

# MANAJEMEN STRATEGI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT PETANI MELALUI USAHA KECIL MENENGAH (UKM)

**Muladi Wibowo**

*Fakultas Ekonomi UNIBA Surakarta*

## ABSTRACT

*Community empowerment is a manifestation of society capacity building relying on the human resource empowerment effort through the development of constructional institution from the central to the rural level along with the social system development, community economics, infrastructures as well as Three Ps Development; Assistance that can activate the total society participation.*

*The farmer community is a potential target to be developed into potential UKM by utilizing all potential human, water resources and etc. The keyword is how the farmer community can be developed based on the strategy arranged jointly. The alternative strategy in empowering the farmer community is only a medium given to the farmer to choose the direction of potential farmer development, so that it does not only rely on the primary production problem but may also develop its own potential maximally.*

*Keywords: Community empowerment, farmers, UKM, capacity building*

## A. PENDAHULUAN

Menurut Ife (1995), “empowerment means providing people with the resources, opportunities, knowledge and skills to increase their capacity to determine their own future, and to participate in and affect

*the life of their community. Empowerment should be aim of all community development”. Lebih lanjut mengatakan bahwa “a complete strategy of empowerment requires the barriers to people exercising power be understood,*

---

**Muladi Wibowo, S.Sos, MM** adalah staf pengajar Program Studi: Manajemen Perusahaan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Batik (UNIBA) Surakarta. Alamat kantor: Jl. Agus Salim No. 10 Surakarta Telp. (0271) 714751.

*addressed and overcome. These include the structures of oppression (class, gender and race / ethnicity), language, education, personal mobility, and the domination by elites of power structures of society. Understood in these theme, then, empowering is a form of radical change, whing would overturn exiting strucutres of domination”.*

Pemberdayaan masyarakat (*Community Empowerment*) adalah perwujudan *capacity building* masyarakat yang bertumpu pada upaya pemberdayaan sumberdaya manusia melalui pengembangan kelembagaan pembangunan mulai dari tingkat pusat sampai tingkat pedesaan seiring dengan pembangunan sistem sosial ekonomi rakyat, prasarana dan sarana, serta pengembangan **Tiga-P; Pendampingan** yang dapat menggerakkan partisipasi total masyarakat, **Penyuluhan** dapat merespon dan memantau perubahan-perubahan yang terjadi di masyarakat dan **Pelayanan** yang berfungsi sebagai unsur pengendali ketepatan distribusi aset sumberdaya fisik dan non fisik yang diper-

lukan masyarakat. (Vitayala, 2000).

Menurut kaidah ekonomi, pemberdayaan masyarakat adalah proses perolehan pelaku ekonomi untuk mendapatkan surplus value sebagai hak manusia yang terlibat dalam kegiatan produksi. Upaya ini dilakukan melalui distribusi penguasaan faktor-faktor produksi (melalui kebijakan politik ekonomi yang tepat dengan kondisi dan tingkatan sosial budaya).

## **B. MASALAH PEMBERDAYAAN MASYARAKAT PETANI**

Pembangunan ekonomi petani pedesaan merupakan satu kesatuan dengan pembangunan sektor pertanian (Agribisnis) dan industri kecil UKM (Agro-industri). Pengembangan agroindustri dapat dikembangkan sejalan dengan berkembangnya kegiatan sektor pertanian (*on farm*) dan di luar pertanian (*off farm*) melalui proses pengolahan dan kegiatan jasa perdagangan komoditas primer.

Berkembangnya kegiatan tersebut akan meningkatkan nilai tambah di pedesaan, perluasan

Manajemen Strategi Pemberdayaan Masyarakat Petani  
Melalui Usaha Kecil Menengah (UKM)

diversifikasi produksi pedesaan, pendapatan petani dan mempercepat akumulasi kapital pedesaan.

Dalam perkembangannya, industri kecil (UKM) Pedesaan dapat mempercepat pemerataan pertumbuhan ekonomi karena dapat menyerap tenaga kerja (*employment*) dalam jumlah yang besar (angkatan kerja di sektor pertanian masih dominan 46,1%). Bungaran Saragih, mengatakan perlu dikembangkan strategi dan kebijaksanaan yang menempatkan agroindustri dan agribisnis sebagai salah satu sektor unggulan, apabila sasaran pembangunan adalah sebagian besar penduduk berpendapatan rendah atau miskin yang terutama terkonsentrasi di sektor pertanian dan pedesaan.

Agroindustri merupakan solusi penting untuk menjembatani keinginan konsumen dan karakteristik produk pertanian yang variatif dan tidak bisa disimpan. Agroindustri mempunyai rentang pengertian yang amat lebar. Dari yang sangat *soft* berupa pengolahan pasca panen seperti pembuatan ikan asin yang cuma perlu teknologi penga-

wetan, sampai yang punya *value added* tinggi di mana produk pertanian diekstrak dan dikombinasi dengan produk lain seperti pada industri parfum (Joewono. H.H, 2001).

Industri kecil merupakan bagian dari masyarakat kecil dan memiliki peran dalam pembangunan masyarakat dan mempunyai prospek untuk berkembang. Sentuhan yang tepat akan membuat mereka menjadi mampu meningkatkan kualitas dan daya saing produk dan jasanya. Pemberdayaan terhadap agro industri merupakan keniscayaan yang harus dilaksanakan. Pemberdayaan masyarakat bisa dilakukan berdasarkan belajar bersama atas pengalaman empirik, pengetahuan masyarakat yang bertumpu upaya kemandirian, optimalkan sumber daya setempat, baik sumber daya alam maupun sumber daya manusia serta terwujudnya masyarakat bermartabat.

Industri kecil adalah badan usaha yang menjalankan proses produksi untuk menghasilkan barang dan jasa dalam skala kecil. Industri kecil bercirikan: (1) berbasis pada sumber daya lokal

### Pola Pemberdayaan Masyarakat Petani

Kondisi Sekarang	Kondisi baru/yang diharapkan
Kurangnya budaya kewirausahaan	Pertanian yang berorientasi pasar
Rendahnya kemampuan sumber daya manusia	Sumber daya manusia yang berkualitas dan memiliki kompetensi yang tinggi
Tingkat penguasaan ilmu dan teknologi yang rendah	Peningkatan ilmu dan penguasaan teknologi yang bisa mendukung inovasi.
Kurangnya informasi/ penguasaan pasar	Peningkatan sistem manajemen informasi dan perluasan pangsa pasar
Keterbatasan modal untuk investasi dan modal kerja	Kecukupan modal guna pengembangan usaha dan kelanjutan usaha
Belum memiliki bentuk organisasi dan manajemen yang mampu menghadapi perubahan dengan cepat	Terbentuknya organisasi yang mampu menghadapi perubahan lingkungan dengan cepat dan manajemen yang profesional.
Masih dirasakan adanya budaya lebih menyukai produk impor oleh sebagian konsumen.	Adanya budaya cinta produk nasional
Masih kurangnya "political will" pemerintah	Adanya keberpihakan pemerintah terhadap petani.

sehingga dapat memanfaatkan potensi secara maksimal dan memperkuat kemandirian (2) dimiliki dan dilaksanakan oleh masyarakat lokal/ mampu mengembangkan sumberdaya manusia (3) menerapkan

teknologi lokal (*indigenous technology*) agar dapat dilaksanakan dan dikembangkan oleh tenaga lokal, (4) tersebar dalam jumlah yang banyak sehingga merupakan alat pemerataan pembangunan yang efektif

(Bantacut dalam Haeruman, 2001).

Arah pengembangan industri agro difokuskan pada upaya (1). Sinkronisasi pengembangan agroindustri dan produk hasil pertanian dalam menghadapi pasaran internasional, (2). Meningkatkan partisipasi aktif dalam mendorong berputarnya kembali roda perekonomian nasional yang mengakar di masyarakat, (3). Mengupayakan ketersediaan kebutuhan pokok yang terjangkau daya beli masyarakat, (4). Meningkatkan pendapatan daerah melalui pengembangan wilayah produksi bahan baku agroindustri

### C. STRATEGI DAN PENDEKATAN PEMBERDAYAAN

Mengembangkan nilai tambah produk pertanian. Nilai tambah diukur dengan persepsi konsumen, industri harus bisa didesain dan menyesuaikan tuntutan *customization*. Jadi kalau kita bisa memberi persepsi lebih tinggi melalui value creation dan Brand serta dilengkapi dengan aplikasi pemasaran yang benar, maka agroindustri akan memberi sumbangan lebih besar. Selama

ini komoditas pertanian sering didera gonjang-ganjing anjloknya harga karena pasokan berlimpah. Agroindustri bisa menjadi sarana melepaskan diri dari situasi *commodity-like-trap*. Nilai tambah juga bisa ditingkatkan melalui industri pengolahan.

#### 1. Kemitraan Terpadu.

Kemitraan adalah jalinan kerjasama dari dua atau lebih pelaku usaha yang saling menguntungkan. Konsepsi kemitraan mestinya bisa dikembangkan terhadap petani di Pedesaan dengan dunia usaha. UKM dan Industri berbasis bersama petani perlu membentuk wadah kemitraan usaha yang saling menguntungkan.

##### a. Pola Inti Plasma

Pola inti plasma merupakan pola hubungan kemitraan antara kelompok mitra usaha sebagai plasma dengan perusahaan inti yang bermitra. Perusahaan inti menyediakan lahan, sarana produksi, bimbingan teknis dan manajemen, serta menampung, mengolah dan memasarkan hasil produksi, di samping mempro-

duksi kebutuhan perusahaan. Kelompok mitra usaha memenuhi kebutuhan perusahaan sesuai dengan persyaratan yang telah disepakati.

**b. Pola dagang umum**

Merupakan hubungan kemitraan dalam memasarkan hasil usaha kelompok usaha yang dibutuhkan perusahaan. Beberapa kegiatan agribisnis hortikultura menerapkan pola ini. Kelompok tani bermitra dengan Toko Swalayan atau mitra usaha dagang lainnya. Pola yang sama dan disebut "*Contract Farming*" untuk komoditas hortikultura banyak berhasil dikembangkan oleh para pengusaha di Thailand. Kiat tersebut secara nyata dipraktikannya dalam membina petani produsen mitra (contohnya bisnis terong) oleh Bob Sadino.

**c. Pola Sub Kontrak**

Pola hubungan kemitraan yang dibangun oleh perusahaan dengan kelompok mitra usaha yang memproduksi kebutuhan yang diperlukan oleh perusahaan sebagai bagian dari kom-

ponen produksinya. Ciri khas dari bentuk sub kontrak ini adalah membuat kontrak bersama yang mencantumkan volume, harga dan waktu. Pola ini mempunyai keuntungan yang dapat mendorong terciptanya alih teknologi, modal dan ketrampilan serta menjamin produk kelompok mitra usahanya.

**d. Pola Keagenan**

Merupakan salah satu bentuk hubungan kemitraan dimana industri kecil diberi hak khusus untuk memasarkan barang dan jasa dari usaha menengah atau usaha besar sebagai mitranya yang bertanggungjawab terhadap produk yang dihasilkan, sedangkan industri kecil diberi kewajiban untuk memasarkan barang atau jasa tersebut, bahkan disertai dengan target yang harus dipenuhi, sesuai dengan ketentuan yang telah disepakati.

**2. Pembiayaan Petani Agribisnis**

Persoalan mendasar pembiayaan bidang UKM pertanian dan agribisnis / Agroindustri:

Manajemen Strategi Pemberdayaan Masyarakat Petani  
Melalui Usaha Kecil Menengah (UKM)

*Pertama*, tidak adanya lembaga keuangan yang khusus menangani pembiayaan pertanian. *Kedua*, realisasi Kredit Ketahanan Pangan (KKP) untuk para petani masih rendah, tidak sesuai rencana. *Ketiga*, anggaran pembangunan nasional untuk sektor pertanian masih rendah. Dari Rp 47 triliun anggaran pembangunan dalam APBN, hanya Rp 6,6 triliun yang dialokasikan untuk pembangunan sektor pertanian. Padahal, alokasi dana APBN untuk rekapitalisasi perbankan saja mencapai Rp 60 triliun. Di lain pihak, keberpihakan lembaga keuangan formal terhadap sektor pertanian juga masih rendah. Bank lebih memperhatikan sektor industri. Tahun 2000-2005, kredit perbankan kepada sektor pertanian hanya 6,2%, sementara untuk industri 34,2%, perdagangan 14,4%, dan jasa-jasa 37,4%.

Ada kontradiksi, di satu sisi pembiayaan sektor pertanian mengalami kesulitan, di sisi lain BRI Unit Desa melalui Simpedes dan Simaskot berhasil mengumpulkan tabungan Rp 21 triliun. Namun, dari dana sebesar itu yang disalurkan kembali

hanya Rp 11 triliun. Sementara itu, penelitian Prof. Dr. Mubyarto di Lamongan, Jawa Timur menyimpulkan suatu hipotesa bahwa ratio PDRB sektor keuangan bank dengan non bank 1 : 50. Dana yang beredar pada lembaga keuangan non bank lima puluh kali lebih besar dibandingkan yang beredar pada lembaga keuangan bank. Sehingga, jumlah dana yang tersedia di masyarakat, baik yang terhimpun dalam lembaga keuangan bank maupun non bank secara hipotesis minimal berjumlah Rp 126 triliun.

Dari kenyataan tersebut dapat dikatakan bahwa kita sebetulnya tidak kekurangan dana. Kita memiliki dana cukup, baik yang dikumpulkan melalui lembaga keuangan bank maupun non bank. Persoalan kita adalah Bukan bagaimana mengumpulkan dana, tetapi bagaimana mengakses dana. Gagasan mengadakan Gerakan Nasional Menabung untuk pembiayaan agribisnis bukanlah ide buruk, namun gerakan semacam itu harus disertai upaya memberdayakan petani kecil agar mampu mengakses sumber keuangan.

Menurut PNM (Permodalan Nasional Madani) jumlah usaha mikro di Indonesia mencapai 34 juta unit, sementara usaha kecil mencapai 45.000 unit. Rata-rata kebutuhan dana untuk usaha mikro adalah Rp 1 juta per unit usaha sementara untuk usaha kecil sebesar Rp 50 juta, dan usaha menengah Rp 1,5 milyar.

Pembiayaan agribisnis untuk UKM sebaiknya menggunakan Lembaga Keuangan Mikro (LKM) yang ada, baik bank maupun non bank. LKM bank antara lain BRI Unit Desa dan Bank Perkreditan Rakyat (BPR). Saat ini BRI Unit Desa memiliki sekitar 4.000 unit yang tersebar di seluruh pelosok Indonesia, sementara BPR tercatat berjumlah 2.500 unit. Dari kedua LKM ini saja sudah tercatat sebanyak 8.500 unit yang melayani pengusaha kecil dan mikro. LKM non bank adalah seperti koperasi simpan pinjam (59.441), Badan Kredit Desa (5.345), dan lembaga swadaya masyarakat (500), termasuk kelompok swadaya masyarakat (800.000).

Yang harus dilakukan sekarang ini adalah mendorong pengembangan LKM. Selama ini

LKM non bank, selain koperasi, memiliki kesulitan dalam legitimasi operasionalnya. LKM non bank (kecuali koperasi) tersebut tidak memiliki dasar hukum yang jelas atau beroperasi tanpa dasar hukum. Saat ini beberapa pihak di bawah koordinasi Bank Indonesia telah mempersiapkan RUU Keuangan Mikro untuk memberikan legitimasi keberadaan LKM.

Untuk kelompok UKM ini, maka strategi pembiayaannya adalah melalui pola HBK (Hubungan Bank dengan Kelompok Swadaya Masyarakat) yang telah dikenalkan oleh Bank Indonesia tahun 1988, dan terbukti berjalan baik. Program HBK ini sangat menarik dan merupakan terobosan dimana bank melayani masyarakat kecil (melalui kelompok) yang tidak memiliki jaminan fisik dan kelembagaan formal. Bagi kelompok swadaya masyarakat (KSM) atau Kelompok Tani, adanya program HBK memungkinkan mereka berhubungan dengan bank, yang selama ini tidak ada akses ke sana.

Pola seperti ini bisa berjalan baik kalau didukung oleh



kegiatan pendampingan. Sebetulnya, dalam hal ini PPL yang sudah ada saat ini menjalankan fungsi pendampingan ini. Namun, untuk menjaga keberlanjutan pendampingan tersebut, diperlukan terobosan baru melalui konsep Pendampingan Mandiri. Para PPL se-kecamatan bergabung dalam Lembaga Pendampingan Usaha Mikro (LPUM) yang menjadi penghubung antara kelompok swadaya masyarakat (Kelompok Tani) dengan bank. Perannya sebagai penghubung inilah pendamping memperoleh imbalan jasa yang dapat menopang hidupnya. Di sini PPL tidak hanya menggeluti teknis pertanian, tetapi juga mengembangkan usaha para petani. Untuk itu perlu upaya penguatan PPL dan kelembagaan LPUM dengan pelatihan dan pengorganisasian.

### **3. Strategi Tranformasi Manajemen Tradisional ke Modern**

Untuk dapat menumbuhkan iklim pengembangan usaha yang kondusif dimana UKM dapat tumbuh berkembang dengan resiko yang dapat ditekan maka berikut ini adalah model yang

dapat ditawarkan:

#### **a. Strategi Mentoring**

Strategi ini merupakan upaya untuk menjalin dan membangun kerjasama dan kemitraan antara praktisi UKM yang sudah berpengalaman dan berwawasan luas dengan para praktisi pemula yang memiliki semangat berusaha dan membutuhkan pengarahan. Strategi ini dapat diterapkan, salah satunya, melalui terjalinnya kerjasama antara UKM pemula dengan UKM berpengalaman dalam sebuah kerjasama rantai pasokan. Dalam skenario tersebut diharapkan terjalin komunikasi dua arah antara kedua belah pihak yang dapat menjamin terciptanya rantai pasokan yang kuat berdasarkan kemampuan dalam memenuhi kebutuhan dan pengharapan masing-masing pihak.

#### **b. Strategi Inkubator Bisnis**

Inkubator bisnis merupakan sebuah lingkungan dimana terjalin kerjasama antara manusia bersumber daya (contoh: konsultan bisnis, ahli hukum, ahli keuangan) dan sumber daya

lainnya (contoh: sarana perkantoran, pelatihan) yang dapat bermanfaat untuk memberdayakan usaha-usaha baru agar dapat tumbuh pada tahap awal dan bertahan melawan kompetisi.

**c. Strategi Klaster UKM dan Jejaring**

Membangun hubungan diantara sekelompok UKM dalam rantai pasokan yang saling mendukung, melaksanakan efisiensi terhadap biaya operasional dan pengembangan dan alih daya maupun teknologi.

**d. Strategi Benchmarking**

Strategi ini merupakan upaya dimana UKM dapat membandingkan tata cara, metode, proses hingga kinerja diantara sekelompok UKM maupun dengan kelompok UKM lain dan standar yang berlaku dalam rangka membangun praktek terbaik (*best practices*).

**D. ANALISIS SARANA PENDUKUNG**

**1. Kebijakan Iklim usaha yang kondusif.**

Diperlukan suatu kebijakan

yang mendorong iklim usaha yang kondusif bagi agroindustri. Kebijakan tersebut berkaitan dengan penyederhanaan prosedur perijinan melalui pendelegasian wewenang ke daerah (otonomi daerah), fasilitas khusus bagi agroindustri pedesaan yang berkaitan dengan permorosan (kredit lunak), penyebaran teknologi tepat guna/teknologi sederhana ke seluruh pedesaan, menyediakan informasi yang akurat, jelas dan berkesinambungan mengenai peluang usaha, pemasaran dan teknologi.

Pengaturan tata niaga seyogyanya memihak pada petani/masyarakat pedesaan, bukannya mengarah pada konglomerasi atau pemusatan ekonomi. Pengalaman terhadap pengaturan tataniaga cengkeh, jeruk dapat menjadi pengalaman yang sangat berharga bagi bangsa Indonesia, juga kacaunya tata niaga cabe, bawang putih dan bawang merah. Intervensi pemerintah yang memihak petani/masyarakat perlu dilakukan, antara lain dengan penyediaan informasi yang akurat. Maka untuk itu harus ada strategi pengembangan "market

Manajemen Strategi Pemberdayaan Masyarakat Petani  
Melalui Usaha Kecil Menengah (UKM)

*intelligence*", sistem promosi dan penyebar-luasan informasi pasar yang akurat.

- a. Kebijakan fiskal diarahkan untuk mendorong pemakaian produk industri kecil dalam rangka ekspor dan subkontrakting, mendorong pertumbuhan bisnis inkubasi serta pengembangan "*ancillary industries*" melalui keringanan perpajakan.
- b. Kebijakan moneter diarahkan untuk mendukung pembiayaan modal investasi dan modal kerja melalui skema kredit khusus yang lebih fleksibel, pengembangan lembaga pembiayaan (*venture-capital, factoring* dan lain-lain) serta kebijaksanaan suku bunga yang lebih rendah dan jaminan perkreditan. Dalam kaitan tersebut perlu optimalisasi pemanfaatan dana 1-5% dari laba bersih BUMN bagi pengembangan industri kecil.
- c. Kebijakan sektor riil meliputi regulasi yang mendorong berkembangnya usaha industri kecil, pertanian, kelautan, perdagangan, ekspor, impor dan ketenagakerjaan.

- d. Kebijakan administratif terutama diarahkan untuk penyederhanaan prosedur perijinan dan investasi, prosedur impor-ekspor, pengembangan patungan dengan industri besar dalam negeri maupun luar negeri, pelaksanaan UU Usaha Kecil, terutama dalam menata pola perdagangan dan pola pembayaran melalui pencadangan pasar.

## 2. Pengembangan Sumber Daya Manusia

Angkatan kerja di sektor pertanian masih dominan (46,1%), sebagian besar (72%) tamat SD kebawah dan hanya 2,7% yang berpendidikan perguruan tinggi. Sementara itu sentra produksi agroindustri umumnya berlokasi di pedesaan, maka diperlukan suatu kebijakan yang kondusif dalam meningkatkan kualitas sumberdaya manusia yang akan berperan langsung dalam pembangunan agroindustri. Sesuai dengan pendapat Kurniawati (2002) Untuk memberdayakan SDM-agro hambatan utama yang dihadapi adalah rendahnya

pendidikan, kebervarian kultur dan budaya, masih dominannya budaya masyarakat agraris dan sebagian besar SDM-agro berada pada kelompok masyarakat agraris yang lemah dalam berbagai hal, termasuk lemah dalam hal akses terhadap faktor produksi, distribusi, teknologi dan pemasaran.

Pengembangan SDM-Agro lebih mudah diarahkan untuk mampu mendorong pergeseran-pergeseran dalam pembangunan pertanian, yaitu pergeseran dari usaha tani subsistem ke usaha tani komersial, selanjutnya dari usaha tani tradisional ke arah usaha tani dengan teknologi modern, serta dari sistem pertanian yang terpisah menjadi sistem pertanian yang terintegrasi dengan industri pertanian. Sesuai dengan tantangan dan perkembangan yang dihadapi, dibutuhkan suatu reorientasi pengembangan SDM yang dititikberatkan pada pergeseran kultur budaya dari kultur pertanian ke kultur budaya industri, peningkatan kemampuan untuk menguasai dan mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi dan penera-

pan nilai-nilai industri dalam pengembangan agrobisnis.

## **E. ANALISIS AKTOR PEMBERDAYAAN**

### **1. Masyarakat Petani**

Pelaku utama dari pengembangan pertanian adalah petani, pemberdayaan sektor pertanian dan industri pertanian harus memfokuskan pada “petani” sebagai ujung tombak dan aktor utama. Pendekatan pemberdayaan dan strategi yang dirumuskan harus mengedepankan pada aspek kebutuhan petani itu sendiri. Sehingga pemberdayaan petani lokal sebagai pusat dari strategi pemberdayaan, masyarakat petani harus diorganisir dan mengorganisasi dalam wadah-wadah, forum dan atau kelompok petani dalam kesamaan jenis produk, hasil pertanian maupun geografis.

### **2. Industri kecil Agro.**

Industri kecil/agro industri sebagai sasaran pembangunan memiliki informasi yang sangat penting untuk merencanakan program yang berhasil, termasuk tujuan, situasi, pengetahuan, serta pengalaman mereka dengan

teknologi dan struktur sosial masyarakat mereka.

### 3. LSM

Berfungsi sebagai mediator antara petani dengan berbagai pihak yang *concern* pada pemberdayaan masyarakat petani.

### 4. Perbankan dan LKM

Lembaga keuangan perbankan dan non perbankan memberikan fasilitas pendanaan yang berupa layanan jasa: leasing, factoring, modal ventura, bursa saham dan pasar modal)

### 5. Perusahaan Besar (BUMN dan Swasta),

Berfungsi sebagai mitra usaha dalam kegiatan: pola inti plasma, pola subkontrak, *franchise* dan keagenan.

### 6. Lembaga Pendidikan

Lembaga Pendidikan (Perguruan Tinggi Negeri atau Swasta) yang berfungsi sebagai pakar, penyedia informasi IPTEK dan dukungan pendidikan, pelatihan dan penyuluhan (perwujudan Tri Dharma Perguruan Tinggi).

### 7. Pemerintah

Departemen teknis terkait (Deptan dan Deperindag) sebagai fasilitator dengan sistem *Bottom Up* yang memperhatikan keinginan industri kecil/agroindustri, dengan kata lain masyarakat yang selama ini dianggap sebagai objek pembangunan, maka sekarang diikutsertakan dalam menentukan apa yang menurut mereka baik dan sesuai dengan keadaan mereka.

### F. KESIMPULAN

Ouput Pengembangan Kondisi baru/yang diharapkan: *Pertanian yang berorientasi pasar. Sumber daya manusia yang berkualitas dan memiliki kompetensi yang tinggi. Peningkatan ilmu dan penguasaan teknologi yang bisa mendukung inovasi. Peningkatan sistem manajemen informasi dan perluasan pangsa pasar. Kecukupan modal guna pengembangan usaha dan kelanjutan usaha. Terbentuknya organisasi yang mampu menghadapi perubahan lingkungan dengan cepat dan manajemen yang profesional. Adanya budaya cinta produk nasional. Adanya keberpihakan pemerintah terhadap petani.*

(\*\*\*)

## REFERENSI

- DITJEN IKAH - DEPPERINDAG RI. *Arah Pengembangan, Industri Kimia, Industri Agro*. <http://ikah.dprin.go.id/Intro.html> tanggal (4 November 2002)
- Ife, James William (1995) *Community Development, Creating Community Alternatives* (Vision, Analysis and Practice), Longman, Australia..
- Joewono, H. H. 2001, *Pemasaran Agroindustri*. Kompas tanggal 2 Oktober 2001
- Kurniawaty, *Strategi Pengembangan SDM Agroindustri*. <http://www.pikiranrakyat.com/cetak/0702/05/01.htm> tgl (14 Oktober 2002)
- Saragih, B., *Pengembangan Agribisnis dalam Pembangunan Ekonomi Nasional Menghadapi abad ke 21*. <http://202.159.18.43/jsi/jurnal.htm> tgl (10 Oktober 2002)
- Vitayala, Aida., (2000) *Tantangan dan Prospek Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Otonomi Daerah*, dalam Proseeding Seminar Pemberdayaan Manusia Menuju Masyarakat Madani. Bogor, 25-26 September 2000.
- Wheelen and Hunger. (1986), *Strategic management and Business Policy*, Addison-Wesley Publishing Company, USA.
- Wijaya, Krisna (2002), *Analisis Pemberdayaan Usaha Kecil* (Kumpulan Pemikiran), Pustaka Wirausaha Muda, Bogor.
- Eriyanto., (1999). *Metodologi Poling, Memberdayakan Suara Rakyat* (1th.ed). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.