

NASKAH PUBLIKASI ARTIKEL

**ANALISIS STRUKTUR PASAR BENIH PADI DI KABUPATEN
BANYUWANGI**

***MARKET STRUCTURE ANALYSIS OF RICE SEED IN BANYUWANGI
DISTRICT***

**OLEH:
IMAMA NURUS IZAATI
PROGRAM STUDI AGRIBISNIS**



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS PERTANIAN
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN**

MALANG

2017

LEMBAR PERSETUJUAN NASKAH PUBLIKASI ARTIKEL**ANALISIS STRUKTUR PASAR BENIH PADI DI KABUPATEN
BANYUWANGI*****MARKET STRUCTURE ANALYSIS OF RICE SEED IN BANYUWANGI
DISTRICT***

Nama Mahasiswa : Imama Nurus Izaati
NIM : 125040101111031
Jurusan : Sosial Ekonomi Pertanian
Program Studi : Agribisnis (Sosial Ekonomi Pertanian)

Disetujui oleh:
Dosen Pembimbing Skripsi

Dr. Ir. Rini Dwiastuti, MS
NIP. 19591003 198601 2 001

Mengetahui,
a.n. Dekan
Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian

Mangku Purnomo, SP., M.Si., Ph.D.
NIP. 19770420 200501 1 001

Tanggal Persetujuan:

ANALISIS STRUKTUR PASAR BENIH PADI DI KABUPATEN BANYUWANGI

MARKET STRUCTURE ANALYSIS OF RICE SEED BANYUWANGI DISTRICT

Imama Nurus Izaati¹, Rini Dwiastuti²

¹Mahasiswa Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Brawijaya Malang

²Dosen Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Brawijaya, Malang

ABSTRACT

This study attempts to, 1) analysis the market concentration of s rice seed in Banyuwangi district, 2) analysis the product differentiation of rice seed in Banyuwangi district, 3) analysis the barriers to entry market of rice seed in Banyuwangi district, and 4) analysis the market information of rice seed in Banyuwangi district. The results of analysis this research stated the calculation through four analytical tools that have been done on market concentration showed that the market of rice seed in Banyuwangi. Market structure with market concentration analysis obtained loose oligopoly. Judging from the concept of product differentiation, the market structure of rice seed formed oligopoly. There isi 24 varieties that produce producers in Banyuwangi district. Many varieties that distributes in market of rice seed in Banyuwangi, will make new competitor difficult to entry market. There is one of barrier to entry market, besides 17 producers of rice seed stated that capital also barrier to entry market. So that based in barrier to entry concept, market structure of rice seed in Banyuwangi obtained oligopoly. By analysis of market information the producers of rice seed in Banyuwangi have market information that is price and location of source of rice seed, market location, and price of sale. Producers that have large business scale have a market information more market information compared producers with small business scale. This indicates that market information spread unevenly, so the market structure of rice seed formed oligopoly.

Keywords: Rice Seed, Market Structure

ABSTRAK

Penelitian ini berujuan untuk, 1) menganalisis konsentrasi pasar benih padi di Kabupaten Banyuwangi, 2) menganalisis diferensiasi produk benih padi di Kabupaten Banyuwangi, 3) menganalisis hambatan keluar masuk pasar benih padi di Kabupaten Banyuwangi, dan 4) menganalisis informasi pasar benih padi di Kabupaten Banyuwangi. Hasil penelitian ini berdasarkan perhitungan empat alat analisis digunakan untuk mengetahui konsentrasi pasar. Struktur pasar berdasarkan analisis konsentrasi pasar diperoleh hasil pasar benih termasuk pasar oligopoli longgar. Dilihat dari konsep diferensiasi produk, struktur pasarnya termasuk pasar oligopoli. Adanya 24 varietas benih padi yang diproduksi oleh produsen di Kabupaten Banyuwangi. Banyaknya jumlah varietas yang beredar pada pasar benih padi di Banyuwangi, akan membuat pendatang

baru sulit masuk pasar. Hal ini merupakan salah satu hambatan masuk pasar, selain itu 17 produsen benih padi menyatakan bahwa modal juga hambatan yang dirasakan oleh produsen. Berdasarkan analisis informasi pasar, produsen benih padi di Kabupaten Banyuwangi memiliki informasi pasar berupa harga dan lokasi benih sumber, lokasi pemasaran, dan harga jual. Produsen yang memiliki skala usaha lebih besar memiliki informasi pasar lebih banyak dibandingkan produsen yang memiliki skala usaha kecil. Hal ini mengindikasikan bahwa informasi pasar tersebar tidak merata, sehingga termasuk struktur pasar oligopoli.

Kata kunci : Benih Padi, Struktur Pasar

PENDAHULUAN

Pembangunan yang dilakukan oleh suatu negara tanpa memerhatikan keswadayaan kebutuhan dasar penduduknya dan tergantung pada negara lain, hal ini berarti bahwa negara tersebut tidak berdaulat (Arifin, 2004). Swasembada pangan menjadi sasaran RPJMN tahun 2015-2019 dan Rencana Strategis Kementerian Pertanian. Peningkatan produksi padi menjadi target utama program swasembada pangan nasional, karena beras merupakan bahan makanan pokok masyarakat Indonesia (Kementan, 2013).

Provinsi Jawa Timur merupakan salah satu lumbung padi di Indonesia, pada tahun 2015 produksi padi di Jawa Timur tertinggi di Indonesia yaitu 13.154.967 ton, disusul provinsi Jawa Barat sebesar 11.373.144 ton dan Provinsi Jawa Tengah sebesar 11.301.422 ton (BPS, 2015). Sebagai lumbung padi nasional Provinsi Jawa Timur juga menghadapi ancaman serius yaitu yaitu luas lahan pertanian yang terus menyusut akibat konversi lahan pertanian produktif ke penggunaan non pertanian. Kondisi peralihan fungsi lahan sawah di Provinsi Jawa Timur sebesar 5.665 Ha atau 31,86% (Hidayat, 2008). Terjadinya alih fungsi lahan sawah sebagai salah satu faktor produksi akan berpengaruh terjadinya penurunan produksi pangan. Nugraha dan Sayaka (2004) menjelaskan bahwa salah satu upaya yang dilakukan untuk tetap meningkatkan produksi pangan yaitu intensifikasi pertanian melalui penggunaan benih unggul. Benih padi yang digunakan oleh petani untuk memenuhi ketersediaan benih berasal dari dua sumber, yaitu sektor perbenihan formal dan sektor perbenihan informal. Sektor perbenihan formal mensyaratkan benih padi yang beredar harus bersertifikat melalui proses sertifikasi. Sektor perbenihan formal Provinsi Jawa Timur pada tahun 2015 mampu memasok sekitar 80% dari kebutuhan total benih padi (BPSB, 2015).

Produksi benih formal terbesar di Jawa Timur adalah Kabupaten Banyuwangi, dengan total produksi per tahun 11.800 ton, disusul Kabupaten Jember sebesar 11.300 ton (BPSB, 2015). Terdapat 19 unit produsen benih padi di Kabupaten Banyuwangi yang telah memiliki ijin sertifikasi benih. Pasar benih padi di Kabupaten Banyuwangi menarik untuk dikaji karena berdasarkan informasi dari UPT. PSBTPH Banyuwangi diperoleh informasi bahwa jumlah produsen benih padi sedikit, tetapi wilayah pemasarannya mencapai 7 kabupaten dalam Provinsi Jawa Timur. Skala usaha yang dimiliki setiap produsen berbeda-beda dilihat dari kemampuan produksinya. Adanya benih dari luar kabupaten yang masuk pasar benih padi Kabupaten Banyuwangi memungkinkan struktur pasar benih padi di Kabupaten Banyuwangi berbeda dari penelitian sebelumnya.

METODE PENELITIAN

1. Metode Penentuan Lokasi

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Banyuwangi. Penentuan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan mempertimbangkan data dari Badan Pengawas dan Sertifikasi Benih pada tahun 2015, bahwa Banyuwangi merupakan penghasil benih terbesar dan terlibat dalam *supply* benih di Provinsi Jawa Timur. Penelitian ini dilakukan pada bulan April-Juni 2016.

2. Metode Penentuan Responden

Populasi dari penelitian ini adalah produsen benih padi serta lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran benih padi di Kabupaten Banyuwangi. Penentuan responden produsen benih padi dilakukan secara sensus. Jumlah dan lokasi produsen benih padi yang ada di Banyuwangi diketahui berdasarkan data Badan Pengawas dan Sertifikasi Benih Propinsi Jawa Timur tahun 2015. Berdasarkan data tersebut produsen benih padi di Kabupaten Kediri terdapat 19 unit, tetapi pada penelitian ini hanya 17 produsen sebagai sampel karena 2 produsen tidak melakukan pemasaran benih padi secara langsung. Penentuan sampel lembaga pemasaran dilakukan dengan metode *non probability sampling*, dengan metode *snowball sampling*, yaitu penentuan sampel lembaga pemasaran berdasarkan informasi dari produsen benih sebagai *key informan* dengan titik awal penelusuran lembaga pemasaran dimulai dari produsen benih. Setelah dilakukan penelitian, jumlah lembaga pemasaran yang terlibat pada pemasaran benih padi di Banyuwangi berjumlah 24 unit.

3. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan untuk menjawab tujuan dalam pelaksanaan penelitian mengenai struktur pasar benih padi di Kabupaten Banyuwangi sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara ini dilakukan oleh peneliti dengan cara melakukan interaksi dengan responden untuk mendapatkan data primer berupa volume produksi, volume penjualan, varietas dan kelas benih yang diproduksi, harga jual, harga dan lokasi benih sumber, lokasi pemasaran, kepemilikan modal, dan harga jual benih. yang diperoleh secara langsung dari sumbernya. Cara pengambilan data dilakukan dengan memberikan daftar pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner dan peneliti juga bebas untuk bertanya diluar pertanyaan dalam kuesioner selama pertanyaan itu mendukung penelitian.

b. Dokumentasi

Data sekunder yang dimaksudkan adalah data yang diperoleh dari BPSB Provinsi Jawa Timur, UPT. PSBTPH Kabupaten Banyuwangi, dan Dinas Pertanian Banyuwangi. Data yang dikumpulkan adalah data yang relevan dengan tujuan penelitian. Cara mendapatkan data sekunder ini dengan mempelajari dan mengolah dokumen yang berasal dari instansi terkait, diantaranya adalah data jumlah produsen, alamat, bentuk unit usaha, varietas, kelas benih, dan kelas produsen.

4. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam menentukan struktur pasar benih padi yang ada di Kabupaten Kediri adalah:

1. Analisis Deskriptif Kuantitatif

Analisis data deskriptif kuantitatif digunakan untuk mengukur konsentrasi pasar benih padi yang ada di Kabupaten Banyuwangi. Alat analisis yang digunakan untuk mengukur konsentrasi pasar antara lain:

a. Pangsa Pasar (*market share*)

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui pangsa pasar (*market share*) penjualan di wilayah administratif Kabupaten Banyuwangi dari produsen benih padi. Perhitungan pangsa pasar (*market share*) dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.1 *Market Share* dari Lembaga Pemasaran dalam Suatu Wilayah

Lembaga Pemasaran	Kapasitas Produksi yang Dapat Diserap Pada Suatu Wilayah Pasar	Konsentrasi Ratio (Kr)	Market Share (persen)
1	A	a/x	(a/x)x100
2	B	b/x	(b/x)x100
3	C	c/x	(c/x)x100
4	D	d/x	(d/x)x100
...
17	R	r/x	(r/x)x100
Total	a+b+c+d+...+r=x	1	100

Kriteria Pangsa Pasar :

- 1) Monopoli murni, bila perusahaan memiliki 100% dari pangsa pasar.
- 2) Perusahaan dominan, bila memiliki 80-100% dari pangsa pasar tanpa pesaing kuat.
- 3) Oligopoli ketat, jika 4 perusahaan terkemuka memiliki 60-100% dari pangsa pasar.
- 4) Oligopoli longgar, jika 4 perusahaan terkemuka memiliki 40-<60% pangsa pasar.
- 5) Persaingan monopolistik, jika banyak pesaing yang efektif tidak satupun yang memiliki lebih dari 10% pangsa pasar.
- 6) Persaingan murni, jika lebih dari 50 pesaing, tapi tidak satupun yang memiliki pangsa pasar berarti (Baladina, 2012).

b. CR₄ (*Concentration Ratio for Biggest Four*)

Alat analisis ini digunakan untuk mengetahui derajat konsentrasi empat pembeli terbesar benih padi dari suatu wilayah pasar, sehingga dapat diketahui gambaran secara umum kekuatan posisi tawar-menawar produsen benih padi di Kabupaten Banyuwangi. Rumus perhitungan CR₄ adalah sebagai berikut :

$$CR_4 = \frac{Kr_1 + \dots + Kr_4}{Kr \text{ total}} \times 100\% \dots\dots\dots(4.1)$$

Dengan kriteria :

- 1) CR₄<0,4 memiliki struktur pasar bersifat persaingan sempurna atau pasar monopolistik.
- 2) 0,4<CR₄<0,8 memiliki struktur pasar bersifat oligopoli/oligopsoni.
- 3) CR₄>0,8 memiliki struktur pasar cenderung monopoli/monopsoni.

c. IHH (Indeks *Hirszman Herfindahl*)

Alat analisis ini digunakan untuk mengetahui derajat konsentrasi pembeli benih padi dari suatu wilayah pasar, sehingga dapat diketahui gambaran secara umum kekuatan posisi tawar-menawar produsen benih padi. Rumus perhitungan dari IHH (Indeks *Hirszman Herfindahl*) adalah sebagai berikut :

$$IHH = (Kr_1)^2 + (Kr_2)^2 + \dots + (Kr_{17})^2 \dots\dots\dots(4.2)$$

Dimana :

IHH : Indeks *Hirszman Herfindahl*

n : Jumlah pedagang yang ada pada suatu wilayah pasar produk

Kr_i : Pangsa pembelian komoditi dari pedagang ke-i (i = 1,2,3,...,17)

Dengan kriteria :

IHH = 1, mengarah monopoli/monopsoni.

IHH = 0, mengarah persaingan sempurna.

0 < IHH < 1, mengarah oligopoli/oligopsoni (Baladina, 2012).

d. Indeks *Rosenbluth* (IR)

Alat analisis ini digunakan untuk mengetahui tingkat konsentrasi lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran benih padi pada suatu wilayah pasar. Perhitungan Indeks *Rosenbluth* didasarkan pada peringkat perusahaan dari segi pangsa pasar (*market share*)-nya. Rumus perhitungan Indeks *Rosenbluth* adalah sebagai berikut :

$$R = \frac{1}{(2 \sum_{i=1}^n i \cdot Si) - 1} \dots\dots\dots(4.3)$$

Dimana :

R = Indeks *Rosenbluth*

Si = Pangsa pasar (*market share*) perusahaan ke-i (i = 1,2,...,17)

Nilai Indeks *Rosenbluth* berkisar antara $1/n < R < 1$. Jika nilai yang diperoleh mendekati batas minimum maka struktur pasar yang terbentuk cenderung pasar persaingan sempurna, sedangkan apabila mendekati batas maksimum maka struktur pasar yang terbentuk cenderung pasar persaingan oligopoli (Baladina, 2012).

e. Uji Ragam dan Uji t

t Test merupakan alat uji statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis komparatif dua sampel. Sebelum melakukan t Test terlebih dahulu melakukan uji ragam untuk menguji apakah kedua kelompok memiliki varian yang sama atau berbeda. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$F = \frac{S_1^2}{S_2^2} \dots\dots\dots(4.4)$$

Keterangan:

s₁ = simpangan baku sampel 1

s₂ = simpangan baku sampel 2

Selanjutnya setelah diketahui ragam anatar kelompok maka dilakukan uji t, apabila ragam antar kelompok sama menggunakan rumus berikut:

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2} \left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}\right)}} \dots\dots\dots(4.5)$$

Keterangan

- \bar{X}_1 = Rata-rata sampel 1
- \bar{X}_2 = Rata-rata sampel 2
- S_1 = simpangan baku sampel 1
- S_2 = simpangan baku sampel 2
- S_1^2 = varians sampel 1
- S_2^2 = varians sampel 2
- n_1 = jumlah sampel produsen kelas A
- n_2 = jumlah sampel produsen kelas B

Rumus yang digunakan apabila ragam kelompok berbeda adalah sebagai berikut:

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2}}} \dots\dots\dots(4.6)$$

Keterangan

- \bar{X}_1 = Rata-rata sampel 1
- \bar{X}_2 = Rata-rata sampel 2
- S_1^2 = varians sampel 1
- S_2^2 = varians sampel 2
- n_1^2 = jumlah sampel produsen kelas A
- n_2^2 = jumlah sampel produsen kelas B

Kriteria Pengujian

Ho diterima jika $-t \text{ tabel} < t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$

Ho ditolak jika $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$

Berdasar probabilitas:

Ho diterima jika $P \text{ value} > 0,05$

Ho ditolak jika $P \text{ value} < 0,05$

2. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan data yang sudah terkumpul. Penyajian data dalam bentuk tabel, dengan data yang memusat. Analisis deskriptif pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui diferensiasi produk, hambatan keluar masuk pasar, dan informasi pasar.

Pada tingkat diferensiasi produk benih padi dapat dilihat melalui merek, varietas, dan ukuran kemasan. Analisis diferensiasi produk dilakukan untuk mengetahui perbedaan produk yang diterapkan oleh produsen benih. Pengukuran diferensiasi produk yang terjadi pada pasar benih padi di Banyuwangi berdasarkan jumlah varietas yang diproduksi tiap produsen, kemasan yang digunakan, dan penentuan produksi kelas benih. Benih padi tidak terdeferensiasi

apabila tidak terdapat perbedaan produk dalam bentuk merek, varietas, dan ukuran kemasan.

Hambatan keluar masuk pasar dalam penelitian ini di dasarkan pada modal, sertifikasi benih, dan pesaing potensial. Pengukuran tinggi rendahnya hambatan dilihat dari perubahan jumlah produsen benih. Bentuk persaingan berdasarkan hambatan keluar masuk dapat dibagi menjadi beberapa kategori, yaitu :

- Persaingan sempurna, terjadi apabila pesaing mudah untuk masuk pasar atau bebas untuk masuk pasar.
- Oligopsoni atau oligopoli, terjadi apabila pesaing atau pendatang baru sulit untuk masuk pasar.
- Monopsoni atau monopoli, terjadi apabila pesaing atau pendatang baru tertutup untuk masuk pasar (Baladina, 2012).

Tingkat pengetahuan pasar disini berkaitan dengan tingkat pengetahuan produsen atau pembeli mengenai tingkat pengetahuan pasar yang dianalisis pada penelitian ini adalah harga dan lokasi sumber benih, lokasi pemasarn, dan harga jual benih. Menurut Sukirno (2005) apabila pengetahuan pasar yang dimiliki produsen dan konsumen mengenai harga jual produk sama, maka struktur pasar termasuk struktur pasar persaingan sempurna. Sebaliknya jika pengetahuan pasar yang dimiliki produsen dan konsumen berbeda, maka struktur pasar tersebut termasuk pasar persaingan tidak sempurna.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsentrasi Pasar

Menurut Arsyad (2008) dan Teguh (2010), konsentrasi pasar digunakan untuk mengetahui gambaran kekuatan pasar yang potensial bagi pelaku pasar. Analisis struktur pasar benih padi di Kabupaten Banyuwangi berdasarkan konsep konsentrasi pasar menggunakan empat alat analisis yaitu *market share*, CR4, IHH, dan IR. UD Sari Agung, UD Candra Ayu, UD Mega Tani, dan UD Srijaya tercatat memiliki pangsa pasar sekaligus volume penjualan paling dominan diantara produsen lain. Struktur pasar yang terbentuk terlihat dari perusahaan yang mendominasi pasar benih padi di Kabupaten Banyuwangi. Volume penjualan 4 produsen benih tersebut jauh diatas pesaingnya.

Tabel 5.1 Hasil Perhitungan Pangsa Pasar, CR4, IHH, IR

No	Alat Analisa	Hasil Analisis	Kriteria	Struktur Pasar
1	Pangsa Pasar	54,69	40%-60%	Oligopoli longgar
2	CR4	0,54	$0,4 < CR4 < 8$	Oligopoli longgar
3	IHH	0,10	$0 < IHH < 1$	Oligopoli
4	IR	0,1	$0,05 < 0,10 < 1$	Persaingan Sempurna

Sumber: Data Primer diolah, 2016

Hasil perhitungan menggunakan dua alat analisis yaitu pangsa pasar dan CR4 menunjukkan hasil yang sama yaitu struktur pasar benih padi di Kabupaten Banyuwangi mengarah pada pasar oligopoli longgar (tabel 5.1). Persaingan oligopoli longgar ditunjukkan karena ada beberapa perusahaan memiliki pangsa pasar yang jauh diatas pesaingnya. Keempat perusahaan terbesar memiliki selisih pangsa pasar

dengan perusahaan yang berada di bawahnya mencapai 16%. Fenomena lain di lapangan, 7 dari produsen kelas B dan 2 dari produsen kelas A menyatakan bahwa terdapat kesepakatan harga yang dibentuk oleh produsen. Produsen yang memiliki produksi tinggi dapat menjual lebih murah karena biaya per unit lebih rendah, sehingga dapat dengan mudah menguasai pasar. Kesepakatan harga yang digunakan adalah produsen kelas A harus menjual benih di atas produsen kelas B. Kesepakatan harga dilakukan untuk menghindari perang harga, sehingga produsen dengan produksi yang rendah dan volume penjualan rendah masih bisa bertahan di pasar.

Hasil perhitungan *Indeks Hirschman Herfindahl* (IHH) hampir sama dengan dua alat analisis sebelumnya, hasil perhitungan IHH menunjukkan bahwa bentuk persaingan pasar mengarah ke pasar oligopoli (tabel 5.1). Bentuk persaingan yang dilakukan produsen benih padi di Kabupaten Banyuwangi adalah persaingan bukan harga. Produsen melakukan persaingan dalam bentuk produk yang dihasilkan seperti varietas benih. Produsen yang memproduksi varietas benih sesuai dengan permintaan pasar akan memperoleh pangsa pasar yang lebih besar, dibandingkan produsen yang salah dalam menentukan varietas yang diproduksi.

Berbeda dengan ketiga analisis sebelumnya, hasil perhitungan *Indeks Rosenbluth* (IR) yaitu struktur pasar mengarah ke persaingan sempurna (tabel 5.1). Struktur pasar persaingan sempurna ini terkait dengan barang yang diproduksi oleh produsen hanya satu produk yaitu benih padi. Sehingga jika satu produsen tidak ada stok, maka petani dapat membeli dari produsen yang sama.

Berdasarkan keempat alat analisis yaitu *market share*, *Concentration for Biggest Four* (CR4), *Indeks Hirschman Herfindahl* (IHH), dan *Indeks Rosenbluth* diperoleh hasil bahwa struktur pasar benih padi di Kabupaten Banyuwangi tergolong pasar oligopoli longgar. Fenomena yang mendukung berdasarkan kondisi lapang yang ditemukan terdapat 4 produsen yang memiliki volume penjualan benih padi di Kabupaten Banyuwangi yang dianggap mendominasi penjualan benih di pasar. Petani sudah menaruh kepercayaan dan penghargaan yang tinggi terhadap benih yang dihasilkan oleh produsen tersebut. Kepercayaan petani terhadap produk yang dihasilkan keempat produsen, sehingga produsen memiliki volume penjualan tertinggi di pasar benih Kabupaten Banyuwangi dibandingkan dengan produsen benih lainnya.

Diferensiasi Produk

Produsen benih padi di Kabupaten Banyuwangi berusaha untuk memunculkan keunggulan dari produknya, hal ini bisa dilihat dari cara pengusaha membedakan produknya dari perbedaan kualitas, perbedaan jenis produk, dan perbedaan merek. Menurut Koch (1974), Pappas (1995), Kotler dan Keller (2009) menjelaskan pada konsep diferensiasi produk, perbedaan yang dimiliki produk tidak hanya berdasarkan kondisi fisik, namun juga bisa diukur dari kualitas jika produk tersebut bersifat sama, serta proses produksinya.

a. Varietas

Terdapat diferensiasi produk berupa varietas pada pasar benih padi di Kabupaten Banyuwangi. Produsen benih padi di Kabupaten Banyuwangi memproduksi 24 varietas benih pada tahun 2015. Tiga varietas benih padi diproduksi oleh semua produsen benih padi di Kabupaten Banyuwangi yaitu Ciherang, IR 64, dan Situ Bagendit. Berdasarkan wawancara dengan 17 unit produsen benih padi menyatakan bahwa minat petani terhadap benih Ciherang, Situ Bagendit, dan IR 64 cukup tinggi. Alasan petani memilih benih varietas tersebut adalah varietas IR 64 dan Situ Bagendit tahan terhadap kekeringan, sedangkan varietas Ciherang tahan terhadap air yang berlebih. Selain itu ketiga varietas tersebut memiliki kemampuan adaptasi wilayah yang baik, tahan terhadap OPT, dan memiliki daya tumbuh yang baik.

Tabel 5.2 Diferensiasi Produk Benih padi Berdasarkan Varietas

No	Bentuk Unit Usaha	Nama Varietas	Jumlah Varietas
1	UD	Ciherang, IR 64, Situ Bagendit, Cibogo, Cigeulis, Cimelati, Inpari 14 Pakuan, Inpari 13, Inpari 4, Inpari 30 Ciherang Sub-1, Inpari 4, Inpari Sidenuk, IPB 3S, IR 66, Ketan Lusi, Logawa, Mekongga, Memberamo, Sintanur, Towuti, Way Apo Buru	22
2	Koperasi	IR 64, Ciherang, Situ Bagendit, IPB 05, Inpari 13.	5
3	Gapoktan	Ciherang, IR 64, Situ Bagendit, Way Apo Buru, Inpari 4, Inpari 7, Inpari 10, Bondoyudo	8
4	PT	Ciherang, IR 64, Situ Bagendit, Mekongga	4
5	CV	Ciherang, IR 64, Situ Bagendit, Cibogo, Towuti, Inpari 4, Sintanur	7

Sumber: Data Primer diolah, 2016

Menurut Aryad (2008), karakteristik fisik suatu produk dapat mempengaruhi struktur pasar. Apabila di pasar terdapat produk lain yang diperjualbelikan merupakan produk pengganti (substitusi) yang baik dari suatu produk, maka tingkat persaingan semakin ketat. Banyaknya varietas benih padi yang diproduksi oleh produsen benih padi merupakan produk pengganti yang baik, apabila petani membutuhkan varietas Ciherang tetapi stok habis maka dapat membeli varietas lain seperti IR 64, Situ Bagendit atau yang lainnya. Meskipun sifat produknya sebagai barang pengganti yang baik, tetapi produk tersebut berbeda corak karena beda varietas sehingga struktur pasarnya termasuk oligopoli. Selaras dengan pendapat Koutsoyiannis (1979), bahwa pada struktur pasar oligopoli produk yang dihasilkan terdeferensiasi, produk yang terdeferensiasi akan memiliki kedekatan substitusi sehingga akan menyulitkan perusahaan baru yang masuk.

b. Merek

Petani membedakan produk benih padi dengan melihat merek benih tersebut. Total 18 merek benih padi yang beredar di pasar benih padi Kabupaten Banyuwangi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa setiap produsen memiliki satu merek, kecuali PT Pertani yang memiliki 2 merek. PT Pertani menggunakan 2 merek benih padi yang dipasarkan di Kabupaten Banyuwangi yaitu Raja Rimba dan Benih Prima (tabel 5.3). Produsen benih padi tidak melakukan diferensiasi merek pada produk benih padi yang diproduksi, karena produsen ingin melekatkan merek tersebut pada pikiran petani. Petani yang membaca

merek akan langsung mengenali benih tersebut berasal dari produsen yang mana. Jika merek tersebut sudah melekat pada pikiran petani dan petani puas terhadap merek tersebut, maka pada musim tanam berikutnya petani akan mencari benih padi dengan merek tersebut.

Tabel 5.3 Diferensiasi Produk Benih padi Berdasarkan Merek dan Ukuran Kemasan

No	Bentuk Unit Usaha	Jumlah Penggunaan Merek Benih	Ukuran kemasan
1	UD (n=13)	1	10 kg
2	Koperasi (n=1)	1	10 kg
3	Gapoktan (n=1)	1	5 kg dan 10 kg
4	PT (n=1)	2	5 kg dan 10 kg
5	CV (n=1)	1	5 kg dan 10 kg

Sumber: Data Primer diolah, 2016

c. Ukuran kemasan

Berat benih padi yang dijual oleh produsen benih padi di Kabupaten Banyuwangi terdapat dua macam ukuran yaitu 5 kg dan 10 kg, ukuran kemasan yang paling banyak digunakan oleh produsen benih padi di Kabupaten Banyuwangi adalah kemasan 10 Kg. Bentuk unit usaha Koperasi, PT, CV, dan 1 unit UD menggunakan ukuran kemasan 5 kg dan 10 kg (tabel 5.3). Produsen yang memproduksi benih padi dengan ukuran kemasan 5 kg memiliki segmen pasar petani yang membutuhkan benih dalam jumlah sedikit (petani gurem), petani akan membeli benih dengan ukuran 5 kg agar tidak ada benih berlebih. Kondisi di lapang menunjukkan bahwa penggunaan kemasan 5 kg tidak ekonomis dan cenderung tidak menguntungkan. Peraturan dari UPT. PSBTPH bahwa pemberian label pada kemasan 10 kg, sehingga harus ada pengecualian bagi kemasan 5 kg.

Hasil penelitian di lapang menunjukkan bahwa kemasan ukuran 10 kg menggunakan bahan kemasan plastik bening putih. Kemasan ukuran 5 kg menggunakan plastik premium. Kemasan premium memiliki warna, gambar, logo, dan desain yang lebih menarik daripada kemasan biasa atau plastik bening untuk menarik perhatian konsumen. Menurut Arsyad (2008) karakteristik produk dapat mempengaruhi struktur pasar, seperti produk-produk yang cepat rusak memiliki tingkat persiangan rendah. Penggunaan kemasan bertujuan untuk mempermudah pendistribusian produk agar jangkauan wilayah pemasarannya lebih luas.

d. Kelas Benih

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 4 produsen yang melakukan diferensiasi kelas benih ES untuk dipasarkan ke petani yaitu UD Hartono Mandiri, UD Mega Tani, UD Agro Sentosa, dan Koperasi Padi Nusantara. Sedangkan benih SS diproduksi oleh semua produsen benih padi di Kabupaten Banyuwangi. Volume penjualan benih ES hanya 2,8% atau sebesar 30.000 kg per musim tanam, sedangkan volume penjualan benih SS 97,2% atau sebesar 1.039.750 per musim tanam (tabel 5.4). Kelas benih *Stock Seed* (SS) atau benih pokok paling banyak dijual oleh produsen. Seluruh produsen menjual benih SS ke lembaga pemasaran untuk digunakan petani sebagai pertanaman konsumsi. Benih pokok dan benih sebar merupakan benih yang dijual pada pasar komersial, banyak petani yang menganggap bahwa semakin tinggi kelas benih maka

produksinya akan semakin meningkat. Hal tersebut membuat petani menggunakan kelas benih yang lebih tinggi dari benih sebar (ES).

Tabel 5.4 Diferensiasi Produk Benih padi Berdasarkan Kelas Benih

No	Bentuk Unit Usaha	Kelas Benih	Rata-Rata Volume Penjualan (Kg/musim)
1	UD (n=13)	SS	67.730,76
	UD (n=3)	ES	8.333,33
2	Koperasi (n=1)	SS	21.000
		ES	5.000
3	Gapoktan (n=1)	SS	6.250
4	PT (n=1)	SS	48.000
5	CV (n=1)	SS	60.000

Sumber: Data Primer diolah, 2016

Hambatan Keluar Masuk Pasar

Hambatan keluar masuk pasar merupakan segala sesuatu yang menyebabkan penurunan atau meningkatnya perusahaan yang ada di pasar (Jaya, 2008). Tingkat kesulitan masuk bagi pesaing baru dapat dipengaruhi struktur pasar yang terbentuk. Menurut Koutsoyiannis (1979), tingkat diferensiasi produk menunjukkan bahwa adanya produk pengganti (*substitutability of product*). Produk substitusi akan memudahkan konsumen untuk memenuhi keinginannya. Produsen benih padi di Kabupaten Banyuwangi memproduksi 24 varietas, dan 3 varietas diproduksi oleh semua produsen. . Apabila varietas yang diinginkan tidak tersedia di kios penyalur benih, konsumen dapat memilih varietas lain sebagai gantinya. Hal ini akan menghambat masuknya pesaing baru ke pasar, karena kebutuhan konsumen sudah terpenuhi.

a. Modal

Sejumlah 17 responden produsen benih yang menjadi responden dalam penelitian ini menyatakan bahwa modal merupakan hambatan masuk pasar. Bagi produsen baru modal yang dimaksudkan adalah modal awal ketika memulai menjadi pesaing baru yaitu ijin usaha dan memiliki sertifikasi benih. Benih yang tidak lolos kualitas di laboratorium secara otomatis tidak boleh diedarkan, dan benih tersebut hanya bisa digiling untuk gabah konsumsi. Kondisi di lapang menunjukkan bahwa terdapat 2 produsen baru yang keluar dari pasar karena kesulitan modal sedangkan biaya produksi sangat tinggi. Produsen tersebut adalah Kelompok Tani Sumber Kedawung dan UD Protani Wangi. Produsen yang memiliki skala usaha besar lebih dipercaya oleh bank, dimana pihak bank memberikan pinjaman modal dengan bunga 16% per tahun seperti pada UD Srijaya dan UD Agro Sentosa.

b. Persyaratan Sertifikasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa produsen tidak merasa kesulitan dengan adanya persyaratan sertifikasi benih padi sebelum dipasarkan. Sertifikasi benih dan Pengawasan dari UPT. PSBTPH Kabupaten Banyuwangi justru dirasakan sangat membantu peningkatan produksi benih padi. Evaluasi dari pengawas dijadikan motivasi untuk memperbaiki kegiatan yang akan dilakukan selanjutnya. Berdasarkan hasil wawancara masalah yang ditemukan di lapang terkait proses sertifikasi benih adalah

sering tercampurnya antar varietas. Hal ini menjadi monitoring bagi pengawas agar produsen lebih berhati-hati agar tingkat sambrulan (varietas yang tercampur) tidak tinggi.

c. Pesaing Potensial

Kepercayaan petani bagi produsen merupakan faktor yang sangat diperhatikan oleh produsen. Petani akan percaya dan loyal terhadap produk benih padi yang dihasilkan oleh suatu produsen ketika petani sudah menanam benih tersebut dan memperoleh hasil panen yang tinggi. Petani di Kabupaten Banyuwangi memiliki sikap fanatik terhadap benih padi dari produsen tertentu. Terdapat 12 produsen yang memiliki kelas B dan 1 produsen kelas A menyatakan bahwa loyalitas dan kepercayaan konsumen terhadap suatu merek benih padi menjadi salah satu hambatan untuk masuk ke pasar benih. Produsen yang sudah lama seperti UD Sari Agung, UD Srijaya, UD Candra Ayu, UD Agrosentosa, dan UD Mega Tani merupakan produsen benih yang namanya sudah banyak dikenal petani karena lama usahanya diatas 5 tahun. Kemampuan produsen untuk bertahan dalam pasar benih menentukan lama usaha dan tingkat kepercayaan petani untuk menggunakan benih dari produsen tersebut.

Informasi Pasar

Tingkat informasi pasar yang dimiliki oleh produsen benih padi di Kabupaten Banyuwangi diketahui melalui informasi pasar apa saja yang dimiliki setiap produsen benih padi. Informasi pasar meliputi harga benih induk, lokasi asal benih induk, dan lokasi pemasaran.

a. Lokasi asal benih induk

Hasil penelitian menunjukkan bahwa produsen benih padi yang memiliki kelas B mengambil benih asal dari luar Kabupaten Banyuwangi pada sesama produsen. Selain itu juga mengambil dari produsen yang berada di kabupaten merupakan produsen yang sudah memiliki kelas A. Produsen benih padi yang memiliki skala usaha besar dan sudah berkelas A memperoleh benih induk dari Balai Benih Sukamandi. Hal ini terjadi karena produsen yang sudah memiliki kelas A memproduksi kelas benih FS, dan membutuhkan benih penjenis (BS) yang di produksi oleh Balai Benih Sukamandi. Sedangkan untuk memproduksi benih pokok (SS), produsen dengan skala usaha besar mendapatkan benih dasar (FS) dari dari UD Maya Sari Jember, UD Sri Ayu Blitar, dan UD Viva Tani Malang. Kondisi di lapang menunjukkan bahwa bentuk unit usaha UD dan PT memiliki informasi lokasi sumber benih yang lebih banyak dibandingkan bentuk unit usaha lainnya.

b. Harga benih induk

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga benih induk FS dari Balai Benih Sukamandi Rp 12.000/kg. Selanjutnya harga benih induk FS dari produsen benih padi di Kabupaten Banyuwangi berkisar antara Rp 11.000-Rp 13.000/kg. Harga benih padi dari Unit Dagang (UD) yang berada diluar Kabupaten Banyuwangi sebesar Rp 13.000/kg. Harga benih padi cukup bervariasi setiap sumber benih, sehingga produsen benih memiliki kesempatan untuk memilih. Produsen yang memiliki skala usaha besar memiliki informasi pasar berkaitan dengan harga benih induk yang lebih lengkap dibandingkan produsen yang memiliki skala usaha lebih kecil. Balai Benih Sukamandi lebih mengutamakan penyaluran benih untuk produsen dengan skala usaha yang besar.

c. Lokasi pemasaran dan harga jual benih

Pemasaran benih padi setiap produsen berdasarkan bentuk unit usaha sudah mencapai pasar luar kabupaten dalam provinsi dan ke luar Provinsi Jawa Timur. Pemasaran keluar provinsi dilakukan oleh bentuk unit usaha UD, PT, dan CV. Pemasaran benih padi yang dilakukan menuju Bali, Mataram, Sumbawa, Palu, dan Papua. Produsen benih padi dengan bentuk unit usaha Koperasi dan Gapoktan memiliki lokasi pemasaran hanya di kabupaten dalam provinsi. Berdasarkan hasil wawancara. Produsen tersebut merupakan produsen baru di pasar benih. Lama usaha produsen akan mempengaruhi kepercayaan dan loyalitas konsumen. Produsen yang sudah lama memiliki pangsa pasar lebih luas karena sudah banyak konsumen yang mengenal produk yang dihasilkan.

Produsen kelas A harus menetapkan harga lebih tinggi dibandingkan kelas B, dengan tujuan agar produsen kelas B yang memiliki skala usaha kecil dapat bertahan dipasar. harga benih ES pada bentuk unit usaha UD lebih murah dibandingkan bentuk unit usaha koperasi. Harga benih ES pada bentuk unit usaha UD dengan kelas produsen B Rp 7.750 sedangkan pada bentuk unit usaha UD kelas A dan koperasi menetapkan harga benih ES Rp 8.000 per kilogram. Petani mengambil benih ES langsung ke produsen benih, karena benih ES jarang tersedia di toko/kios penyalur benih padi. Harga benih kelas SS paling tinggi pada kemasan premium yaitu Koperasi Padi Nusantara menetapkan harga Rp 12.000/kg, sesuai dengan kemasan yang dimiliki yaitu plastik premium serta terdapat logo IPB yang menjadi simbol adanya kerjasama antara pihak produsen dengan instansi terkait. Harga benih SS pada produsen kelas A Rp 9.500 per kilogram pada kemasan biasa dan Rp 11.000 per kilogram pada kemasan premium.

Berdasarkan uji keragaman harga benih padi produsen kelas A dan B diperoleh hasil nilai F hitung: 1,15 dan nilai F tabel: 5,94. Hal ini menunjukkan bahwa nilai F hitung < F tabel, dimana $1,15 < 5,94$ yang artinya kedua kelompok memiliki ragam yang sama. Selanjutnya perhitungan uji T-test pada baris equal variance assumed nilai t Test: 0,807 dan nilai p value: 0,432. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan nilai statistik yang signifikan antara harga benih padi produsen kelas A dan kelas B, dengan perbedaan rata-rata nilai hanya sebesar Rp 816,-. Nilai p value > 0,05, sehingga H_0 diterima dan tidak terdapat perbedaan harga benih padi antara produsen kelas A dan B.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa informasi pasar yang diperoleh masing-masing produsen tidak sama. Produsen yang memiliki skala usaha besar dan kelas A memperoleh informasi pasar yang lebih lengkap dibandingkan produsen yang memiliki skala usaha kecil. Berdasarkan tingkat informasi pasar, struktur pasar benih padi di Kabupaten Banyuwangi mengarah pada pasar oligopoli.

PENUTUP

1. Kesimpulan

Struktur pasar benih padi di Kabupaten Banyuwangi adalah oligopoli. Perhitungan konsentrasi menggunakan alat analisis market share, CR4, IHH, dan IR menunjukkan hasil bahwa pasar benih padi di Kabupaten Banyuwangi lebih dominan mengarah pada struktur pasar oligopoli longgar. Terjadi diferensiasi produk berupa varietas, ukuran kemasan, dan kelas benih. Diferensiasi produk yang terjadi menunjukkan adanya

kedekatan substitusi produk, yang menjadi salah satu kriteria adanya hambatan. Modal dan pesaing potensial merupakan kendala utama yang dialami produsen untuk bertahan dalam pasar benih. Produsen dengan skala usaha kecil merasa kesulitan modal. Loyalitas dan kepercayaan konsumen terhadap benih yang dihasilkan oleh perusahaan menyulitkan produsen baru untuk memperoleh pangsa pasar. Informasi pasar yang diperoleh bentuk unit usaha berbeda, bentuk unit usaha UD memiliki informasi pasar yang lengkap. Informasi pasar yang diperoleh yaitu harga benih, lokasi asal sumber benih, dan lokasi pemasaran.

2. Saran

Saran yang dapat diberikan kepada produsen dengan skala usaha kecil agar memiliki ukuran distribusi yang seimbang dengan produsen dengan skala usaha besar maka harus mempertahankan dan menjaga kualitas maupun kuantitas produksinya, sehingga struktur pasar akan bergeser pada pasar persaingan sempurna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produsen dengan skala usaha besar dan kelas A mendominasi pasar benih padi di Kabupaten Banyuwangi. Produsen tersebut sudah dikenal masyarakat karena lama usahanya mencapai 10 tahun, sehingga masyarakat sudah menaruh kepercayaan dan volume penjualannya tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Bustanul. 2004. *Analisis Ekonomi Pertanian Indonesia*. Buku Kompas. Jakarta.,
- Arsyad, Lincolin. 2008. *Ekonomi Manajerial*. BPFE. Yogyakarta
- Baladina, N. 2012. Pemasaran Hasil Pertanian. Lab. Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. Universitas Brawijaya. Malang.
- BPS. 2015. *Produksi, Luas Tanam, Produktivitas Padi Jawa Timur*. Tersedia dalam <http://bps.go.id/Subjek/view/id/53#subjekViewTab3accordion-daftar-subjek3>. Diakses pada tanggal 1 Maret 2016.
- BPSB. 2015. Data Penangkar Benih Tanaman Pangan Provinsi Jawa Timur. BPSB Provinsi Jawa Timur. Surabaya
- Kementan. 2013. *Rencana Strategis Kementerian Pertanian Tahun 2015-2019*. (Online). Tersedia dalam http://www.pertanian.go.id/file/RENSTRA_2015-2019.pdf. Diakses pada tanggal 15 Juni 2015
- Jaya, Wihana Kirana. 2008. *Ekonomi Industri Edisi 2*. BPFE-Yogyakarta, Yogyakarta.
- Koch, James V. 1974. *Industrial Organization and Prices*. Prentice Hall. New Jersey.
- Kotler, P dan Keller, K.L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Tiga Belas. Jilid dua. Erlangga. Jakarta.
- Koutsoyiannis, A. 1979. *Modern Microeconomics*. Second Edition; ELBS. British Government. London.
- Mulsanti, W Indria. Sri Wahyuni. Dan hasil Sembiring. 2014. *Hasil Padi Dari Empat Kelas Benih Padi Berbeda*. Balai Besar Penelitian Tanaman Padi. (Online). Tersedia dalam <http://pangan.litbang.pertanian.go.id/files/05-PP032014-Indria.pdf>.
- Nugraha, Udin s dan Sayaka, Bambang. 2004. *Indutri dan Kelembagaan Pertanian*. Iptek Tanaman Pangan.
- Pappas, James. 1995. *Ekonomi Manajerial Jilid II*. Bina Rupa Aksara. Jakarta.
- Sukirno, Sudono. 2005. Pengantar Teori Mikroekonomi. PT Rajagrafindo Persada: Jakarta.
- Teguh, Muhammad. 2010. *Ekonomi Industri*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.