



PEDOMAN PENYELENGGARAAN :

Pasar Tani Agroceria



Dinas Ketahanan Pangan
Pertanian dan Ketahanan Pangan Kota Metro

PENGANTAR

Pasar Tani Agroceria mendapat sambutan antusias dari masyarakat dan petani/pelaku usaha bidang pertanian, dan diharapkan berdampak dalam membuka peluang wirausaha dan mengasah kemampuan *enterpreneurship* petani/pengolah hasil pertanian serta menggiatkan perekonomian lokal. Selanjutnya diharapkan dapat berkembang menjadi destinasi wisata keluarga dan edukasi di Kota Metro mewujudkan Visi Kota Metro **Metro Kota Pendidikan dan Wisata Keluarga Berbasis Ekonomi Kerakyatan, Berlandaskan Pembangunan Partisipatif.**

Pedoman Penyelenggaraan Pasar Tani Agroceria disusun sebagai petunjuk teknis pelaksanaan pasar tani bagi segenap pemangku kepentingan yang terlibat di dalamnya, guna mendukung *branding* Pasar Tani Agroceria di masa mendatang.

Metro, Juni 2022

Kepala Dinas
Ketahanan Pangan, Pertanian dan Perikanan
Kota Metro



Hery Wiratno
Hery Wiratno, S.P

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	i
Daftar Isi	ii
PENDAHULUAN	1
Latar Belakang	1
RUANG LINGKUP	2
Definisi Kegiatan	3
Manfaat	3
Identitas/Ciri Utama	3
Organisasi Pelaksana	3
Pelaksanaan	5
MAKNA AGROCERIA	7

PENDAHULUAN

LATAR BELAKANG

Semenjak *launching* pada 24 Desember 2021, Pasar Tani Agroceria telah terselenggara secara konsisten setiap bulannya. Dalam penyelenggaraan pasar tani terdapat produk-produk non pertanian sebagai produk pelengkap, namun penyediaan komoditas pasar tetap berpegang pada prinsip dan prioritas aktivitas pasar tani yaitu menyediakan berbagai hasil pertanian, makanan tradisional berbahan lokal, olahan hasil pertanian.

Dukungan DKP3 berupa tempat/lokasi usaha di halaman kantor DKP3 yang strategis karena terletak di jalan utama Kota Metro, serta penyediaan sarana prasarana, publikasi dan promosi untuk mengefektifkan gagasan dan pelaksanaan inovasi ini. Dengan kekuatan 70-an pelaku usaha saat ini menjadikan peran pelaku usaha adalah faktor terpenting dalam keberlangsungan Pasar Tani Agroceria, diperlukan komitmen dari semua pelaku usaha untuk mewujudkan pasar ini secara rutin dan kontinyu.

Penyelenggaraan pasar mendapatkan respon positif dari masyarakat dengan omzet di setiap gelaran mencapai puluhan juta rupiah. Sehingga petani/pelaku usaha selalu menyambut dengan antusias dalam penyelenggaraannya. Selain itu *multiplier effect* penyelenggaraan Pasar Tani Agroceria menjadi perhatian bagi berbagai *stake holder* untuk menjadikan *event* ini sebagai magnet bagi penyelenggaraan *event-event* tertentu.

Untuk itu perlu dipandang perlu untuk menetapkan Standar Penyelenggaraan Pasar Tani Agroceria sebagai pedoman pelaksanaan Pasar Tani Agroceria, untuk dipahami oleh seluruh insan pertanian penyelenggara Pasar Tani Agroceria demi terjaganya marwah Pasar Tani Agroceria sebagai pasar dengan komoditas serta nuansa utama pertanian sebagai titik awal terciptanya "*brand*" Pasar Tani Agroceria.

RUANG LINGKUP

DEFINISI KEGIATAN

Sistem Informasi dan Pemasaran AGROCERIA merupakan sebuah inovasi sektor pertanian di Kota Metro untuk menghubungkan petani dan produsen pangan dengan customer secara langsung dengan tujuan menyederhanakan rantai distribusi di bidang pangan dengan *customer* secara langsung serta mendukung kemajuan petani dan UMKM.

Sistem Informasi dan Pemasaran AGROCERIA ini terintegrasi antara digital dan non digital. Dimana didalamnya berisi data-data *update* pertanian kota metro, dan juga pemasaran produk-produk pelaku usaha pertanian peternakan perikanan serta produk-produk UPT di DKP3 Metro. Konsumen dapat langsung berbelanja melalui *website* tersebut dan langsung terkoneksi dengan Toko Tani Indonesia di Koperasi Serba Usaha Metro Sejahtera DKP3 Kota Metro.

Secara non digital, diselenggarakan sebuah sistem pemasaran melalui Pasar Tani Agroceria untuk mendekatkan petani pada konsumen kota tanpa perantara dengan menjual langsung produk-produk pertaniannya langsung pada konsumen dengan harga petani. Diharapkan petani dapat lebih mudah mengakses pasar dan konsumen pun lebih mudah mendapatkan produk segar berkualitas dengan harga bersaing. Konsep *Fresh From Farm* diusung sebagai Tajuk Utama dari Pasar Tani Agroceria.

Di pasar tani, petani dipersilahkan menjual atau mempromosikan apa saja yang menjadi produknya, baik dari hasil kebun berupa sayuran, buah-buahan segar, beras, telur, ayam dan ikan maupun produk olahan dari hasil budidaya pertanian perikanan. Demikian pula dengan produk olahan hasil pertanian, perikanan dapat langsung diperkenalkan kepada konsumen/masyarakat.

MANFAAT

Selain sebagai ajang pemasaran, pasar tani juga diharapkan mampu mengatasi fluktuasi harga yang sering terjadi di tingkat petani. Keberadaannya membuka akses pasar lebih luas dengan membawa langsung produk ke konsumen, sehingga konsumen bisa mendapatkan harga yang lebih murah dan produk yang jauh lebih segar dan berkualitas karena dibawa langsung oleh petani.

Petani pun memperoleh keuntungan yang lebih baik dibandingkan jika dijual ke pengumpul atau tengkulak, dengan demikian maka harga di tingkat konsumen diharapkan akan semakin kompetitif.

Petani diberikan kesempatan yang luas menjadi aktor utama dari sektor hulu sampai hilir, sehingga dengan demikian petani diharapkan dapat mengetahui dan menganalisis sendiri untung rugi usahanya.

IDENTITAS/CIRI UTAMA

Nuansa Produk Produk Pertanian

Pasar Tani Agroceria pasar dengan komoditas serta nuansa utama produk pertanian, dengan komposisi;

- 70% produk pertanian (tanaman pangan, hortikultura, perkebunan, peternakan dan perikanan) yang meliputi produk segar, produk olahan dan produk turunan/ikutan lainnya
- 30% produk non pertanian, sebagai produk penunjang, sebagai bentuk dukungan terhadap produk unggulan daerah lainnya.

ORGANISASI PELAKSANA

Sekretariat

Sekretariat Pasar Tani Agroceria berada di lingkungan kantor DKP3, sebagai tempat untuk menjalankan tugas kesekretariatan Tim dan Paguyuban Pasar Tani Agroceria.

Tim Kreatif

Untuk kelancaran pelaksanaan Pasar Tani Agroceria dibentuk Tim Kreatif Pasar Tani terdiri atas ASN Dinas Ketahanan Pangan, Pertanian dan Perikanan (DKP3) Kota Metro yang dikoordinir oleh pananggung jawab yang telah ditunjuk pada setiap bulannya. Tim Kreatif ditunjuk langsung oleh Kepala DKP3, yang bertanggung jawab terhadap keberhasilan penyelenggaraan Pasar Tani Agroceria.

Tugas Tim Kreatif :

- Menyusun tema dan konsep penyelenggaraan pasar tani yang berbeda pada setiap bulannya
- Mengembangkan inovasi baru sehingga dalam setiap penyelenggaraan Pasar Tani didapatkan *value* dan mendukung pendapatan petani
- Melakukan monitoring dan evaluasi di setiap pelaksanaan pasar tani dan menjadi bahan perbaikan bagi pelaksanaan selanjutnya.

Tim Kreatif didukung oleh pelaksana/penanggung jawab bulanan dan tim perlengkapan, yang bertugas mempersiapkan akomodasi pasar hingga Paguyuban Pasar Tani Agroceria mampu mengusahakan secara mandiri.

Petani / Pedagang / Pelaku Usaha

- Pedagang / Pelaku Usaha / Petani yang terlibat dalam penyelenggaraan Pasar Tani Agroceria tergabung dalam Paguyuban Pedagang Pasar Tani Agroceria di bawah koordinasi ketua paguyuban.
- Paguyuban melakukan seleksi terhadap petani/pedagang/pelaku usaha sehingga komposisi/porsi produk nuansa pertanian tetap pada porsi dominan (70% atau lebih).
- Pedagang tamu/BUMN/sponsor tertentu dalam sebuah *event*, dikoordinasikan oleh Tim Kreatif/pelaksana bulanan.

PELAKSANAAN

Pelaksanaan dan Lokasi

- Pasar Tani Agroceria dilaksanakan secara rutin setiap Jumat di lingkungan Dinas Ketahanan Pangan, Pertanian dan Perikanan Kota Metro dan tingkat kecamatan yang lokasinya disepakati oleh Dinas Ketahanan Pangan Pertanian dan Perikanan Kota Metro bersama pelaksana di tingkat kecamatan.
- Pelaksanaan Pasar Tani Agroceria atas permintaan pihak lain/ di luar lingkup DKP3 akan diakomodasi oleh Tim Kreatif Pasar Tani Agroceria dengan memenuhi kriteria sebagai berikut :
 1. *Event* dilaksanakan pada lokasi strategis;
 2. *Event* memberikan kontribusi nyata bagi kemajuan petani/pelaku usaha Agroceria;
 3. Menempatkan Pasar Tani Agroceria sebagai unsur utama acara/*event*;
 4. Memiliki potensi pengunjung yang mendukung pemasaran hasil pertanian, olahan pertanian dan produk ikutannya;
 5. Memiliki potensi akses dan kerjasama yang baik petani;
- Untuk menjaga kontinuitas usaha pelaku usaha Pasar Tani serta menjaga kepercayaan pelanggan Pasar Tani, pelaksanaan Pasar Tani di luar jadwal rutin, tidak mempengaruhi rutinitas pelaksanaan Pasar Tani.

Sarana dan Prasarana

Sarana Pasar Tani meliputi, papan nama Pasar Tani, bentor dan mobil Alih Teknologi dan Informasi (ATI), tenda promosi serta tenda dan meja lipat diakomodasi dalam jumlah terbatas oleh DKP3, petani dan pelaku usaha dapat melengkapi dengan sarana lain yang mendukung.

Hak dan Kewajiban Petani dan Pelaku Usaha

- Hak
 1. Memasarkan produknya di Pasar Tani Agroceria;
 2. Mempergunakan failitas/sarana dan prasarana Pasar Tani Agroceria;
 3. Mengikuti setiap *event* Pasar Tani Agroceria;
 4. Menggunakan nama/identitas /logo Agroceria dalam memasarkan produknya;
 5. Menjalin kerjasama dengan pihak lain dalam mengikuti event Pasar Tani Agroceria, dalam koordinasi petugas/tim DKP3;
 6. Menyertakan anggota lainnya (bagi kelompok tani) dalam event Pasar Tani Agroceria, dalam koordinasi Tim Pelaksana DKP3;
- Kewajiban
 1. Membantu tim perlengkapan / petugas DKP3 dalam mempersiapkan pelaksanaan *event* Pasar Tani Agroceria;
 2. Melaksanakan promosi produk dan event Pasar Tani Agroceria secara mandiri bersama petugas DKP3;
 3. Menjaga nama baik kesatuan Pasar Tani Agroceria dengan menjual produk dengan harga wajar dan menjaga kualitas produk;
 4. Mengikuti arahan/petunjuk Tim Pelaksana/DKP3;
 5. Memberikan laporan sebagaimana yang diperlukan oleh Tim Pelaksana/DKP3 (laporan penjualan dan lain sebagainya);
 6. Mematuhi dan melaksanakan ketentuan-ketentuan lain yang digariskan oleh Paguyuban Agroceria;

MAKNA AGROCERIA



Logo Agroceria dipergunakan sebagai lambang/symbol aktivitas agribisnis insan pertanian Kota Metro yang bernaung dalam binaan Dinas Ketahanan Pangan, Pertanian dan Perikanan Kota Metro, yang merupakan embrio bagi branding/pematenan Agroceria di kelak kemudian hari jika segenap insan pertanian Kota Metro mampu untuk mewujudkan amanat ini.

Logo Agroceria terdiri dari :

1. **Globe atau bola dunia berwarna kuning**

Bola Dunia berwarna kuning melambangkan elemen tanah, media dimn pertanian itu bertumbuh. Warna kuning memberi energi positif berupa gairah dan kreativitas.

2. **Gambar daun yang menempel pada bola dunia**

Melambangkan harapan agar sektor pertanian Kota Metro dikenal secara global;

3. **Tulisan AGROCERIA, dengan huruf O diwakilkan dengan telapak tangan dengan 5 jari mengembang dan berwarna warni.**

Agro bermakna pertanian;

CERIA, jargon Kota Metro merupakan singkatan dari Cerdas, Empati, Responsif, Ilmu dan Amanah yang merupakan harapan terciptanya karakter warga Kota Metro yang **Cerdas**, memiliki rasa **Empati** yang tinggi, **Responsif** terhadap hal-hal baik, mengutamakan **Ilmu** pengetahuan dan menjadi insan yang **Amanah**;

Telapak tangan mengembang berwarna warni melambangkan kerjasama harmonis dalam keragaman masyarakat Kota Metro yang *plural*.