

Breakthrough
outcomesKisah PRISMA
tentang perubahan
sistemik

Jangan ambil untuk ditanam

Memanfaatkan permintaan pupuk yang terus meningkat di Indonesia
11 Februari 2022

Hanya dalam tiga tahun, PRISMA mengamati perubahan perilaku di sektor swasta dan public, dan juga petani ketika membahas pupuk komersial.

Pupuk komersial - potensi yang belum dimanfaatkan

Sektor pertanian Indonesia berkontribusi 14 persen terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) negara dan terus menjadi salah satu sektor unggulan selama COVID-19. Produksi dan produktivitas sektor pertanian sangat dipengaruhi oleh ketersediaan dan penggunaan pupuk yang tepat.




Saat ini ada kesenjangan 12,3 juta ton (sekitar 32 persen) antara permintaan dan pasokan pupuk komersial, dan permintaan ini meningkat sekitar empat persen setiap tahunnya. Sebagian besar produksi pupuk saat ini ditujukan untuk memasok pasar subsidi pemerintah. Ini berarti ada potensi pasar yang belum tergarap dalam pupuk komersial.

Mengapa pupuk komersial belum besar di Indonesia?





Masalah utama bagi petani kecil adalah bahwa 63 persen dari petani ini tidak menyadari manfaat penggunaan pupuk dan tidak tahu cara mengaplikasikannya dengan benar. PRISMA melihat potensi untuk bekerja sama

dengan sektor swasta untuk memperluas pasar pupuk komersial dan menguntungkan sekitar 250.000 petani dari potensi jangkauan 2,6 juta petani di provinsi sasaran. Kendala utama di pasar dapat dilihat di bawah ini.

Kendala

-  Petani tidak mengetahui aplikasi yang tepat dan manfaat penggunaan pupuk komersial.
-  Petani memiliki akses terbatas terhadap pupuk, termasuk alokasi subsidi yang tidak mencukupi.
-  Perusahaan pupuk komersial menghadapi persaingan dengan pupuk bersubsidi, mereka juga kekurangan informasi dan keterampilan tentang strategi pemasaran yang tepat untuk menjangkau petani secara efektif.

Peluang

-  Produktivitas dan pendapatan meningkat melalui penggunaan pupuk komersial yang benar.
-  Kesenjangan antara pasokan dengan permintaan yang besar dan penurunan alokasi subsidi membuka peluang pasar pupuk komersial.
-  Kehadiran sekitar 100 perusahaan pupuk menengah dan besar.
-  BUMN dengan pangsa pasar ~40% di bawah tekanan Pemerintah Indonesia yang bertambah untuk dapat meningkatkan pendapatan dari segmen komersial.

Katakan saja!

Riset dan analisis PRISMA tentang pasar pupuk menunjukkan potensi yang jelas bagi perusahaan, termasuk BUMN dan perusahaan swasta, untuk meningkatkan pemasaran, promosi, dan strategi distribusi, untuk menjangkau lebih banyak petani dan meningkatkan penjualan. Daerah dengan alokasi subsidi yang rendah memberi peluang besar bagi perusahaan untuk mempromosikan produk mereka dan mendidik petani tentang aplikasi pemupukan yang baik.

Sejak 2018, PRISMA telah bermitra dengan enam pupuk perusahaan untuk membantu mereka merancang pemasaran yang lebih efektif dan strategi promosi pupuk berkualitas baik. Inti dari ini adalah mendukung perusahaan untuk menjadi lebih berorientasi pada pelanggan dan mengembangkan keterampilan stafnya dalam hal pemasaran dan hubungan dengan pelanggan.

Lakukan saja!

Meski begitu, strategi promosi dan pemasaran produk yang baik saja tidak akan dapat meyakinkan petani untuk mengubah perilaku. PRISMA menyadari bahwa bisnis dan distributor juga perlu memberikan informasi secara berkala tentang praktik budidaya yang baik, dan aplikasi pupuk yang tepat. Hanya dengan melakukan ini petani akan memahami manfaat penggunaan pupuk secara bijaksana dan mengalami peningkatan produktivitas. PRISMA mendukung mitra untuk melakukan kegiatan pendidikan di lapangan dan menggunakan platform digital untuk menjangkau lebih banyak petani dengan pengetahuan produk yang sesuai.

Perluasan jaringan distribusi (misalnya kios) juga diperlukan untuk memastikan petani dapat mengakses pupuk di tempat mereka biasanya membeli kebutuhan mereka. PRISMA mendukung mitra untuk mengidentifikasi, menilai, dan melibatkan lebih banyak distributor dan kios untuk memasok produk mereka. PRISMA juga mendukung mitra untuk mengembangkan keterampilan jaringan distribusi dalam pengetahuan produk dan hubungan pelanggan.

Dalam inovasi baru, PRISMA memfasilitasi koordinasi dan kemitraan antara berbagai perusahaan yang tidak bersaing untuk memastikan integrasi dan kolaborasi yang lebih baik. Misalnya, menyatukan perusahaan benih dan perusahaan perlindungan tanaman dengan lembaga keuangan untuk 'mengemas' produk dengan perusahaan pupuk, dengan cara yang saling menguntungkan, mengurangi biaya yang berlebihan, dan meningkatkan produktivitas petani.



Emerging changes in institutional behaviour

PRISMA has only been working in the fertiliser sector for three years, but there are already emerging signs of systemic change. Six partner companies, with an estimated market share of 30 percent, are continuing to expand their commercial markets and services to farmers. Three of these companies have already engaged over 180 new kiosks to penetrate untapped areas with their commercial fertiliser.

Current and past partners are demonstrating their interest and continued ability to undertake good promotional practices independently and without active support from PRISMA. They are investing in promotional

activities to further refine the delivery of fertiliser products and information services to farmers. This is a promising sign for the sustainability of the market.

Institutional level changes also took place with Pupuk Indonesia, the holding company of five state-owned fertiliser producers, through the uptake of the multi-stakeholder partnership model branded as 'Agro-solution'. Agro-solution, which was developed through the partnership between Pupuk Kaltim (one of the subsidiaries) and PRISMA, has been mainstreamed by all the other subsidiaries across different provinces as part of their national strategy.

Emerging changes in farmer behaviour

The uptake of commercial fertiliser by the farmers is also evident as two of the partner companies - Pupuk Kalimantan Timur and Saprotan Utama Nusantara have experienced increased sales of commercial fertiliser by 340 percent and 79 percent respectively during the pandemic year of 2020.

Farmers' acceptance and confidence in commercial fertiliser is further demonstrated by a 100 percent repeat order. To date, 21,000 farmers have benefited through PRISMA's interventions and have experienced an average income increase of 23 percent¹.

What next?

Building on these positive results, PRISMA is looking to work with additional fertiliser companies to ensure scale is reached. PRISMA also wants to continue convincing partners to use the multi-stakeholder partnership approach to ensure behaviour change at the farmer level. This will contribute to a growing and resilient commercial fertiliser market in Indonesia.



¹ Impact Assessment 2019 data. PRISMA is currently conducting the analysis of a recently concluded assessment and the new data will be presented during the next reporting period.

About PRISMA

PRISMA is an innovative partnership between the Government of Indonesia and the Government of Australia to grow agricultural markets in rural Indonesia. Our strategic aim is to address food security and poverty by making rural markets more inclusive. We do this by partnering with businesses, government and investors to remove market barriers and introduce product and production innovations.

PRISMA is supported by the Governments of Australia and Indonesia and implemented by Palladium, with Technical Assistance from Swisscontact, Zurich.

Find out more: www.aip-prisma.or.id // info@aip-prisma.or.id