

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Produsen benih padi yang aktif melayani pasar bebas di Kabupaten Madiun melakukan berbagai usaha dalam menyesuaikan diri dan mempertahankan eksistensi di pasar. Usaha yang dilakukan menjadi gambaran perilaku pasar benih padi di Kabupaten Madiun. Adapun indikator untuk melihat perilaku pasar yaitu metode penetapan harga, organisasi pemasaran, promosi penjualan, dan perjanjian kerjasama. Masing-masing indikator yang dilakukan oleh produsen merupakan usaha dalam beradaptasi sehingga dapat membentuk suatu perilaku pasar benih padi.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat menjelaskan empat indikator untuk melihat perilaku pasar yang terbentuk. Metode penetapan harga yang dominan digunakan oleh produsen yaitu dengan melihat tingkat harga di pasar. Tujuannya adalah untuk mempertahankan pangsa pasar. Produsen yang menggunakan metode ini yaitu produsen skala usaha UD (Usaha Dagang), CV (*Comanditaire Venootschap*), dan POKTAN (Kelompok Tani). Metode penetapan harga dengan mempertimbangkan biaya produksi dilakukan oleh produsen dengan skala usaha PT (Perseroan Terbatas) dengan tujuan menguasai pangsa pasar. Di samping itu, harga pasar di Kabupaten Madiun yaitu Rp 8.000,-/kg dan ditentukan atas kesepakatan produsen yang ada. Hal ini menunjukkan adanya *tacit collusion*, dimana produsen membuat keputusan bersama dalam menentukan harga umum.

Organisasi pemasaran yang diikuti oleh semua produsen yaitu HPPB (Himpunan Produsen Penangkar Benih Padi). Produsen dengan skala usaha PT (Perseroan Terbatas), UD (Usaha Dagang), CV (*Comanditaire Venootschap*), dan POKTAN (Kelompok Tani) merupakan produsen yang aktif dalam himpunan ini. Sebagian lain dari produsen dengan skala UD (Usaha Dagang) dan POKTAN (Kelompok Tani) merupakan produsen yang pasif. Himpunan ini menjadi wadah berkumpul, berdiskusi, bertukar informasi dan saling membantu memasarkan produk bagi anggota.

Kegiatan promosi yang dominan digunakan oleh produsen yaitu dengan sistem *mouth by mouth*. Cara *mouth by mouth* ini dilakukan produsen dengan skala UD (Usaha Dagang), CV (*Comanditaire Venootschap*), dan POKTAN (Kelompok Tani). Penggunaan stiker dilakukan oleh produsen dengan skala PT (Perseroan Terbatas) sedangkan penggunaan sales dilakukan oleh produsen skala UD (Usaha Dagang). Pertimbangan penggunaan *mouth by mouth* yang paling dominan karena mudah untuk dilakukan dan tidak mengeluarkan biaya. Maka dari itu produsen banyak melakukan promosi melalui *mouth by mouth*, meskipun ada produsen yang menggunakan bentuk promosi lain seperti stiker dan sales.

Perjanjian kerjasama untuk menjalin kerjasama dilakukan oleh produsen secara informal atau tidak tertulis. Bentuk kerjasama yang dilakukan oleh produsen yaitu terkait pemenuhan input dan terkait pemasaran. Bentuk kerjasama tersebut dilakukan oleh hampir semua produsen (PT, UD, CV, dan POKTAN). Pihak yang paling berkontribusi menjalin kerjasama dengan produsen adalah petani. Petani merupakan pihak yang paling banyak dibutuhkan oleh produsen untuk membantu memproduksi benih padi. Selain itu, tiap produsen memiliki pertimbangan masing-masing di dalam memilih petani dan disesuaikan dengan kebutuhan.

Perilaku pasar benih padi terbentuk di Kabupaten Madiun melalui keputusan produsen dalam menetapkan harga, mengikuti organisasi pemasaran, kegiatan promosi dan menjalin kerjasama. Produsen mempertimbangkan tingkat harga di pasar untuk menentukan harga benih mereka di pasar. Harga umum yang berlaku di pasar ditentukan oleh kesepakatan produsen sehingga muncul tacit collusion. HPPB (Himpunan Produsen Penangkar Benih) menjadi himpunan yang diikuti oleh semua produsen. Himpunan ini membantu antar produsen mudah dalam diskusi, bertukar informasi dan menjalin hubungan sosial. Bentuk kerjasama yang dilakukan oleh produsen yaitu perjanjian kerjasama informal (tidak tertulis). Kepentingan dalam melakukan kerjasama yaitu terkait pemenuhan input dan pemasaran. Petani menjadi pihak yang paling dominan dipilih oleh produsen sebagai *partner* dalam usahanya.

6.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, ada beberapa hal yang dapat menjadi saran mengenai perilaku pasar benih padi di Kabupaten Madiun. Saran yang disampaikan oleh peneliti merupakan pendapat dan pemikiran agar dapat bermanfaat sesuai kegunaan untuk beberapa pihak yang terkait.

Instansi pemerintah seperti Dinas Pertanian dan BPSB (Balai Pengawasan dan Sertifikasi Benih) sebaiknya memperhatikan tingkat harga benih di pasar, khususnya di Kabupaten Madiun, apakah telah sesuai dengan kemampuan produsen yang ada. Berdasarkan penelitian ini, produsen menjadikan harga umum sebagai acuan namun tiap produsen menjual benihnya dengan harga berbeda sesuai pertimbangan individu. Dinas Pertanian dan BPSB sebaiknya membantu menyediakan fasilitas terhadap himpunan seperti HPPB (Himpunan Produsen Penangkar Benih) agar mendorong anggotanya untuk terus aktif. Berdasarkan penelitian ini, HPPB masih memiliki anggota yang pasif karena anggota tersebut memiliki kesibukan lain dan merasa belum mendapatkan manfaat yang di inginkan dari himpunan. Fasilitas yang dapat diberikan misalnya rumah kantor di Kabupaten Madiun dan kemudahan untuk berinteraksi dengan Dinas Pertanian. Dinas Pertanian dan BPSB sebaiknya mendukung kegiatan promosi yang dilakukan oleh produsen. Berdasarkan penelitian ini, produsen dominan menggunakan sistem *mouth by mouth*, meskipun ada produsen yang menggunakan stiker dan sales. Apabila institusi pemerintah dapat berperan membantu produsen maka tidak menutup kemungkinan akan memunculkan inovasi lain dalam kegiatan promosi benih padi. Instansi pemerintah yang ada sebaiknya turut membantu mempermudah produsen dalam menjalin kerjasama secara formal. Berdasarkan penelitian ini, produsen melakukan kerjasama dengan perjanjian informal (tidak tertulis). Maka dari itu, instansi pemerintah dapat membantu kerjasama secara formal, misalnya membuat produsen mudah bekerjasama dengan bank untuk kepentingan modal.

Produsen benih padi di Kabupaten Madiun sebaiknya tetap menjaga hubungan sosial antar produsen. Hal ini dilakukan agar dapat bermusyawarah dalam hal menentukan harga pasar. Berdasarkan penelitian ini, produsen menjual benihnya dengan harga yang berbeda meskipun telah ada harga pasar.

Produsen sebaiknya juga tetap aktif dalam himpunan. Produsen yang aktif dapat saling membantu dan mendorong anggota lain yang masih pasif untuk menjadi aktif. Berdasarkan penelitian ini, masih ada anggota pasif dikarenakan kesibukan lain dan manfaat yang diperoleh belum sesuai dengan harapan. Selain itu, produsen sebaiknya mencoba bentuk kegiatan promosi yang lain. Berdasarkan penelitian ini, produsen paling banyak menggunakan *mouth by mouth*. Kegiatan promosi akan lebih menarik lagi apabila ada produsen yang menerapkan bentuk lain. Kerjasama yang dilakukan oleh produsen sebaiknya tidak hanya informal saja, tetapi formal juga. Berdasarkan penelitian ini, produsen melakukan perjanjian secara informal (tidak tertulis). Kepentingan kerjasama dilakukan terkait pemenuhan input dan terkait pemasaran. Produsen sebaiknya tidak hanya memilih petani saja sebagai *partner*, tetapi dapat memilih pihak lain seperti bank sebagai *partner* dalam perjanjian kerjasama formal.

Peneliti selanjutnya sebaiknya mengkaji indikator lain yang masih belum dapat tersampaikan pada penelitian ini. Informasi mengenai terjadinya kolusi pada pasar benih padi di Kabupaten Madiun belum secara mendalam tersampaikan. Selain itu, adanya kemungkinan *miss conduct* pada perilaku pasar merupakan kekurangan dalam penelitian ini. Hal tersebut dapat menjadi salah satu ide penelitian bagi peneliti selanjutnya. Indikator lain yang berbeda akan membantu melengkapi informasi pada penelitian selanjutnya. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan penelitian ini sebagai salah satu sumber referensi. Peneliti selanjutnya diharapkan mampu menjadikan kekurangan dalam penelitian ini sebagai koreksi untuk penelitian yang akan dilakukan.