

RINGKASAN

Indri Julianthi Sirait.125040100111224. Analisis Kinerja Pasar Benih Padi di Kabupaten Kediri. Di bawah bimbingan Rini Dwiastuti sebagai Pembimbing Utama.

Ketahanan pangan merupakan fokus utama program pangan dan gizi pada 2015-2019. Salah satu syarat untuk mencapainya adalah kemandirian (swasembada) pangan. Untuk merealisasikan tujuan tersebut, pemerintah melaksanakan Program Upsus. Target dari program tersebut adalah peningkatan produksi dan produktivitas tiga komoditas pangan yaitu padi, jagung, dan kedelai.

Berdasarkan data BPS (2016), produksi padi dari 2011-2015 mengalami peningkatan sebesar 9.234.884 ton. Sementara itu, konsumsi beras Indonesia adalah 84,7 kg/kap/tahun (2015) dan populasi terus mengalami peningkatan (Pusdatin, 2014). Dengan demikian, ketersediaan beras tidak mampu memenuhi kebutuhan sehingga dilakukan impor beras.

Untuk mengurangi impor beras, Indonesia tetap harus meningkatkan produksi dan produktivitas padi terutama di Jawa Timur (BPS, 2016). Upaya peningkatan itu didukung oleh penggunaan benih unggul yang merupakan benih formal. Penggunaan benih formal telah mendominasi di pasar benih padi yang secara nasional adalah 55,9% (Wahyuni et al., 2013). Untuk meningkatkan penggunaan benih formal, harga benih padi pun harus terjangkau pada petani.

Menurut sumber yang sama, tren penggunaan benih formal tersebut pun ditemui di Jawa Timur sebesar 99,2%. Kelas benih formal yang lebih mendominasi adalah Benih Pokok (BP) sebesar 72,9%. Hal yang sama pun ditemui di Kabupaten Kediri dengan dominasi benih kelas BP sebesar 80,7%. Selain itu, jumlah produsen benih padi kelas BP berubah dari 10 unit pada 2011 menjadi 15 unit pada 2015 (BPSB Kediri, 2016).

Berdasarkan kondisi yang telah diuraikan, terjadi peningkatan jumlah produsen benih padi yang dapat mencerminkan peningkatan keuntungan. Dengan demikian, dilakukan analisis kinerja pasar benih padi formal atau bersertifikat dan non-subsidi di Kabupaten Kediri. Dengan analisis kinerja pasar, diketahui margin pemasaran, efisiensi pemasaran, keuntungan, dan *progressive* pasar benih padi. Penelitian ini menggunakan analisis margin, keragaman harga jual di tingkat produsen, rasio keuntungan dan biaya. Pada pengukuran *progressive*, dilakukan berdasarkan perubahan volume penjualan benih padi dari 2011-2015.

Responden pada penelitian ini terdiri dari produsen dan lembaga pemasaran, Metode penentuan responden produsen dilakukan dengan metode sensus yang terdiri dari 13 unit usaha. Selanjutnya, penentuan lembaga pemasaran dilakukan dengan metode *nonprobability sampling* yaitu *snowball sampling*. Berdasarkan

informasi produsen, diketahui jumlah lembaga pemasaran benih padi di Kabupaten Kediri yaitu 11 unit usaha.

Hasil penelitian menunjukkan adanya dua saluran pemasaran benih padi bersertifikat yang non-subsidi khususnya benih kelas Benih Pokok (BP). Setiap saluran tersebut terdiri dari dua jenis yaitu saluran tanpa petani mitra dan saluran dengan adanya kontribusi petani mitra. Berdasarkan analisis margin pemasaran, diketahui margin terendah pada Saluran I yaitu saluran terpendek yang terdiri dari produsen dan konsumen dengan nilai Rp9.334,46/kg pada saluran tanpa petani mitra dan Rp4.484,17/kg pada saluran dengan kontribusi petani mitra.

Berdasarkan analisis efisiensi penetapan harga dengan standar deviasi, harga jual di tingkat produsen terkelompok bersama atau relatif homogen. Harga terkelompok pada Rp9.000,00-Rp9.500,00. Berdasarkan perhitungan ini, diketahui pemasaran benih padi di Kabupaten Kediri sudah efisien. Selanjutnya, pengecer memperoleh keuntungan tertinggi dengan rasio keuntungan dan biaya sebesar 51,38%. Sedangkan, rasio terendah terdapat pada produsen sebesar 1,45. Hal ini menunjukkan keuntungan tidak tersebar secara adil atau tidak sesuai dengan kontribusinya dalam sistem pemasaran.

Berdasarkan analisis *progressive* pasar, jumlah produsen cenderung meningkat dari 2011-2015 dan dari segi volume penjualannya, terjadi peningkatan dari tahun 2011-2015 atau dari produsen masuk pasar benih sampai 2015. Hal tersebut menunjukkan pasar benih padi Kabupaten Kediri masih menguntungkan dan juga mengalami perkembangan.

Berdasarkan analisis kinerja pasar benih padi dari keempat indikator, disimpulkan kinerja pasar tidak baik. Hal ini terjadi karena keuntungan tidak terdistribusi secara merata. Produsen yang memiliki kontribusi lebih besar memiliki keuntungan yang lebih rendah jika dibandingkan dengan lembaga pemasaran yang melakukan kontribusi sedikit dan memperoleh keuntungan yang lebih besar. Dengan demikian, disarankan kepada produsen untuk melakukan pemasaran langsung kepada konsumen atau kepada lembaga pemasaran untuk mengambil keuntungan yang sesuai dengan kontribusinya dalam sistem pemasaran benih padi.

SUMMARY

Indri Julianthi Sirait. 125040100111224. Market Performance Analysis of Paddy Seed in Kediri District. Under of Guidance Rini Dwiastuti as Main Advisor.

Food security is a major focus of food and nutrition program in 2015-2019. One of the conditions for achieving this is independence (self-sufficiency) food. To realize these goals, the government had implemented Upsus Program. The target of the program is to increase the production and productivity of three food commodities namely rice, corn, and soybeans.

Based on BPS data (2016), paddy production from 2011 to 2015 increased by 9,234,884 tons. Meanwhile, Indonesia's rice consumption is 84.7 kg/cap/year (2015) and the population continues to increase (Pusdatin, 2014). Thus, the availability of paddy was not able to meet demand, so do imports of rice.

To reduce rice imports, Indonesia must continue to increase the production and productivity of paddy especially in East Java (BPS, 2016). Efforts to improve it is supported by the use of improved seed which is the formal seed. The use of formal seed market has been dominated in the national rice seed was 55.9% (Wahyuni et al., 2013). To increase the use of formal seed, rice seed prices must be affordable to farmers.

According to the same source, the trend of using the formal seed was found in East Java amounted to 99.2%. Class formal seed that dominates is the Stock Seed (SS) amounted to 72.9%. The same thing was found in Kediri with the dominant class seed SS at 80.7%. In addition, the amount of rice seed producer BP grade changed from 10 units in 2011 to 15 units in 2015 (BPSB Kediri, 2016).

Under the conditions, an increasing number of producers of paddy seed that may reflect an increase in profits. Thus, an analysis of market performance or certified paddy seeds formal and non-subsidized in Kediri. With market performance analysis, known marketing margins, marketing efficiency, profits, and progressive rice seed market. This study uses a margin analysis, the diversity of selling prices at the producer level, the ratio of benefits and costs. In progressive measurements, carried out by changes in sales volume of rice seeds from 2011 to 2015.

Respondents in this study consisted of manufacturers and marketing agencies, producers of respondents determination method using census method that consists of 13 business units. Determination was conducted by marketing agencies nonprobability sampling snowball sampling. Based on the manufacturer information, unknown number of marketing agencies rice seed in Kediri is 11 business units.

The results showed the existence of two marketing channels of certified rice seeds were non-subsidized particular class seed Stock Seed (SS). Each channel consists of two types of channels without farmers and channel partners with their contribution of partner farmers. Based on the analysis of marketing margin, the

lowest margin note on Channel I of the shortest channel consists of producers and consumers with value Rp9.334,46 / kg on a channel without a partner farmers and Rp4.484,17 / kg in line with the contribution of partner farmers.

Based on the analysis of pricing efficiency with a standard deviation, selling prices at the producer level are clustered together or relatively homogeneous. Prices are clustered on Rp9.000,00-Rp9.500,00. Based on this calculation, known marketing of rice seed in Kediri is efficient. Furthermore, retailers earn the highest profit in the ratio of profits and expenses amounted to 51.38%. Meanwhile, the ratio was lowest for the manufacturers of 1.45. This shows the advantage of not distributed fairly or not according to their contributions in the marketing system.

Based on the progressive analysis of the market, the number of producers are likely to increase from 2011-2015 and in terms of volume of sales, an increase from the years 2011-2015 or from seed producers to enter the market until 2015. It shows Kediri paddy seed market is still profitable and is also experiencing growth.

Based on the analysis of the rice seed market performance of four indicators, summed up the performance of the market is not good. This occurs because the profits are not distributed evenly. Producers who have contributed more likely to have lower returns when compared with marketing agencies who do contribute a bit and gain greater profits. Thus, it is advisable for manufacturers to conduct direct marketing to consumers or to the marketing agency to take profits according to their contributions in the marketing system of paddy seeds.

KATA PENGANTAR

Dalam pencapaian ketahanan pangan, Indonesia harus mencapai kemandirian pangan terlebih dahulu terutama pada komoditas pangan utama dan strategis yaitu padi. Kemandirian pangan tercapai melalui peningkatan produksi dan produktivitas yang dapat didukung oleh salah satu sarana produksi yaitu benih. Dengan adanya upaya kemandirian pangan tersebut, permintaan benih padi formal di pasar pun meningkat dan mendominasi.

Dominasi benih formal di pasar benih padi Kabupaten menyebabkan produsen benih memasuki pasar. Kondisi tersebut menyebabkan tingkat persaingan semakin meningkat. Dalam mempertahankan persaingan di pasar, perusahaan menetapkan suatu strategi. Hasil dari perilaku tersebut menimbulkan kinerja pasar yang menggambarkan keberhasilan tujuan pemasaran.

Pada skripsi ini, penulis membahas kinerja pasar dengan judul “Analisis Kinerja Pasar Benih Padi di Kabupaten Kediri.” Kinerja pasar benih padi yang dianalisis adalah benih padi kelas Benih Pokok (BP) karena dominasinya di pasar. Kinerja diukur melalui empat indikator yaitu margin, efisiensi, keuntungan, dan *progressive*. Penulis pun mengucapkan terima kasih pada:

1. Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan anugerahNya.
2. Ibu Dr. Ir. Rini Dwiastuti, MS selaku dosen pembimbing utama yang bersedia membimbing dan memberikan arahan dan saran kepada penulis.
3. Produsen benih padi dan lembaga pemasaran di Kabupaten Kediri yang memberikan informasi yang berkaitan dengan tujuan penelitian.
4. Bapak Suryo dari BPSB Kabupaten Kediri yang bersedia memberi informasi terkait jumlah produsen, volume produksinya, dan varietas yang dipasarkan.

Penulis menyadari atas ketidaksempurnaan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang konstruktif untuk menyempurnakan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

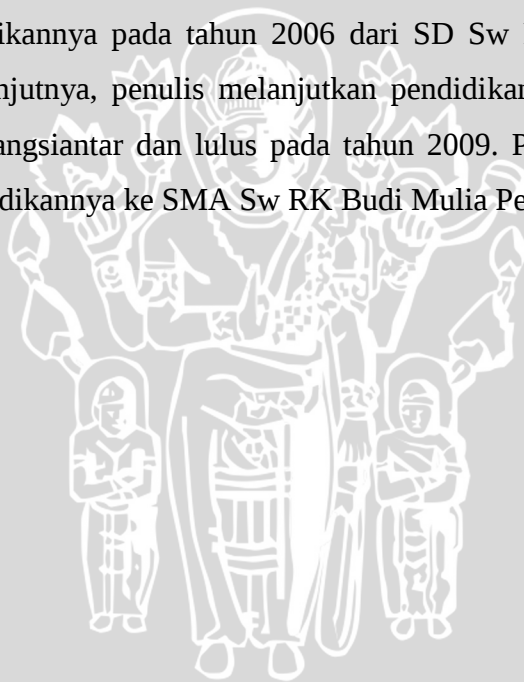
Malang, Agustus 2016

Penulis

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Indri Julianthi Sirait. Pada tanggal 22 Juli 1994, penulis dilahirkan di Pematangsiantar, Sumatera Utara. Penulis merupakan putri dari Bapak Asman Sirait dan Ibu Marsinta Marpaung. Penulis berkebangsaan Indonesia dan beragama Kristen Protestan. Kini penulis bertempat tinggal di RT 005 RW 002 Kelurahan Kristen Kecamatan Siantar Selatan, Kota Pematangsiantar, Sumatera Utara.

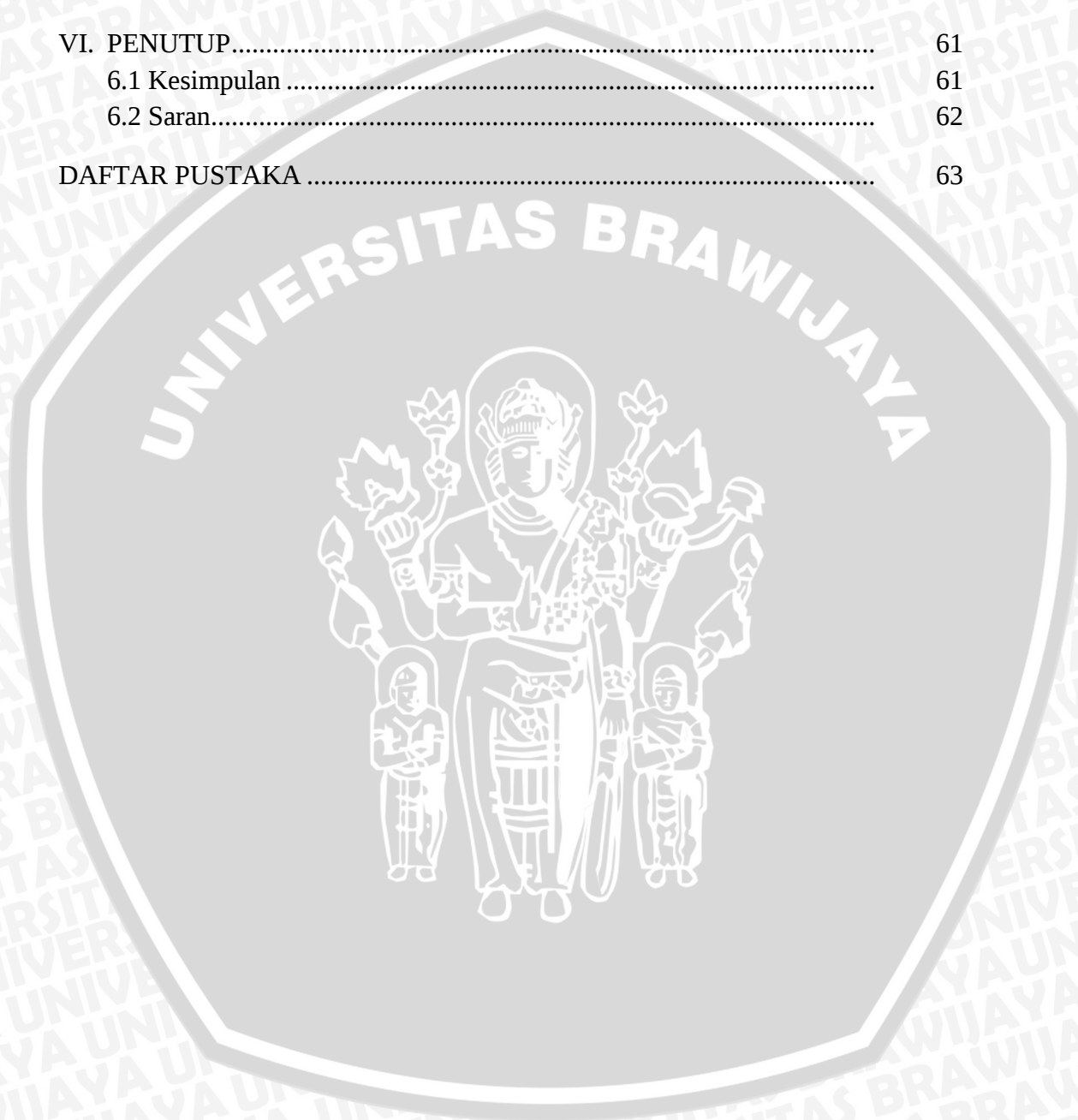
Sebelum penulis terdaftar dan menjadi mahasiswa di Fakultas Pertanian Jurusan Sosial Ekonomi Universitas Brawijaya pada tahun 2012, penulis menyelesaikan pendidikannya pada tahun 2006 dari SD Sw RK Budi Mulia 2 Pematangsiantar. Selanjutnya, penulis melanjutkan pendidikan di SMP Sw RK Bintang Timur Pematangsiantar dan lulus pada tahun 2009. Pada 2009, penulis pun melanjutkan pendidikannya ke SMA Sw RK Budi Mulia Pematangsiantar.



DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
SUMMARY	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
 I. PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah Penelitian	4
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan Penelitian	6
 II. TINJAUAN PUSTAKA	 7
2.1 Telaah Penelitian Terdahulu	7
2.2 Konsep Pemasaran	12
2.3 Pendekatan Structure-Conduct-Performance (S-C-P)	13
2.4 Kinerja/Penampilan Pasar	15
2.5 Fungsi-Fungsi Pemasaran	19
2.6 Tinjauan Benih Padi	20
 III. KERANGKA PEMIKIRAN	 25
3.1 Kerangka Teoritis	25
3.2 Hipotesis	27
3.3 Batasan Masalah	28
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	30
 IV. METODE PENELITIAN	 32
4.1 Metode Penentuan Lokasi	32
4.2 Metode Penentuan Responden	32
4.3 Metode Pengumpulan Data	33
4.4 Metode Analisis Data	34
 V. HASIL DAN PEMBAHASAN	 38
5.1 Karakteristik Responden	38
5.2. Analisis Margin Pemasaran	45

5.3. Analisis Efisiensi Pemasaran	53
5.4. Analisis Keuntungan Pemasaran	56
5.5. Analisis <i>Progressive</i> Pasar	57
VI. PENUTUP	61
6.1 Kesimpulan	61
6.2 Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	63



DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1.	Standar Lapangan Benih Padi Bersertifikat	22
2.	Standar Laboratorium Benih Padi Bersertifikat	22
3.	Pelabelan Benih Padi.....	22
4.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	29
5.	Karakteristik Responden Produsen	39
6.	Karakteristik Lembaga Pemasaran.....	43
7.	Perhitungan Marjin Pemasaran pada Saluran Pemasaran I tanpa Petani Mitra.....	47
8.	Perhitungan Marjin Pemasaran pada Saluran Pemasaran I dengan Petani Mitra.....	48
9.	Perhitungan Marjin Pemasaran pada Saluran Pemasaran II tanpa Petani Mitra.....	50
10.	Perhitungan Marjin Pemasaran pada Saluran Pemasaran II dengan Petani Mitra	51
11.	Perbandingan Marjin Pemasaran Benih Padi Kelas BP	52
12.	Standar Deviasi Harga Jual Benih Padi di Tingkat Produsen	53
13.	Perhitungan Batas Kontrol Atas dan Batas Kontrol Bawah.....	55
14.	Rasio Keuntungan dan Biaya	56
15.	Volume Penjualan Benih Padi oleh Produsen dari 2011-2015	58
16.	Pertumbuhan PDRB Jawa Timur dan Pertumbuhan Volume Penjualan.....	59
17.	Varietas Benih Padi Kelas BP dari 2011-2016	59

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
1.	Model S-C-P Linear	14
2.	Model S-C-P <i>Feedback</i>	14
3.	Sistem Pengadaan dan Distribusi Benih Padi	24
4.	Kerangka Pemikiran Analisis Kinerja Pasar Benih Padi	27
5.	Saluran Pemasaran Benih Padi di Kabupaten Kediri	46
6.	Distribusi Harga Jual enih Padi di Tingkat Produsen	54
7.	Uji Keragaman Harga Jual benih Padi di Kabupaten Kediri	55



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Teks	Halaman
1.	Produsen Benih Padi di Kabupaten Kediri.....	67
2.	Lembaga Pemasaran Benih Padi di Kabupaten Kediri	68
3.	Perhitungan Biaya Produksi	69
4.	Data Produksi Padi Indonesia	70
5.	Data Impor Beras Indonesia.....	70

