untuk monitoring lahan pertanian.

Contoh di lapangan: Seorang petani di daerah Subang, Pak Rahmat, mengeluhkan tingginya biaya pupuk yang semakin hari semakin mahal. Namun, setelah mengikuti program dari PT Pupuk Indonesia yang menyediakan pupuk bersubsidi, ia mampu meningkatkan hasil panennya tanpa harus mengeluarkan biaya yang berlebihan. Selain itu, dengan bantuan aplikasi *agritech*, ia dapat memantau kesehatan tanamannya melalui sensor kelembaban tanah yang dipasang di lahannya. Kini, ia tidak lagi sembarangan dalam memberikan pupuk, melainkan berdasarkan data yang dianalisis oleh teknologi tersebut, sehingga efisiensi meningkat dan hasil panennya lebih optimal.

b. Sektor Produksi

Sektor produksi merupakan inti dari agribisnis, di mana aktivitas utama berupa budidaya tanaman, peternakan, dan perikanan dilakukan untuk menghasilkan komoditas primer. Proses ini melibatkan berbagai faktor seperti pemilihan varietas unggul, penerapan teknologi pertanian, serta praktik pertanian berkelanjutan. Menurut Swastika dan Sudaryanto (2008), penerapan *Good Agricultural Practices (GAP)* dapat meningkatkan

kualitas dan daya saing hasil pertanian di pasar global. Salah satu tantangan yang dihadapi sektor ini adalah perubahan iklim yang dapat mempengaruhi hasil panen, sehingga diperlukan inovasi dalam sistem irigasi dan pemupukan.

Contoh di lapangan: Di sebuah desa di Yogyakarta, Pak Budi telah bertahun-tahun bertani padi dengan metode

konvensional. Namun, setelah melihat tetangganya yang menerapkan sistem tanam jarak legowo mendapatkan hasil lebih banyak, ia pun mulai mencoba metode tersebut. Dengan jarak tanam yang lebih teratur, tanaman padinya mendapat sinar matahari lebih merata dan lebih mudah dipantau kesehatannya. Dalam satu musim panen, ia mampu meningkatkan hasil gabahnya hingga 20% lebih banyak dibandingkan sebelumnya. Kini, banyak petani di desanya yang mulai mengadopsi metode ini karena terbukti lebih efisien dan menguntungkan.

c. Sektor Hilir (*Downstream*)

Sektor hilir dalam agribisnis mencakup pengolahan hasil pertanian menjadi produk bernilai tambah yang siap dikonsumsi atau digunakan oleh masyarakat. Pengolahan ini dapat berupa industri pangan, bioenergi, hingga farmasi yang berbasis bahan baku pertanian.

Menurut Porter (1985), pengolahan hasil pertanian menciptakan nilai tambah yang signifikan serta memperluas peluang pasar bagi produk agribisnis. Salah satu tren yang berkembang di sektor hilir adalah peningkatan permintaan terhadap produk organik dan sehat, yang mendorong industri untuk menciptakan produk berbasis pertanian yang lebih alami dan ramah lingkungan.

Contoh di lapangan: Di daerah Gayo, Aceh, seorang pengusaha kopi bernama Pak Herman telah lama berkecimpung dalam industri kopi. Dahulu, ia hanya menjual biji kopi mentah kepada tengkulak dengan harga rendah. Namun, setelah mendapatkan pelatihan pengolahan kopi, ia mulai memproduksi kopi bubuk dengan berbagai varian rasa. Ia bahkan mengembangkan merek sendiri dan menjual produknya melalui media sosial serta *marketplace*. Kini, kopi produksinya telah merambah pasar internasional dan

memberikan keuntungan yang jauh lebih besar dibandingkan hanya menjual biji kopi mentah.

3. Sektor Pemasaran dan Distribusi

Sektor ini mencakup aktivitas pemasaran, distribusi, dan perdagangan hasil pertanian hingga mencapai konsumen akhir. Pemasaran agribisnis saat ini mengalami perubahan signifikan dengan adanya digitalisasi dan

platform *e-commerce* yang menghubungkan petani langsung dengan konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2016), pemasaran yang efektif dalam agribisnis harus memperhatikan segmentasi pasar, strategi harga, serta promosi yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Salah satu tantangan dalam pemasaran hasil pertanian adalah fluktuasi harga yang dipengaruhi oleh musim, permintaan, dan kebijakan perdagangan internasional.

Contoh di lapangan: Di Banyuwangi, sekelompok petani buah naga yang tergabung dalam koperasi "Makmur Jaya" awalnya kesulitan menjual hasil panennya dengan harga yang stabil. Sebagian besar hasil panen mereka hanya dijual kepada tengkulak dengan harga yang seringkali anjlok saat musim panen raya. Namun, setelah bekerja sama dengan platform *e-commerce* pertanian seperti TaniHub, mereka dapat menjual produknya langsung ke konsumen tanpa melalui perantara. Kini, dengan sistem pre-order dan pengemasan yang lebih baik, mereka mendapatkan harga yang lebih adil dan pendapatan mereka meningkat secara signifikan.

4. Perbedaan Agribisnis Tradisional dan Modern

Agribisnis tradisional sering kali masih bergantung pada praktik konvensional dengan tingkat adopsi teknologi yang rendah, sedangkan agribisnis modern memanfaatkan inovasi seperti digitalisasi pemasaran, mekanisasi pertanian, serta pengolahan produk berbasis agroindustri.

Dalam kajian Ramdan *et al.* (2020) tentang agroindustri tempe, ditemukan bahwa perbedaan utama antara pelaku usaha tradisional dan modern terletak pada strategi produksi dan pemasaran. Pengrajin tempe yang masih menggunakan metode tradisional menghadapi tantangan dalam skala produksi yang kecil dan keterbatasan akses pasar. Sebaliknya, pelaku usaha yang telah menerapkan inovasi dalam proses produksi dan pemasaran mampu meningkatkan skala ekonomi serta memperluas jaringan distribusi (Ramdan *et al.*, 2020).

Dalam perkembangannya, agribisnis dapat dikategorikan menjadi dua jenis berdasarkan pendekatan dan teknologi yang digunakan:

a. Agribisnis Tradisional

Agribisnis tradisional merupakan bentuk agribisnis yang telah lama diterapkan oleh masyarakat, terutama di daerah pedesaan. Sistem ini masih mengandalkan tenaga kerja manusia dengan bantuan alat-alat sederhana seperti cangkul dan sabit dalam proses budidayanya. Kegiatan pertanian dalam agribisnis tradisional umumnya berorientasi pada pemenuhan kebutuhan lokal atau bersifat subsisten, sehingga skala produksinya cenderung kecil dan hanya untuk konsumsi sendiri atau dijual dalam jumlah terbatas di pasar lokal. Selain itu, penggunaan teknologi masih sangat minim, sehingga produktivitasnya bergantung pada kondisi alam.

Kelebihan:

- a. Agribisnis tradisional lebih ramah lingkungan karena penggunaan bahan kimia seperti pupuk dan pestisida sintetis masih terbatas.
- b. Mampu mempertahankan nilai-nilai kearifan lokal yang diwariskan secara turun-temurun, seperti teknik bertani yang disesuaikan dengan kondisi lingkungan setempat.

Kekurangan:

- a. Produktivitas rendah karena keterbatasan teknologi dan modal.
- b. Rentan terhadap perubahan iklim dan serangan hama, karena tidak adanya sistem perlindungan tanaman yang canggih.

c. Agribisnis Modern

Agribisnis modern merupakan sistem pertanian yang telah mengalami transformasi dengan penerapan teknologi canggih dan strategi manajemen yang lebih baik. Sistem ini menggunakan berbagai inovasi seperti drone untuk pemantauan lahan, sensor *IoT (Internet of Things)* untuk pengelolaan irigasi, serta alat mesin pertanian otomatis untuk meningkatkan efisiensi. Selain itu, agribisnis modern berorientasi pada skala besar dengan target pasar yang lebih luas, baik nasional maupun internasional. Penggunaan data dan analisis juga menjadi bagian penting dalam agribisnis modern untuk meningkatkan efisiensi produksi.

Kelebihan:

Produktivitas tinggi dengan hasil panen yang lebih konsisten dan berkualitas.

Mampu meningkatkan daya saing produk pertanian di pasar global.

Kekurangan:

Memerlukan investasi besar untuk membeli alat-alat modern dan menerapkan teknologi tinggi.

Jika tidak dikelola dengan baik, agribisnis modern dapat menimbulkan dampak lingkungan yang lebih

besar, seperti polusi tanah akibat penggunaan pupuk kimia secara berlebihan.

Ruang lingkup agribisnis dari hulu ke hilir mencakup berbagai aspek yang saling terkait dan menentukan keberlanjutan sektor pertanian. Keberhasilan setiap sektor dipengaruhi oleh faktor teknologi, kebijakan, serta dinamika pasar. Dengan adanya inovasi dalam agribisnis, seperti digitalisasi pemasaran dan penggunaan teknologi pertanian cerdas, sektor ini diharapkan mampu berkontribusi lebih besar dalam ketahanan pangan dan perekonomian nasional.

Peralihan dari agribisnis tradisional ke modern menjadi tantangan sekaligus peluang bagi banyak negara, termasuk Indonesia. Dengan memanfaatkan potensi sumber daya alam yang melimpah, modernisasi agribisnis dapat meningkatkan kesejahteraan petani dan daya saing produk di pasar global.

B. Pentingnya Manajemen dalam Agribisnis

Manajemen merupakan kunci keberhasilan dalam agribisnis. Tanpa pengelolaan yang baik, peluang dan potensi besar dalam agribisnis bisa terlewatkan, bahkan berujung pada kerugian. Menurut Griffin (2006), manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian sumber daya untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Dalam konteks agribisnis, manajemen sangat penting karena industri ini memiliki tantangan unik, seperti ketergantungan

pada kondisi alam, fluktuasi harga pasar, dan kebutuhan teknologi untuk meningkatkan produktivitas.

Manajemen dalam agribisnis mencakup berbagai aspek, mulai dari perencanaan produksi, pengelolaan keuangan, pemasaran, hingga pengelolaan sumber daya manusia. Contohnya, dalam sektor perkebunan kelapa sawit, manajemen yang baik diperlukan untuk mengoptimalkan siklus tanam, pemupukan, dan panen agar hasil yang diperoleh maksimal serta sesuai dengan standar mutu yang diinginkan oleh pasar internasional. Tanpa manajemen yang baik, produksi dapat mengalami penurunan akibat faktor seperti kurangnya pemupukan yang tepat waktu, serangan hama yang tidak terkendali, atau strategi pemasaran yang tidak efektif.

1. Manajemen sebagai Kunci Keberhasilan Agribisnis

Manajemen yang baik dalam agribisnis mencakup perencanaan produksi, pengelolaan sumber daya, strategi pemasaran, serta optimalisasi keuntungan. Tanpa manajemen yang tepat, agribisnis dapat mengalami kesulitan dalam menghadapi dinamika pasar dan perubahan eksternal lainnya.

Studi yang dilakukan oleh Ramdan et al. (2021) mengenai pengembangan wana wisata Kampoeng Ciherang menunjukkan bahwa strategi pengelolaan yang tepat dapat berkontribusi pada peningkatan pendapatan masyarakat sekitar. Pendekatan berbasis *community-based agribusiness* memungkinkan pengembangan usaha yang lebih berkelanjutan, dengan melibatkan masyarakat lokal dalam rantai nilai agribisnis (Ramdan *et al.*, 2021).

Manajemen memungkinkan pengambilan keputusan yang tepat berdasarkan data dan analisis. Dalam agribisnis modern, banyak perusahaan dan petani telah menerapkan

pendekatan berbasis teknologi dan data dalam pengelolaan usaha tani mereka. Menurut Davis dan Goldberg (1957), keberhasilan agribisnis sangat dipengaruhi oleh penerapan manajemen yang berorientasi pada efisiensi dan efektivitas. Dalam praktiknya, ini berarti penggunaan sistem informasi pertanian, pemantauan cuaca berbasis satelit, dan strategi diversifikasi produk untuk mengurangi risiko gagal panen.

Sebagai contoh konkret, perusahaan pengolahan susu segar dapat meningkatkan profitabilitas dengan menerapkan sistem manajemen rantai pasok (*supply chain management*) yang efisien, sehingga distribusi produk lebih cepat dan kualitas tetap terjaga. Peternakan sapi perah yang menerapkan sistem manajemen produksi berbasis data dapat menentukan pola pemberian pakan dan waktu pemerahan yang optimal, sehingga produksi susu meningkat tanpa harus menambah jumlah ternak.

Di tingkat petani kecil, penerapan manajemen yang baik dapat dilihat dari bagaimana mereka mengelola biaya produksi dan strategi pemasaran. Misalnya, seorang petani padi di Kabupaten Pandeglang yang memanfaatkan teknologi drone untuk pemetaan lahan dan pemupukan presisi dapat meningkatkan efisiensi penggunaan pupuk serta mengurangi biaya tenaga kerja. Hal ini membuktikan bahwa manajemen tidak hanya berlaku bagi perusahaan besar tetapi juga bagi usaha tani skala kecil dan menengah.

Di sisi lain, kurangnya manajemen yang baik sering kali menjadi penyebab utama kegagalan usaha agribisnis. Misalnya, banyak petani hortikultura mengalami kerugian karena gagal memprediksi permintaan pasar, sehingga produksi yang melimpah justru menyebabkan harga turun drastis. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya peran

manajemen dalam mengatur strategi produksi dan pemasaran yang berbasis data serta analisis pasar.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa manajemen agribisnis yang baik akan berdampak langsung pada efisiensi produksi, stabilitas finansial, dan daya saing di pasar. Tanpa perencanaan yang matang, alokasi sumber daya yang optimal, dan strategi pemasaran yang efektif, agribisnis akan sulit berkembang dan bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat.

2. Tantangan Utama dalam Mengelola Agribisnis

Tantangan yang dihadapi dalam agribisnis meliputi perubahan iklim, fluktuasi harga pasar, dan ketersediaan sumber daya:

- a. **Perubahan Iklim:** Perubahan iklim menjadi tantangan besar bagi sektor agribisnis. Kondisi cuaca yang semakin tidak menentu, seperti banjir, kekeringan, atau suhu ekstrem, dapat mengganggu siklus tanam dan panen. Misalnya, petani jagung di daerah tropis harus menghadapi risiko gagal panen akibat musim kemarau yang lebih panjang dari perkiraan. Oleh karena itu, diperlukan strategi seperti penggunaan varietas tanaman yang tahan terhadap cuaca ekstrem dan penerapan irigasi hemat air.
- b. **Fluktuasi Harga Pasar:** Harga komoditas agribisnis seringkali dipengaruhi oleh dinamika pasar global dan lokal. Sebagai contoh, harga cabai bisa melonjak tajam saat pasokan berkurang, tetapi bisa anjlok ketika panen raya tiba. Untuk mengatasi tantangan ini, manajemen agribisnis dapat menerapkan strategi diversifikasi produk atau kontrak harga jangka panjang dengan pembeli.

- c. **Ketersediaan Sumber Daya:** Agribisnis sangat bergantung pada sumber daya seperti lahan, air, tenaga kerja, dan input pertanian. Misalnya, persaingan dalam penggunaan lahan antara sektor agribisnis dan sektor
 - d. industri atau perumahan dapat mengurangi luas lahan pertanian produktif. Selain itu, kekurangan tenaga kerja di daerah pedesaan menjadi tantangan yang membutuhkan solusi berupa mekanisasi atau teknologi otomatisasi untuk menggantikan tenaga manusia.
3. Kontribusi Agribisnis terhadap Perekonomian
- Agribisnis memainkan peran penting dalam mendukung perekonomian, baik secara nasional maupun global. Berikut adalah beberapa kontribusi nyata:
- a. **Ketahanan Pangan:** Manajemen agribisnis yang baik memastikan ketersediaan pangan untuk memenuhi kebutuhan populasi yang terus bertambah. Sebagai contoh, manajemen sistem pertanian berbasis hidroponik di perkotaan membantu menyediakan sayuran segar dengan efisiensi lahan yang tinggi.
 - b. **Ekspor:** Komoditas agribisnis seperti kelapa sawit, kopi, dan kakao menjadi sumber devisa yang penting bagi negara. Misalnya, Indonesia sebagai salah satu eksportir utama kelapa sawit di dunia memperoleh pendapatan signifikan dari sektor ini, yang membantu menopang pertumbuhan ekonomi nasional.
 - c. **Inovasi Teknologi:** Manajemen agribisnis memacu pengembangan teknologi baru yang dapat meningkatkan produktivitas dan efisiensi. Sebagai

contoh, penerapan

- d. drone untuk pemetaan lahan dan monitoring tanaman di perkebunan besar telah terbukti membantu meningkatkan hasil panen dengan pengelolaan yang lebih presisi.

C. Tren dan Tantangan Masa Kini

Sektor agribisnis terus berkembang seiring dengan perubahan sosial, ekonomi, dan lingkungan. Perkembangan ini dipengaruhi oleh berbagai faktor yang menciptakan tren baru sekaligus menghadirkan tantangan yang harus dihadapi oleh para pelaku agribisnis. Berikut adalah beberapa tren dan tantangan yang perlu diperhatikan:

1. Perubahan Iklim dan Dampaknya pada Agribisnis

Perubahan iklim telah memberikan dampak signifikan terhadap agribisnis. Fenomena seperti peningkatan suhu global, perubahan pola curah hujan, dan kejadian cuaca ekstrem mengancam produktivitas pertanian. Menurut *Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC)*, suhu global yang meningkat dapat mengurangi hasil panen tanaman utama seperti padi, jagung, dan gandum hingga 10% per derajat kenaikan suhu.

Sebagai contoh, petani gandum di wilayah subtropis harus menghadapi risiko hasil panen yang lebih rendah akibat gelombang panas yang semakin sering terjadi. Di Indonesia, perubahan pola curah hujan menyebabkan keterlambatan musim tanam dan peningkatan serangan hama serta penyakit

tanaman. Kekeringan yang berkepanjangan juga menjadi tantangan bagi petani di daerah yang bergantung pada curah hujan, seperti di Nusa Tenggara Timur dan Jawa Tengah.

Untuk menghadapi tantangan ini, adaptasi melalui inovasi teknologi menjadi sangat penting. Irigasi pintar yang menggunakan sensor kelembapan tanah dapat membantu petani mengoptimalkan penggunaan air. Pengembangan varietas tanaman yang tahan terhadap stres lingkungan, seperti padi yang tahan kekeringan dan jagung yang tahan panas, juga menjadi solusi yang semakin dikembangkan oleh para peneliti. Selain itu, kebijakan pemerintah dalam mendukung praktik pertanian berkelanjutan, seperti agroforestri dan sistem pertanian presisi, juga berperan dalam mitigasi dampak perubahan iklim terhadap agribisnis.

2. Digitalisasi dan Teknologi dalam Sektor Agribisnis

Digitalisasi telah merevolusi cara kerja di sektor agribisnis. Penggunaan teknologi seperti *Internet of Things (IoT)*, big data, dan kecerdasan buatan (AI) memungkinkan pengelolaan lahan yang lebih efisien dan prediksi hasil panen yang lebih akurat. Menurut laporan McKinsey Global Institute, digitalisasi di sektor pertanian dapat meningkatkan efisiensi produksi hingga 20-30% melalui pemanfaatan teknologi yang tepat.

- a. ***Internet of Things (IoT)***: IoT memungkinkan perangkat seperti sensor tanah, cuaca, dan kelembapan terhubung ke sistem berbasis cloud untuk memberikan data secara real-time. Sebagai contoh, petani dapat mengetahui kapan waktu terbaik untuk menyiram tanaman berdasarkan data kelembapan tanah yang dikirimkan oleh sensor IoT. Di Indonesia, startup pertanian seperti *eFishery* telah menggunakan IoT untuk mengontrol pemberian pakan ikan secara otomatis, yang meningkatkan efisiensi produksi dan mengurangi pemborosan pakan.

- b. **Big Data:** Teknologi big data digunakan untuk menganalisis data dalam jumlah besar, seperti pola cuaca, data pasar, dan hasil panen sebelumnya. Analisis ini dapat memberikan wawasan untuk pengambilan keputusan strategis. Misalnya, data pasar dapat membantu petani menentukan jenis tanaman yang paling menguntungkan untuk ditanam pada musim tertentu. Selain itu, pemanfaatan big data dalam rantai pasok agribisnis dapat meningkatkan efisiensi distribusi dan mengurangi kerugian pascapanen.
- c. **Kecerdasan Buatan (AI):** AI digunakan untuk memberikan prediksi hasil panen, mendeteksi penyakit tanaman, dan mengoptimalkan penggunaan sumber daya. Contohnya, aplikasi berbasis AI dapat menganalisis gambar daun tanaman untuk mendeteksi adanya penyakit atau kekurangan nutrisi. Beberapa perusahaan teknologi pertanian telah mengembangkan drone yang menggunakan AI untuk melakukan pemantauan lahan secara otomatis dan menyemprotkan pestisida dengan lebih presisi, sehingga mengurangi penggunaan bahan kimia berlebihan.

3. Isu Keberlanjutan dan *Green Agribusiness*

Keberlanjutan menjadi fokus utama dalam pengelolaan agribisnis modern. Konsumen yang semakin peduli terhadap lingkungan mendorong pelaku agribisnis untuk menerapkan praktik ramah lingkungan, seperti penggunaan pupuk organik, pengelolaan limbah yang lebih baik, dan pengurangan jejak karbon.

Menurut *Food and Agriculture Organization (FAO)*, sektor pertanian berkontribusi sekitar 24% dari total emisi

gas rumah kaca global. Oleh karena itu, penerapan green agribusiness menjadi solusi yang penting dalam mengurangi dampak negatif agribisnis terhadap lingkungan.

- a. **Sertifikasi RSPO (*Roundtable on Sustainable Palm Oil*):** Sertifikasi ini memastikan bahwa produksi kelapa sawit memenuhi standar keberlanjutan, seperti tidak merusak hutan, mengurangi emisi gas rumah kaca, dan menghormati hak-hak pekerja. Dengan memiliki sertifikasi
- b. RSPO, produk kelapa sawit dapat lebih mudah diterima di pasar internasional yang semakin menuntut praktik agribisnis yang berkelanjutan.
- c. **Regeneratif Agriculture:** Sistem pertanian ini menekankan pada praktik-praktik yang meningkatkan kesehatan tanah, seperti rotasi tanaman, penggunaan pupuk hijau, dan pengembalian biomassa organik ke dalam tanah. Di beberapa negara, praktik ini sudah mulai diterapkan untuk meningkatkan kesuburan tanah secara alami dan mengurangi ketergantungan pada bahan kimia sintetis.
- d. **Pertanian Urban dan Vertical Farming:** Di tengah meningkatnya urbanisasi, konsep pertanian urban dan vertical farming semakin berkembang. Teknologi ini memungkinkan produksi pangan dilakukan di daerah perkotaan dengan memanfaatkan lahan terbatas. Contoh implementasi teknologi ini adalah hidroponik dan akuaponik yang banyak diterapkan di kota-kota besar seperti Jakarta dan Surabaya. Dengan metode ini, masyarakat dapat menanam sayuran segar secara mandiri tanpa perlu lahan luas.

BAB 3: PERENCANAAN DAN ORGANISASI DALAM AGRIBISNIS

Agribisnis merupakan sektor yang berperan penting dalam perekonomian, khususnya di negara agraris seperti Indonesia. Sektor ini tidak hanya mencakup produksi pertanian, tetapi juga seluruh rantai nilai dari hulu ke hilir, termasuk pengolahan, distribusi, hingga pemasaran produk pertanian. Untuk memastikan keberhasilan usaha agribisnis, diperlukan manajemen yang baik melalui perencanaan yang matang dan organisasi yang efektif. Perencanaan yang baik akan membantu pelaku usaha dalam mengidentifikasi peluang serta mengantisipasi risiko, sedangkan organisasi yang terstruktur memastikan bahwa seluruh elemen bisnis berjalan dengan optimal.

Menurut Kotler dan Keller (2016), perencanaan strategis adalah proses sistematis dalam menetapkan visi, misi, dan tujuan suatu bisnis serta menyusun langkah-langkah yang diperlukan untuk mencapainya. Dalam agribisnis, perencanaan mencakup berbagai aspek, mulai dari strategi produksi, pemasaran, hingga keuangan. Perencanaan yang matang dapat membantu pelaku usaha menghadapi tantangan seperti

fluktuasi harga, perubahan iklim, serta persaingan pasar yang semakin ketat.

Selain perencanaan, organisasi dalam agribisnis juga memainkan peran penting dalam kelancaran operasional usaha. Struktur organisasi yang jelas memungkinkan pembagian tugas dan tanggung jawab yang efektif, sehingga setiap elemen dalam bisnis dapat berfungsi secara sinergis.