

**ANALISIS STRUKTUR PASAR BENIH KENTANG DI KECAMATAN
BUMIAJI, KOTA BATU**

Oleh
SEPTIKA YUNI RASID



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS PERTANIAN
MALANG
2019**

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Penelitian : Analisis Struktur Pasar Benih Kentang di
Kecamatan Bumiaji Kota Batu
Nama : Septika Yuni Rasid
NIM : 145040101111171
Program Studi : Agribisnis
Jurusan : Sosial Ekonomi


Disetujui

Pembimbing Utama,

Pembimbing Pendamping,

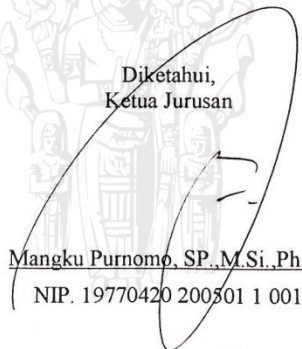


Dr. Ir. Rini Dwiastuti, MS.
NIP. 19591003 198601 2 001



Ir. Ni Damulyawaty Maarthen, M.Si.
NIP. 19640119 199203 2 002

Diketahui,
Ketua Jurusan



Mangku Purnomo, SP., M.Si., Ph.D.
NIP. 19770420 200301 1 001

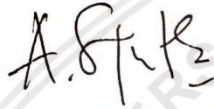
Tanggal Persetujuan :

LEMBAR PENGESAHAN

Mengesahkan

MAJELIS PENGUJI

Penguji I



Dr. Ir. Agustina Shinta H.W., WP
NIP. 19710821 200212 2 001

Penguji II



Ir. Nidamulyawaty Maarthen., M.Si
NIP. 19640119 199203 2 002

Penguji III



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

Tanggal Lulus :



PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa segala pernyataan dalam skripsi ini merupakan hasil penelitian saya sendiri, dengan bimbingan komisi pembimbing. Skripsi ini tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar di perguruan tinggi manapun dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau di terbitkan oleh orang lain, kecuali yang dengan jelas ditunjukkan rujukan dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Malang, Januari 2019

Septika Yuni Rasid



RIWAYAT HIDUP

Septika Yuni Rasid dilahirkan di Bandar Lampung pada tanggal 02 September 1996 sebagai putri pertama dari tiga bersaudara dari Bapak Fauzi Al Rasyid dan Ibu Sri Wahyuni. Penulis menempuh pendidikan dasar di SD Kartika Jaya II-5 Bandar Lampung pada tahun 2002 sampai tahun 2008, kemudian penulis melanjutkan ke SMPN 1 Bandar Lampung pada tahun 2008 sampai tahun 2011. Pada tahun 2011 sampai tahun 2014 penulis studi di SMAN 3 Bandar Lampung. Pada tahun 2014 penulis terdaftar sebagai mahasiswa Strata-1 Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya Malang, Jawa Timur melalui jalur SNMPTN.



LEMBAR PERUNTUKAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Analisis Struktur Pasar Benih Kentang di Kecamatan Bumiaji, Kota Batu. Tak lupa shalawat serta salam dijunjungkan kepada Nabi Muhammad SAW. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu selama penulisan skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung. Ucapan terima kasih ini penulis sampaikan kepada:

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat dan karunia-Nya.
2. Kedua orang tua, adik-adik dan keluarga yang selalu mendukung dan mendoakan.
3. Ibu Dr. Ir. Rini Dwiastuti., MS. Dan Ibu Ir. Nidamulyawaty Maarthen., M. Si. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing, mengarahkan serta memberikan saran yang bermanfaat selama proses penyusunan skripsi.
4. Ibu Dr. Ir. Agustina Shinta H.W., WP selaku dosen penguji yang telah menguji serta memberikan saran perbaikan skripsi.
5. Bapak selaku produsen benih kentang yang telah meluangkan waktu dan memberikan informasi yang dibutuhkan peneliti untuk menyusun skripsi.
6. Civitas akademika Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Brawijaya yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang membantu dalam kelancaran pembuatan skripsi ini.
7. Sahabat-sahabat yaitu Alam, Igar, Rifqy, Windy, Pe, Anang, Kakak Ika, Kakak Munissa, Kakak Faradila, Kakak Dinda, Kakak Ayu, Deka, Dilla, Nitya, Anisa, Arif, Gina, Dea, Mbaa Refi, Ira, Metha, Agung, Yudha, Dodi dan Legi selalu hadir dan memberikan dukungan serta semangat selama proses penyusunan skripsi yang penuh tantangan ini.
8. Teman-teman satu bimbingan skripsi yang selalu berjuang menyelesaikan tugas akhir

RINGKASAN

Septika Yuni Rasid. 14504010111171. Analisis Struktur Pasar Benih Kentang di Kecamatan Bumiaji, Kota Batu. Di bawah bimbingan Dr. Ir. Rini Dwiastuti, MS. sebagai Pembimbing Utama dan Ir. Nidamulyawaty Maarthen, M.Si. sebagai Pembimbing Pendamping.

Menurut Mulyono (2017), benih faktor input pertanian yang menentukan produksi dan produktivitas tanaman. Meningkatkan produktivitas komoditas tanaman salah satunya dilakukan melalui peningkatan mutu benih. Acuan dalam pelaksanaan produksi, sertifikasi dan peredaran benih diatur dalam PERMENTAN No 39/2000 tentang sistem perbenihan nasional. Tujuan dari peraturan ini untuk menjamin ketersediaan benih bermutu, menjamin kebenaran jenis, varietas dan mutu benih yang beredar.

Hasil survei pendahuluan terdapat perbedaan jumlah produksi ke-empat produsen benih kentang di Kecamatan Bumiaji. Hal ini dapat mempengaruhi konsentrasi pasar. Pada produk di Kecamatan Bumiaji terdapat diferensiasi produk hal ini dapat menjadi kekuatan bagi produsen untuk mengendalikan keadaan pasar. Produsen yang ingin memasuki pasar benih kentang harus memiliki kekuatan agar dapat bersaing dengan produsen lainnya. Penelitian ini penting untuk dikaji karena dengan mengetahui struktur pasar benih kentang yang terbentuk di Kecamatan Bumiaji. Struktur pasar yang terbentuk dapat menjadi bahan pertimbangan bagi produsen benih kentang dalam mengambil keputusan agar dapat bertahan dan bersaing di pasar benih kentang di Kecamatan Bumiaji.

Penelitian terkait analisis struktur pasar benih kentang bertujuan untuk menganalisis konsentrasi pasar, hambatan masuk pasar, diferensiasi produk, dan informasi pasar produsen benih kentang di Kecamatan Bumiaji. Penentuan lokasi dilakukan dengan secara *purposive* dengan pertimbangan Menurut Dinas Pertanian Kota Batu (2017), Kecamatan Bumiaji memiliki tiga produsen benih kentang. Namun saat survei pendahuluan terdapat empat produsen benih kentang. Metode penentuan responden benih kentang di Kecamatan Bumiaji menggunakan metode sensus. Metode pengumpulan data menggunakan wawancara dan penggunaan arsip data. Konsentrasi pasar dianalisis dengan pangsa pasar, konsentrasi rasio (CR2), dan *Indeks Herfindahl Hirschman* (IHH) sedangkan diferensiasi produk, hambatan masuk pasar, dan informasi pasar menggunakan statistik deskriptif *univariate* dengan menginput data yang telah dikumpulkan pada *Microsoft Excel* yang selanjutnya disajikan dalam bentuk tabel pada hasil pembahasan.

Hasil penelitian mengenai konsentrasi pasar berdasarkan tiga alat analisis diperoleh hasil pangsa pasar sebesar (62,50%) yang dimiliki perusahaan perseorangan, yaitu produsen (N). Nilai dari konsentrasi rasio (CR2) menunjukkan nilai sebesar (81,75%). *Indeks Herfindahl Hirschman* (IHH) menunjukkan nilai (0,45) Kecamatan Bumiaji mengarah ke struktur pasar oligopoli. Hasil penelitian mengenai hambatan masuk pasar benih kentang di Kecamatan Bumiaji yaitu modal dan pesaing potensial. Adanya hambatan masuk pasar dapat membuat calon pesaing tidak tertarik memasuki pasar benih kentang. Hasil penelitian mengenai diferensiasi produk di Kecamatan Bumiaji berdasarkan tiga variabel (jenis varietas, jenis kemasan, dan kelas benih) menunjukkan bahwa:

terdapat tiga varietas yang diproduksi (Granola Kembang, Granola Lembang dan Madisu AP4), jenis kemasan yang digunakan produsen yakni karung dan krat putih. Sedangkan kelas benih yang diproduksi adalah G0 dan G2. Perbedaan produk yang dihasilkan produsen benih kentang di Kecamatan Bumiaji akan memberikan keunggulan bagi produsen. Produsen yang menghasilkan produk berbeda akan memiliki wilayah pasar tersendiri sehingga produk menjadi dominan meninggalkan pesaing-pesaing lain yang menghasilkan produk yang sama. Hasil analisis informasi pasar benih kentang di Kecamatan Bumiaji berdasarkan tiga variabel (lokasi pemasaran, lokasi benih sumber dan harga benih sumber) menunjukkan hasil bahwa terdapat 25% produsen berbentuk CV yang memiliki informasi pasar lebih lengkap dibandingkan dengan 75% produsen responden lainnya. Produsen dengan informasi pasar lebih sempurna dibandingkan dengan produsen lainnya dapat membantu kelancaran produksi benih kentang.

Kesimpulan dari penelitian terkait struktur pasar benih kentang di Kecamatan Bumiaji mengarah ke struktur pasar oligopoli. Berdasarkan hasil penelitian terdapat perusahaan perseorangan masih menggunakan rumah kaca (*screen house*) tidak sesuai dengan ketentuan pemerintah karena adanya hambatan modal, sebaiknya Balai Produksi Tanaman Pangan (BPTP) memberikan bantuan berupa modal rumah kaca (*screen house*) bagi produsen untuk mendukung budidaya benih kentang di Kecamatan Bumiaji. Informasi pasar mengenai lokasi benih sumber tidak merata terdapat produsen dengan bentuk usaha CV.THP memiliki dua lokasi benih sumber sedangkan 75% Perusahaan Perseorangan hanya memiliki satu lokasi benih sumber. Sebaiknya produsen dengan bentuk Perusahaan Perseorangan mencari informasi mengenai lokasi benih sumber karena saat tempat lokasi benih sumber tidak memiliki persediaan maka produsen dapat beralih ke lokasi benih sumber lainnya untuk keberlanjutan produksi benih kentang.

SUMMARY

Septika Yuni Rasid. 14504010111171. Analysis of Market Structure of Potato Seeds in Bumiaji District, Batu City. Under the guidance of Dr. Ir. Rini Dwiastuti, MS. as the Main Advisor and Ir. Nidamulyawaty Maarthen, M.Sc. as a Mentor Advisor.

According to Mulyono (2017) seeds are one of the agricultural inputs that greatly determines crop production and productivity. Reference in the implementation of seed production, certification and circulation is regulated in PERMENTAN No. 39/2000 concerning the national seed system. The purpose of this regulation is to ensure the availability of quality seeds, guarantee the truth of the types, varieties and quality of seeds in circulation.

The results of the preliminary survey differ in the number of production of the four potato seed producers in Bumiaji District. This can affect market concentration. For products in Bumiaji Subdistrict there is product differentiation, this can be a strength for producers to control market conditions. Manufacturers who want to enter the potato seed market must have the power to compete with other producers. This research is important to study because by knowing the market structure of potato seeds formed in Bumiaji District. The market structure formed can be taken into consideration for potato seed producers in making decisions in order to survive and compete in the potato seed market in Bumiaji District

Research related to the analysis of the market structure of potato seeds aims to analyze market concentration, market entry barriers, product differentiation, and market information on potato seed producers in Bumiaji District. Location determination was done purposively with the consideration that Bumiaji District is a center for potato production in Batu City and also based on the presence of potato seed producers in Bumiaji District. the method for determining potato seed respondents in Bumiaji District uses the census method. The method of data collection uses interviews and the use of data archives. Market concentration is analyzed by market share, concentration ratio (CR2), and Herfindahl Hirschman Index (IHH) while product differentiation, market entry barriers, and market information use descriptive statistics univariate by inputting data that has been collected in Microsoft Excel which is then presented in table form on the results of the discussion.

The results of the research on market concentration based on three analytical tools obtained the results of a market share of 62.50% owned by individual companies namely producer N. The value of concentration ratio (CR2) showed a value of 81.75%. The Herfindahl Hirschman Index (IHH) shows a value of 0.45. Of the three analysis tools, the structure of the potato seed market in Bumiaji District leads to the oligopoly market structure. The results of the study on the barriers to entering the potato seed market in Bumiaji District are capital and potential competitors. The presence of barriers to market entry can make potential competitors not interested in entering the potato seed market. The results of the study on product differentiation in Bumiaji District based on three variables (varieties, types of packaging, and seed classes) showed that: there were three varieties produced (Granola Kembang, Granola Lembang and Madisu AP4), types

of packaging used by producers namely sacks and white crates. While the seed classes produced are G0 and G2. The difference in the products produced by potato seed producers in Bumiaji Subdistrict will provide advantages for producers. Producers who produce different products will have their own market area so that the product becomes dominant leaving other competitors who produce the same product. The results of the analysis of potato seed market information in Bumiaji District based on three variables (marketing location, source seed location and source seed prices) showed the results that there were 25% of CV-shaped producers who had more complete market information than 75% of other respondents. Manufacturers with more perfect market information compared to other producers can help smooth potato seed production.

The conclusion of the research regarding the market structure of potato seeds in Bumiaji District leads to the oligopoly market structure. Based on the results of the research, there are individual companies still using screen houses not in accordance with government regulations due to capital constraints, it is better if the Food Crop Production Center (BPTP) provides assistance in the form of sreen house for producers to support potato seed cultivation in Bumiaji District. market information regarding the location of seed sources is not evenly distributed, there are producers with the business form of CV. THP has two source seed locations while 75% of individual companies only have one source seed location. It is recommended that producers with individual companies look for information about the location of source seeds because when the location of the source seed does not have stock, producers can switch to the location of other source seeds for the sustainability of potato seed production

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena karunia dan Rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan tugas akhir ini diajukan untuk meraih gelar sarjana pada Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya. Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dr. Ir. Rini Dwiastuti, MS. selaku dosen pembimbing utama dan Ibu Ir. Nidamulyawaty Maarthen, M.Si selaku dosen pendamping yang telah memberikan ilmu, arahan, dan dukungan selama penyusunan skripsi.

Penelitian ini membahas mengenai struktur pasar benih kentang. Menentukan struktur pasar dapat dilihat dari konsentrasi pasar, hambatan pasar, diferensiasi produk dan informasi pasar. Analisis struktur pasar perlu dilakukan untuk mengetahui kondisi persaingan dalam suatu pasar. Terdapat tiga varietas yang diproduksi, hal ini akan mempengaruhi kekuatan pasar benih kentang di Kecamatan Bumiaji. Analisis struktur pasar dapat memberikan informasi kepada pelaku pasar yaitu produsen benih kentang agar dapat membuat strategi bertahan di pasar benih kentang di Kecamatan Bumiaji.

Penulis menyadari masih terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi berupa materi maupun cara penulisan sehingga perlu diperbaiki. Oleh sebab itu penulis menerima segala bentuk kritik dan saran yang dapat membantu penulis memperbaiki skripsi lebih baik lagi. Semoga dengan skripsi ini dapat memberikan pengetahuan bagi pembaca.

Malang Januari 2019

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
SUMMARY	iii
KATA PENGANTAR	v
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 Rumusan Maslaah	3
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian	5
II. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Telaah Penelitian Terdahulu	6
2.2 Struktur Pasar	8
2.2.1 Konsep Struktur Pasar	9
2.2.2 Jenis–Jenis Pasar	11
2.3 Tinjauan Benih	15
2.3.1 Sertifikasi Benih	16
2.3.2 Kelas Benih Kentang	16
2.3.3 Karakteristik Varietas	17
2.3.4 Perbanyakkan Benih Kentang Kelas G0 dan G2	18
2.4 Bentuk-Bentuk Usaha	22
III. KERANGKA TEORITIS	24
3.1 Kerangka Pemikiran	24
3.2 Hipotesis	28
3.3 Batasan Masalah	28
3.4 Definisi Operasional	29
IV. METODE PENELITIAN	34
4.1 Metode Penentuan Lokasi dan Waktu Penelitian	34
4.2 Metode Penentuan Responden	34
4.3 Metode Pengumpulan Data	34
4.4 Motede Analisis Data	36
4.4.1 Analisis Konsentrasi Pasar	36
4.4.2 Analisis Deskriptif	39
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	41
5.1 Karakteristik Responden	41
5.2 Analisis Struktur Pasar	44
5.2.1 Konsentrasi Pasar	44
5.2.2 Hambatan Masuk Pasar	46
5.2.3 Diferensiasi Produk	48

5.2.4 Tingkat Informasi Pasar	53
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	59
6.1 Kesimpulan	59
6.2 Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	65



DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1.	Jenis-Jenis Struktur Pasar	15
2.	Definisi Operasional	29
3.	Metode Pengumpulan Data	35
4.	Pangsa pasar dari produsen pada volume penjualan benih kentang dalam suatu pasar	37
5.	Klasifikasi konsentrasi rasio (Cr)	38
6.	Karakteristik Produsen Benih Kentang di Kecamatan Bumiaji, Kota Batu Tahun 2018	41
7.	Hasil Perhitungan Konsentrasi pasar Benih kentang di Kecamatan Bumiaji Kota Batu Tahun 2018	44
8.	Hambatan Masuk Pasar Benih Kentang di Kecamatan Bumiaji, Kota Batu Tahun 2018.....	46
9.	Diferensiasi Produk Berdasarkan Varietas di Kecamatan Bumiaji, Kota Batu Tahun 2018	50
10.	Diferensiasi Produk Berdasarkan Kelas Benih di Kecamatan Bumiaji, Kota Batu Tahun 2018	52
11.	Diferensiasi Produk Berdasarkan Jenis Kemasan di Kecamatan Bumiaji, Kota Batu Tahun 2018	53
12.	Informasi Pasar Berdasarkan Lokasi Asal Benih di Kecamatan Bumiaji, Kota Batu Tahun 2018	54
13.	Struktur Pasar Benih Kentang di Kecamatan Bumiaji, Kota Batu Tahun 2018	56

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
1.	Kerangka Pemikiran Struktur Pasar Benih Kentang di Kecamatan Bumiaji, Kota Batu	27



I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Produksi kentang di Jawa Timur mengalami peningkatan dari tahun 2013 hingga tahun 2017. Menurut Badan Pusat Statistik dan Direktorat Jendral Hortikultura (2017), pada tahun 2013 produksi kentang di Jawa Timur mencapai 189.864 ton dan tahun 2017 sebesar 241.180 ton data disajikan pada Lampiran 1. Sentra tanaman kentang yang terdapat di Provinsi Jawa Timur terletak di Kota Batu. Menurut Balai Penyuluhan Pertanian (2016), sentra produksi kentang tertinggi di Kota Batu yaitu di Kecamatan Bumiaji dengan luas lahan dan luas tanam mencapai 250 ha dengan produksi sebanyak 6.250 ton dan produktivitas 25 ton per ha.

Luas areal panen dan produksi kentang di Kota Batu terus mengalami peningkatan dari tahun 2013 hingga tahun 2017. Peningkatan luas areal kurun waktu empat tahun sebesar 77 ha, sedangkan peningkatan produksi sebesar 17.625 ku. Hal tersebut memberikan pengaruh terhadap peningkatan jumlah produktivitas. Produktivitas kentang mengalami peningkatan dari tahun 2013 hingga tahun 2017 namun pada tahun 2016 produktivitas kentang di Kota Batu mengalami penurunan data disajikan pada Lampiran 2. Menurut Dinas Pertanian Kota Batu (2017), produktivitas kentang pada tahun 2016 mengalami penurunan senilai 2,44 Ku/Ha (Data disajikan pada Lampiran 2).

Menurut Pitojo (2004), rendahnya produktivitas kentang dipengaruhi beberapa hal diantaranya yaitu masih terbatasnya penggunaan benih bermutu oleh petani. Benih menjadi faktor utama penentu keberhasilan dalam budidaya tanaman. Acuan dalam pelaksanaan produksi, sertifikasi, dan peredaran benih sudah diatur dalam PERMENTAN No 39/2000 yang menjelaskan tentang sistem perbenihan nasional. Peraturan ini bertujuan untuk menjamin ketersediaan benih bermutu, menjamin kebenaran jenis, varietas, dan mutu benih yang beredar. Penggunaan benih bermutu diharapkan mampu mengurangi berbagai faktor kegagalan panen.

Menurut Kementerian Pertanian (2014), produsen yang ingin memasuki pasar benih kentang harus memiliki sertifikasi benih dan benih dapat diedarkan jika memiliki izin sertifikasi benih. Namun berdasarkan survei pendahuluan didapatkan produsen benih kentang di Kecamatan Bumiaji tetap memproduksi benih tidak bersertifikasi dan menjual benih kentang tersebut.

Menurut Dinas Pertanian Kota Batu (2017), ketersediaan benih kentang di Kecamatan Bumiaji dipenuhi oleh tiga produsen. Namun saat survei pendahuluan adanya penambahan satu produsen. Sehingga ketersediaan benih kentang di Kecamatan Bumiaji didukung oleh empat produsen. Fenomena lapang lainnya adanya keragaman varietas yang diproduksi produsen benih kentang di Kecamatan Bumiaji. Berdasarkan uraian mengenai fenomena lapang di Kecamatan Bumiaji menarik untuk diteliti terkait struktur pasar benih kentang.

Penelitian terdahulu yang terkait struktur pasar telah dilakukan oleh Enibe *et al.* (2008), Basse *et al.* (2013) Eronmwon *et al.* (2014), dan Oguntade (2015) dengan melihat dimensi dari struktur pasar antara lain menggunakan indikator konsentrasi pasar. Sementara Bime *et al.* (2016) dan Wegi (2017) menambahkan indikator hambatan masuk pasar. Habib (2017) menambahkan indikator diferensiasi produk dan informasi pasar.

Berdasarkan penelitian terdahulu indikator yang digunakan untuk analisa struktur pasar benih kentang di Kecamatan Bumiaji antara lain konsentrasi pasar, hambatan masuk pasar, diferensiasi produk dan informasi pasar. Indikator tersebut digunakan karena berkaitan dengan fenomena lapang pasar benih kentang di Kecamatan Bumiaji. Berbeda dengan penelitian sebelumnya komoditas yang diteliti pada penelitian ini yaitu benih kentang. Selain itu berdasarkan fenomena lapang terdapat perbedaan volume penjualan masing-masing produsen. Perbedaan volume penjualan yang berbeda akan mempengaruhi pangsa pasar.

Berdasarkan survei pendahuluan di Kecamatan Bumiaji terdapat penambahan produsen benih kentang yang semua tiga menjadi empat produsen benih kentang. Terdapat perbedaan jumlah produksi keempat produsen benih kentang di Kecamatan Bumiaji, hal ini dapat mempengaruhi konsentrasi pasar. Terdapat diferensiasi produk di Kecamatan Bumiaji hal ini dapat menjadi kekuatan bagi produsen untuk mengendalikan keadaan pasar. Produsen yang ingin memasuki pasar benih kentang harus memiliki kekuatan atau keunggulan agar dapat bersaing dengan produsen lainnya. Terdapat produsen dengan informasi pasar lebih sempurna dibandingkan dengan produsen lainnya.

Pada penelitian ini hanya fokus pada analisis struktur pasar dan input yang digunakan untuk budidaya yaitu benih kentang. Berdasarkan fenomena yang ada,

maka penelitian struktur pasar kentang di Kecamatan Bumiaji penting untuk dikaji. karena dengan mengetahui struktur pasar benih kentang di Kecamatan dapat memberikan informasi mengenai struktur pasar yang terbentuk dengan melihat empat indikator yaitu konsentrasi pasar, hambatan masuk pasar, diferensiasi produk dan informasi pasar.

1.2. Rumusan Masalah

Menurut Eronmwon (2008) dan Teguh (2016), analisis struktur pasar dilakukan untuk mengetahui kondisi pasar yang terbentuk. Indikator yang digunakan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Enibe *et al.* (2008), Bassey *et al.* (2013) Eronmwon *et al.* (2014), Oguntade (2015). Bime *et al.* (2016), Wegi (2017) dan Habib (2017) meliputi konsentrasi pasar, diferensiasi produk, hambatan masuk pasar, dan informasi pasar. Adapun indikator yang digunakan untuk melihat struktur pasar benih kentang di Kecamatan Bumiaji pada penelitian ini meliputi konsentrasi pasar, diferensiasi produk, hambatan masuk pasar, dan informasi pasar.

Menurut Teguh (2016) konsentrasi pasar merupakan kondisi yang memperlihatkan derajat penguasaan pasar oleh perusahaan-perusahaan yang berada di dalam pasar. Konsentrasi pasar mengacu pada jumlah dan distribusi ukuran perusahaan. Semakin sedikit jumlah perusahaan yang ada didalam pasar maka tingkat konsentrasi pasar semakin tinggi (Chruch *et al.*, 2000 dan Lipczynski *et al.*, 2009). Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Enibe *et al.* (2008), Bassey *et al.* (2013) Eronmwon *et al.* (2014), dan Oguntade (2015) mengukur konsentrasi pasar dengan produsen, lembaga, volume penjualan dan total volume penjualan.

Menurut Dinas Pertanian Kota Batu (2017), ketersediaan benih kentang di Kecamatan Bumiaji didukung oleh tiga produsen benih kentang. Namun berdasarkan survei pendahuluan produsen benih kentang di Kecamatan Bumiaji mengalami penambahan satu produsen. Sehingga terdapat empat produsen yang mendukung ketersediaan benih kentang di Kecamatan Bumiaji. Adanya penambahan produsen benih kentang akan meningkatkan volume penjualan benih kentang. Sehingga peningkatan jumlah produsen mengakibatkan konsentrasi pasar semakin tinggi. Fenomen lapang lainnya produsen benih kentang memiliki volume

penjualan yang berbeda-beda. Perbedaan jumlah volume penjualan yang dimiliki oleh produsen benih kentang di Kecamatan Bumiaji menunjukkan kemampuan produsen untuk memenuhi kebutuhan pasar benih kentang di Kecamatan Bumiaji.

Menurut Hofstrand (2007), hambatan masuk pasar merupakan segala sesuatu yang menghalangi, dan menghambat perusahaan untuk masuk perusahaan ke suatu pasar. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Bime *et al.* (2016) dan Wegi (2017) mengukur hambatan masuk pasar menggunakan modal. Berdasarkan survei pendahuluan produsen benih kentang memerlukan modal seperti rumah kasa dalam memasuki pasar benih (*screen house*). Tujuan rumah kasa (*screen house*) perlu diperhatikan agar menjaga dari kemurnian benih masih terjaga. Adanya hambatan masuk berupa modal akan menyulitkan produsen saat memasuki pasar benih kentang di Kecamatan Bumiaji.

Menurut Arsyad (2014), diferensiasi produk mengacu pada karakteristik khas dari suatu produk. Perbedaan corak produk dapat memberikan keleluasaan lebih besar bagi produsen untuk mengatur strategi pasar. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Habib (2017) mengukur diferensiasi produk dari varietas. Fenomena di lapang menunjukkan bahwa terdapat tiga varietas benih yang dikembangkan di Kecamatan Bumiaji, serta adanya dua kelas benih dan jenis kemasan yang digunakan berbeda. Produk yang terdiferensiasi akan mempengaruhi struktur pasar yang ada dan dapat memberikan variasi pilihan sesuai keinginan konsumen.

Menurut Bambang (2006), informasi pasar dimana pelaku pasar mengetahui tentang informasi biaya, harga, dan kuantitas. Berdasarkan penelitian terdahulu yang digunakan oleh Habib (2017) melihat informasi pasar mengenai harga yang berlaku di pasar. Berdasarkan survei lapang produsen mengetahui lokasi benih sumber (planlet) yang berbeda-beda. Tingkat informasi pasar yang berbeda dapat mempengaruhi struktur pasar yang terbentuk.

Berdasarkan fenomena lapang yang telah diuraikan, maka penelitian terkait struktur pasar menggunakan indikator konsentrasi pasar, hambatan masuk pasar, diferensiasi produk dan informasi pasar di Kecamatan Bumiaji penting dilakukan. Beberapa pertanyaan yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana konsentrasi pasar benih kentang di Kecamatan Bumiaji?
2. Bagaimana hambatan masuk pasar benih kentang di Kecamatan Bumiaji?
3. Bagaimana diferensiasi produk di Kecamatan Bumiaji?
4. Bagaimana informasi pasar benih kentang di Kecamatan Bumiaji?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka tujuan penelitian yang dilakukan untuk menjawab rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis konsentrasi pasar benih kentang di Kecamatan Bumiaji
2. Mendeskripsikan hambatan masuk pasar benih kentang di Kecamatan Bumiaji.
3. Mendeskripsikan diferensiasi produk benih kentang yang terjadi pada pasar benih kentang di Kecamatan Bumiaji.
4. Mendeskripsikan informasi pasar benih kentang di Kecamatan Bumiaji.

1.4. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan secara teori maupun praktek kepada berbagai pihak. Adapun kegunaan penelitian ini antara lain:

1. Sebagai bahan informasi tentang gambaran struktur pasar benih kentang.
2. Sebagai bahan masukan dan pertimbangan kepada pemerintah maupun pihak pembuat keputusan dalam mengambil kebijakan pada suatu usaha industri benih kentang.
3. Sebagai bahan informasi bagi penangkar benih kentang dalam upaya peningkatan kualitas benih kentang.
4. Sebagai ilmu pengetahuan bagi pembaca dan sebagai bahan referensi bagi peneliti lain tentang struktur pasar benih kentang.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Telaah Penelitian Terdahulu

Menurut Arsyad (2014), dimensi struktur pasar menjadi sarana untuk menganalisis struktur persaingan dalam suatu industri. Kondisi persaingan merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi perilaku kinerja perusahaan dalam industri. Elemen-elemen struktur pasar menurut Teguh (2016) yaitu konsentrasi pasar, hambatan masuk pasar, diferensiasi produk dan informasi pasar. Penelitian terdahulu akan dijadikan sebagai rujukan atau perbandingan pada penelitian ini yang berfokus pada satu dimensi yaitu struktur pasar. Setiap komponen struktur pasar variabel, metode, dan hasil penelitian akan dibahas dalam penelitian ini.

Indikator konsentrasi pasar digunakan oleh Enibe *et al.* (2008), Bassey *et al.* (2013) Eronmwon *et al.* (2014), dan Oguntade (2015). Bime *et al.* (2016) dan Wegi, (2017) menambahkan indikator hambatan masuk pasar. Habib (2017) menambahkan indikator diferensiasi produk dan informasi pasar. Konsentrasi pasar dan hambatan masuk pasar menjadi dua indikator struktur pasar yang paling banyak dibahas dan digunakan dalam analisis struktur pasar. Indikator diferensiasi produk dan informasi pasar dapat menjadi pendukung untuk menginterpretasikan struktur pasar.

Variabel yang digunakan oleh Enibe *et al.* (2008) untuk mengukur konsentrasi pasar menggunakan variabel volume penjualan produk dan total volume penjualan produk yang dikendalikan kelas dengan alat analisis koefisien gini. Bassey *et al.* (2013) menggunakan alat analisis koefisien gini dan *Indeks Herfindahl Hirschman* (IHH) untuk mengukur konsentrasi pasar, volume penjual, dan skala produksi. Eronmwon *et al.* (2014) menggunakan alat analisis koefisien gini dengan variabel volume penjualan, dan total penjualan. Oguntade (2015) dan Habib (2017) menggunakan koefisien gini dengan variabel volume penjual dan total volume penjualan. Wegi (2017) menggunakan alat analisis *Concentration ratio* (CR_n) dengan variabel perusahaan yang terlibat dan jumlah produksi tiap produsen. Bime *et al.* (2016) menggunakan deskriptif statistik dengan pelaku pasar yang terlibat.

Variabel yang digunakan oleh Bime *et al.* (2016) menggunakan variabel modal investasi dan persaingan dengan petani sebelumnya. Wegi (2017) menggunakan variabel modal, dan perizinan. Habib (2017) menambahkan indikator diferensiasi produk dan informasi pasar. Variabel yang digunakan untuk diferensiasi produk yaitu varietas. Variabel yang digunakan untuk informasi pasar yaitu harga yang berlaku di pasar dan informasi produk.

Hasil penelitian terdahulu mengukur konsentrasi pasar menggunakan alat analisis koefisien gini yaitu Enibe *et al.* (2008) 0,31, masing-masing 0,21 dan 0,17 diperoleh untuk grosir, pengecer dan petani bahwa ada tingkat rendah ketidaksetaraan di antara tengkulak dan petani. Koefisien gini 0,17 antara petani menunjukkan tingkat terendah kesenjangan relatif terhadap tengkulak. Hasil penelitian Analisis Bassey *et al.* (2013) menunjukkan tingkat konsentrasi penjual dari 0,683 menunjukkan adanya perilaku non-kompetitif seperti perbedaan pendapatan. Hasil penelitian Eronmwon *et al.* (2014) menunjukkan 0,677 bahwa tingkat ketimpangan tinggi dalam pendapatan penjualan responden menunjukkan tingkat yang baik dari konsentrasi pasar. Penelitian Habib (2017) menunjukkan bahwa beras eceran menyatakan rendahnya tingkat ketimpangan 0,2 kalangan distribusi responden. Ini berarti bahwa ada 20% ketimpangan dalam distribusi ukuran konsentrasi penjual. Penelitian Oguntade (2015) menunjukan 0,160 dan 0,112 hal ini menunjukkan adanya ketimpangan yang tinggi di pasar Hasil penelitian Analisis Bassey *et al.* (2013) menggunakan *Indeks Herfindahl* mengungkapkan nilai *Indeks Herfindahl Hirschman* (IHH) dari 0,2949 di pasar. Hal ini menunjukkan konsentrasi pasar yang lebih tinggi di pasar yang dipilih menunjukkan bahwa perdagangan beras adalah ditangan relatif sedikit pedagang. Hasil penelitian Wegi (2017) menggunakan alat analisis *Concentration ratio* (CRn) menunjukkan 42,69% dapat dikatakan struktur pasar kentang di Eutopia termasuk pasar monopolistik.

Hasil penelitian Bime *et al.* (2016) dan Wegi (2017), hambatan masuk pasar menunjukkan modal salah satu hambatan masuk pasar. modal diperlukan saat menjalankan suatu usaha. Semakin tinggi tingkat investasi modal maka semakin membatasi perusahaan yang ingin masuk ke pasar. Hasil penelitian Bime *et al.* (2016)

kompetisi dengan petani sebelumnya hal ini terjadi karena pesaing baru memerlukan waktu untuk bisa menciptakan produk yang mampu bersaing dengan produk yang sebelumnya yang sudah melekat di konsumen. Hasil penelitian Wegi (2017) hanya 15,63% dari pedagang memiliki lisensi sedangkan 84,37% dari mereka tidak memiliki izin perdagangan kentang prosedur perizinan Pedagang melaporkan bahwa lisensi tidak digunakan daripada membayar pajak sebagai orang bisa masuk dan keluar dari perdagangan kentang. Pedagang melaporkan bahwa lisensi tidak digunakan daripada membayar pajak sebagai orang bisa masuk dan keluar dari perdagangan kentang.

Hasil penelitian Habib (2017), adanya diferensiasi produk adalah fitur yang membedakan pasar dari jenis produk yang dipasarkan. Jamila adalah varietas padi lokal yang tidak memiliki banyak perbedaan dengan beras impor. Hal ini disukai karena berbagai biji-bijian yang panjang dan kuat dan tidak mudah pecah. Varietas ini juga juga banyak dipasarkan dan disukai oleh penjual dan pembeli.

Hasil penelitian Habib (2017), informasi pasar sumber informasi pasar merupakan elemen penting dalam menentukan struktur pasar dan karena itu mendefinisikan bagaimana pasar beroperasi. Melalui sumber terpercaya informasi, penjual menjadi lebih percaya diri pada harga yang berlaku yang memandu mereka dalam menentukan harga beras. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 61,6% dari pemasar beras ritel mendapatkan informasi pasar tentang produk mereka dari pasar terdekat 13,6% dari pejabat pasar, 9,6% mendapatkan informasi melalui sumber media sementara sumber 15,2% informasi mereka dari rekan-pedagang bahwa 91,2% dari grosir beras sebagian besar mengandalkan pasar di dekatnya sebagai sumber informasi mereka. Hanya 8,8% percaya untuk sumber informasi mereka tentang pasar dari rekan-pedagang.

2.2. Struktur Pasar

Menurut Gwin (2000), struktur pasar dalam suatu industri yang mengindikasikan derajat persaingan dalam suatu industri. Menurut Mubarok (2015) proses terbentuknya tingkat harga dan *output* ditentukan oleh struktur pasar, yang mengacu pada lingkungan persaingan dimana pembeli dan penjual berinteraksi Struktur pasar menjadi sarana untuk menganalisis struktur persaingan dalam suatu

industri. Kondisi persaingan dipercaya sebagai salah satu faktor utama untuk mempengaruhi perilaku dan kinerja perusahaan dalam suatu industri.

2.2.1. Konsep struktur pasar

Menurut Teguh (2016) dan Mubarok (2015), struktur pasar industri memiliki beberapa elemen utama. Elemen-elemen yang digunakan untuk menentukan struktur pasar meliputi, konsentrasi pasar, diferensiasi produk, hambatan masuk pasar dan informasi pasar. Elemen struktur pasar tersebut diuraikan di bawah ini:

1. Konsentrasi pasar

Menurut Church dan Ware (2000) dan Lipczynski *et al.* (2005), konsentrasi mengacu pada jumlah dan distribusi ukuran perusahaan. Semakin sedikit jumlah perusahaan yang ada didalam pasar dan semakin besar ukuran perusahaan-perusahaan tersebut relative terhadap ukuran perusahaan dalam industri (ditunjukkan dengan share penjualan yang tinggi). Maka tingkat konsentrasi industri cenderung semakin tinggi. Tingkat konsentrasi tinggi kemampuan perusahaan-perusahaan yang ada di pasar untuk menekan kompetisi dan mengkoordinasi kebijakan harga diantara perusahaan-perusahaan tersebut cenderung semakin tinggi. Distribusi jumlah dan skala pembeli dan penjual. Variabel ini merupakan penentu utama dari kekuatan pasar. Semakin sedikit jumlah penjual, pembeli semakin terkonsentrasi distribusi penjualan, pembelian suatu produk, maka semakin tinggi kekuatan pasar yang dimiliki oleh penjual, pembeli di pasar.

2. Hambatan pasar

Menurut Arsyad (2014) dan Mubarok (2015), hambatan pasar dapat diartikan sebagai hambatan masuk industri, yaitu kondisi perusahaan potensial yang akan masuk dalam suatu industri mengalami kesulitan karena tidak memiliki keunggulan kompetitif sebagaimana dimiliki perusahaan yang sudah ada sebelumnya dalam industri tersebut. Menurut Hofstrand (2007), terjadinya hambatan masuk pasar yaitu:

- a. Skala Ekonomi terkait dengan kemampuan perusahaan untuk memproduksi dan menjual dalam jumlah yang besar untuk mencapai tingkat biaya produksi per unit yang rendah.

- b. Tingkat investasi modal merupakan kegiatan untuk memulai suatu usaha, semakin tinggi investasi modal maka semakin membatasi perusahaan baru untuk masuk ke pasar.
- c. Kekayaan intelektual. Adanya hak paten satau bentuk kepemilikan hak cipta cenderung sarana efektif untuk membatasi pesaing yang ingin masuk ke pasar. kegiatan mepatenkan upaya untuk menciptakan hak kepemilikan bagi suatu pengetahuan.
- d. Perjanjian dan hambatan legal. Perjanjian mencangkup biaya untuk mendapatkan registrasi, sertifikasi dan lisensi usaha maupun lisensi produk.

3. Diferensiasi produk

Menurut Arsyad (2014) dan Teguh (2016), diferensiasi produk mengacu pada karakteristik khas dari suatu produk. Industri pada tingkat diferensiasi produk rendah, perubahan terhadap karakteristik produk yang dilihat oleh suatu perusahaan berpotensi besar untuk mempengaruhi *share* dari permintaan pasar yang diperoleh oleh masing-masing perusahaan dalam industri. Beberapa produk dibedakan dan produk pesaing oleh kualitasnya. Diferensiasi produk dilakukan berdasar sistem informasi pemasaran-perusahaan yang mengacu kepada kebutuhan keinginan dan permintaan serta kemampuan produk. Diferensiasi produk yang dilakukan diharapkan dapat menguntungkan kedua belah pihak. Sehingga bagi konsumen produk tersebut harus sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya, sedangkan bagi perusahaan dilihat dari biaya yang dikeluarkan harus menghasilkan keuntungan maksimal. Bambang (2006), mengukur strategi diferensiasi produk menggunakan lima variabel yaitu menyediakan produk berkualitas tinggi, menyediakan pengiriman cepat, membuat perubahan dalam desain, memperkenalkan produk baru menyediakan fitur produk yang unik dan jenis varietas.

4. Informasi pasar

Menurut Jaya (2008), informasi pasar penting bagi penjual dan pembeli agar tercipta pasar yang adil dan efisien. Informasi pasar dapat membantu kerjasama antar pelaku pasar. Informasi yang merata menciptakan kondisi persaingan di suatu pasar menjadi efektif. Informasi pasar mencangkup ketersediaan informasi harga,

perbandingan kualitas dan pengurangan resiko. Apabila informasi pasar diketahui oleh penjual dan pembeli maka permainan harga tidak akan terjadi.

2.2.2. Jenis-jenis pasar

1. Pasar persaingan sempurna

Pasar persaingan sempurna menurut Arsyad (2012), struktur pasar yang dicirikan oleh jumlah pembeli dan penjual yang sangat banyak. Jumlah dan nilai transaksi dari setiap individu (pembeli dan penjual) sangat kecil dibandingkan dengan jumlah dan nilai *output* industri secara keseluruhan sehingga individu-individu tersebut tidak bisa mempengaruhi harga produk. Jaya (2008), Mubarak (2015), Teguh (2016), dan Suhardi (2016) pasar persaingan sempurna memiliki kriteria berikut:

- a. Pasar persaingan sempurna jumlah pembeli dan penjual atau perusahaan begitu banyak sehingga masing-masing secara individual tidak dapat mempengaruhi keseimbangan harga. Terdapat banyak perusahaan di pasar persaingan sempurna, namun ukurannya *relative* kecil sehingga masing-masing perusahaan industri tidak dapat mempengaruhi satu dengan yang lainnya.
- b. Barang yang dihasilkan oleh setiap perusahaan bersifat homogen, sehingga tidak mudah untuk membedakannya. Barang-barang tersebut sangat serupa, maka para pembeli tidak dapat membedakan yang mana barang yang dihasilkan oleh perusahaan lainnya. Semua produk yang ditawarkan homogen maka dalam menentukan pembeliannya, konsumen tidak tergantung pada siapa yang menjual komoditas tersebut melainkan pada tingkat harga komoditas tersebut.
- c. Tidak adanya hambatan masuk pada pasar persaingan sempurna baik secara legal atau dalam bentuk lain seperti kemampuan teknologi dan keuangan. Perusahaan yang mengalami kerugian dapat dengan mudah keluar dari pasar tersebut, sebaliknya apabila ada perusahaan yang ingin melakukan kegiatan pada pasar/industri tersebut, maka perusahaan yang ingin melakukan kegiatan akan mudah.
- d. Mempunyai pengetahuan sempurna. Pelaku ekonomi yaitu konsumen dan produsen memiliki pengetahuan sempurna tentang harga produk dan input yang dijual. Konsumen tidak akan mengalami perlakuan harga jual yang berbeda dari satu

peusahaan dengan perusahaan lainnya. Bagi perusahaan pengetahuan sangat penting agar persaingan pasar benar-benar sempurna. Penyebaran informasi yang sempurna juga menyebabkan tidak adanya sumber daya yang digunakan untuk memproduksi yang kurang menguntungkan dari pada yang lain.

2. Pasar monopoli

Pasar monopoli menurut Arsyad (2012), struktur pasar yang dicirikan oleh adanya seorang produsen tunggal. Sebuah perusahaan monopolistik sekaligus bisa menentukan harga produk dan jumlah *output*-nya. Monopoli sangat mungkin untuk memperoleh laba diatas laba normal bahkan dalam jangka panjang sekalipun.

Menurut Mubarak (2015), dan Suhardi (2016) pasar monopoli memiliki ciri-ciri yang berbeda dengan pasar persaingan sempurna, sehingga dapat memiliki pemahaman yang cukup tentang pasar monopoli, maka perlu mengenali terdahulu ciri-ciri pasar monopoli yaitu sebagai berikut

- a. Pasar monopoli industry hanya satu perusahaan dengan derajat konsentrasi 100% dari keseluruhan produksi. Produk yang dihasilkan perusahaan monopoli tidak dapat dibeli dari perusahaan lain maka konsumen ketika membutuhkannya tidak mempunyai pilihan lain kecuali harus membeli dari perusahaan tersebut.
- b. Tidak memiliki barang pengganti yang sama atau mempunyai suatu sumber daya tertentu yang unik dan tidak dimiliki oleh perusahaan lain. Produk yang dihasilkan perusahaan monopoli merupakan satu-satunya jenis yang ada di pasar tersebut. Sehingga tidak terdapat perusahaan lain yang dapat menghasilkan barang yang mirip.
- c. Terdapat hambatan masuk industri. Sifat ini merupakan sebab utama timbulnya perusahaan memiliki kekuatan monopoli. Tanpa hambatan ini tidak mungkin perusahaan monopoli akan timbul. Keuntungan perusahaan monopoli, yaitu tidak terdapatnya perusahaan-perusahaan lain masuk pada industri tersebut.
- d. Dapat mempengaruhi penentuan harga. Perusahaan monopoli satu-satunya penjual di pasar, maka penentu harga dalam kekuasanya. Oleh karena itu perusahaan monopoli dianggap mempunyai kedudukan sebagai penentu harga. Pengendalian

terhadap tingkat *output* dan jumlah barang yang ditawarkan perusahaan dapat menentukan tingkat harga pada tingkat yang dikehendaknya.

3. Pasar persaingan monopolistik

Menurut Arsyad (2012), Mubarak (2015) dan Suhardi (2016) pasar persaingan monopolistik adalah struktur pasar yang serupa dengan pasar persaingan sempurna. Namun ada beberapa perbedaan diantara keduanya karena dalam persaingan monopolistik ini konsumen mengetahui perbedaan-perbedaan dari produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan-perusahaan yang berbeda. Seperti halnya dalam persaingan sempurna, dalam pasar persaingan monopolistik ini laba di atas normal hanya bisa diperoleh dalam jangka pendek. Secara rinci ciri-ciri pasar persaingan monopolistik dijelaskan sebagai berikut:

- a. Terdapat banyak produsen. Persaingan monopolistik terdapat banyak produsen tetapi jumlahnya tidak sebanyak di pasar persaingan sempurna. Terdapat banyak penjual dengan derajat konsentrasi 20-40%. Tidak ada satupun perusahaan tersebut memiliki ukuran pangsa pasar yang jauh melebihi dari perusahaan-perusahaan lainnya. Kondisi ini menyebabkan produksi suatu perusahaan relatif sedikit jika dibandingkan dengan keseluruhan produksi dalam keseluruhan pasar.
- b. Perusahaan baru saat memasuki tidak banyak mengalami kesusulitan dan tidak banyak seperti pasar oligopoli dan monopoli. Masuknya produsen juga tidak semudah pada pasar persaingan sempurna. Faktor yang mempengaruhi yaitu modal yang dibutuhkan relatif besar, perusahaan baru harus menghasilkan produk yang berbeda corak dengan yang tersedia dipasar dan mempromosikan barang tersebut untuk memperoleh pelanggan. Perusahaan baru harus berusaha memproduksi barang yang lebih menarik dari barang yang sudah tersedia di pasar dan menyakinkan konsumen akan keunggulan mutu barang tersebut.
- c. Produk bersifat heterogen. Produksi dalam pasar persaingan monopolistik bersifat heterogen (berbeda corak) atau dikenal dengan diferensiasi produk. Secara fisik produk mudah dibedakan antara produksi suatu perusahaan dengan produksi perusahaan lainnya. Seperti model, kemasan, aroma, dan bukan barang yang bersifat pengganti sempurna melainkan pengganti yang dekat. Perbedaan produk

bersifat heterogen yang menjadi sumber adanya kekuasaan mendekati pasar monopoli.

- d. Informasi pasar yang diperoleh dengan mudah. Pada pasar persaingan monopolistik harga bukan penentu utama bagi besarnya pangsa pasar dari perusahaan-perusahaan. Suatu perusahaan menjual produk dengan harga lebih tinggi, tetapi masih menarik banyak pelanggan. Sebaliknya suatu perusahaan menjual dengan harga yang relatif lebih rendah tetapi tidak menarik banyak pelanggan.

4. Pasar Oligopoli

Pasar oligopoli menurut Mankiw (2012), dimana sebagian besar *output* dari suatu industri hanya dihasilkan oleh sejumlah kecil perusahaan. Pasar oligopoli memiliki beberapa penjual dalam jumlah yang kecil, tetapi memiliki kemampuan untuk mempengaruhi harga dan *output* pasar. Pasar oligopoli dalam keputusan penetapan harga dan *output* dari perusahaan-perusahaan yang ada dipasar saling tergantung satu sama lain. Artinya bahwa jika satu perusahaan mengubah harganya maka perusahaan-perusahaan lainnya akan bereaksi dan pada akhirnya informasi perubahan harga tersebut akan dijadikan bahan pertimbangan bagi penetapan harga dan *output* dari perusahaan-perusahaan tersebut. Menurut Mubarak (2015) pasar oligopoli memiliki ciri – ciri berikut:

- a. Terdapat beberapa perusahaan yang menguasai sebagian besar pasar oligopoli dengan derajat konsentrasi 60-70% dari keseluruhan produksi. Selain itu terdapat beberapa perusahaan kecil dalam pasar. Perusahaan yang menguasai pasar memiliki sifat saling mempengaruhi, sifat ini menyebabkan setiap perusahaan harus berhati-hati dalam pengambilan keputusan untuk mengubah harga, membuat desain, mengubah teknik produksi dan sebagainya.
- b. Terdapat hambatan masuk pasar bagi perusahaan. Hambatan yang dimiliki oleh setiap perusahaan yang sudah mapan pada pasar dapat menghambat pesaing potensial yang akan masuk ke pasar, seperti unggul di dalam kepemilikan faktor modal, lisensi dan hak paten. Tingkat hambatan masuk pasar rendah dapat dilihat

- apabila hambatan masuk pasar hanya satu hambatan. Sedangkan terdapat lebih dari satu hambatan dikatakan cukup tinggi dan lebih dari dua hambatan dikatakan tinggi.
- c. Produknya homogen atau terdeferensiasi. Perbedaan produk yang dihasilkan akan mempengaruhi perusahaan dalam upaya mencapai kondisi optimal atau keuntungan maksimum. Perusahaan oligopoli dengan produk diferensiasi dapat lebih mudah memprediksi reaksi-reaksi perusahaan pesaing. Tingkat diferensiasi dikatakan rendah apabila terjadi perbedaan corak hanya satu perbedaan. Dikatakan cukup tinggi apabila diferensiasi terjadi perbedaan corak lebih dari satu dan dikatakan tinggi apabila terdapat perbedaan produk lebih dari dua produk.
 - d. Informasi pasar cukup sulit diperoleh, karena perusahaan lama memiliki pengalaman yang lebih banyak untuk memenuhi kebutuhan pasar. Para pekerja perusahaan lama lebih berpengalaman. Pengalaman yang dimiliki oleh perusahaan yang sudah mapan membuat masyarakat menaruh kepercayaan yang lebih pada produk yang dihasilkan. Pada pasar oligopoli perusahaan memiliki tujuan meraih keuntungan yang besar sehingga menyulitkan bagi pendatang baru untuk memperoleh informasi. Tingkat informasi dikatakan rendah apabila produsen cukup sulit mengetahui informasi mengenai informasi pasar, dikatakan cukup tinggi apabila informasi yang diterima produsen tidak merata dan dikatakan tinggi apabila informasi merata.

Tabel 1. Jenis-jenis struktur pasar

No.	Aspek	Struktur Pasar			
		Persaingan Sempurna	Monopoli	Monopolistik	Oligopoli
5.	Banyaknya Perusahaan	Banyak	Satu	Banyak	Sedikit
6.	Karakteristik Perusahaan	Homogen	Unik, tanpa substitusi	Diferensiasi	Diferensias, Homogen
7.	Kemudahan Masuk	Tidak Terbatas	Tertutup	Sedikit Pembatas	Banyak Batasan
8.	Informasi Pasar	Sempurna	Diawasi Perusahaan	Cukup	Banyak

Sumber : Mubarak, 2015

2.3. Tinjauan Benih

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No.12 Tahun 1992. Sistem Budidaya Tanaman pasal 1 ayat 4 yang dimaksud dengan benih tanaman adalah tanaman atau bagian yang digunakan untuk memperbanyak atau mengembangkan tanaman. Perbanyak tanaman kentang dapat dilaksanakan dengan cara vegetatif maupun generatif. Perbanyak tanaman secara generatif dapat menggunakan propagul benih dan biji. Perbanyak tanaman secara vegetatif dilakukan dengan menggunakan stek mikro, stek mini, umbi mikro dan umbi mini. Benih yang berupa biji disebut *seed propagules* dan benih yang berupa umbi disebut *propagules*. Bahan perbanyak kentang berupa biji dikenal dengan *true potato seed*, sedangkan yang berupa umbi disebut *seed potatoes*.

2.3.1. Sertifikasi Benih

Sertifikasi benih merupakan suatu upaya dalam peningkatan produksi benih kentang. Teknik Produksi dan Sertifikasi Benih Kentang disusun sebagai acuan pelaksanaan perbanyak benih kentang sesuai standar mutu atau persyaratan teknis minimal. Untuk mendapatkan benih kentang yang bermutu maka Teknis Perbanyak benih kentang ini wajib dilaksanakan dalam proses perbanyak benih kentang. Teknik perbanyak merupakan pelaksanaan dari UU No. 13 Tahun 2010 tentang Hortikultura, Peraturan Menteri Pertanian Republik Indonesia Nomor 48/Permentan/SR.120/8/12 Peraturan Menteri Pertanian Republik Indonesia Nomor 116/ Permentan/sr.120/11/2013 tentang Produksi, Sertifikasi dan Pengawasan Peredaran Benih Hortikultura. Sertifikasi didasarkan pada hasil pemeriksaan di lapangan dan di gudang oleh BPSB (Balai Pengawasan dan Sertifikasi Benih) atau lembaga yang berwenang. Apabila hasil pemeriksaan ternyata tidak memenuhi persyaratan yang telah ditentukan dalam standar sertifikasi, kelas benih yang dihasilkan dapat diturunkan ke kelas benih yang lebih rendah atau tidak lulus menjadi benih. Dengan adanya sertifikasi benih diharapkan ada peningkatan penggunaan benih dengan kualitas lebih tinggi sehingga produksi per satuan luas akan meningkat.

2.3.2. Kelas Benih Kentang

Menurut Kementerian Pertanian (2014), benih kentang bermutu dimulai dari kelas benih Penjenis (BS), Benih Dasar (BD/G0), Benih Pokok (BP/G1) dan Benih Sebar (BR/G2), dengan klasifikasi sebagai berikut

1. Benih Penjenis (BS) yaitu generasi awal yang diproduksi dari benih inti. Benih Penjenis berupa planet, stek dari planlet dan umbi mikro yang terjamin kebenaran varietasnya berdasarkan rekomendasi dari pemilik varietas dan bebas dari pathogen.
2. Benih Dasar (BD/G0) merupakan hasil perbanyakan dari kelas Benih Penjenis (BS). Perbanyakan Benih Dasar (G0) harus dilaksanakan di rumah kaca kedap serangga dan harus memenuhi standar mutu atau persyaratan teknis minimal (PTM).
3. Benih Pokok (G1) merupakan hasil perbanyakan dari G0 atau diperbanyak dari kelas benih yang lebih tinggi. Perbanyakan Benih Pokok (G1) dilaksanakan di dalam rumah kaca kedap serangga dan harus memenuhi persyaratan teknis minimal (PTM).
4. Benih Sebar (BR/G2) merupakan hasil perbanyakan dari Benih Pokok (G1) diperbanyak dari kelas benih yang lebih tinggi. Perbanyakan G2 dilaksanakan di lapangan dan harus memenuhi standar mutu atau memenuhi persyaratan teknis minimal (PTM).

2.3.3. Karakteristik Varietas

Varietas Granola Kembang dilepas oleh Menteri Pertanian sebagai Varietas Unggul Kentang Nasional berdasarkan SK No: 81/Kpts/SR. 120/3/2005 tanggal 15 Maret 2005 Menurut Susiyanti (2004), pada kondisi iklim yang lembab tanaman kentang ini mampu membentuk bunga berwarna ungu muda. Kegunaan varietas ini lebih untuk kentang sayur. Varietas Granola Kembang ini mempunyai keunggulan, yaitu:

1. Umur tanaman 130 – 135 HST.
2. Potensi hasil 38 – 50 ton/ha.
3. Jumlah umbi per tanaman 12 – 20 buah.
4. Tahan terhadap penyakit hawar daun (*Phytophthora infestans*).

Benih kentang yang diproduksi oleh inkubator agribisnis Balai Besar Pelatihan Pertanian (BBPP) Lembang merupakan salah satu komoditas unggulan bidang hortikultura yang rutin dibudidayakan di BBPP Lembang. BBPP Lembang telah memperoleh sertifikat dari Balai Penelitian untuk memperbanyak benih kentang dalam rangka membantu memenuhi kebutuhan petani dan penangkar benih akan benih kentang berkualitas. Varietas Granola Lembang memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Umur tanaman 90-120 HST.
2. Daun kentang terletak berselang seling pada batang tanaman. Daun berkerut-kerut dan permukaan bagian bawah daun berbulu. Warna daun hijau muda sampai hijau tua hingga kelabu, ukuran daun sedang dan tangkai pendek.
3. Potensi hasil 20 – 35 ton/ha.
4. Jumlah umbi per tanaman 10-15 buah.

Kentang varietas Madisu AP4 merupakan kentang varietas bermutu. Pelepasan kentang varietas Madisu AP4 sebagai varietas unggul diputuskan pada tahun 2013 oleh menteri pertanian dalam rangka untuk meningkatkan produksi kentang. Kentang varietas Madisu AP4 memiliki keunggulan dibandingkan dengan varietas lain yakni produktivitas tinggi, bentuk umbi oval serta lebih tahan terhadap hama dan penyakit. Pembibitan kentang yang dikembangkan ini menggunakan sistem aeroponik, yakni bercocok tanam dengan sistem pengkabutan. Akar tanamannya menggantung di udara dan kebutuhan nutrisinya dipenuhi dengan cara disemprot ke akarnya. Keunggulan teknologi ini adalah hemat pemakaian air, sterilitas tinggi karena tidak menggunakan media tanah yang biasanya sarat dengan hama penyakit serta hemat pemakaian lahan. Karakteristik varietas Madisu AP4 memiliki ciri-ciri:

1. Potensi menghasilkan 25 - 35 ton/ha.
2. Madisu AP4 juga lebih resitan atau tidak mudah terserang penyakit.
3. Umur tanaman 120 HST.
4. Jumlah umbi per tanaman 20-buah.

2.3.4 Perbanyak Benih Kentang Kelas Benih (G0) dan Kelas Benih (G2)

Menurut Kementerian Pertanian (2014) meningkatkan produksi benih kentang bermutu perlu dilakukan upaya untuk peningkatan penggunaan teknologi inovatif

dalam produksi benih yang memberikan kemudahan dan peluang bagi pelaku usaha perbenihan. Teknik Produksi Benih Kentang disusun sebagai acuan pelaksanaan perbanyakan benih kentang persyaratan teknis minimal. Berikut perbanyakan kelas benih dasar (G0) dan kelas benih penjenis (G2).

1. Perbanyakan Benih Kentang Kelas Benih Dasar (G0)

a. Persiapan tanam

- (1) Media tanam steril ditempatkan pada wadah/ tempat media dan tidak kontak langsung dengan tanah.
- (2) Lubang tanam dibuat dengan kedalaman 3cm dan jarak tanam 8x10 cm atau 10x10 cm.

b. Penanaman

- (1) Planlet/stek planlet/ umbi mikro yang sehat dan memenuhi syarat ditanam pada media yang telah disiapkan.
- (2) Tanaman pada unit sertifikasi tidak dapat dijadikan sumber perbanyakan stek.

c. Pemeliharaan

- (1) Pemeliharaan tanaman dilakukan selama pertumbuhan agar tanaman dapat tumbuh sehat dan produktif menghasilkan benih secara maksimum.
- (2) Penyiraman harus dilakukan secara teratur dan cukup.
- (3) Pembumbunan dengan media yang steril harus dilakukan seiring dengan pertumbuhan tanaman.
- (4) Pemasangan tali penyangga tanaman disesuaikan dengan kondisi pertumbuhan dan perkembangan tanaman.
- (5) Diberikan nutrisi tambahan untuk meningkatkan kesuburan dan produktivitas. Tidak diperkenankan menggunakan bahan kimia lainnya secara visual dapat mengaburkan gejala atau menimbulkan kerusakan pada daun.
- (6) Pengendalian organisme pengganggu tanaman (OPT) dilakukan secara optimal.

- (7) Dilakukan pencabutan dan pembersihan terhadap tanaman yang terindikasi terinfeksi penyakit atau varietas lain.

d. Panen

- (1) Panen dapat dilakukan apabila tanaman sudah mencapai umur panen, kulit umbi sudah kuat tidak mengelupas.
- (2) Umbi dapat langsung diseleksi atau *degrading* di rumah kaca setelah umbi cukup kering, kemudian dibawa dan disimpan di gudang sebagai calon benih.

e. Penyimpanan

- (1) Sortasi dilakukan dengan cara membuang umbi yang bergejala penyakit, rusak mekanis dan campuran varietas lain.
- (2) Dilakukan *grading* dengan ukuran sebagai berikut:
 - Large (L)/ besar : > 20g
 - Medium (M)/ sedang : 5-20g
 - Small (S)/ kecil : < 5 g
- (3) Umbi disimpan dan disusun di dalam wadah (krat/keranjang) sebagai kelompok calon benih, kemudian ditempatkan di ruang penyimpanan. Apabila diperlukan benih diberi perlakuan pestisida.

f. Kemasan

- (1) Kemasan benih harus baru, kuat sehingga dapat melindungi dan menjaga mutu benih.
- (2) Setiap kemasan berisi 1.000 knol.

2. Perbanyak Benih Kentang Benih Sebar BR/(G2)

a. Persiapan tanam

- (1) Sebelum penanaman sebaiknya benih sumbu disimpan di gudang terang agar benih dapat bertunas banyak dan kuat.
- (2) Lahan yang sudah di olah disiapkan, digemburkan dan diberipupuk organik (pupuk kandang) dengan dosis sesuai anjuran setempat.

b. Penanaman

- (1) Dibuat garitan-garitan dengan kedalaman 15cm untuk meletakkan benih. Jarak antar garitan disesuaikan dengan jarak antar barisan tanam yang akan digunakan. Jarak antar barisan 75-80 cm, jarak antar tanaman dalam barisan 20 cm, 25cm atau 30 cm.
- (2) Pemberian pupuk dasar an-organik dapat ditaburkan rata sepanjang garitan atau disimpan diantara benih. Dosis pupuk an-organik disesuaikan dengan rekomendasi setempat minimal mencakup unsur N, P₂ O₅ dan K₂O.
- (3) Benih diletakkan dalam garitan sesuai dengan jarak tanaman yang digunakan, kemudian ditutup/ ditimbun dengan tanah.

c. Pemeliharaan

- (1) Benih tumbuh 75% dilakukan penyiangan, penggemburan dan pengguludan pertama. Pengguludan kedua dilakukan 10-15 hari setelah pengguludan pertama.
- (2) Selama pertanaman berada dilapangan, dilakukan pengendalian OPT secara periodik dan teratur. Jenis dan dosis pestisida yang digunakan sesuai dengan kebutuhan.
- (3) Penyiraman dilakukan sebaik mungkin sehingga tanaman tidak kekeringan.

d. Rouging

- (1) Rouging penting dilakukan secara periodik sejak tanaman mulai tumbuh sampai tanaman dipangkas atau di matikan sehingga areal penangkaran bersih dari tanaman yang terinfeksi penyakit dan campuran varietas lain.
- (2) Rouging dilakukan dengan pencabutan dan pembuangan tanaman yang terinfeksi, gejala infeksi awal/ringan dan campuran varietas lain.
- (3) Tanaman yang dicabut harus semua bagian tanaman terbawa termasuk umbinya, tidak boleh ada bagian tanaman yang tertinggal dalam tanah dan semua bagian tanaman tersebut harus dibuang keluar areal perbanyakan benih.

e. Pemangkasan

- (1) Pemangkasan atau pemberian herbisida dilakukan pada umur 70-85 HST atau 10 hari sebelum panen. Penentuan waktu panen yang pasti untuk pemangkasan dengan melakukan sampling beberapa tanaman.
- (2) Pemangkasan tanaman dilakukan dengan memotong pangkal batang sehingga yang tersisa hanya pangkal batang paling tinggi 5cm. Tujuannya untuk menghambat pembesaran umbi sehingga ukuran umbi terkendali, mencegah penularan virus oleh vector dan menguatkan umbi.

f. Panen

- (1) Setelah kurang dari 10 Hari setelah pemangkasan atau perlakuan herbisida dapat dilakukan panen.
- (2) Umbi yang dipanen dibiarkan untuk sementara agar tanah yang menempel pada kulit umbi kering dan lepas.
- (3) Penyortiran langsung di lapangan dengan menyeleksi umbi-umbi yang terinfeksi OPT.
- (4) Umbi hasil sortir lapang dimasukkan dalam wadah dan dibawa langsung ke gudang pengolahan benih dalam keadaan kering untuk menghindari infeksi penyakit.

g. Pemeliharaan dan penyimpanan umbi calon benih di gudang

- (1) Umbi disimpan 1-2 minggu dari panen, dilakukan penyortiran umbi di ruamh pengolahan dengan pencahayaan cukup terang untuk membuang umbi yang terinfeksi penyakit, rusak karena hama, cacat fisik, varietas lain, dan umbi hijau.
- (2) Grading berdasarkan ukuran benih
 - Large (L)/besar : > 90g – 120g
 - Medium (M)/sedang : 40g – 90g
 - Small (S)/ kecil : < 40 g

h. Kemasan benih

- (1) Kemasan benih harus kuat sehingga dapat melindungi dan menjaga mutu benih. Contoh kemasan seperti karung net, keranjang dan kayu.
- (2) Setiap kemasan berisi benih 25kg, dengan ukuran seragam.

2.4 Bentuk-Bentuk Usaha

Menurut Sri (2015), usaha adalah setiap tindakan, perbuatan, atau kegiatan dalam bidang perekonomian yang dilakukan oleh setiap pengusaha untuk tujuan memperoleh keuntungan atau laba. Bentuk-bentuk perusahaan atau persekutuan dapat berupa firma, perseroan komanditer, ataupun perseroan terbatas. Menurut Sri (2015) perusahaan adalah setiap pengusaha bertindak secara terus menerus dan terang-terangan. Bertindak terus-menerus adalah tindakan pengusaha yang dilakukan untuk jangka waktu yang panjang secara berkelanjutan dan harus dapat diketahui oleh pihak ketiga dan umum, dengan cara melakukan pengumuman. Menurut Ibrahim (2013), menguraikan bentuk-bentuk perusahaan yaitu perusahaan perseorangan, perseroan komanditer, persekutuan firma, dan perseroan terbatas.

1. Perusahaan Perorangan merupakan perusahaan dimiliki oleh satu orang saja, pemilik bertanggung jawab penuh atas segala kekayaan dan utang-utang perusahaannya. Menurut Sri (2015), perusahaan perseorangan memiliki kelebihan yaitu dapat melakukan usaha sendiri dengan bebas, keuntungan yang diperoleh dapat dinikmati sendiri, lebih cepat mengambil keputusan, dan pajak perusahaan tidak tinggi. Sedangkan kelemahan perusahaan perseorangan yaitu modal terbatas, kerugian yang di tanggung sendiri, dan sukar berkembang karena dijalankan oleh pemiliknya sendiri.
2. Persekutuan komanditer atau *Commanditaire vennootschap* (CV) merupakan perusahaan yang terdiri atas persekutuan beberapa orang yang menanamkan modalnya. Persekutuan komanditer memiliki sekutu aktif dan sekutu pasif. persekutuan aktif tanggung jawab pengusaha tidak terbatas, sedangkan persekutuan pasif tanggung jawabnya terbatas hanya kepada modal yang diikutsertakan dalam persekutuan.

3. Firma merupakan suatu badan usaha yang dimiliki dua orang atau lebih. Anggota bertanggung jawab tidak terbatas pada utang perusahaannya. Perjanjian dibuat dihadapan notaris. Pembagian keuntungan perusahaan dilakukan dengan perhitungan persentase besarnya modalnya. Anggota yang memberikan modal paling besar serta menyumbangkan tenaga dan pikiran dapat memperoleh keuntungan banyak. Kelebihan dan kekurangan firma menurut Sri (2015) yaitu modal lebih mudah didapatkan, kerugian ditanggung Bersama, para pendiri menjalankan usaha Bersama, dan pembagian kerja pimpinan keahlian masing-masing musyawarah mudah dilakukan. Sedangkan kekurangan Firma yaitu tanggung jawab setiap pimpinan tidak terbatas, modal perusahaan sukar ditarik kembali dan harga kekayaan dijadikan jaminan jika perusahaan mengalami kerugian.
4. Perseroan Terbatas merupakan bentuk perseroan yang didirikan untuk menjalankan perusahaan dengan modal perseroan tertentu yang terbagi atas saham dan para pemegang saham ikut serta dengan mengambil satu saham atau lebih dan melakukan perbuatan-perbuatan hokum dibuat oleh nama Bersama dengan tidak tanggung jawab sendiri untuk tujuan perseroan. Unsur-unsur Perseroan Terbatas yaitu, PT adalah badan hukum, didirikan berdasarkan perjanjian, dan modal dari saham.

III. KERANGKA TEORITIS

3.1. Kerangka Pemikiran

Struktur pasar dapat menjadi sarana menganalisis suatu persaingan di dalam industri. Struktur pasar memiliki beberapa karakteristik diantaranya konsentrasi pasar, hambatan masuk pasar, diferensiasi produk dan informasi pasar. Karakteristik pada suatu pasar akan membedakan struktur persaingan dalam suatu pasar. Keadaan jumlah dan distribusi penjual di dalam pasar akan mempengaruhi *output* yang ada dalam pasar, begitu juga halnya dengan keadaan produk hal ini mempengaruhi produsen yang ada di pasar untuk bersaing. Perbedaan corak produk memberikan keleluasaan yang lebih besar bagi produsen untuk mengatur strategi pasar. Informasi pada penelitian ini dapat digunakan untuk membantu para pelaku pasar yaitu produsen benih sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan sehingga produsen dapat bertahan dan bersaing di pasar benih kentang Kecamatan Bumiaji. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Enibe *et al.* (2008), Bassey *et al.* (2013) Eronmwon *et al.* (2014), Oguntade (2015), Bime *et al.* (2016) Wegi, (2017), Habib (2017) menggunakan empat indikator dalam mengukur struktur pasar yaitu konsentrasi pasar, hambatan masuk pasar, diferensiasi produk, dan informasi pasar.

Konsentrasi pasar digunakan untuk menganalisis perusahaan yang mendominasi dalam suatu pasar. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Enibe *et al.* (2008), Bassey *et al.* (2013) Eronmwon *et al.* (2014), dan Deepana (2016) menganalisis konsentrasi pasar dilihat dari volume penjualan, dan pelaku pasar yang terlibat yaitu produsen dan lembaga. Fenomena lapang menunjukkan terdapat empat produsen benih kentang yang aktif dalam produksi benih kentang di Kecamatan Bumiaji. Adapun volume penjualan dari 1.000 knol hingga 22.000 knol. Volume penjualan berbeda dapat dilihat dari luas lahan produksi benih kentang. Jumlah penjualan produsen yang berbeda menunjukkan kemampuan produsen untuk memperoleh pangsa pasar. Semakin banyak produsen menghasilkan produk maka semakin tinggi produsen tersebut untuk menguasai pasar. Variabel yang digunakan pada penelitian ini yaitu produsen benih kentang dan volume penjualan benih kentang. Berdasarkan fenomena lapang diduga

konsentrasi pasar terdapat produsen benih kentang di Kecamatan Bumiaji yang mendominasi penjualan.

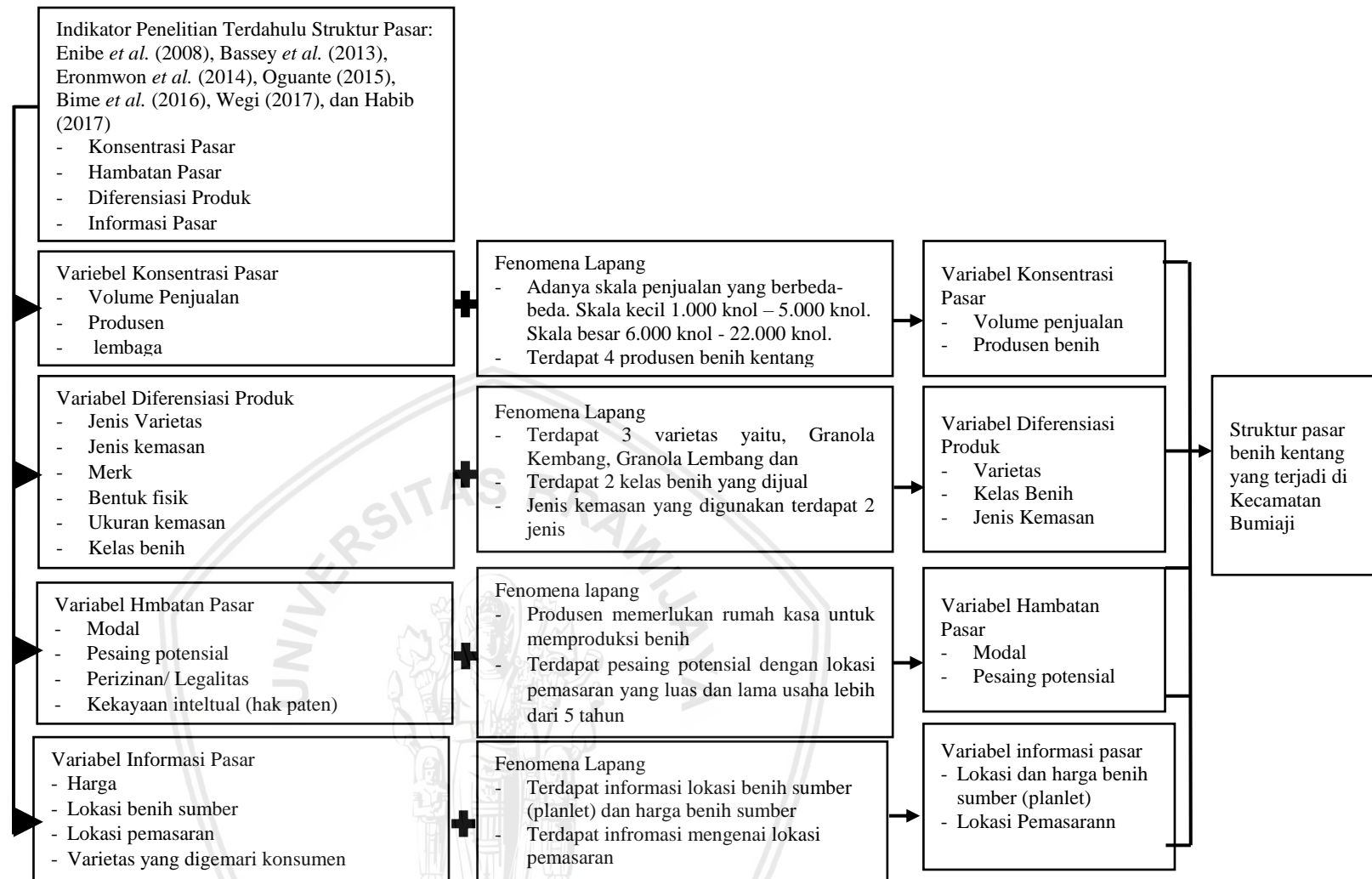
Menurut Arsyad (2014), hambatan masuk segala sesuatu yang menghalangi produsen baru saat memasuki pasar. Produsen baru saat ingin memasuki pasar harus memiliki keunggulan sehingga dapat memasuki suatu pasar. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Bime (2016) dan Wegi (2017), menggunakan variabel modal. Fenomena lapang menunjukkan adanya modal yang dipersiapkan untuk memulai usaha penangkaran benih kentang yaitu rumah kaca, sebagai syarat budidaya benih kentang kelas G0. Produsen sudah lama menjadi produsen benih kentang sehingga produsen tersebut berpotensi menjadi pesaing potensial. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu modal dan pesaing potensial. Berdasarkan fenomena lapang diduga hambatan masuk pasar adanya modal rumah kaca, dan pesaing potensial.

Indikator lainnya yang digunakan dalam mengukur struktur pasar yaitu diferensiasi produk. Teguh (2016), menjelaskan bahwa suatu perbedaan yang dimiliki suatu produk tidak hanya dari kondisi fisik, namun dapat diukur dari kualitas proses produksi jika produk tersebut bersifat sama. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Habib (2017), diferensiasi dapat dilihat dari jenis varietas, dimana salah satu varietas memiliki volume penjualan yang lebih besar dibandingkan varietas lainnya. Konsumen membedakan produk antar perusahaan dilihat dari varietas produk.

Fenomena lapang mengenai diferensiasi menunjukkan jenis varietas, jenis kelas benih dan jenis kemasan. Terdapat tiga varietas benih yang diproduksi di Kecamatan Bumiaji yaitu Granola Kembang, Granola Lembang dan MadisuAP4. Fenomena lapang lain menunjukkan terdapat perbedaan kelas benih yang diproduksi, terdapat dua kelas benih yaitu kelas benih G0 dan G2. Produsen menyediakan dua kelas benih yang berbeda dapat menjadi pilihan bagi petani untuk memilih kelas benih mana yang akan dibudidayakan. Selain itu jenis kemasan yang digunakan produsen untuk benih kentang berbeda terdapat dua jenis kemasan yang digunakan. Jenis kemasan yang digunakan yaitu krat putih dan karung. Sehingga variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu jenis varietas, jenis kelas benih dan jenis kemasan. Berdasarkan fenomena lapang diduga diferensiasi produk adanya jenis varietas, jenis kelas benih dan jenis kemasan.

Menurut Arsyad (2014), menjelaskan bahwa informasi pasar sangat penting bagi penjual dan pembeli agar terciptanya pasar yang adil dan efisien. Informasi pasar meliputi biaya, preferensi konsumen, informasi harga yang diketahui pembeli dan penjual. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Habib (2017), sumber informasi harga produk yang mereka dapatkan dari tengkulak, dan sesama pedagang. Fenomena lapang menunjukkan lokasi benih sumber (planlet) dan harga sumber benih, dari empat produsen benih kentang hanya satu produsen yang memiliki dua lokasi dan harga sumber benih atau planlet. Fenomena lapang lainnya lokasi pemasaran, semua produsen benih kentang lokasi pemasaran di luar Kecamatan Bumiaji bahkan terdapat dua produsen benih yang memiliki lokasi pemasarannya di luar Provinsi Jawa Timur. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu harga benih sumber, lokasi benih sumber, dan lokasi pemasaran. Berdasarkan fenomena lapang diduga informasi pasar berbeda dilihat dari lokasi benih sumber dan harga benih, dan lokasi pemasaran.

Berdasarkan analisis struktur pasar meliputi indikator dan variabel, bertujuan untuk memberikan gambaran terkait kondisi pasar benih kentang di Kecamatan Bumiaji. Hasil dari setiap indikator akan menunjukkan kondisi persaingan benih kentang di Kecamatan Bumiaji dan dapat menjadi bahan perbaikan struktur pasar di Kecamatan Bumiaji. Berikut ini skema kerangka pemikiran struktur pasar benih kentang di Kecamatan Bumiaji disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Berpikir Struktur Pasar Benih Kentang di Kecamatan Bumiaji

3.2. Hipotesis

Berdasarkan uraian mengenai teori, penelitian terdahulu dan fenomena dilapang pada kerangka pemikiran (Gambar 1), maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian ini anatara lain:

1. Diduga struktur pasar benih kentang di Kecamatan Bumiaji yaitu struktur pasar oligopoli. Produsen dengan bentuk usaha perusahaan perseorangan yang dimiliki produsen N mendominasi pasar benih kentang di Kecamatan Bumiaji.
2. Diferensiasi produk pasar benih kentang di Kecamatan Bumiaji diduga dilihat dari jenis varietas, jenis kelas benih dan jenis kemasan.
3. Hambatan masuk bagi perusahaan yang ingin masuk pasar benih kentang diduga modal dan pesaing potensial.
4. Informasi pasar benih kentang di Kecamatan Bumiaji diduga berbeda mengenai harga dan lokasi sumber benih (planlet), dan lokasi pemasaran

3.3. Batasan Masalah

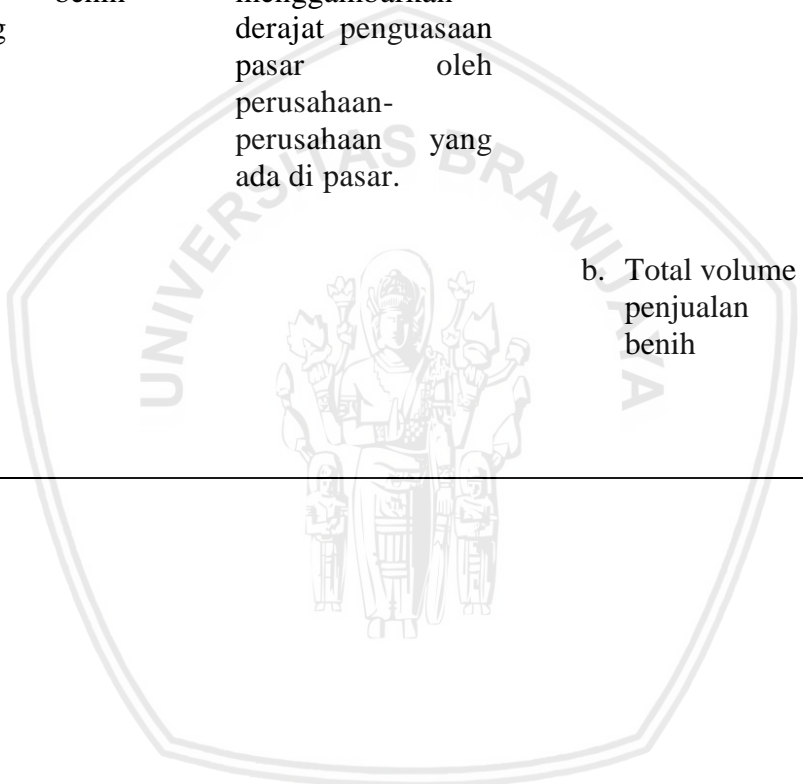
Untuk menghindari meluasnya pokok bahasan penelitian ini, maka dibuat batasan masalah sebagai berikut:

1. Responden pada penelitian ini hanya produsen benih kentang di Kecamatan Bumiaji. Tidak termasuk produsen benih kentang yang berasal dari luar Kecamatan Bumiaji.
2. Data produksi yang digunakan adalah hasil produksi benih kentang pada musim tanam satu tahun 2017
3. Kelas benih yang diteliti benih dasar (G0) dan benih sebar (G2)

3.4. Definisi Operasional

Tabel 2. Definisi operasional

Konsep	Indikator	Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel
Struktur pasar : Karakteristik suatu pasar yang menentukan hubungan antar produsen benih, petani benih kentang	1. Konsentrasi pasar Definisi Konsentrasi pasar merupakan kondisi yang menggambarkan derajat penguasaan pasar oleh perusahaan- perusahaan yang ada di pasar.	a. Volume penjualan	Jumlah benih yang dipasarkan.	Knool Kg
		b. Total volume penjualan benih	Jumlah total produksi benih seluruh produsen benih kentang	Knool Kg



Lanjutan Tabel 2. Definisi operasional

Konsep	Indikator	Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel
	2. Diferensiasi produk Definisi: karakteristik khas dari suatu produk.	a. Varietas benih 1. Granola Kembang 2. Granola Lembang 3. Madisu AP4	Perbedaan varietas yang di pasarkan di Kecamatan Bumiaji	1. Ya 2. Tidak
		b. Jenis kemasan 1. Krat 2. Karung 3. Waring	Bagian luar yang membungkus suatu produk dengan tujuan untuk melindungi produk dari cuaca, guncangan, dan benturan-benturan.	1. Ya 2. Tidak
		c. Kelas benih 1. G0 2. G2	Kelas benih yang di produksi produsen	G0, G2
	3. Hambatan masuk pasar Definisi: hambatan yang menghalangi produsen keluar dan masuk pasar	a. Modal	Aset usaha yang dimiliki oleh produsen benih kentang untuk menjalankan usahanya	1. Ya 2. Tidak
		b. Pesaing Potensial	Perusahaan atau produsen yang menghasilkan atau menjual barang/jasa yang sama	1. Ya 2. Tidak

Lanjutan Tabel 2. Definisi operasional

Komponen	Indikator	Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel
	a. Informasi Pasar	a. Harga dan Lokasi Benih Sumber	Tempat atau lokasi benih sumber produksi	1. Ya 2. Tidak
		b. Lokasi Pemasaran	letak perusahaan didalam pemasaran hasil produk perusahaan.	1. Ya 2. Tidak



1. Konsentrasi pasar adalah konsentrasi pasar benih kentang di Kecamatan Bumiaji yang memperlihatkan derajat penguasaan pasar. Setiap produsen memiliki derajat penguasaan yang berbeda. Menganalisis konsentrasi pasar suatu perusahaan diperlukan data volume penjualan, volume produksi, perusahaan yang terlibat dan total volume penjualan perusahaan.
2. Diferensiasi produk benih kentang, upaya dari suatu produsen benih kentang di Kecamatan Bumiaji untuk membedakan produk yang dimiliki dengan produk-produk dari produsen lainnya dengan membuat produk tersebut lebih spesial dengan produk lainnya. Diferensiasi produk benih kentang dapat dilihat dari jenis kemasan, varietas dan kelas benih.
3. Kemasan benih kentang merupakan bagian terluar yang membungkus suatu benih dengan tujuan untuk melindungi benih dari cuaca, guncangan, dan benturan-benturan terhadap benda lain. Setiap bentuk barang yang membungkus suatu benda di dalamnya dapat disebut dengan *packaging* atau kemasan sejauh hal tersebut memang melindungi produk. Setiap perusahaan memiliki bahan yang berbeda.
4. Varietas benih kentang adalah varietas yang dihasilkan oleh produsen benih kentang di Kecamatan Bumiaji kemudian benih dijual kepada konsumen benih kentang yaitu petani.
5. Kelas benih kentang merupakan kelas benih yang diproduksi produsen benih kentang di Kecamatan Bumiaji.
6. Hambatan masuk pasar benih kentang adalah suatu hambatan yang dihadapi produsen benih kentang untuk memasuki pasar benih kentang di Kecamatan Bumiaji.
7. Modal merupakan sekumpulan uang atau barang yang digunakan sebagai dasar untuk melaksanakan suatu usaha benih kentang di Kecamatan Bumiaji
8. Pesaing potensial benih kentang merupakan perusahaan atau produsen benih kentang di Kecamatan Bumiaji yang menghasilkan atau menjual barang/jasa yang sama atau mirip dengan produk yang ditawarkan. Mengidentifikasi ancaman, kesempatan yang terjadi akibat perubahan persaingan potensial, serta kekuatan dan

- kelemahan pesaing. Analisa berguna untuk mendasari keputusan tentang produk yang dipasarkan agar kemudian diperoleh laba yang optimal.
9. Informasi pasar benih kentang merupakan kumpulan kejadian, transaksi di suatu pasar yang sudah di kelompokkan dan memiliki makna bagi produsen benih kentang di Kecamatan Bumiaji untuk dapat melakukan bisnis.
 10. Lokasi pemasaran benih kentang adalah tempat atau letak perusahaan didalam pemasaran hasil produk benih kentang produsen benih kentang di Kecamatan Bumiaji.
 11. Lokasi sumber benih kentang merupakan suatu tempat dimana benih kentang penjenis diproduksi



V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden dapat digunakan untuk membantu memberikan penjelasan yang lebih dalam mengenai analisis variabel yang digunakan. Penggambaran karakteristik responden dalam penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan gambaran mengenai keadaan produsen benih kentang yang terlibat dalam pemasaran benih kentang di Kecamatan Bumiaji. Penggambaran karakteristik responden produsen benih kentang di Kecamatan Bumiaji dilakukan berdasarkan bentuk usaha produsen benih yang mencakup jumlah bentuk usaha, rata-rata lama usaha (tahun), rata-rata lama usaha (tahun), rata-rata luas lahan produksi (ha), dan rata-rata volume produksi (ton/tahun). Karakteristik produsen benih kentang di Kecamatan Bumiaji dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Karakteristik Produsen Benih Kentang di Kecamatan Bumiaji, Kota Batu, Tahun 2018

Karakteristik Responden	Bentuk Usaha			
	CV (n=1)	N	Perusahaan Perseorangan (n=3)	N
Rata-rata lama usaha (tahun)	15	1	5,6	3
Rata-rata luas lahan produksi (m ²)				
a. G0	300	1	166,67	3
b. G2	-	-	400	1
Rata-rata volume produksi	6.000	1	24.000	3

Sumber: Data Primer diolah, (2018)

Berdasarkan data yang disajikan pada Tabel 6, diketahui bahwa produsen benih kentang di Kecamatan Bumiaji dapat dikelompokkan dalam dua jenis bentuk usaha yaitu perusahaan perseorangan dan *Commanditaire Vennotschap* (CV). Terdapat tiga produsen yang mendirikan Perusahaan Perseorangan di Kecamatan Bumiaji, sedangkan bentuk usaha CV hanya ada satu di Kecamatan Bumiaji.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Bentuk Usaha

Karakteristik responden produsen benih kentang di Kecamatan Bumiaji berdasarkan bentuk usahanya dibagi menjadi dua yaitu bentuk Perusahaan Perseorangan dan bentuk CV. Menurut Ibrahim (2013), perusahaan perseorangan dijalankan oleh seorang pengusaha, sedangkan *Commanditer Vennotschap* (CV) dijalankan oleh perusahaan yang terdiri dari persekutuan pengusaha. Bentuk keuntungan atau laba. Hasil wawancara dengan tiga produsen benih kentang yang

memiliki bentuk Perusahaan Perseorangan menunjukkan bahwa seluruh produsen fokus pada kualitas benih kentang yang diproduksi untuk memperoleh keuntungan sedangkan CV tujuannya untuk menjaga keberlangsungan produksi benih kentang. Menurut Sri (2015) menyatakan bentuk Perusahaan Perseorangan memberikan kebebasan pada produsen dalam menentukan aturan dan kebijakan tanpa dibatasi oleh aturan/perjanjian dengan rekan usahanya maupun oleh aturan perundang-undangan.

Produsen benih kentang dengan bentuk Perusahaan Perseorangan secara mandiri menyiapkan modal usaha, mengatur keuntungan, serta menanggung resiko dari perusahaan yang didirikannya. Berbeda dengan perusahaan perseorangan, *Commanditer Vennootschap* (CV) didirikan oleh beberapa pengusaha. Kecamatan Bumiaji terdapat satu bentuk usaha CV dan tiga bentuk usaha Perusahaan Perseorangan.

2. Karakteristik Berdasarkan Lama Usaha

Setiap produsen di pasar harus mengetahui kondisi yang ada di suatu pasar. Hal ini dikarenakan agar produsen mampu menyesuaikan dan bersaing di suatu pasar berbagai keputusan dan strategi yang akan dilakukan. Produsen yang sudah lama menjalankan usaha di pasar telah mengetahui bagaimana kondisi dan strategi yang harus dilakukan. Oleh karena itu, lama usaha memasuki pasar benih akan berpengaruh pada pengambilan keputusan

Berdasarkan kondisi lapang bentuk usaha CV terdapat satu unit yaitu CV. THP, yang pertama kali melakukan usaha produksi benih kentang selama 15 tahun. Selanjutnya terdapat tiga produsen benih kentang berbentuk Perusahaan Perseorangan di Kecamatan Bumiaji yaitu produsen R, produsen M, dan produsen N. produsen R telah melakukan produksi benih kentang selama tujuh tahun, sedangkan kedua produsen lainnya masing-masing telah melakukan produksi selama lima tahun.

Perbedaan lama usaha akan berpengaruh terhadap pengalaman produksi benih kentang dan akses pasar benih kentang. CV. THP lebih mudah dalam memasarkan hasil produksi hal ini karena konsumen sudah mengetahui kualitas benih kentang yang produski. Saat ini hasil produksi benih kentang CV. THP sudah dipasarkan hingga keluar Kecamatan Bumiaji. Selain CV. THP, salah satu

Perusahaan Perseorangan di Kecamatan Bumiaji juga mampu memasarkan produk benih kentangnya hingga keluar Kecamatan Bumiaji. Bentuk usaha perseorangan tersebut dipegang oleh produsen R yang telah menjalankan usahanya selama tujuh tahun. Lama usaha produsen memasuki pasar benih kentang akan mempengaruhi peran produsen benih dalam pengambilan keputusan. Hal ini dikarenakan produsen benih yang sudah lama memasuki pasar benih kentang sudah mengetahui kondisi persaingan dan strategi yang akan dilakukan untuk menghadapi pasar.

3. Karakteristik Berdasarkan Rata-Rata Luas Lahan Produksi

Karakteristik luas lahan digunakan untuk mengetahui luas lahan yang digunakan oleh produsen benih kentang di Kecamatan Bumiaji. Luas lahan yang digunakan dalam produksi benih kentang akan berpengaruh terhadap jumlah produk yang dihasilkan. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa, produsen menggunakan rumah kaca untuk memproduksi kelas benih dasar (G0) dan lahan terbuka untuk memproduksi kelas benih sebar (G2). Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa seluruh produsen memanfaatkan lahan milik pribadi (lahan milik produsen itu sendiri) dalam kegiatan budidaya benih dan tidak menggunakan lahan sewa maupun lahan kerjasama.

Luas lahan yang dimiliki produsen benih kentang akan mempengaruhi hasil produksi. Semakin besar luas lahan produksi benih kentang akan semakin besar produksi yang dihasilkan. Luas lahan yang dimiliki produsen benih kentang di Kecamatan Bumiaji berbeda. CV. THP memiliki luas lahan paling besar yaitu 300 m². Sedangkan bentuk Perusahaan Perseorangan luas lahan sebesar 270 m² dimiliki oleh produsen N. Perusahaan Perseorangan lainnya yaitu produsen M dan produsen R memiliki luas lahan produksi dibawah 200 m².

4. Rata- Rata Volume Produksi

Karakteristik responden berdasarkan volume produksi dapat mengetahui kemampuan produsen pada setiap unit usaha untuk memproduksi benih kentang. Setiap produsen memiliki kemampuan produksi yang berbeda-beda sesuai dengan luas lahan yang dimiliki produsen tersebut. Volume produksi memiliki keterkaitan dengan volume penjualan untuk mencapai keuntungan disetiap produksi. Berdasarkan data yang disajikan pada Lampiran 6 bentuk Perusahaan Perseorangan yaitu produsen N memiliki produksi terbesar 22.000/knol untuk kelas benih G0,

dan 1200 ton/tahun volume produksi kelas benih G2. Volume produksi G0 terbesar tersebut dimiliki oleh bentuk Perusahaan Perseorangan yang dipegang oleh produsen N. Dominasi volume produksi G0 oleh produsen N terjadi karena luas lahan produksi lebih besar dibandingkan dengan satu bentuk usaha CV. THP dan kedua produsen bentuk Perusahaan Perseorangan lainnya.

5.2. Analisis Struktur Pasar

Menurut Jaya (2008) dan Arsyad (2014), struktur pasar menggambarkan tingkat persaingan pada suatu pasar. Kondisi persaingan dalam suatu pasar dapat mempengaruhi perilaku dan kinerja dalam suatu pasar. Menurut Arsyad (2014) terdapat indikator yang mempengaruhi struktur pasar yaitu konsentrasi pasar, hambatan pasar, diferensiasi produk dan informasi pasar.

5.2.1 Konsentrasi Pasar

Konsentrasi pasar digunakan untuk menganalisis tingkat penguasaan pasar setiap perusahaan yang ada di suatu pasar. Pangsa pasar dari setiap produsen benih kentang dilihat berdasarkan volume penjualan dibandingkan dengan jumlah keseluruhan volume penjualan benih yang ada di Kecamatan Bumiaji, kemudian dari analisis pangsa pasar tersebut dapat dilakukan analisis CR2 dan IHH. Perhitungan pangsa pasar, CR2, dan IHH dapat dilihat pada Lampiran 5. Produsen benih kentang di Kecamatan Bumiaji memiliki volume penjualan yang berbeda. Hasil perhitungan konsentrasi pasar benih kentang di Kecamatan Bumiaji dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil Perhitungan Konsentrasi Pasar Benih Kentang Di Kecamatan Bumiaji, Kota Batu Tahun 2018

No.	Alat Analisis	Hasil Analisis	Daerah Jangkauan	Struktur Pasar
1.	Pangsa Pasar	62,50%	40% < 60%	Oligopoli Ketat
2.	Konsentrasi Rasio (CR2)	81,25%	$60 \leq CR2 < 90$	Oligopoli Ketat
3.	Indeks Herfindahl Hirschman (IHH)	0,45	$0 < IHH < 1$	Mengarah Oligopoli

Sumber : Data Primer, diolah (2018)

Berdasarkan hasil analisis pangsa pasar benih kentang di Kecamatan Bumiaji didapatkan 62,50%. Menurut Pappas dan Hirschy (2013) penggabungan dua perusahaan memiliki pangsa pasar $40\% < 60\%$ maka struktur pasar yang terbentuk yaitu oliopoli ketat. Adapun produsen yang memiliki pangsa pasar paling besar

yaitu Perusahaan Perseorangan milik produsen N dengan nilai pangsa pasar 62,50%. Pangsa pasar terbesar kedua yaitu CV.THP dengan nilai pangsa pasar 18,75%. Pangsa pasar terendah yaitu masing-masing sebesar 15,63% untuk Perusahaan Perseorangan milik produsen M dan 3,13% untuk Perusahaan Perseorangan milik produsen R. Bentuk usaha CV. THP memiliki pangsa pasar lebih rendah dibandingkan dengan bentuk perusahaan perseorangan hal ini dikarenakan pada Tahun 2017. Bentuk usaha CV. THP mendapatkan kepercayaan dari pemerintah guna mendukung program subsidi benih kentang di Kota Batu, kemudian hasil produksi benih kentang diserahkan kembali kepada Pemerintah. Sehingga CV. THP fokus pada pembenihan yang diberikan pemerintah dan hanya menjual benih kentang sebesar 6.000 knol sehingga mempengaruhi pangsa pasar pada usaha CV. THP. Lain halnya pada Perusahaan Perseorangan milik Produsen M yang memiliki pangsa pasar sebesar 15,63% hal ini berbeda dengan Perusahaan Perseorangan produsen N, dikarenakan produsen M hanya mendapatkan sedikit benih sumber (planlet) yaitu 30 botol planlet untuk produksi benih kentang. Sehingga dapat mempengaruhi volume penjualan benih kentang. Produsen R mempunyai pangsa pasar rendah dikarenakan produsen hanya menjual 1.000 knol benih kentang di Kecamatan Bumiaji sehingga mempengaruhi pangsa pasar produsen R.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa konsentrasi pasar didominasi oleh dua produsen benih kentang dengan bentuk usaha Perusahaan Perseorangan. Struktur pasar seperti ini masuk dalam kategori pasar oligopoli ketat. Pasar oligopoli ketat menunjukkan adanya persaingan yang tidak seimbang dengan perbedaan pangsa pasar yang jauh berbeda antara satu produsen dengan produsen lainnya. Volume penjualan yang tidak seimbang dengan penguasaan pasar mengakibatkan adanya produsen menguasai pangsa pasar. Hasil analisis pada Lampiran 5 menunjukkan bahwa Perusahaan Perseorangan yang dimiliki produsen N dan CV. THP menguasai pangsa pasar benih kentang di Kecamatan Bumiaji.

Hasil perhitungan dari alat analisis konsentrasi rasio (CR2) didapatkan nilai sebesar 81,25%. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai CR2 pasar benih kentang di Kecamatan Bumiaji berada diantara 60% dan 90%. Menurut Teguh (2016)

apabila nilai $CR2 \ 60 \leq CR2 < 90$ maka kriteria struktur pasar yang terbentuk yaitu pasar oligopoli ketat.

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan alat analisis *Indeks Herfindahl Hirschman* (IHH) diperoleh 0,45. Apabila ditinjau dari kriteria nilai IH yang dikemukakan oleh Teguh (2016) maka nilai tersebut masuk pada kriteria $0 < HH < 1$. Struktur pasar benih kentang di Kecamatan Bumiaji apabila dilihat dari IHH mengarah pada struktur pasar oligopoli.

Berdasarkan hasil perhitungan konsentrasi pasar dengan alat analisis pangsa pasar, CR2, dan IHH struktur pasar yang ada di Kecamatan Bumiaji termasuk dalam struktur pasar oligopoli ketat. Hal ini ditunjukkan dengan fenomena lapang bahwa produsen N dan CV.THP mendominasi pasar benih kentang di Kecamatan Bumiaji yang dapat dilihat dari volume penjualan kedua produsen tersebut sebesar 6.000 hingga 20.000 knol. Hasil penelitian tersebut selaras dengan penelitian Deepana (2016), Bime *et al.* (2016), Wegi (2017) menunjukkan bahwa hasil konsentrasi pasar mengarah pada struktur pasar oligopoli dapat dilihat dari besarnya volume penjualan. Struktur pasar oligopoli ditandai dengan adanya beberapa penjual serta terdapat beberapa instansi/perusahaan yang mendominasi pasar.

5.2.2 Hambatan Masuk Pasar

Hambatan masuk pasar segala sesuatu yang menghambat masuknya produk ke pasar Arsyad (2014). Tingkat kesulitan masuk bagi pesaing baru dapat mempengaruhi struktur pasar yang terbentuk. Variabel yang digunakan pada penelitian ini yaitu modal dan pesaing potensial. Hambatan masuk pasar benih kentang di Kecamatan Bumiaji dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Hambatan Masuk Pasar Benih Kentang Di Kecamatan Bumiaji, Kota Batu Tahun 2018

Hambatan pasar	Bentuk usaha				Total	
	CV (n=1)	%	Perusahaan Perseorangan (n=3)	%	n	%
Modal	1	25%	-	-	1	25%
Modal dan pesaing potensial	-	-	3	75%	3	75%
Total					4	100%

Sumber: Data Primer, diolah (2018)

a. Modal

Setiap usaha yang akan dilakukan memerlukan modal awal yang digunakan untuk berjalannya usaha tersebut. Salah satu modal yang diperlukan dalam usaha benih kentang yaitu rumah kaca (*screen house*) untuk memproduksi kelas benih dasar (G0). Sesuai dengan ketentuan dari BPSB (Balai Pengawasan dan Sertifikasi Benih) penangkar benih kentang harus memiliki fasilitas yang diperlukan untuk usaha benih kentang yaitu rumah kaca (*screen house*).

Pemerintah sudah memberikan informasi mengenai rumah kaca yang sesuai untuk proses pembenihan benih kentang. Pembuatan rumah kaca (*screen house*) harus diperhatikan dalam kerangka rumah kaca dan perlengkapan yang dibutuhkan di rumah kaca. Kerangka seperti besi, paranet, plastik *ultraviolet*, dan lain-lain. Perlengkapan yang dibutuhkan dalam rumah kaca yaitu bak cuci hama, rak benih dan lain-lain. Berdasarkan produsen benih kentang di Kecamatan Bumiaji 100% menyatakan modal yang dibutuhkan untuk membuat rumah kaca sesuai dengan ketentuan pemerintah sebesar Rp. 150.000.000 hingga Rp. 200.000.000. Rumah kaca tersebut dapat digunakan selama 10 tahun.

Kondisi lapang menunjukkan bahwa 50% produsen benih kentang yaitu Perusahaan Perseorangan milik produsen M dan CV. THP sudah memperhatikan *standard* rumah kaca yang diberlakukan pemerintah agar terhindar dari organisme pengganggu tanaman atau (OPT) dan virus yang dapat mengganggu pembenihan. Sedangkan 50% Perusahaan Perseorangan milik produsen R dan N masih menggunakan rumah kaca yang tidak sesuai dengan ketentuan pemerintah. Hal tersebut dikarenakan produsen terhambat pada biaya pengeluaran yang cukup besar untuk merenovasi rumah kaca.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui dari empat produsen benih di Kecamatan Bumiaji seluruh produsen atau 100% menyatakan bahwa adanya persyaratan modal berupa kepemilikan rumah kaca (*screen house*) menjadi hambatan tersendiri bagi penangkar baru yang akan memasuki pasar benih kentang. Hasil penelitian tersebut selaras dengan penelitian yang dilakukan Bime *et al.* (2016) dan Wegi (2017) bahwa modal menjadi hambatan untuk memasuki pasar. Perusahaan memerlukan modal yang tinggi untuk memulai usaha.

b. Pesaing Potensial

Faktor yang sangat diperhatikan produsen benih kentang di Kecamatan Bumiaji yaitu mendapatkan kepercayaan petani. Petani akan percaya dan loyal terhadap produk benih kentang yang dihasilkan oleh produsen ketika sudah menggunakan benih tersebut dan memperoleh hasil yang memuaskan. Petani memilih menganalisis dan bertanya secara langsung pada proses produksi yang dilakukan oleh produsen benih untuk mengetahui kualitas benih. Petani memilih benih dengan menganalisis varietas, dan kelas benih. Produsen yang sudah lama dipasar benih kentang sudah memiliki pelanggan tetap dan benih yang dihasilkan sudah di percaya oleh petani.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa 75% dari unit Perusahaan Perseorangan merasakan adanya pesaing potensial. Produsen yang dijadikan pesaing potensial yaitu bentuk usaha CV. THP. Hal ini dikarenakan CV. THP sudah lama menjalankan usaha benih kentang selama 15 tahun. Sehingga benih yang diproduksi CV. THP sudah banyak diketahui dan dipercaya terkait kualitas benih kentang. Dengan demikian produsen sudah memiliki konsumen tetap dan loyal.

Berdasarkan ulasan mengenai hambatan masuk pasar bagi produsen benih kentang dapat diketahui bahwa terdapat 75% produsen benih kentang merasa adanya modal dan pesaing potensial menjadi hambatan bagi produsen baru untuk memasuki pasar benih kentang. Hambatan masuk pasar benih kentang di Kecamatan Bumiaji terdapat dua hambatan sehingga tingkat hambatan dikatakan cukup tinggi. Semakin banyak cell yang terisi di Tabel 8 maka semakin tinggi tingkat hambatan masuk pasar benih kentang. Berdasarkan Mubarak 2015, adanya hambatan masuk pasar merupakan salah satu kriteria dari struktur pasar oligopoli. Oleh karena itu dapat diketahui bahwa struktur pasar benih kentang di Kecamatan Bumiaji termasuk dalam struktur pasar oligopoli.

5.2.3 Diferensiasi Produk

Produsen benih kentang berusaha untuk memunculkan keunggulan dari produknya, hal ini dapat dilihat dari produsen membedakan produknya dari perbedaan jenis varietas, jenis kelas benih, dan jenis kemasan. Menurut Kotler dan Keller (2009) dan Sahetapy (2013), diferensiasi produk salah satu upaya memodifikasi produk agar dapat lebih unggul dengan produk lain. Suatu pasar yang

memiliki alternatif produk pengganti baik dari suatu produk, maka tingkat persaingan di pasar akan semakin ketat.

Menurut Arsyad (2014), tingkat diferensiasi produk ditunjuk bahwa adanya produk pengganti. Produk pengganti akan memudahkan konsumen untuk memenuhi keinginannya. Apabila varietas yang diinginkan konsumen tersedia, maka konsumen dapat dengan mudah untuk memilih varietas lain sebagai gantinya. Produsen yang menyediakan kebutuhan konsumen akan menghambat masuknya pesaing baru kepasar.

Pada hasil penelitian diperoleh bahwa produk benih kentang dapat dibedakan dari varietas, jenis kelas benih, dan jenis kemasan. Produsen benih kentang di Kecamatan Bumiaji memproduksi dua varietas setiap produsen kecuali satu produsen produsen R hanya memproduksi satu varietas. Jenis kemasan benih kentang terdapat dua jenis kemasan yaitu krat putih dan karung. Kelas benih yang dipasarkan yaitu kelas benih dasar (G0) dan kelas benih sebar (G2). Tingkat diferensiasi produk benih kentang di Kecamatan Bumiaji dijelaskan secara rinci sebagai berikut.

1. Varietas

Hasil wawancara menunjukkan produsen menentukan varietas berdasarkan sasaran konsumen yang dituju dan minat konsumen. Kondisi lapang menunjukan petani di Kecamatan Bumiaji memilih varietas yang minati oleh petani yaitu varietas yang memiliki kemampuan adaptasi yang sesuai dengan lokasi penanaman kemampuan produksi.

Salah satu variabel diferensiasi produk benih kentang di Kecamatan Bumiaji yaitu varietas benih kentang yang dijual. Berdasarkan hasil wawancara dengan produsen benih kentang di Kecamatan Bumiaji terdapat 75% produsen memproduksi dan menjual varietas yang sama. Satu unit usaha CV dan dua unit Perusahaan Perseorangan. Produsen benih kentang mencari informasi berdasarkan dengan dengan data penjualan musim sebelumnya. Diferensiasi produk berdasarkan varietas dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Diferensiasi Produk Berdasarkan Varietas Benih Kentang Di Kecamatan Bumiaji, Kota Batu Tahun 2018

Varietas	Bentuk usaha				Total	
	CV (n=1)	%	Perusahaan Perseorangan (n=3)	%	N	%
GK dan GL	1	25%	2	50%	3	75%
Madisu AP4			1	25%	1	25%
Total					4	100%

Sumber : Data Primer, diolah 2018

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan terdapat tiga varietas benih kentang yang diproduksi oleh produsen benih kentang di Kecamatan Bumiaji. Perusahaan Perseorangan yaitu produsen R hanya memproduksi satu varietas yaitu varietas Madisu AP4. Tiga produsen lainnya memproduksi varietas Granola Kembang dan Granola Lembang. Berdasarkan wawancara 75% produsen menyatakan bahwa minat petani pada varietas Granola Kembang dan Granola Lembang cukup tinggi. Alasan petani lebih memilih varietas Granola Kembang dan Granola Lembang dikarenakan tahan terdapat serangan organisme pengganggu tanaman (OPT). Varietas Granola Kembang waktu tanam lama dibandingkan dengan varietas Granola Lembang tetapi hasil produksi lebih tinggi Granola Kembang. Petani yang ingin produksi stabil dan hasil produksi banyak lebih memilih varietas Granola Kembang. Meskipun varietas Granola Kembang dan Granola Lembang banyak diminati petani 25% produsen tidak memproduksi varietas tersebut. Produsen R hanya memproduksi varietas Madisu AP4. Produsen R hanya memproduksi varietas Madisu AP4 dikarenakan sasaran konsumen benih kentang produsen R di luar Pulau Jawa yaitu Tabanan, Bali. Sehingga produsen R mengembangkan varietas Madisu AP4 yang disesuaikan dengan kondisi wilayah di Bali.

Berdasarkan hasil wawancara dengan produsen benih kentang di Kecamatan Bumiaji terdapat 75% produsen yaitu satu CV. THP dan dua Perusahaan Perseorangan yaitu Produsen M dan N menyatakan menerima adanya pengembangan-pengembangan varietas baru dari pemerintah. Ketika varietas baru diterjunkan ke lapang produsen akan mengamati hasilnya. Ketika hasil varietas baru baik secara fisik dan produksi produsen akan mulai mencoba mengembangkan

varietas baru tersebut sehingga produk yang ditawarkan produsen lebih bervariasi. Perencanaan varietas yang akan diproduksi berdasarkan permintaan konsumen, hal ini dilakukan dengan varietas mana yang diminati petani. Perbedaan produk yang dihasilkan produsen benih kentang di Kecamatan Bumiaji akan memberikan keunggulan bagi produsen. Produsen yang menghasilkan produk yang berbeda akan memiliki wilayah pasar sendiri, sehingga produk menjadi dominan meninggalkan produsen-produsen lain yang menghasilkan produk yang sama. Berdasarkan kondisi lapang dapat disimpulkan bahwa terjadinya tingkat diferensiasi varietas rendah. Hal ini dikarenakan keragaman varietas tidak terlalu beragam. Hasil penelitian selaras dengan penelitian yang dilakukan Habib (2017) bahwa varietas menunjukkan diferensiasi produk. Pada penelitian Habib (2017) terdapat empat varietas yang ditawarkan.

2. Jenis Kelas Benih

Menurut Peraturan Menteri Pertanian Republik Indonesia Nomor 116/Permentan/SR.120/11/2013 mengenai produksi, Sertifikasi dan Pengawasan Peredaran Benih Hortikultura kelas benih yang diproduksi mulai dari benih dasar (G0), benih pokok (G1) dan benih sebar (G2). Hasil perbanyakan benih kentang kelas benih dasar (G0) dapat diturunkan ke generasi kelas benih pokok (G1) saat benih kentang kelas benih dasar (G0) sudah tumbuh tunas atau berumur tiga hingga empat bulan. Kelas benih pokok (G1) dapat dipanen saat umur tiga hingga empat bulan. Benih sebar (G2) dapat dihasilkan dari perbanyakan benih pokok (G1) pada saat benih pokok (G1) berumur tiga hingga empat bulan atau benih pokok (G1) sudah tumbuh mata tunas. Membudidayakan kelas benih dasar (G0) hingga kelas benih sebar memerlukan waktu hingga dua tahun. Sehingga produsen memotong generasi dari kelas benih dasar (G0) ke kelas benih sebar (G2).

Terdapat produsen yang menyediakan kelas benih yang berbeda. Hal ini dikarenakan produsen ingin memberikan variasi kelas benih yang diinginkan konsumen. Diferensiasi kelas benih kentang dapat dilihat dari Tabel 10.

Tabel 10. Diferensiasi Kelas Benih Kentang Di Kecamatan Bumiaji, Kota Batu Tahun 2018

Kelas benih	Bentuk usaha				Total	
	CV (n=1)	%	Perusahaan Perseorangan (n=3)	%	N	%
G0	1	25%	2	50%	3	75%
G0 dan G2			1	25%	1	25%
Total					4	100%

Sumber : Data Primer, diolah 2018

Sebanyak 50% Perusahaan Perseorangan dan 25% CV hanya memproduksi kelas benih (G0). Produsen hanya memproduksi kelas G0 dikarenakan produsen hanya ingin fokus pada pembenihan kelas benih (G0) selain itu produsen tidak memiliki lahan untuk ditanami kelas benih (G2). Hasil penelitian menunjukkan produsen di Kecamatan Bumiaji hanya 25% produsen dari Perusahaan Perseorangan memproduksinya dua jenis kelas benih yaitu produsen M. Produsen memproduksi dua kelas benih yaitu kelas benih dasar (G0) dan kelas benih sebar (G2). Hal ini dikarenakan produsen M baru memasuki pasar benih kentang dengan lama usaha lima tahun. Sehingga produsen menyediakan pilihan kelas benih kentang agar dapat menarik konsumen.

Berdasarkan Tabel 10 dan fenomena lapang di Kecamatan Bumiaji terdapat 75% produsen yang memproduksi kelas benih dasar (G0) yaitu CV. THP dan produsen N dan R. Sedangkan produsen M memproduksi dua kelas benih yaitu kelas benih dasar (G0) dan kelas benih sebar (G2). Sehingga dapat dikatakan tingkat diferensiasi kelas benih rendah. Hal ini dikarenakan terdapat 25% produsen yang berbeda memproduksi kelas benih.

3. Jenis Kemasan

Kemasan bertujuan untuk melindungi sebuah produk saat akan disimpan maupun yang akan dikirim ke konsumen. Selain itu produk yang dikemas dapat lebih menarik, menjaga kebersihan produk dan melindungi produk terhadap kerusakan yang disebabkan oleh cuaca dan benturan selama perjalanan. Jenis yang digunakan produsen benih kentang di Kecamatan Bumiaji dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Diferensiasi Produk Berdasarkan Jenis Kemasan Benih Kentang Di Kecamatan Bumiaji, Kota Batu Tahun 2018

Jenis kemasan	CV (n=1)	Bentuk usaha			Total	
		%	Perusahaan Perseorangan (n=3)	%	N	%
Krat	1	25%	1	25%	2	50%
Karung			2	50%	2	50%
		Total			4	100%

Sumber : Data Primer, diolah 2018

Jenis kemasan benih kentang di Kecamatan Bumiaji dibedakan berdasarkan kuantitas benih dan lokasi pemasaran benih kentang. Jenis kemasan yang digunakan produsen benih kentang terdapat dua macam yaitu krat putih dan karung. 50% dari produsen kentang yaitu usaha dalam bentuk CV. THP dan satu Perusahaan Perseroangan yaitu produsen R menggunakan krat putih, sedangkan 50% lainnya yaitu produsen M dan produsen N menggunakan karung untuk mengemas benih kentang kelas benih (G0).

Kemasan krat putih menjadi pilihan produsen karena kemasan yang tidak mudah rusak. Perusahaan Perseorangan dan CV menggunakan krat putih dikarenakan lokasi pemasaran benih kentang tidak hanya di Kecamatan Bumiaji tetapi di luar Pulau Jawa. Sehingga memerlukan kemasan yang dapat melindungi benih kentang selama perjalanan menuju konsumen. Produsen menggunakan kemasan karung dikarenakan lokasi pemasaran benih kentang hanya di sekitar Kecamatan Bumiaji. selain itu kemasan karung lebih mudah dibawa kemana saja.

Berdasarkan konsep diferensiasi produk dan fenomena lapang, struktur pasar benih kentang di Kecamatan Bumiaji mengarah pada pasar oligopoli. Tingkat diferensiasi produk berdasarkan varietas, kelas benih dan jenis kemasan dikatakan diferensiasi rendah. Hal ini dikarenakan tidak beragam cell yang pada tabel. Semakin beragam cell pada tabel maka tingkat diferensiasi semakin tinggi. Sependapat dengan Mubarok (2015), bahwa perusahaan yang berada dalam pasar oligopoli selain menghasilkan barang homogen, juga menghasilkan barang yang berbeda corak (*differentiated product*).

5.2.4 Tingkat Informasi Pasar

Tingkat informasi pasar dimiliki oleh setiap produsen benih kentang di Kecamatan Bumiaji diketahui melalui informasi pasar apa saja yang dimiliki setiap

produsen benih kentang. Informasi pasar akan menentukan akses pasar benih kentang dan keberlangsungan produksi. Informasi pasar meliputi harga dan lokasi benih sumber kentang, lokasi pemasaran dan varietas yang diminati konsumen. Informasi pasar yang diperoleh masing-masing produsen dijelaskan pada Tabel 12.

Tabel 12. Informasi Pasar Berdasarkan Lokasi Benih Sumber Kentang Di Kecamatan Bumiaji, Kota Batu Tahun 2018

Bentuk usaha	Harga benih sumber (Rp/botol)				Lokasi benih sumber
	GK dan GL	N	Madisu AP4	N	
CV (n=1)	30.000	1	-		BPTP dan PT Dava
Perusahaan Perseorangan (n=3)	30.000	2	30.000	1	BPTP, Lab Pembenihan Jakarta

Sumber : Data Primer, diolah 2018

1. Informasi Pasar Harga Benih Sumber

Informasi mengenai harga benih sumber digunakan untuk memperkirakan biaya produksi benih kentang sangat penting untuk dimiliki oleh penangkar benih. Berdasarkan Tabel 12 menunjukkan bahwa semakin banyak lokasi pembelian benih sumber dari produsen maka semakin banyak informasi mengenai harga benih sumber yang dimiliki oleh produsen. Informasi pasar mengenai harga benih sumber dapat dijadikan pertimbangan oleh produsen benih untuk melakukan pembelian benih sumber yang dapat meminimalisir biaya produksi.

Informasi yang dimiliki oleh penangkar benih kentang di Kecamatan Bumiaji mengenai informasi harga benih sumber (planlet) berasal dari Balai Penelitian Tanaman Pangan, Lab Pembenihan Jakarta, dan PT. Dava. Informasi pasar mengenai informasi harga benih sumber (planlet) dimiliki bentuk usaha CV. THP sama dengan Perusahaan Perseorangan. Informasi harga benih yaitu Rp. 30.000/botol. Penangkar benih dengan bentuk usaha CV. THP memiliki dua sumber informasi harga benih sumber, sedangkan tiga produsen dengan bentuk Perusahaan Perseorangan hanya memiliki satu informasi harga benih. Informasi harga benih sumber didapatkan penangkar benih langsung dari lokasi pembelian benih sumber (planlet).

2. Lokasi Asal Benih Sumber

Berdasarkan Tabel 12 bahwa bentuk usaha CV lebih banyak mengetahui informasi pasar mengenai lokasi asal benih sumber (planlet) dibandingkan dengan Perusahaan Perseorangan. Bentuk usaha CV. THP mendapatkan benih sumber dari dua lokasi yaitu Balai Pengkajian Tanaman Pertanian (BPTP) dan PT. Dava. Sejumlah dua Perusahaan Perseorangan atau 50% mendapatkan benih dari satu lokasi benih dari Balai Penelitian Tanaman Pangan (BPTP). Sedangkan lainnya mendapatkan benih sumber (planlet) dari Lab Pembenuhan Jakarta. CV. THP mendapatkan informasi pasar lokasi benih sumber (planlet) dibandingkan dengan bentuk Perusahaan Perseorangan. Semakin besar bentuk usaha produsen maka jaringan kerja atau mitra yang dimiliki produsen benih semakin banyak sehingga informasi yang diperoleh beragam. Dengan semakin beragamnya informasi pasar mengenai lokasi benih sumber (planlet) dapat membantu menjaga keberlanjutan produksi. Apabila salah satu lokasi benih sumber (planlet) tidak memiliki ketersediaan benih kentang maka produsen dapat memenuhi kebutuhan benih kentang dari lokasi lainnya.

3. Informasi Lokasi Pemasaran

Berdasarkan hasil penelitian diketahui 100% produsen benih kentang di Kecamatan Bumiaji memerlukan informasi pasar, mengenai lokasi pemasaran benih kentang. Hal ini digunakan agar produsen dapat merencanakan dan menentukan lokasi yang akan menjadi pemasaran benih kentang yang telah di produksi. Setiap penangkar memiliki tujuan pemasaran benih kentang yang berbeda. Pemasaran benih kentang di Kecamatan Bumiaji dilakukan di Kecamatan Bumiaji, di luar Kota Batu dan luar Provinsi Jawa Timur.

Berdasarkan hasil penelitian terdapat produsen yang memiliki wilayah pemasaran yang luas yaitu bentuk usaha CV. THP. Hal ini dapat dilihat dari lokasi pemasaran benih kentang tidak hanya di Kecamatan Bumiaji tetapi di luar Provinsi Jawa Timur. Bentuk Perusahaan Perseorangan sebanyak 50% yaitu produsen M dan produsen N memiliki lokasi pemasaran benih kentang hanya di Kota Batu. Sedangkan 25% memiliki lokasi pemasaran Batu dan Bali.

Informasi mengenai lokasi pemasaran benih kentang yang dimiliki oleh produsen benih pada setiap bentuk usaha dapat dikatakan tingkat informasi pasar yang tidak sempurna. Hal ini dikarenakan terdapat penangkar yang mendominasi

informasi pasar mengenai lokasi pemasaran benih kentang dan tidak diikuti oleh produsen lainnya. Penjelasan mengenai informasi pasar dalam penelitian ini dapat disimpulkan dengan semakin besar bentuk usaha dari produsen benih kentang di Kecamatan Bumiaji maka semakin banyak informasi yang didapatkan. Hal tersebut akan mengakibatkan tingkat informasi pasar yang berbeda dari setiap produsen. Fenomena lapang menunjukkan bahwa produsen yang mendominasi informasi pasar mengenai lokasi pemasaran benih kentang didominasi oleh produsen dengan bentuk usaha CV. THP. Sehingga struktur pasar yang terbentuk struktur pasar oligopoli. Hal ini selaras dengan Mubarok (2015) bahwa tingkat informasi pasar cukup sulit untuk diperoleh.

Berdasarkan penelitian mengenai struktur pasar benih kentang di Kecamatan Bumiaji untuk mengetahui kondisi persaingan benih kentang dapat dilihat dari empat indikator yaitu konsentrasi pasar, hambatan masuk pasar, diferensiasi produk, dan informasi pasar. Penjelasan mengenai struktur pasar dapat dilihat pada Tabel 13.

Tabel 13. Struktur Pasar Benih Kentang Di Kecamatan Bumiaji, Kota Batu Tahun 2018

Struktur Pasar	Keterangan
Konsentrasi Pasar	Pengukuran menggunakan analisis pangsa pasar didapatkan 62,50%, pengukuran menggunakan CR2 didapatkan hasil 81,75%, IHH mendapatkan 0,44 dimana pasar mengarah ke struktur pasar oligopoli.
Hambatan Masuk Pasar	Hambatan masuk pasar yaitu modal dan pesaing potensial.
Diferensiasi Produk	Diferensiasi produk antara produsen benih kentang dari segi varietas, kelas benih dan jenis kemasan.
Informasi Pasar	Informasi pasar yang dimiliki produsen tidak merata antara produsen satu dengan produsen lainnya.

Sumber : Data Primer, diolah 2018

Produsen benih kentang di Kecamatan Bumiaji terdapat volume penjualan yang berbeda. Terdapat volume penjualan dari 1.000 knol hingga 22.000 knol. Adanya volume penjualan yang berbeda dikarenakan produsen benih mempunyai luas rumah kasa dan volume produksi yang berbeda, hal ini akan mempengaruhi kuantitas panen. Semakin besar volume penjualan produsen benih maka pangsa pasar yang dimiliki produsen semakin besar.

Produsen benih kentang merasakan adanya hambatan masuk pasar benih, hal ini dilihat dengan adanya modal dan pesaing potensial. Modal digunakan untuk membuat rumah kaca. Rumah kaca merupakan digunakan untuk membudidayakan benih kentang kelas benih G0. Produsen benih yang tidak memiliki rumah kaca maka tidak dapat membudidayakan benih kentang kelas G0. Produsen benih juga merasa adanya pesaing potensial, dimana pesaing dapat berpotensi memiliki kemampuan atau kekuatan untuk mengancam produsen lainnya. Hal ini ditunjukkan bahwa bentuk usaha CV. THP dianggap sebagai pesaing potensial dikarenakan produsen memiliki konsumen yang loyal. Sehingga bagi produsen lainnya harus memiliki keunggulan dan kekuatan agar tidak kalah saing dengan bentuk usaha CV. THP.

Terdapat diferensiasi produk di Kecamatan Bumiaji yaitu berupa varietas, jenis kelas benih dan jenis kemasan. Terdapat tiga produsen memproduksi benih kentang dengan varietas Granola Kembang dan Granola Lembang dan hanya satu produsen yang memproduksi varietas Madisu AP4. Diferensiasi varietas benih kentang di Kecamatan Bumiaji dapat dilihat dari Tabel 9. Jenis kelas benih yang diproduksi terdapat dua kelas benih yaitu kelas benih G0 dan kelas benih G2. Terdapat tiga produsen yang hanya memproduksi kelas G0 dikarenakan produsen hanya ingin fokus pada pembenihan kelas benih G0 dan hanya satu produsen yang memproduksi kelas benih G0 dan G2. Terdapat dua jenis kemasan yang digunakan yaitu krat dan karung.

Informasi pasar yang dimiliki setiap produsen tidak sama dikarenakan bentuk usaha dan lamanya berusaha menjadi faktor yang mempengaruhi jumlah informasi pasar yang dimiliki produsen. Terdapat satu produsen yang memiliki informasi pasar yang lebih lengkap. Hal ini dikarenakan lama usaha produsen sudah lebih dari 10 tahun dalam budidaya benih kentang dan bentuk usaha produsen benih yaitu CV. THP sehingga informasi pasar yang didapatkan lebih luas. Tiga produsen lainnya memiliki bentuk Perusahaan Perseorangan dan lama usaha produsen kurang dari 10 tahun. Informasi pasar yang mudah diakses akan mempermudah produsen untuk proses produksi dan pendistribusian benih kentang. Informasi pasar menggunakan tiga variabel yaitu harga benih sumber, lokasi benih sumber, dan lokasi pemasaran. Terdapat dua produsen yaitu produsen M dan produsen N mendapatkan informasi

mengenai asal planlet dari Balai Pengkajian Tanaman Pangan. produsen R dari Lab Pembenuhan Jakarta dan Produsen S mendapatkan informasi dari Balai Pengkajian Tanaman Pangan dan PT. Dava.



VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. KESIMPULAN

Struktur pasar benih kentang di Kecamatan Bumiaji, Kota Batu dianalisis dengan empat indikator yaitu, konsentrasi pasar, hambatan pasar, diferensiasi produk, dan informasi pasar. Analisis struktur pasar dapat menggambarkan kondisi persaingan antar perusahaan disuatu pasar.

Konsentrasi pasar dianalisis menggunakan pangsa pasar, konsentrasi rasio (CR) dan IHH. Hasil dari perhitungan pangsa pasar terbesar yaitu (62,50%) mendominasi produsen N sedangkan konsentrasi rasio (81,25%) dan hasil dari IHH (0,45). Konsentrasi pasar menggunakan ketiga alat analisis tersebut menunjukkan bahwa struktur pasar benih kentang termasuk struktur pasar oligopoli ketat. Hal ini dikarenakan produsen di Kecamatan Bumiaji memiliki volume penjualan yang berbeda. Terdapat produsen dengan skala kecil sebesar 1.000-5.000 knol dan skala besar 5.000-20.000 knol. Perbedaan volume penjualan akan mempengaruhi konsentrasi pasar di Kecamatan Bumiaji.

Hambatan masuk pasar benih kentang di Kecamatan Bumiaji dikatakan cukup tinggi. Hal ini dikarenakan produsen benih kentang di Kecamatan Bumiaji merasakan adanya kesulitan modal dan pesaing potensial. Sehingga struktur pasar benih kentang di Kecamatan Bumiaji mengarah ke oligopoli. Terdapat 25% produsen benih dari bentuk usaha CV. menyatakan bahwa hambatan masuk pasar berupa modal karena saat ingin memasuki pasar benih kentang produsen harus memiliki (*screen house*) rumah kaca untuk membuat rumah kaca membutuhkan modal sebesar Rp. 150.000.000 hingga Rp. 200.000.000. Sedangkan 75% produsen benih kentang bentuk usaha perusahaan perseorangan merasakan adanya hambatan masuk pasar yaitu modal dan pesaing potensial. Pesaing potensial yang mereka rasakan yaitu CV, karena CV memiliki lokasi pemasaran yang luas dan sudah lebih dari 10 tahun dalam perbenihan kentang di Kecamatan Bumiaji.

Diferensiasi produk benih kentang terjadi diferensiasi menurut varietas benih kentang, kelas benih kentang, dan jenis kemasan. Sehingga struktur pasar benih kentang di Kecamatan Bumiaji pada pasar oligopoli. Hal ini dikarenakan terdapat 75% produsen dari Perusahaan Perseorangan dan CV. memproduksi varietas Granola Kembang dan Granola Lembang. 25% Perusahaan Perseorangan hanya

memproduksi varietas Madisu AP4. Produsen yang hanya memproduksi Madisu AP4 hal ini dikarenakan 90% lokasi konsumen benih kentang produsen R berada di Bali. Karakteristik varietas Madisu AP4 sesuai dengan kondisi lapang di Bali.

Dua kelas jenis yang diproduksi produsen yaitu kelas benih dasar (G0) dan kelas benih sebar(G2). Terdapat 75% produsen benih kentang memproduksi kelas benih dasar (G0) yaitu 50% dari Perusahaan Perseorangan dan 25% dari CV. Sedangkan 25% produsen dari Perusahaan Pereorangan memproduksi kelas benih dasar (G0) dan kelas benih sebar(G2). Produsen hanya memproduksi kelas benih dasar (G0) karena produsen hanya ingin fokus memproduksi kelas benih benih dasar G0. Produsen yang memproduksi kelas benih dasar (G0) dan kelas benih sebar(G2) karena produsen ingin menyediakan dua kelas benih berbeda agar dapat menjadi pilihan bagi konsumen untuk memilih kelas benih mana yang akan di budidayakan.

Jenis kemasan yang digunakan produsen benih yaitu kemasan karung dan krat putih. Terdapat 50% produsen dari Perusahaan Perseorangan dan CV menggunakan krat. Sedangkan 50% produsen dari Perusahaan Perseorangan menggunakan karung. Produsen menggunakan krat dikarenakan lokasi pemasaran benih kentang tidak hanya di Kecamatan Bumiaji sehingga membutuhkan kemasan yang dapat melindungi benih selama perjalanan menuju konsumen. Produsen yang menggunakan karung karena lokasi konsumen benih hanya disekitar Kecamatan Bumiaji dan menggunakan karung mudah untuk dibawa kemana saja.

Tingkat informasi pasar benih kentang mengarah pada struktur pasar oligopoli. Kondisi lapangan ditemukan bahwa informasi yang dimiliki oleh produsen dalam mengakses asal benih sumber, harga benih sumber, dan lokasi pemasaran dikategorikan cukup tinggi. Hal ini dikarenakan informasi yang didapatkan produsen tidak merata. Tingkat informasi pasar produsen benih kentang di Kecamatan Bumiaji produsen memiliki informasi pasar yang berbeda. Terdapat 25% produsen dari CV. memiliki informasi lebih banyak dibandingkan dengan 75% produsen lainnya dari Perusahaan Perseorangan. 25% yaitu CV. mengetahui dua lokasi sumber benih dari Badan Penelitian Tanaman dan Sayuran

(BPTP) dan PT. DB, selain itu karena CV. lama usaha produksi benih sudah lebih dari 10 tahun.

Berdasarkan empat indikator maka dapat disimpulkan bahwa struktur pasar benih Kentang di Kecamatan Bumiaji mengarah pada struktur pasar oligopoli. Berdasarkan indikator analisis konsentrasi pasar (pangsa pasar/*market share*, CR₂, dan IHH), hambatan keluar dan masuk pasar (modal dan pesaing potensial) diferensiasi produk (varietas, kelas benih, dan jenis jenis kemasan) serta informasi pasar (lokasi benih sumber, harga benih sumber, lokasi pemasaran benih kentang.

6.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai struktur pasar di Kecamatan Bumiaji, Kota Batu, saran yang dapat diberikan adalah

1. Terdapat 50% Perusahaan Perseorangan masih menggunakan rumah kaca (*screen house*) tidak sesuai standar yang ditetapkan pemerintah. Membuat rumah kaca (*screen house*) membutuhkan biaya yang besar senilai Rp. 150.000.000 hingga Rp. 200.000.000, sehingga menjadi hambatan bagi produsen untuk membudidayakan benih kentang kelas G0. Rumah kaca (*screen house*) digunakan untuk melindungi benih dari serangan OPT agar kemurnian benih terjaga. Sebaiknya Balai Produksi Tanaman Pangan (BPTP) memberikan bantuan berupa modal rumah kaca (*sreen house*) bagi produsen untuk mendukung budidaya benih kentang di Kecamatan Bumiaji.
2. Informasi pasar mengenai lokasi benih sumber (planlet) tidak merata terdapat bentuk usaha CV. THP memiliki dua lokasi benih sumber, 75% Perusahaan Perseorangan hanya memiliki satu lokasi benih sumber. Sebaiknya produsen dengan bentuk Perusahaan Perseorangan mencari informasi mengenai lokasi benih sumber karena saat tempat lokasi benih sumber tidak memiliki persediaan maka produsen dapat beralih ke lokasi benih sumber lainnya untuk keberlanjutan produksi benih kentang.

DAFTAR PUSTAKA

- Andy, Sri. 2014. *Buku Ajar Hukum Dagang*. Mitra Wacana Media. Jakarta
- Azwar, S. 2016. *Metode Penelitian Edisi ke 1*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta
- Badan Pusat Statistik-BPS. 2016. Data Produksi Kentang Menurut Provinsi. Jakarta. Indonesia
- Bassey, N. E., Ibok, O. W., & Akapaeti, A. J. (2013). Rice Market Structure, Conduct and Performance in Nigeria: A Survey of Akwa Ibom State Rice Marketers, *01(03)*, 102–111.
- Bime M.J.*, Mai Bong J.K., M. I. (2016). RJOAS, 11(59), November 2016, 11(November), 2329 <https://doi.org/https://doi.org/10.18551/rjoas.2016-11.04>.
- Clarker, Roger 2003. *Industrial Economics*. Blackwell Publishers, Oxford
- Church, Jeffrey R. And Roger Ware (2000). *Industrial Organization*. A strategic approach. McGraw-Hill. New York
- Dinas Pertanian. 2017. Potensi Hortikultura Kota Batu Tahun 2012 -2016. Batu: Dinas Pertanian Kota Batu.
- Djoko Mulyono. 2017. *Kelas Benih Kentang*. Puslitbang Hortikultura. Bogor
- E.Saefuddin Mubarak. 2015. Ekonomi Manajerial. Jakarta. In Media
- Enibe, D. O., Chidebelu, S. A. N. D., Onwubuya, E. A., Agbo, C., & Mbah, A. A. (2008). Policy Issues in the Structure, Conduct and Performance of Banana Market in Anambra State, Nigeria. *Journal of Agricultural Extension*, *12(2)*, 32–40. <https://doi.org/10.5836/ijam/2014-01-05>
- Eronmwon, Alufohai, Go; Ada-Okungbowa, C., & Department. (2014). Structure, conduct and performance of Plantain Marketing in Edo State, Nigeria. *Agricultural Journal*, *3(4)*, 252–257.
- Fitri Rahmawati. 2013. *Pengemasan dan Pelabelan*. [Http://portalgaruda.org](http://portalgaruda.org) (diakses pada hari Minggu, tanggal 5 Agustus 2018)
- Giorgis Sahile, S. W., Tarus, D. K., & Cheruiyot, T. K. (2015). Market structure-performance hypothesis in Kenyan banking industry. *International Journal of Emerging Markets*, *10(4)*, 697–710. <https://doi.org/10.11>
- Gwin, Carl L. (2003). A Guide For Industry Study and the Analysis of Firms and Competitive Strategy. A Tutorial Paper download at: [hppt://faculty.babson.edu/gwin/indstudy/index.htm](http://faculty.babson.edu/gwin/indstudy/index.htm).

- Habib, S. B. (2017). *Analysis of Market Structure and Concentration in Nigeria (A Case of Kano State Rice Market)*, 3(5), 1–11.
- Hofstrand, Don 2007. *Barriers to Entry and Exit*. Agricultural Decision Maker. Iowa State University.
- Joefer Pratama Sahetapy. 2013. Diferensiasi Produk, Strategi Merek, Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Meubeul UD Sinar Sakti Manado. *Jurnal EMBA Vol 1 No 3 September 2013*, Hal 411 420. ISSN: 2303-1174
- Johanes, Ibrahim. 2013. *Hukum Organisasi Perusahaan Pada Kemitraan dan Badan Hukum*. Bandung. Refika Aditama
- Wihana Kirana Jaya. 2006. *Ekonomi Industri*. BPFE Yogyakarta. Yogyakarta
- Karjadi, K (2016). *Produksi Benih Kentang*. Bandung: Balai Penelitian Tanaman Sayuran.
- Kementerian Pertanian. 2014. Teknis perbanyak Benih dan Sertifikasi Benih Kentang. Direktorat Perbenihan Hortikultura
- Kotler, P & Keller, K. L. 2009. *Manajemen Pemasaran*(13 ed., Vol. II). (S. Maulana, Y. S. Hayati, Eds., & B. Sabran, Trans.) Jakarta: Erlangga
- Lincoln Arsyad. (2014). *Ekonomi Industri*. UPP STIM YKPN. Yogyakarta.
- Lipczynski, John, John O.S. Wilson and John Goddard. 2005. *Industrial Organization: Competition, Strategy, Policy*. Pearson Education Limited, Harlow
- Mankiw, N. G. (2012). *Pengantar Ekonomi Mikro*. Salemba Empat. Jakarta
- Muhammad Teguh. 2016. *Ekonomi Industri*. Raja Grafindo. Jakarta
- Oguntade, A. (2015). Struktur Dan Evaluasi Kinerja Lembaga Pemasaran Kakao di Selatan-Barat Nigeria: Sebuah analisis ekonomi, (April 2006).
- Pappas, James L dan Mark Hirschey. *Ekonomi Manajerial*. Edisi Enam. Penerjemah: Daniel Wirajaya. Binarupa Aksara. Jakarta
- Pitojo, Setijo. 2004. *Benih Kentang*. Kanisius. Yogyakarta
- Samadi. 2007. *Kentang dan Analisis Usaha Tani*. Kanisius. Yogyakarta. 117 hal.
- Sayaka, Bambang.(2006). Market Structur Of The Corn Seed Industry In East Java. *The Center of Agriculture and Social Economic Policy Studies*, 133-155
- Sembiring, Sentosa. *Hukum Perusahaan Tentang Perseroan Terbatas*.Bandung. Nuansa Aulia, 2006.

Susiyati, 2004, *Usulan dan Pelepasan Varietas Unggul Granola Kembang*, Diperta Provinsi Jatim.

Suhardi, 2016, *Pengantar Ekonomi Mikro*. Gava Media Anggota IKAPI DIY. Yogyakarta

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor.12 Tahun 1992 tentang Benih

Wegi, B. (2017). Structure- Conduct -Performance of Potato Market: The Case of Jeldu District of Oromia National Regional State, Ethiopia,-8(13),98–103.

