

# PENGOLAHAN DATA LANJUT DAN ANALISIS PASAR

HANDOUT MATERI MADYA

# PENGUMPULAN DATA

- Data Series adalah
  - Data yang terdiri atas satu objek tetapi meliputi beberapa periode waktu misalnya harian, bulanan, mingguan, tahunan, dan lain-lain. Contohnya: data perkembangan harga, data ekspor, data produksi, dan lain-lain sebagainya.
- Sumber Data
  - Data primer (contoh : data yang diambil dari pedagang, kepala pasar, konsumen, tenaga ahli)
  - Data sekunder (contoh : data dari media massa, instansi)
- Jenis data:
  - Kualitatif ( contoh: Pengambilan pendapat pakar melalui FGD)
  - Kuantitatif (contoh: pengumpulan data sekunder harga pangan)

# PENGOLAHAN DAN ANALISIS DATA

- Perlakuan terhadap data series yang tidak lengkap:
  - Dengan melakukan interpolasi data
  - Contoh metode interpolasi : Menghitung rata-rata diantara kedua data yang ada yang mengapit data yang kosong

# ANALISTIK DATA

- Hasil regresi  $Y = a + bX$  maka:
  - Y adalah dependent variable
  - X adalah independent variable
  - b adalah slope
- Jika koefisien korelasi antara  $X_1$  dan  $X_2 = 0.9$  maka dapat diinterpretasikan:
  - $X_1$  dan  $X_2$  berkorelasi positif
  - $X_1$  dan  $X_2$  berkorelasi positif
- Dalam regresi  $Y = a + bX$ ,  $R$ -kuadrat = 0.68. Ini dapat diinterpretasikan bahwa:
  - Variasi X dapat menjelaskan variasi Y sebesar 68 persen
- Rumus koefisien variasi adalah:
  - Standard deviasi dibagi rata-rata
- Yang dimaksud dengan analisa regresi berganda adalah suatu alat ukur untuk menentukan sebab akibat antara 1 dependen variabel dengan lebih dari 1 independen variabel

# RANAH KAJIAN APHP

- Langkah Penyusunan Kajian:
  - Melakukan pengumpulan data primer/sekunder
  - Pengolahan data sesuai metode yang ditetapkan untuk pengkajian
  - Melakukan analisa sampai kesimpulan
  - Memberikan rekomendasi
- Contoh topik kajian APHP:
  - Analisis Supply Demand Bawang Merah
  - Analisis pemasaran cabai merah di Garut
  - Stabilisasi harga beras

# HUKUM PENAWARAN DAN PERMINTAAN

- Pembentukan harga di pasar dipengaruhi oleh:
  - Penawaran (supply):
    - Produksi, luas panen, kebijakan pemerintah, faktor alam, harga barang
  - Permintaan (demand)
    - Jumlah penduduk, konsumsi per kapita, pendapatan, harga barang, selera
    - Salah satu karakteristik permintaan pangan adalah inelastis sempurna

- Kurva permintaan adalah kurva yang menjelaskan hubungan antara jumlah barang atau komoditas yang diminta konsumen di pasar pada berbagai tingkat harga
- Sifat dari kurva permintaan adalah slope negatif
- Pada kurva permintaan, apabila terjadi kenaikan harga maka jumlah barang yang diminta konsumen adalah semakin menurun
- Permintaan suatu barang yang kurva permintaannya bersudut positif adalah jenis barang given

# Elastisitas Penawaran dan Permintaan

- Elastisitas adalah analisis untuk mengetahui nilai efisiensi suatu produk di pasar
- Elastisitas Penawaran merupakan analisis yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap jumlah produk yang ditawarkan
- Elastisitas Permintaan merupakan analisis yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap jumlah produk yang diminta
- Pada elastisitas harga sendiri, apabila nilai elastisitas kurang dari negatif satu ( $e < -1$ ), maka didefinisikan sebagai permintaan yang elastis
- Hubungan dua barang yang memiliki elastisitas lebih besar nol ( $e > 0$ ), maka hubungan dua barang tersebut adalah bersifat substitusi
- Perubahan pendapatan yang mengakibatkan elastisitas barang kurang dari nol ( $e < 0$ ) dapat diklasifikasikan barang inferior
- Untuk barang yang bersifat elastis ( $e < -1$ ), apabila terjadi kenaikan harga maka pendapatan pengusaha akan mengalami penurunan

# SALURAN DISTRIBUSI DAN MANAJEMEN RANTAI PASOK

- Saluran distribusi adalah
  - jaringan organisasi rantai nilai yang berfungsi sebagai penghubung antara produsen sampai dengan pengguna akhir
- Faktor - faktor yang mempengaruhi jalur distribusi:
  - Tujuan perusahaan dalam memenuhi volume bisnisnya
  - Ukuran kekuatan dari perusahaan dalam hal penjualan dan aset yang dimilikinya
  - Cakupan dari produk perusahaan
- Pertimbangan dalam memilih saluran distribusi:
  - Sifat pasar dan lokasi pembeli
  - Lembaga - lembaga pemasaran
  - Pengendalian pemasaran
  - Jaringan pengangkutan
- Manajemen rantai pasok adalah
  - mengintegrasikan permintaan dan penawaran yang meliputi aliran barang, pelayanan, modal usaha, maupun aliran informasi dari produsen awal sampai konsumen akhir. Bagaimana upaya yang harus dilakukan agar dapat melindungi produsen sekaligus konsumen

# KONSEP TATA NIAGA

- Fungsi tata niaga:
  - pertukaran (pembelian dan penjualan)
  - fungsi pelancar (pembiayaan, penanggungan resiko, standardisasi/grading, informasi pasar)
  - pengadaan secara fisik (pengangkutan, penyimpanan dan pengolahan)

# ANALISIS PEMASARAN

- Pemasaran dalam kegiatan pertanian memainkan peran ganda, yaitu:
  - Peralihan harga antara produsen dengan konsum
  - transmisi fisik dari titik produksi ke tempat konsumen
- Faktor-faktor yang harus diperhatikan dalam mengkaji kebijakan pemasaran:
  - Kemampuan daya beli
  - Keunggulan produk
  - Peluang pasar
  - Keunggulan kompetitor
- Bahan analisis data pemasaran:
  - analisis perkembangan data harga
  - analisis data biaya pemasaran
  - analisis data biaya usaha tani
  - analisis harga anara lokasi
- Efisiensi pemasaran adalah:
  - selisih antara total biaya dengan total nilai produk yang dipasarkan (efisiensi pemasaran = (total biaya-total nilai produk)
- Cara melakukan analisis efisiensi pemasaran yang bertujuan untuk mengetahui bagian yang diterima petani (farmers share) adalah dengan pendekatan:
  - Persentase margin pemasaran
  - Farmer share

# EFISIENSI PEMASARAN

- Keterpaduan usaha dari hulu sampai hilir untuk meningkatkan efisiensi adalah upaya yang disebabkan adanya:
  - daya tarik dari pasar konsumen
  - daya tarik dari permintaan konsumen
- Salah satu akibat dari inefisiensi pasar adalah tingkat harga yang tidak kompetitif
- Efisiensi pasari tertinggi dapat melalui integrasi vertikal yang dapat mencapai:
  - Kualitas produk
  - Kuantitas produk
  - Kontinuitas
  - Harga yang kompetitif
- Integrasi vertikal dalam upaya peningkatkan efisiensi pemasaran dapat didekati dari pola:
  - Penguasaan tunggal dari hulu sampai hilir
  - Pengembangan koperasi agribisnis untuk komoditas unggulan
- Parameter efisiensi rantai pemasaran produk pertanian dapat diamati melalui tingkat harga yang kompetitif

# ANALISIS PENGEMBANGAN PASAR

- Analisis pengembangan peluang pasar memerlukan perhitungan kebutuhan
- bahan analisis data pemasaran secara komperhensif:
  - analisis perkembangan data harga
  - analisis data biaya pemasaran
  - analisis data biaya usaha tani
  - analisis harga antar lokasi
- Metode yang dapat digunakan untuk menganalisis perkembangan pasar:
  - Tabulasi (jenjang pertama)
  - Korelasi (jenjang muda)
  - PAM Analisis (jenjang Madya)

# STRUKTUR, PERILAKU DAN KINERJA PASAR

- Analisa untuk mengetahui derajat persaingan dalam industri dapat dilakukan dengan mengkaitkan hubungan langsung antara : struktur (structure)-perilaku (conduct)-kinerja (performance)
- Intervensi pemerintah yang efektif apabila struktur pasar berbentuk pasar tidak sempurna
- analisis kinerja atau keragaan atau performance pasar ditunjukkan dengan perhitungan:
  - Efisiensi pemasaran
  - Margin pemasaran
- Pola hubungan linier antara struktur perilaku dan kinerja yang diasumsikan bersifat stabil dan kausalitas biasa disebut analisis struktural

# STRUKTUR PASAR

- Adalah berbagai aspek yang ada di pasar yang dapat mempengaruhi pelaku pasar, dimana pelaku pasar terdiri dari produsen dan konsumen
- Klasifikasi pasar berdasarkan strukturnya:
  - Pasar persaingan sempurna: jenis pasar dengan jumlah penjual dan pembeli yang banyak dan produk yang dijual bersifat homogen.
  - Pasar persaingan tidak sempurna, terdiri dari:
    - Pasar Monopoli: Hanya terdapat satu penjual yang menguasai pasar.
    - Pasar Oligopoli : Pasar di mana penawaran satu jenis barang dikuasai oleh beberapa perusahaan. Umumnya jumlah perusahaan lebih dari dua tetapi kurang dari sepuluh.
    - Pasar duopoli : Memiliki karakteristik yang sama dengan oligopoli, namun hanya ada dua perusahaan.
    - Pasar persaingan monopolistik: terdapat banyak produsen yang menghasilkan barang serupa tetapi memiliki perbedaan dalam beberapa aspek.
    - Pasar monopsoni : Jenis pasar dimana hanya ada satu pembeli.
    - Pasar oligopsoni : adalah bentuk pasar dimana barang yang dihasilkan oleh beberapa perusahaan dan banyak perusahaan yang bertindak sebagai konsumen.

# INTEGRASI PASAR

- Integrasi pasar adalah
  - suatu ukuran yang menunjukkan tingkat pergerakan harga yang terjadi di pasar acuan akan menyebabkan perubahan di pasar pengikutnya
- Metode analisis integrasi pasar
  - kointegrasi Johansen
  - VECM

# Dasar hukum

- Undang-Undang nomor 18 tahun 2012 tentang Pangan =>STABILISASI HARGA-KEDAULATAN PANGAN
- Peraturan dan kebijakan pemerintah yang terkait dalam upaya stabilisasi harga pangan pokok strategis antara lain peraturan-peraturan terkait harga, antara lain :
  - Penentuan Gabah/beras yang dibeli pemerintah (HPP) melalui Inpres 5 /2015 atau floor price
  - Peraturan Gabah diluar kualitas (Permentan)
  - Harga Acuan (Permendag) termasuk untuk kedelai
  - Harga Eceran Tertinggi (Permendag) atau ceiling price
- Peraturan Menteri terkait jAPHP :
  1. Peraturan Menteri Pertanian No. 59/Permentan/OT.140/9/2012
  2. Peraturan Menteri PAN-RB No. 6 Tahun 2012
- Undang-undang no 39/2014 tentang Perkebunan untuk menciptakan kondisi yang menguntungkan pelaku usaha, seperti penetapan harga, pajak, distribusi dan informasi **tapi tidak wajib menyampaikan hasil sidang di luar negeri** dilanjutkan penetapan harga TBS agar melindungi dari persaingan antar pabrik dan melindungi petani

# Persiapan kajian kebijakan

- Acuan : Permentan nomor 34 tahun 2011 tentang PEDOMAN PENYUSUNAN KARYA TULIS ILMIAH BAGI PEJABAT FUNGSIONAL RUMPUN ILMU HAYAT LINGKUP PERTANIAN
- APHP harus bidang pemasaran hasil pertanian
- Tahapan persiapan :
  - a) Melakukan pengumpulan data sekunder dan primer bukan data utama dan tambahan
  - b) Pengolahan data sesuai metode yang ditetapkan untuk pengkajian
  - c) Melakukan analisa sampai kesimpulan
  - d) Memberikan rekomendasi
  - e) **Bukan** pengiriman kajian

# Kajian dan analisis

- Kajian pada jenjang muda/madya yaitu : stabilisasi harga, pengaturan pola tanam, distribusi, dan perijinan
- Kajian pada jenjang madya yaitu : Subsidi,, HPP [harga ditetapkan oleh pemerintah dan jumlah yang dibeli sesuai kebutuhan pemerintah untuk cadangan pangan dan keperluan lain], Tarifikasi, distribusi (angka kredit : 0,675)
- Analisis pada Madya antara lain
  - ✓ Integrasi Pasar [Hubungan yang menunjukkan seberapa jauh perubahan harga yang terjadi di pasar acuan (pasar pada tingkat yang lebih tinggi) akan menyebabkan terjadinya perubahan pada pasar pengikutnya (pasar pada tingkat yang lebih rendah)], dengan metode VECM
  - ✓ distribusi pemasaran,
  - ✓ peluang pasar ( untuk rencana dan langkah operasional pemasaran produk) contoh jagung untuk kualitas aflatoksin <20ppb)
  - ✓ Keunggulan komparatif (contoh jagung di Lombok timur) dan bukan Analisa korelasi
- Ketahanan Pangan dipengaruhi oleh
  - ✓ iklim (el nino, la nina) karena mempengaruhi produksi
  - ✓ Urbanisasi karena perubahan permintaan dan perubahan kapasitas produksi pangan
- Fungsi pemasaran :
  - ✓ Fungsi fisik : barang tersedia dalam waktu yang berbeda
  - ✓ Fungsi penyimpanan: menyeimbang periode panen raya dan paceklik

# Lanjutan

- Analisis Market Intelligent adalah Pengumpulan informasi yang digunakan untuk menyelesaikan segala permasalahan berkaitan dengan strategi pemasaran yang akan dijalankan
- Manfaat analisis market intelligent :
  - ✓ Mengetahui dengan cepat hadirnya produk pesaing
  - ✓ Menghadang hadirnya produk pesaing
  - ✓ Membuat keputusan cepat dalam berpromosi
  - ✓ Membuat produk tandingan dengan cepat
  - ✓ **BUKAN** Menyelesaikan masalah internal perusahaan
- PAM (Policy Analysisi Matrix) : (salah satu) metoda analisis daya saing dan dampak kebijakan pemerintah dengn 2 sudut pandang (privat dan sosial) **BUKAN** analisis produktivitas
- Metode PAM harus menghitung shadow price yaitu :harga yg nilainya tidak sama dengan harga pasar tetapi hrg tersebut mencerminkan nilai sosial yang sesungguhnya dr suatu input atau hasil produksi
- CMS (constant market share) : metode untuk menganalisis pola perdagangan serta tren perdagangan yang kemudian dikembangkan untuk tujuan formulasi kebijakan perekonomian

# lanjutan

- Sistem distribusi pemasaran dinyatakan efektif bila :
  - ✓ Mampu menyampaikan hasil-hasil dari petani (produsen) kepada konsumen dengan biaya semurah-murahnya
  - ✓ Mampu mengadakan pembagian yang adil daripada keseluruhan harga yang dibayar konsumen terakhir kepada semua pihak yang ikut serta di dalam kegiatan produksi dan distribusi barang itu.
- Sistem Resi Gudang ditujukan untuk solusi bagi petani untuk menghadapi penurunan harga pada saat panen raya dan bukan untuk mendapatkan cash/tunai
- Pengertian dari saluran distribusi adalah jaringan organisasi rantai nilai yang berfungsi sebagai penghubung antara produsen sampai dengan pengguna akhir
- Pendapatan perkapita artinya seberapa banyak uang yang dimiliki oleh seseorang untuk dibelanjakan

# Kebijakan terkait program pertanian

- Alasan kebijakan subsidi yang diberikan kepada petani :
  - ⇒ Sebagian besar petani masih memerlukan bantuan permodalan dalam memproduksi, padahal investasi yang dilakukan petani baru mendapatkan hasil beberapa bulan berikutnya disaat panen. Hal ini menjadi dasar bahwa petani dapat disubsidi untuk membantu selama produksi
- Kebijakan pertanian garis besarnya adalah Kebijakan di bidang harga, pengelolaan sumberdaya, dan akses petani terhadap pasar input dan output serta teknologi
- Sasaran utama kebijakan pemasaran adalah melindungi produsen dan konsumen
- Instrument kebijakan untuk melindungi konsumen adalah penerapan harga eceran tertinggi dan pengawasan mutu dan keamanan pangan
- Kebijakan harga ditingkat petani disebut harga dasar (Inpres no 5/2015 tentang HPP)
- Program Pemerintah untuk meningkatkan aksesibilitas pangan dengan harga yang tidak merugikan petani dapat melalui pengembangan rantai pemasaran yang lebih efisien

# lanjutan

- Parameter ketahanan pangan antara lain : Nilai Tukar Petani (NTP),
- Sistem ketahanan pangan dalam penyediaan pangan dilakukan pengembangan rantai pemasaran yang lebih efisien
- Langkah - langkah dalam menjaga stabilisasi harga pangan, adalah
  - ✓ Penguatan regulasi
  - ✓ Koordinasi dengan stakeholder terkait
  - ✓ Pemantauan dan pengawasan
  - ✓ Penetrasi pasar
  - ✓ **kecuali.** Koordinasi dengan stakeholder terkait
- Pertumbuhan ekonomi adalah kenaikan kapasitas produksi barang dan jasa secara fisik dalam kurun waktu tertentu
- Kebijakan perluasan lahan pertanian yang dikembangkan ke wilayah rawa dan wilayah pasang surut dapat meningkatkan produksi nasional perlu didukung banyak hal kecuali pemberian subsidi harga dari komoditas yang dihasilkan agar dapat meningkatkan daya saing

# Kebijakan terkait perdagangan/pemasaran

- Hambatan dalam perdagangan internasional :
  1. Tarif (pajak impor, tarif impor, bea masuk) => era globalisasi minimal
  2. Non Tarif (terkait kesehatan tumbuhan, hewan, dan manusia),  
contoh : residu pestisida, cemaran, penyakit hewan dan tumbuhan dll
- Tujuan : untuk melindungi produsen dalam negeri
- Pengendalian importasi pangan dilakukan untuk stabilisasi harga dan ketersediaan pangan
- Kunci meningkatkan pertumbuhan ekonomi antara lain : mendorong ekspor dan investasi
- Upaya meningkatkan ekspor melalui penyediaan bahan baku, ekspor jasa, perluasan pasar, pengembangan kawasan pertanian dan bukan mengurangi impor
- Penetapan HPP mempertimbangkan tingkat produksi padi
- Manfaat penetapan tarif ekspor untuk 1) terpenuhi kebutuhan dalam negeri sehingga tidak terjadi gejolak harga tingkat nasional, 2) pendapatan negara, 3) mengurangi persaingan impor, 4) (contoh : , kakao, kelapa sawit, CPO dan turunannya dan BUKAN Kopra

# lanjutan

- AFTA (ASEAN Free Trade Area) : kawasan perdagangan bebas yang dibentuk dalam rangka meningkatkan daya saing ekonomi kawasan regional ASEAN dengan menjadikan ASEAN sebagai basis produksi dunia
- Dampak AFTA : (salah satu) peningkatan volume ekspor karena pembebasan tarif masuk
- Free Trade Area dilakukan karena karena pada kenyataannya setiap negara tidak dapat mencukupi kebutuhannya sendiri
- Rantai pemasaran produk pertanian dianggap belum efisien hal ini dapat ditunjukkan oleh tingkat harga yang tidak kompetitif
- Pengembangan sistem usaha agribisnis dari hulu sampai hilir secara terpadu dapat didekati dengan pola:
  1. penguasaan tunggal dari hulu sampai hilir
  2. pengembangan koperasi agribisnis untuk komoditas unggulan
- Kebijakan perluasan lahan pertanian yang dikembangkan ke wilayah rawa dan wilayah pasang surut dapat meningkatkan produksi nasional. Salah satu dampak dari perluasan lahan yang kontra produktif dari aspek ekonomi adalah Surplus yang dihasilkan pada wilayah tersebut dapat mendorong terjadinya penurunan harga jual produk

# BUTIR KEGIATAN MADYA

<b>PERSIAPAN</b>	A.	Perencanaan kegiatan di bidang analisis pasar hasil pertanian	Menyusun rencana kerja organisasi sebagai	
			a. Koordinator	0,51
	b. Peserta/anggota.	0.45		
C.	Pengumpulan informasi kualitatif	1 Mengumpulkan informasi kualitatif (data primer) sebagai bahan pendukung analisis melalui :		
		c. Wawancara dengan penentu kebijakan di instansi terkait	0.06	
<b>PELAKSANAAN</b>	B.	Analisis Data	1. Menentukan metode dan model analisis data pemasaran	0.12
			2 Melakukan analisis data pemasaran secara komprehensif, meliputi :	
			h. analisis integrasi pasar	0.675
			i. analisis distribusi pemasaran	0.675
			j. analisis peluang pasar	0.675
			k. analisis <i>market intelligent</i> (pengamatan pengembangan pasar)	0.675
			o. analisis keunggulan komparatif dan kompetitif produk pertanian dan	0.675
			r. analisis strategi perkembangan pasar, melalui :	
			4) Metoda regresi berganda	0.3
5) Metoda PAM ( <i>Policy Analysis Matric</i> )	0.45			
6) Metoda CMS ( <i>Constant Market Share</i> )	0.45			
<b>PENKAJIAN KEBIJAKAN DAN PENGEMBANGAN PELAYANAN</b>	A.	Pengkajian kebijakan dibidang pemasaran hasil pertanian	2. Menelaah kebijakan hpp/subsidi/distribusi/tarifikasi/kebijakan lainnya	0.27
			3. Menentukan metoda pengkajian kebijakan dibidang pemasaran hasil pertanian	0.135
			4 Melakukan kajian terhadap kebijakan dibidang pemasaran hasil pertanian, meliputi :	
			c. Kebijakan subsidi	0.675
			e. Tarifikasi (bea masuk)	0.675
			f. Harga pokok pembelian di bidang pertanian	0.675
			g. Ekspor/impor	0.675
			5 Menyusun rekomendasi berdasarkan hasil kajian, di bidang :	
			c. Kebijakan subsidi	0.135
			e. Tarifikasi (bea masuk)	0.135
			f. Harga pokok pembelian di bidang pertanian	0.135
			g. Ekspor/impor	0.135
			B.	Evaluasi pelayanan informasi pemasaran
	2. Mengorganisasikan pelaksanaan evaluasi	0.27		
3 Melakukan evaluasi				
f. Manfaat informasi pasar bagi pengguna	0.405			
C.	Pengembangan pelayanan informasi pemasaran	4. Melakukan pengembangan pelayanan informasi pasar mencakup pola pengumpulan data/pengolahan/analisis/pengiriman/ penyebarluasan/manfaat informasi pasar	0.54	

# BUTIR KEGIATAN UNTUK SEMUA JENJANG

<b>PENDIDIKAN</b>	A.	Pendidikan sekolah dan memperoleh	1 Pasca sarjana:			
			a. Doktor (S3)	200		
			b. Magister (S2)	150		
				2. Sarjana/Diploma IV di bidang pertanian	100	
	B.	Pendidikan dan pelatihan fungsional di bidang analisis	1. Lamanya lebih 960 jam	15		
			7. Lamanya antara 10 - 30 jam	0.5		
	<b>PENGEMBANGAN PROFESI</b>	A.	Melakukan kegiatan karya tulis/karya ilmiah di bidang analisis pasar hasil pertanian	1 Karya tulis/ilmiah hasil penelitian/pengkajian/survei/evaluasi di bidang analisis pasar hasil pertanian yang dipublikasikan:		
a. Dalam bentuk buku yang diterbitkan dan diedarkan secara nasional				12.5		
b. Dalam bentuk majalah ilmiah yang diterbitkan oleh Kementerian yang bersangkutan				6		
3 Karya tulis ilmiah berupa tinjauan atau ulasan ilmiah hasil gagasan sendiri di bidang analisis pasar hasil pertanian yang dipublikasikan :						
a. Dalam bentuk buku yang diterbitkan dan diedarkan secara nasional				8		
b. Dalam bentuk majalah ilmiah yang dipublikasikan dan didokumentasikan oleh Kementerian yang bersangkutan				4		
4 Makalah berupa tinjauan atau ulasan ilmiah hasil gagasan sendiri dalam bidang analisis pasar hasil pertanian yang tidak dipublikasikan tetapi didokumentasikan						
a. Dalam bentuk buku				7		
b. Dalam majalah				3.5		
5. Tulisan ilmiah populer di bidang analisis pasar hasil pertanian yang disebarluaskan melalui media massa yang merupakan satu kesatuan				2		
6. Menyampaikan prasaran berupa tinjauan, gagasan, atau ulasan ilmiah dalam pertemuan ilmiah nasional (tidak harus memberikan rekomendasi tetapi harus				2.5		
C.				Membuat dan menyusun bahan informasi	Membuat dan menyusun bahan informasi dalam bentuk:	
					a. Peta	0.045
					b. Grafik	0.090
					c. Foto/slide	0.090
	d. Video/film	0.750				
	e. Brosur/leaflet/bahan tayangan	0.090				

# BUTIR KEGIATAN UNTUK SEMUA JENJANG

<b>PENUNJANG KEGIATAN ANALISIS PASAR HASIL PERTANIAN</b>	A.	Peran serta dalam seminar/ loka karya di bidang analisis pasar hasil pertanian	Mengikuti seminar/lokakarya dan berperan sebagai :		
			a. Pemrasaran/penyaji/narasumber	3	
			b. Pembahas/moderator	2	
			c. Peserta	1	
	E.	Memperoleh penghargaan/ tanda jasa	1	Penghargaan/tanda jasa dari Pemerintah atas prestasi kerjanya	
				a. Tingkat Nasional	1
			b. Tingkat Provinsi	0.5	
			2	Memperoleh penghargaan/tanda jasa Satya Lancana Karya Satya	
				a. 30 (tigapuluh) tahun	3
				b. 20 (duapuluh) tahun	2
	c. 10 (sepuluh) tahun	1			
	F.	Menjadi anggota organisasi profesi	Menjadi anggota organisasi profesi Nasional		
			a. sebagai Pengurus aktif	1	
			b. sebagai Anggota aktif	0.750	
	G.	Memperoleh gelar kesarjanaan lainnya	Memperoleh ijazah/gelar kesarjanaan yang tidak sesuai dengan tugas pokoknya		
			a. Doktor (S3)	15	
			b. Magister (S2)	10	
c. Sarjana/Diploma IV			5		
H.	Melaksanakan kegiatan penunjang	Sebagai koordinator pejabat fungsional Analis Pasar Hasil Pertanian pada unit kerja		0.5	