

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden pada penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kondisi produsen benih padi yang terlibat dalam pemasaran di Kabupaten Trenggalek. Berdasarkan data HPPB dan BPSB terdapat 8 unit usaha benih padi dengan beberapa bentuk usaha. Sebaran produsen di lokasi penelitian dapat dikategorikan berdasarkan bentuk usaha yaitu UD (Usaha Dagang), Kelompok Tani, dan Kebun Benih.

1. Karakteristik produsen benih padi di Kabupaten Trenggalek

Penggambaran karakteristik produsen benih padi di Kabupaten Trenggalek dilihat dari jumlah bentuk usaha, rata-rata lama usaha (tahun), rata-rata luas lahan (ha), produktivitas per tahun (ton/ha), dan kelas benih yang diproduksi. Karakteristik produsen benih padi di Kabupaten Trenggalek dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Karakteristik Produsen Benih Padi di Kabupaten Trenggalek

Karakteristik Produsen	Bentuk Usaha		
	UD	Kelompok Tani	Kebun Benih
Jumlah Bentuk Usaha	5	2	1
Rata-rata Lama Usaha (tahun)	25	1.5	30
Rata-rata luas lahan produksi (ha)			
a. Milik Sendiri	3.05	10	8
b. Mitra	11.05	-	-
Rata-rata produksi per tahun (ton)	44.34	20.66	15.45
Kelas benih produksi	SS	SS	SS

Keterangan:

SS: *Stock Seed* (Benih Pokok)

Berdasarkan Tabel 3, diketahui bahwa bentuk usaha produsen benih padi yang ada di Kabupaten Trenggalek didominasi oleh usaha yang berbentuk UD (Usaha Dagang), kemudian Kelompok Tani dan selanjutnya Kebun Benih. Produsen dengan bentuk usaha UD merupakan produsen benih padi milik perseorangan. Terdapat 5 produsen benih padi yang masih aktif dan menjadi responden pada penelitian. Kemudian produsen dengan bentuk usaha kelompok tani merupakan produsen benih yang terdiri dari beberapa orang yang tergabung dalam kelompok tani. Selanjutnya yaitu bentuk usaha Kebun Benih, yang merupakan bentuk usaha yang dikelola oleh pemerintah provinsi. Untuk produksi Kebun Benih diberikan dana oleh provinsi dan hasilnya dibeli oleh provinsi untuk di pasarkan.

2. Karakteristik berdasarkan bentuk usaha dan rata-rata lama usaha

Berdasarkan bentuk usaha produsen benih padi di Kabupaten Trenggalek terdapat 3 bentuk usaha yaitu, UD (Usaha Dagang) sebanyak 5 unit dengan rata-rata lama usaha yaitu 25 tahun, Kelompok Tani sebanyak 2 unit dengan rata-rata lama usaha yaitu 1.5 tahun, dan Kebun Benih sebanyak 1 unit dengan lama usaha yaitu 30 tahun. Masing-masing produsen memiliki akses yang sama untuk mendapatkan benih induk. Tidak ada yang berbeda, karena masing-masing produsen mendapatkan benih induk dari produsen yang memiliki stok benih yang dibutuhkan masing-masing produsen. Masing-masing produsen sama-sama memiliki kemudahan akses dalam mendapatkan benih induk. Beberapa produsen mendapatkan benih induk untuk beberapa varietas dari produsen yang ada di Kabupaten Trenggalek, tetapi sebagian besar produsen mendapatkan benih induk dari luar Kabupaten Trenggalek.

3. Karakteristik berdasarkan luas lahan dan produksi

Berdasarkan Tabel 3 produsen benih padi yang memiliki rata-rata luas lahan produksi tertinggi adalah produsen dengan bentuk usaha UD yaitu sebesar 14.1 ha. Sedangkan luas lahan produksi untuk kelompok tani yaitu rata-rata sebesar 10 ha, dan untuk Kebun Benih memiliki luas lahan produksi sebesar 8 ha. Melihat dari luas lahan produksi dapat diketahui rata-rata produksi tertinggi yaitu produsen dengan bentuk usaha UD dengan total 44.34 ton per tahun, sedangkan untuk kelompok tani dengan luas lahan produksi yang sudah dijelaskan diatas dapat

menghasilkan sebesar 20.66 ton per tahun. Selanjutnya Kebun Benih dapat memproduksi sebesar 15.54 ton per tahun.

4. Karakteristik berdasarkan kelas benih

Produsen benih padi di Kabupaten Trenggalek sebagian besar memproduksi kelas benih SS (*Stock Seed*) atau benih pokok baik dengan bentuk usaha UD (Usaha Dagang), Kelompok Tani, maupun Kebun Benih. Kelas benih tersebut diproduksi dari benih induk kelas FS (*Foundation Seed*) atau benih dasar yang dibeli oleh setiap produsen. Masing-masing produsen mendapatkan benih induk dari berbagai daerah seperti Trenggalek, Nganjuk, Blitar, Ponorogo, Tulungagung, dan Malang. Bentuk usaha Kelompok Tani juga memproduksi benih padi kelas ES (*Extension Seed*) atau benih sebar yang benih induknya didapatkan dari produsen lokal Trenggalek. Kemudian salah satu unit usaha UD juga memproduksi benih FS yang benih induknya didapatkan dari Balai Benih Sukamandi Subang.

5.2 Analisis Perilaku Pasar Benih Padi di Kabupaten Trenggalek

Perilaku pasar merupakan cara perusahaan untuk menyesuaikan diri dengan pasar, yang mana perusahaan juga berperan sebagai penjual dan atau pembeli (Anindita, 2004). Analisis perilaku pasar ini dilakukan untuk mengetahui perilaku yang dilakukan oleh produsen benih padi agar bisa beradaptasi dan menyesuaikan dengan situasi pasar. Perilaku pasar dalam penelitian ini dianalisis secara deskriptif. Pada analisis deskriptif ini beberapa indikator yang digunakan untuk mendeskripsikan perilaku pasar dalam penelitian ini yaitu metode penetapan harga, promosi penjualan, organisasi pemasaran, dan perjanjian kerjasama yang dilakukan oleh produsen benih padi.

5.2.1 Metode Penetapan Harga Benih di Kabupaten Trenggalek

Berdasarkan hasil penelitian di lapang produsen benih padi yang ada di Kabupaten Trenggalek dilakukan musyawarah untuk menetapkan kisaran harga jual benih padi. Harga yang telah ditentukan secara musyawarah oleh para produsen hanya menjadi pedoman harga jual benih padi, sehingga produsen tetap menentukan sendiri harga jual benih padi yang diproduksinya. Metode penetapan harga yang dilakukan produsen benih padi di Kabupaten Trenggalek dan tujuan dari metode penetapan harga tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Metode Penetapan Harga dan Tujuan Penetapan Harga yang Dilakukan Produsen Benih Padi di Kabupaten Trenggalek

Metode Penetapan Harga	Tujuan Penetapan Harga						Total	
	Mencari Pangsa Pasar		Mempertahankan Pangsa Pasar		Menguasai Pangsa Pasar		n	%
	n	%	n	%	n	%		
Tingkat Harga di Pasar	2	25%	3	37,5%	1	12,5%	6	75%
Lain-lain (SK Pemerintah)	-	-	1	12,5%	-	-	1	12,5%
Biaya Produksi dan Tingkat Harga di Pasar	-	-	1	12,5%	-	-	1	12,5%
Total	2	25%	5	62,5%	1	12,5%	8	100%

Ada beberapa faktor yang bisa dijadikan pertimbangan dalam menetapkan harga, tujuan dalam menetapkan harga, perkiraan biaya yang dikeluarkan, dan analisis harga dari pesaing (Kotler,1984). Berdasarkan Tabel 4, dapat diketahui bahwa keadaan di lapang hanya 3 metode yang dilakukan oleh produsen benih padi untuk menetapkan harga dengan beberapa tujuan yang berbeda, yaitu sebesar 37,5% produsen benih padi di Kabupaten Trenggalek menetapkan harga dengan melihat tingkat harga di pasar hal tersebut dilakukan dengan tujuan untuk mempertahankan pangsa pasarnya, produsen tersebut yaitu produsen dengan bentuk usaha UD (Usaha Dagang). Kemudian 25% produsen benih padi dengan bentuk usaha Kelompok Tani menetapkan harga berdasarkan tingkat harga di pasar dengan tujuan mencari pangsa pasar, dikarenakan bentuk usaha Kelompok Tani merupakan produsen baru di Kabupaten Trenggalek. Selanjutnya 12,5% produsen dengan bentuk usaha UD menetapkan harga berdasarkan tingkat harga di pasar dengan tujuan menguasai pangsa pasar, 12,5% produsen bentuk usaha Kebun Benih menetapkan harga berdasarkan SK (Surat Ketentuan) Pemerintah, dan 12,5% produsen bentuk usaha UD menetapkan dengan melihat biaya produksi dan juga tingkat harga di pasar dengan tujuan mempertahankan pangsa pasar. Hal ini juga dipengaruhi karena adanya musyawarah harga antar produsen, sehingga sebagian besar produsen menetapkan harga berdasarkan tingkat harga di pasar benih Kabupaten Trenggalek. Seperti penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Basse, *et al.* (2013), yang menggunakan biaya produksi sebagai variabelnya,

dengan biaya produksi rata-rata Rp 4.674,- produsen benih padi yang ada di Kabupaten Trenggalek pada umumnya memproduksi benih padi kelas SS (*Stock Seed*) atau benih pokok dengan kisaran harga jual antara Rp 8.000,- sampai dengan Rp 9.500,- per kilogramnya, kecuali ada 1 produsen yang menetapkan harga jual di bawah harga pasar yaitu sekitar Rp 5.500,- sampai dengan Rp 6.500,- per kilogram. Keterangan selanjutnya dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Rata-Rata Volume Produksi, Penjualan, dan Biaya Produksi Produsen Benih Padi di Kabupaten Trenggalek

Rata-Rata Produksi, Penjualan, dan Biaya Produksi	Bentuk Usaha		
	UD	Kelompok Tani	Kebun Benih
Volume Produksi (ton/th)	44.34	20.66	15.45
Volume Penjualan (ton/th)			
a. Dalam Kabupaten	17.48	8.06	-
b. Luar Kabupaten	26.86	12.59	15.45
Biaya Produksi (Rp/Kg)	4621	4638	5018
Harga Jual (Rp/Kg)	8250-8750	8500	6500

Berdasarkan Tabel 5 tersebut diketahui bahwa rata-rata biaya produksi produsen benih padi dengan bentuk usaha UD lebih rendah dibandingkan dengan bentuk usaha kelompok tani dan juga kebun benih yaitu sebesar Rp 4.621,-. Dengan biaya produksi tersebut produsen benih padi dengan bentuk usaha UD menjual dengan harga antara Rp 8.250,- sampai dengan Rp 8.750,-. Sedangkan kelompok tani memproduksi dengan biaya produksi yang lebih besar, dan juga harga jual yang lebih tinggi yaitu sebesar Rp 4.638,- dan Rp 8.500,-. Untuk Kebun Benih dengan biaya produksi yang tinggi namun menetapkan harga jual yang rendah dikarenakan Kebun Benih tersebut merupakan badan usaha milik provinsi, sehingga harga jual yang ditetapkan mengikuti aturan yang dikeluarkan oleh pemerintah yaitu sebesar Rp 6.500,-. Tetapi hal tersebut masih tidak merugikan pihak-pihak yang menjalankan produksi untuk Kebun Benih dengan biaya produksi Rp 5.018,-.

Produsen benih yang ada di Kabupaten Trenggalek lebih banyak memasarkan produknya keluar Kabupaten Trenggalek yaitu rata-rata sebesar 26.86 ton per tahun untuk bentuk usaha UD, sedangkan yang di pasarkan di dalam kabupaten rata-rata hanya 17.48 ton per tahunnya. Untuk Kelompok Tani juga menjual sebagian produknya ke luar daerah Trenggalek dengan volume penjualan rata-rata sebesar 12.59 ton per tahun, dan rata-rata hanya sebesar 8.06 ton per tahun yang dijual di

dalam daerah. Sebagian besar produsen menjual produknya keluar daerah dikarenakan rendahnya minat konsumen dalam daerah untuk membeli produk yang berasal dari dalam daerah. Para produsen mengatakan konsumen dalam daerah menganggap produk yang berasal dari dalam daerah tidak sebagus produk yang berasal dari luar daerah, sehingga konsumen dalam daerah lebih memilih membeli produk yang berasal dari luar daerah yang dianggapnya lebih bagus. Sedangkan Kebun Benih menjual seluruh produknya keluar daerah rata-rata sebesar 15.45 ton per tahun. Hal tersebut dikarenakan produk yang dihasilkan Kebun Benih Kendalrejo yang ada di Kabupaten Trenggalek seluruhnya dibeli oleh dinas, kemudian dinas memasarkannya keluar daerah Trenggalek yang dibantu oleh produsen-produsen yang menjadi mitranya.

Produsen benih padi Kabupaten Trenggalek merasa sudah memiliki pangsa pasarnya masing-masing sehingga harga pesaing dalam dan luar Kabupaten Trenggalek tidak terlalu menjadi fokus dalam penetapan harga. Akan tetapi beberapa produsen menganggap salah satu produsen di dalam Kabupaten menjadi pesaing dikarenakan berbagai alasan. Produsen tersebut yaitu UD. Nawangsari yang sudah lebih lama memproduksi benih padi, sehingga UD. Nawangsari dianggap sudah cukup besar dan memiliki pangsa pasar yang luas. Karena sudah cukup besar UD. Nawangsari juga dianggap memiliki modal besar dan lahan yang luas sehingga bisa memproduksi benih padi lebih banyak. Tetapi dalam hal harga UD. Nawangsari masih menetapkan harga dengan kisaran harga yang telah disepakati bersama. Selanjutnya dari fenomena yang ada di lapang diketahui bahwa pesaing yang paling mendominasi pasar benih padi di Kabupaten Trenggalek yaitu produsen dari luar Kabupaten Trenggalek. Produsen benih padi asal Boyolali menjadi pesaing yang paling kuat, dikarenakan persebaran produknya yang hampir menguasai pasar benih padi Kabupaten Trenggalek. Produsen dari luar Kabupaten Trenggalek mematok harga mulai dari Rp 9.000-Rp 10.000 /kg. Untuk produsen benih padi dalam Kabupaten Trenggalek sendiri para produsen menganggap persaingan yang terjadi sangatlah wajar karena para produsen menjual benih padi pada pasar bebas, sehingga setiap produsen merupakan saingan, namun persaingan masih dalam batas wajar.

Selain menjual produknya secara lokal produsen benih padi yang ada di Kabupaten Trenggalek rata-rata juga menjual produknya ke luar kabupaten. Hal ini disebabkan karena minat konsumen dalam kabupaten yang kurang terhadap produk lokal, sehingga produsen lebih banyak menjual produknya ke luar kabupaten. Konsumen menganggap produk dalam kabupaten kualitasnya lebih rendah dari produk luar kabupaten, tetapi pada kenyataannya kualitas benih padi bersertifikat yang di pasarkan memiliki kualitas yang sama dikarenakan adanya proses sertifikasi yang dilakukan sebelum benih padi bisa di pasarkan. Konsumen yang berasal dari luar Kabupaten Trenggalek yaitu Tulung Agung, Magetan, Ponorogo, Tuban, Bojonegoro, Blitar, Lamongan, Nganjuk, Kediri, Pare, Magetan, dan juga Madiun. Produsen tidak langsung menjual kepada konsumen tetapi melalui distributor yang memasarkan pada daerah-daerah tersebut. Daerah-daerah pemasaran tersebut selanjutnya dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Lokasi Pemasaran Produsen Benih Padi di Kabupaten Trenggalek

Bentuk Usaha	n	Lokasi Pemasaran	
		Dalam Kabupaten	Luar Kabupaten
UD	5	Kec. Trenggalek, Gandusari, Pogalan, Durenan, Karang, Panggul	Magetan, Malang, Madiun, Ponorogo, Tulungagung, Blitar, Lamongan, Kediri, Pare, Nganjuk
Kelompok Tani	2	Kec. Karang, Jaringan KT Kabupaten Trenggalek	Tulungagung
Kebun Benih	1	-	Tuban, Bojonegoro, Tulungagung

5.2.2 Promosi Penjualan Benih Padi di Kabupaten Trenggalek

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan hanya terdapat 3 produsen benih padi yang melakukan promosi penjualan. Promosi merupakan upaya dalam membujuk, meyakinkan, dan mengingatkan orang yang membeli agar bisa menerima produk yang dihasilkan (Sutojo (1981), dan Boyd *et al.* (2000)). Produsen benih padi di Kabupaten Trenggalek yang melakukan kegiatan promosi yaitu, UD. Bumi Ayu, UD. Sekar Tani, dan juga Kelompok Tani (KT) Sinar Harapan. Hal tersebut dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Kegiatan Promosi yang Dilakukan Produsen Benih Padi di Kabupaten Trenggalek

Kegiatan Promosi	Bentuk Usaha	n	%
<i>Door to Door</i> (Mendatangi Kios Baru)	UD	1	12.5
Brosur	UD	1	12.5
Radio, Media Sosial (<i>Facebook, Web Desa</i>)	Kelompok Tani	1	12.5
Tidak Melakukan Promosi		5	62.5
Total		8	100

Berdasarkan Tabel 7 dapat diketahui bahwa sebanyak 2 produsen dengan bentuk usaha UD (Usaha Dagang) dan 1 produsen dengan bentuk usaha kelompok tani melakukan kegiatan promosi. Promosi dapat dilakukan dengan berbagai cara baik secara langsung maupun dengan media komunikasi media massa (Sutojo, 1981). Salah satu produsen dengan bentuk usaha UD melakukan kegiatan promosi dengan cara mendatangi kios-kios baru, dan satu produsen lain juga dengan bentuk usaha UD menggunakan brosur sebagai media promosi yang dilakukan. Media promosi dengan mendatangi kios-kios dilakukan hanya 1 kali dalam 1 tahun atau dilakukan apabila produsen mendapatkan informasi terkait kios baru. Kegiatan promosi tersebut dilakukan untuk mencari konsumen baru dari kios baru tersebut. Kegiatan promosi selanjutnya yang juga dilakukan produsen dengan bentuk usaha UD dilakukan dengan menggunakan brosur yang dibagikan kepada pedagang pengecer untuk memperkenalkan produknya. Kemudian kegiatan promosi yang dilakukan kelompok tani yaitu membuat iklan di radio lokal yang dilakukan setiap 1 bulan sekali, kelompok tani tersebut juga melakukan promosi melalui media *Facebook* dan *Web Desa* tetapi hanya sesekali saja karena produksi yang masih belum terlalu banyak dari Kelompok Tani tersebut.

Ketiga produsen yang melakukan kegiatan promosi tidak ada yang menyediakan dana khusus untuk kegiatan promosi tersebut. Biaya yang dikeluarkan untuk merupakan biaya urgensi yang tidak dianggarkan sebelumnya. Walaupun tidak mengkhhususkan biaya untuk kegiatan promosi ketiga produsen tersebut merasa kegiatan promosi ini sangat berpengaruh. Ketiganya merasa produknya akan lebih cepat habis ketika dilakukan kegiatan promosi. Salah satu bentuk usaha UD melakukan kegiatan promosi dikarenakan permintaan dari konsumen yang meminta dibuatkan pengenal ketika ada varietas baru yang diproduksi, sehingga

produsen membuat brosur untuk mengenalkan varietas baru dan juga sebagai media promosinya. Untuk produsen lainnya yang juga berbentuk UD melakukan kegiatan promosi dengan mendatangi kios-kios dilakukan tanpa ada yang mempengaruhi sebelumnya, jadi murni inisiatif dari produsen tersebut melakukan promosi untuk mempercepat habisnya produk yang dihasilkan. Produsen dengan bentuk usaha kelompok tani melakukan kegiatan promosi dikarenakan produsen tersebut merupakan produsen baru. Sehingga untuk memperkenalkan produknya dan mencari pangsa pasar, produsen tersebut melakukan kegiatan promosi dengan media radio lokal, dan melalui media sosial seperti *Facebook* dan *Web* Desa.

Selain ketiga produsen tersebut, 5 produsen lainnya yang ada di Kabupaten Trenggalek dengan 3 bentuk usaha UD, 1 Kelompok Tani dan 1 Kebun Benih tidak melakukan kegiatan promosi. Produsen hanya mengutamakan kualitas dari produk yang dihasilkannya. Produsen meyakinkan apabila benih yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik maka akan menarik konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk dari produsen tersebut. Produsen yang tidak melakukan kegiatan promosi memiliki alasan yang berbeda, produsen menganggap kegiatan promosi tidak efektif dan efisien untuk memasarkan benih padi, ada juga yang belum memiliki media promosi. Selain itu juga produsen menganggap telah memiliki konsumen yang selalu membeli produknya, yang membuat produsen belum memikirkan untuk melakukan kegiatan promosi.

Ketiga produsen yang melakukan promosi penjualan dapat dikatakan adaptif karena mampu beradaptasi dengan melakukan kegiatan promosi untuk menunjang penjualannya. Dan kegiatan promosi dilakukan untuk mempertahankan eksistensinya di Kabupaten Trenggalek. Sedangkan 5 produsen yang belum melakukan promosi merupakan produsen yang tidak adaptif. Sehingga dalam kegiatan promosi hanya 3 produsen yang adaptif dengan melakukan kegiatan promosi.

5.2.3 Organisasi Pemasaran yang Diikuti oleh Produsen Benih Padi di Kabupaten Trenggalek

Organisasi pemasaran merupakan wadah untuk menyampaikan sesuatu dan digantikan atau ditukar dengan sesuatu yang memiliki nilai (Kotler, *et al* (1996), Foster (1981), Hasibuan (2004), dan Wibowo (2007)). Berdasarkan penelitian yang

telah dilakukan terdapat 2 organisasi pemasaran yang ada di Kabupaten Trenggalek yaitu, HPPB (Himpunan Produsen Penangkar Benih), dan Gapoktan Sinar Harapan. Diketahui seluruh produsen benih padi yang ada di Kabupaten Trenggalek mengikuti organisasi pemasaran HPPB (Himpunan Produsen Penangkar Benih), sedangkan Gapoktan Sinar Harapan hanya diikuti oleh petani yang memproduksi benih padi di Desa Sukorejo. Keterangan selanjutnya dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Keaktifan Mengikuti Organisasi Pemasaran HPPB

Keaktifan	Alasan	n	%
Aktif	Mendapatkan informasi kebutuhan dan ketersediaan benih padi	3	37.5%
	Mengetahui kondisi pasar	2	25%
	Informasi cepat tersampaikan	1	12.5%
	Mendapatkan informasi dan bisa belajar dari produsen lain mengenai produksi dan pemasaran	2	25%
Pasif		-	-
Total		8	100%

Berdasarkan Tabel 8, seluruh produsen benih padi yang ada di Kabupaten Trenggalek mengikuti organisasi pemasaran HPPB. Sehingga semua produsen benih padi tersebut sudah menjadi anggota dari HPPB. Semua produsen tersebut dapat dikatakan aktif dalam mengikuti kegiatan yang dilakukan oleh HPPB dikarenakan produsen-produsen tersebut masih mengikuti kegiatan yang diadakan oleh HPPB. Kegiatan rutin yang dilakukan yaitu pertemuan yang dilakukan 3-6 bulan sekali dan atau tergantung kondisi, artinya ketika ada hal-hal yang perlu disampaikan pertemuan tersebut bisa berlangsung sewaktu-waktu.

Produsen benih padi yang mengikuti HPPB menganggap tujuan organisasi pemasaran yang diikutinya tersebut masih sesuai dengan tujuan para produsen dalam menjalankan usaha benih padi, sehingga tidak ada produsen yang tidak aktif mengikuti kegiatan dari organisasi pemasaran tersebut. Tujuan dari HPPB sendiri yaitu bentuk koordinasi dan penyampaian informasi. Maka apabila ada informasi mengenai regulasi pembenihan, inovasi terbaru, kebijakan pemerintah ataupun informasi mendesak akan dilakukan pertemuan antar produsen untuk dilakukan diskusi pembahasan hal-hal tersebut.

Berbagai alasan yang membuat seluruh produsen benih padi yang berjumlah 8 produsen tersebut mau bergabung dan mengikuti kegiatan yang dilakukan HPPB

(Himpunan Produsen Penangkar Benih). Sebagian besar menganggap HPPB memiliki manfaat walaupun hanya kecil dalam proses produksi maupun pemasaran benih padi yang dilakukan produsen. Manfaat yang dapat diambil dari bergabung mengikuti HPPB yaitu produsen mendapatkan informasi kebutuhan dan ketersediaan benih padi, dapat mengetahui kondisi pasar, *sharing* mengenai produksi dan juga pemasaran benih padi dan informasi yang di dapatkan cepat tersampaikan. Selain manfaat yang dapat diambil tersebut ada salah satu produsen juga yang menganggap bahwa dengan mengikuti HPPB juga tidak mendapatkan manfaat, dikarenakan produsen tersebut menganggap ada permainan harga yang dilakukan oleh beberapa oknum, sehingga produsen tersebut mengikuti HPPB hanya untuk menjaga silaturahmi dan juga mencari pengalaman.

Selanjutnya juga ada organisasi pemasaran Gapoktan Sinar Harapan, namun organisasi ini hanya diikuti oleh petani yang memproduksi benih di Desa Sukorejo yang tergabung dalam Kelompok Tani Sinar Harapan. Gapoktan Sinar Harapan sering memberikan pelatihan yang dilakukan oleh Petugas Penyuluh Lapangan (PPL) baik tentang produksi, pestisida, ataupun pemupukan dan hal tersebut dianggap positif oleh kelompok tani tersebut sehingga anggota merasa diuntungkan dengan adanya pelatihan tersebut. Selain itu, Gapoktan Sinar Harapan ini juga memiliki kios yang digunakan untuk membantu memasarkan produk yang dihasilkan anggotanya, sehingga anggota juga mendapatkan keuntungan dari adanya kios tersebut yang membantu pemasarannya.

5.2.4 Perjanjian Kerjasama yang Dilakukan Produsen Benih Padi di Kabupaten Trenggalek

Kegiatan kerjasama dilakukan untuk menjalin hubungan dengan beberapa perusahaan untuk mempercepat pengembalian modal dan atau untuk memperluas usahanya (Keegan, 1996). Kegiatan kerjasama dilakukan oleh produsen benih padi untuk kelancaran produksi dan juga pemasaran produknya. Dikarenakan keterbatasan produsen dalam melakukan kegiatan produksi dan pemasaran sehingga produsen melakukan suatu kerjasama. Berdasarkan hasil penelitian di lapang dapat diketahui bahwa usaha produksi benih padi yang dilakukan produsen yang ada di Kabupaten Trenggalek melakukan kerjasama dengan beberapa pihak. Informasi selanjutnya dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Bentuk Kerjasama yang Dilakukan Produsen Benih Padi

Macam Kerjasama	Pihak yang Terlibat	Bentuk Kerjasama							
		Terkait Produksi		Terkait Produksi dan Pemasaran		Terkait Pemenuhan Input, Pemasaran, dan Produksi		Total	
		n	%	n	%	n	%	n	%
1 Pihak	Produsen lain	-	-	-	-	-	-	-	-
	Supplier	-	-	-	-	-	-	-	-
	Petani	1	12.5	-	-	-	-	1	12.5
	Distributor/toko	-	-	-	-	-	-	-	-
Lebih Dari 1 Pihak	Petani dan Distributor	-	-	1	12.5	-	-	1	12.5
	Produsen Lain dan Petani	-	-	1	12.5	-	-	1	12.5
	Produsen Lain, Petani, dan Distributor	-	-	-	-	2	25	2	25
Tidak Melakukan Kerjasama								3	37.5
Total		1	12.5	2	25	2	25	8	100

Berdasarkan keadaan di lapang hanya 62.5% produsen yang melakukan kegiatan kejasama, yang berarti hanya 5 produsen yang adaptif dengan melakukan kerjasama, sedangkan sebesar 37.5% produsen tidak melakukan kerjasama dengan pihak manapun. Ketiga produsen yang tidak atau belum melakukan kerjasama dengan pihak lain yaitu 2 produsen dengan bentuk usaha Kelompok Tani dan 1 produsen dengan bentuk usaha Kebun Benih. Produsen dengan bentuk usaha Kelompok Tani tidak melakukan kerjasama dengan pihak manapun dikarenakan usaha produksi benih yang dilakukan masih baru dan benih padi yang dihasilkan masih sedikit sehingga dirasa belum perlu melakukan kegiatan kerjasama. Sedangkan untuk Kebun Benih tidak melakukan kerjasama dikarenakan segala kebutuhan untuk melakukan produksi telah dicukupi oleh dinas, dan pemasaran produknya pun dibantu oleh dinas.

Selanjutnya 5 produsen yang melakukan kerjasama yaitu produsen dengan bentuk usaha UD (Usaha Dagang). Produsen melakukan kerjasama dengan satu pihak atau lebih. Sebesar 12.5% produsen melakukan kerjasama hanya dengan petani, sebesar 12.5% produsen melakukan kerjasama dengan petani dan distributor, sebesar 12.5% kerjasama dilakukan dengan dengan produsen lain dan petani, dan sisanya sebesar 25% produsen bekerjasama dengan produsen lain, petani, dan distributor. Kerjasama yang dilakukan merupakan kerjasama dengan bentuk formal. Hal tersebut dikarenakan pada awalnya sudah ada perjanjian terlebih dahulu sebelum melakukan transaksi jual beli produk.

Kelima produsen tersebut melakukan kerjasama dengan petani dalam penggunaan lahan untuk memenuhi kebutuhan benih yang akan diproduksi. Dikarenakan keterbatasan lahan yang dimiliki produsen sehingga produsen melakukan kerjasama untuk memenuhi kebutuhan benih yang akan di pasarkan. Lima produsen yang bekerjasama dengan petani yaitu produsen dengan bentuk usaha UD (Usaha Dagang), petani tersebut dipinjami benih kemudian setelah panen hasilnya dibeli dengan harga benih yang berlaku pada saat itu yang ditambah dengan Rp 200 – Rp 500. Selain dengan petani untuk memenuhi kebutuhan benih, 3 produsen dengan bentuk usaha UD tersebut juga bekerja sama dengan pemasar. Produsen-produsen tersebut yang melakukan kegiatan kerjasama dengan pemasar untuk membantu pemasaran produk yang mereka hasilkan agar cepat habis, selain itu juga dapat mengetahui kondisi pasar dari distributor tersebut. Salah satu produsen dengan bentuk usaha UD juga bekerjasama dengan produsen lain dalam bentuk pemasaran dikarenakan ada benih bantuan dari pemerintah sehingga dirasakan penjualannya menurun. Dan dampak yang dirasakan setelah melakukan kerjasama tersebut penjualannya lebih cepat habis karena dibantu pemasaran oleh produsen mitra kerjasamanya tersebut. Kemudian 1 produsen dengan bentuk usaha UD yang juga bekerja sama dengan produsen lain yaitu untuk membantu memenuhi kebutuhan benih produsen lain, dengan dampak yang dirasakan yaitu perputaran uang yang dihasilkan lebih cepat. Meski demikian produsen tersebut juga melakukan kerjasama dengan toko/kios dalam hal pemasaran produk agar penjualannya terus meningkat.