

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Karakteristik Produsen Benih Padi di Kabupaten Madiun

Responden yang digunakan dalam penelitian ialah produsen benih padi yang berada di Kabupaten Madiun dengan berbagai skala usaha dan melayani pasar bebas. Responden yang dipilih oleh peneliti bertujuan guna mendapatkan informasi yang tepat mengenai usaha-usaha yang telah dilakukan oleh produsen benih padi dalam pasar benih padi Kabupaten Madiun. Usaha-usaha tersebut dilakukan oleh responden agar mampu menyesuaikan diri di pasar. Hal tersebut merupakan bentuk gambaran perilaku pasar benih padi di Kabupaten Madiun.

Produsen benih padi yang aktif yaitu sejumlah 12 produsen dari 30 produsen yang terdaftar dalam HPPB (Himpunan Produsen Penangkar Benih) (2015). Produsen benih padi di Kabupaten Madiun yang aktif tersebut masih berjalan hingga saat penelitian ini dilakukan. Menurut Kepala BPSB (Balai Pengawasan dan Sertifikasi Benih) Kabupaten Madiun, produsen benih padi lain yang dapat dikatakan tidak aktif yaitu dinilai dari ketidakberlanjutan produsen-produsen tersebut dalam sertifikasi benih padi. Produsen benih padi yang dinilai tidak aktif di dukung dengan beberapa faktor, seperti tidak adanya kelanjutan dalam kegiatan sertifikasi benih, lahan produksi benih padi yang minim perawatan, generasi produsen benih padi yang berhenti dan memilih bidang lain untuk dikerjakan. Adanya beberapa faktor tersebut, maka terpilih 12 produsen benih padi di Kabupaten Madiun yang aktif melayani pasar bebas sebagai responden di dalam penelitian ini.

Berikut ini merupakan rincian hasil yang diperoleh terkait karakteristik produsen benih padi Kabupaten Madiun sebagai awal informasi untuk menggambarkan perilaku pasar. Karakteristik dan jumlah produsen benih padi sesuai dengan bentuk skala usaha, lama usaha, luas lahan yang dimiliki, kelas benih dan varietas benih yang diproduksi.

Tabel 3. Karakteristik Produsen menurut Bentuk Skala Usaha, Lama Usaha, Luas Lahan yang dimiliki, Kelas Benih dan Varietas Benih yang diproduksi

Bentuk Skala Usaha	Lama Usaha	Jumlah Produsen	Rata-rata Luas Lahan yang dimiliki	Kelas Benih yang diproduksi dan dijual	Varietas Benih yang diproduksi
PT	4 tahun	1	1 ha	SS (Stock Seed)	Ciherang, Situbagendit, IR64, Cibogo, Way Apo, Logawa, Inpari 32, Inpari 33, Inpari 64, dan IPB3S
CV	12 tahun	1	7 ha		
UD	2-19 tahun	8	6 ha		
POKTAN	4-20 tahun	2	9 ha		

(Sumber: Data Primer Diolah, 2017)

Berdasarkan karakteristik responden secara umum yang telah diperoleh, produsen benih padi di Kabupaten Madiun memiliki beragam bentuk skala usaha. Bentuk skala usaha tersebut yaitu PT (Perseroan Terbatas), CV (*Comanditaire Venootschap*), UD (Usaha Dagang), dan POKTAN (Kelompok Tani). Adapun produsen benih padi di Kabupaten Madiun yang memiliki skala usaha PT yaitu PT Arista Semesta Alam, dan yang memiliki skala usaha CV yaitu CV Prima Tani. Produsen benih padi yang memiliki skala usaha UD diantaranya adalah UD Hasil Tani, UD Mitra Tani, UD Sumber Agung, UD Indah Jaya, UD Surya Tani, UD Tani Dadi, UD Tani Unggul, dan UD Tani Subur, sedangkan produsen benih padi yang memiliki skala usaha POKTAN adalah RKM dan Margoluhur.

Produsen memiliki skala usaha yang berbeda sesuai dengan kemampuan masing-masing individu. Produsen memilih skala usaha UD (Usaha Dagang) dengan pertimbangan relatif lebih mudah dilakukan dan dikelola. Menurut Kismono (2012), kesulitan-kesulitan yang dihadapi oleh badan usaha perserorangan yaitu modal yang terbatas, umur usaha bergantung pada pemilik, dan keterbatasan kemampuan manajemen. Produsen dengan skala usaha CV (*Comanditaire Venootschap*) memiliki alasan karena mudah untuk didirikan dan dapat bersama-sama memperbaiki manajemen di dalam usaha yang sedang

dijalankan. Kelebihan lainnya adalah memiliki modal yang cukup dan mudah memperoleh kredit (Kismono, 2012). Adapun kekurangannya adalah sulit menarik kembali modal yang telah ditanam, hidup usaha tidak menentu dan memiliki tanggung jawab bersama. Produsen yang memilih dengan skala PT (Perseoran Terbatas) dengan pertimbangan mudah dalam mengkoordinir sesuai dengan peraturan internal perusahaan. Kelebihan yang dimiliki oleh PT menurut Kismono (2012) yaitu kewajiban terbatas, jangka hidup usaha relatif lama, sumber dana yang tidak sedikit, dan manajemen profesional. Kekurangannya adalah biaya dalam mendirikan tidak murah, kemungkinan terkena pajak, dan kemungkinan adanya konflik dalam perusahaan. Produsen yang memilih skala POKTAN (Kelompok Tani) dengan pertimbangan lebih mudah mengatur dan lebih mudah mendapatkan bantuan karena anggota tidak hanya terdiri dari dua orang saja.

Skala usaha masing-masing produsen benih padi di Kabupaten Madiun yang telah dibangun selama ini memiliki rentang lama waktu usaha yang berbeda-beda. Lama usaha produsen benih padi dengan identitas PT adalah 4 tahun dan 12 tahun untuk CV. Bentuk skala usaha produsen benih padi dengan identitas UD memiliki rentang lama usaha sekitar 2-19 tahun, sedangkan untuk POKTAN berkisar 4-20 tahun. Produsen benih padi mempertahankan skala usaha yang dijalani dengan terus melakukan pembaruan sertifikat kepemilikan badan usaha. Adanya pembaruan sertifikat kepemilikan badan usaha tersebut menunjukkan keaktifan dari produsen dalam usahanya di bidang perbenihan padi.

Jumlah produsen benih padi disesuaikan dengan skala usaha dan aktif dalam melayani pasar bebas yaitu 12 produsen. Kabupaten Madiun memiliki produsen benih padi skala usaha PT (Perseroan Terbatas) sejumlah 1 dan CV (*Comanditaire Venootschap*) sejumlah 1. Skala usaha UD (Usaha Dagang) yaitu 8 produsen, dan POKTAN (Kelompok Tani) sejumlah 2 produsen. Berdasarkan hasil yang diperoleh, dari beberapa macam bentuk skala usaha yang ada, UD merupakan bentuk usaha yang paling banyak di Kabupaten Madiun (baca Tabel 3).

Produsen benih padi di Kabupaten Madiun memiliki luas lahan yang berbeda. Berdasarkan Tabel 3, bentuk usaha PT memiliki luas lahan 1 hektar. Bentuk usaha CV yaitu 7 hektar sedangkan untuk UD yaitu 6 hektar, dan untuk POKTAN yaitu 9 hektar. Luas lahan tersebut adalah luas lahan dengan kepemilikan sendiri atau pribadi. Kegiatan produksi benih padi selama ini yang dilakukan oleh produsen juga bermitra dengan petani sehingga tidak murni hanya lahan milik sendiri. RKM merupakan produsen yang tidak bermitra dengan petani lain. Produsen benih padi bermitra dengan petani dalam memproduksi benih agar dapat memenuhi kebutuhan sehingga meskipun kepemilikan lahan pribadi yang tidak banyak belum tentu volume produksi sedikit. Petani yang mampu diajak untuk bermitra juga berperan penting bagi produsen benih padi dalam keberlangsungan usahanya.

Kelas benih yang diproduksi oleh produsen benih padi di Kabupaten Madiun adalah kelas benih SS (*Stock Seed*). Produsen benih padi yang dominan paling banyak memproduksi benih SS. Menurut Sadjad (1975), benih pokok adalah keturunan dari benih penjenis atau benih dasar yang diproduksi dan dipelihara. Hal ini membuat identitas maupun tingkat kemurnian varietas memenuhi standar mutu yang ditetapkan serta telah di sertifikasi sebagai benih pokok oleh Sub Direktorat Pembinaan Mutu Benih BPSP. Menurut produsen yang hanya memproduksi benih SS, kebutuhan pasar akan benih SS lebih banyak dibandingkan dengan kelas benih lainnya. Menurut produsen yang memproduksi benih SS dan benih FS, mereka memproduksi benih FS hanya untuk kebutuhan pribadi dan tidak diperjualbelikan di pasar sehingga untuk prioritas tetap pada benih SS. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka produsen benih padi yang ada cenderung memproduksi kelas benih SS untuk dipasarkan.

Varietas benih yang diproduksi oleh produsen benih padi di Kabupaten Madiun memiliki keragaman. Keragaman varietas yang diproduksi yaitu Ciherang, Situbagendit, IR64, Cibogo, Way Apo, Logawa, Inpari 32, Inpari 33, Inpari 64, dan IPB3S. Produsen benih padi tidak memproduksi secara lengkap namun rata-rata varietas yang diperjualbelikan di pasaran adalah varietas-varietas tersebut.

5.2 Analisis Perilaku Pasar Benih Padi di Kabupaten Madiun

Perilaku pasar atau tingkah laku pasar mengacu pada pola keputusan yang dilakukan perusahaan-perusahaan dalam bereaksi dan menyesuaikan diri dengan pasar dimana mereka menjual atau membeli (Markham dan Papanek, 1970, Soekartawi, 1993). Penelitian ini dilakukan untuk menggambarkan perilaku pasar yang berasal dari beberapa skala usaha produsen benih padi Kabupaten Madiun dalam menyesuaikan diri di pasar. Indikator yang dapat menggambarkan perilaku pasar yaitu metode penetapan harga, organisasi pemasaran, promosi penjualan dan perjanjian kerjasama yang dilakukan (Soekartawi, 1993, Markham dan Papanek, 1970). Usaha produsen dalam menyesuaikan diri dan mempertahankan eksistensi di pasar menjadi tolak ukur penggambaran perilaku pasar benih padi.

Pada penelitian ini, kegiatan wawancara dilakukan bersama dengan produsen benih padi yang aktif dan melayani pasar bebas. Kegiatan tersebut menghasilkan berbagai informasi mengenai bagaimana usaha-usaha yang telah dilakukan produsen agar bisa mempertahankan diri di pasar. Adapun rincian hasil beserta pembahasan dari keempat indikator untuk menggambarkan perilaku pasar benih padi di Kabupaten Madiun adalah sebagai berikut :

5.2.1 Metode Penetapan Harga Benih Padi di Kabupaten Madiun

Produsen benih padi di Kabupaten Madiun memiliki tiga metode yang berbeda di dalam menetapkan harga (disajikan pada Tabel 4). Ketiga metode tersebut adalah yaitu pertimbangan biaya produksi, tingkat harga di pasar, dan pertimbangan biaya produksi serta tingkat harga pesaig. Penetapan harga yang dilakukan produsen di Kabupaten Madiun merupakan salah satu usaha agar dapat mempertahankan diri di pasar.

Tiga metode penetapan harga yang dipilih oleh produsen memiliki beberapa tujuan. Tujuan produsen dalam menetapkan harga ialah mencari pangsa pasar, mempertahankan pangsa pasar, dan menguasai pangsa pasar. Produsen memutuskan memilih metode diikuti tiga tujuan tersebut. Adapun hasil dari metode penetapan harga dan tujuan di dalam menetapkan harga oleh produsen benih padi di Kabupaten Madiun adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Metode Penetapan Harga dan Tujuan Penetapan Harga

No.	Metode Penetapan Harga	Tujuan Penetapan Harga						Total (%)
		Mencari pangsa pasar		Mempertahankan pangsa pasar		Menguasai pangsa pasar		
		n	%	n	%	n	%	
1.	Pertimbangan biaya produksi	-	-	-	-	1	8%	8%
2.	Tingkat harga di pasar	1	8%	8	67%	-	-	75%
3.	Pertimbangan biaya produksi dan tingkat harga pesaing	-	-	2	17%	-	-	17%
Total = 12		1		10		1		100%

(Sumber: Data Primer Diolah, 2017)

Berdasarkan tabel hasil tersebut, produsen dominan menetapkan harga menggunakan metode tingkat harga di pasar. Sebanyak 75% produsen menggunakan metode tersebut dengan tujuan mempertahankan pangsa pasar dan mencari pangsa pasar. Produsen yang bertujuan mempertahankan pangsa pasar yaitu produsen skala usaha UD (Usaha Dagang) sejumlah 6, CV (*Comanditaire Venootschap*) sejumlah 1, dan POKTAN (Kelompok Tani) sejumlah 1. Produsen yang bertujuan mencari pangsa pasar yaitu produsen skala usaha UD (Usaha Dagang) sejumlah 1. Produsen berpendapat bahwa dengan mempertahankan pangsa pasar, mereka menjadi lebih mudah menyesuaikan diri. Produk yang diperjualbelikan di pasar tetap laku karena bertahan dengan keadaan pasar dan meminimalisir adanya kerugian. Eksistensi produk menjadi lebih mudah didapatkan dengan mengikuti pasar. Produsen yang masih mencari pasar berpendapat bahwa bisnis yang dijalani saat ini masih tergolong baru. Lama usaha dalam menjalani bisnis cenderung membuat produsen masih harus mempelajari bagaimana cara masuk ke pasar. Usaha di dalam mempelajari kondisi pasar yang nantinya akan membuat produsen mengerti bagaimana harus beradaptasi, sehingga mendapatkan tempat di pasar.

Tingkat harga di pasar merupakan metode yang paling banyak digunakan oleh produsen untuk mengetahui harga jual benih di pasar. Hal ini serupa dengan penelitian yang dilakukan Lu dan Cao (2012). Indikator penetapan harga pada penelitian Lu dan Cao (2012) yaitu bergantung dengan pangsa pasar dan harga kompetitif diberlakukan. Menurut Kepala BPSB (Balai Pengawasan dan

Sertifikasi Benih) Kabupaten Madiun, harga jual benih padi yang berlaku di pasaran yaitu Rp 8.000,-/kg sedangkan kisaran harga jual benih oleh produsen di Kabupaten Madiun yaitu Rp 7.000,-/kg hingga Rp 15.000,-/kg. Kisaran harga jual benih dari Rp 7.000,-/kg hingga Rp 15.000,-/kg merupakan variasi harga yang diterapkan oleh produsen di pasar. Menurut Kepala BPSB (Balai Pengawasan dan Sertifikasi Benih) Kabupaten Madiun, harga jual benih umum yaitu Rp 8.000,-/kg ditentukan bersama-sama oleh produsen yang ada. Harga tersebut digunakan untuk acuan atau pertimbangan dalam memilih harga jual benih di setiap produsen. Hal ini menunjukkan adanya *tacit collusion* atau kolusi tersamar. *Tacit collusion* adalah pengaturan harga dengan bentuk yang lebih halus (Jaya, 2001) . Kesepakatan dalam menentukan harga acuan di pasar merupakan kesepakatan yang tidak mengikat (tidak resmi). Menurut Jaya (2001), perusahaan-perusahaan yang melakukan *tacit collusion* dapat menggunakan tanda-tanda bahwa harga yang dipilih atau disukai adalah harga yang ingin diterapkan. Maka dari itu produsen satu dengan yang lain tetap bisa berjalan meskipun ada sedikit perbedaan harga yang digunakan.

Produsen dari beberapa skala yang melihat tingkat harga di pasar juga memiliki harga jual yang berbeda-beda terhadap produknya. Skala UD (Usaha Dagang) sejumlah 1 produsen menjual benih padi dengan harga Rp 8.400,-/kg, sejumlah 2 produsen Rp 8.200,-/kg, sejumlah 2 produsen Rp 8.000,-/kg, dan 2 produsen lainnya Rp 7.500,-/kg. Skala CV (*Comanditaire Venootschap*) sejumlah 1 produsen menjual benih padi dengan harga Rp 10.000,-/kg, sedangkan untuk skala POKTAN (Kelompok Tani) sejumlah 1 produsen yaitu Rp 8.000,-/kg. Produsen mengetahui tingkat harga di pasar untuk menetapkan harga jual produk dan mampu beradaptasi. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu, dimana harga jual kepada konsumen merupakan salah satu pertimbangan bagi produsen untuk mendapatkan konsumen.

Metode penetapan harga lainnya yang digunakan yaitu mempertimbangkan biaya produksi serta tingkat harga pesaing dan hanya mempertimbangkan biaya produksi. Setiap produsen memiliki biaya produksi yang berbeda sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan dalam usahanya. Hal tersebut mendukung produsen untuk mengambil keputusan dalam menentukan

harga produk. Adapun rata-rata biaya produksi produsen beserta volume produksi dan penjualan adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Rata-rata Volume Produksi, Volume Penjualan, dan Biaya Produksi berdasarkan Skala Usaha

Rata-rata Volume Produksi, Volume Penjualan, dan Biaya Produksi	Skala Usaha			
	PT (n=1)	UD (n=8)	CV (n=1)	POKTAN (n=2)
Volume Produksi (kg/th)	182.000	462.975	734.500	84.675
Volume Penjualan lokal dan non lokal (kg)	178.000	461.288	729.500	84.675
Biaya Produksi (Rp)				
a. dengan petani mitra	Rp 6.129,-	Rp 6.148,-	Rp 6.111,-	Rp 6.091,-
b. tanpa petani mitra	Rp 3.830,-	Rp 4.054,-	Rp 4.112,-	Rp 3.936,-

(Sumber: Data Primer Diolah, 2017)

Metode penetapan harga dengan mempertimbangkan biaya produksi dan tingkat harga pesaing adalah sebanyak 17%. Produsen yang menggunakan metode tersebut memiliki tujuan mempertahankan pangsa pasar yaitu produsen dengan skala UD (Usaha Dagang) sejumlah 1 dan POKTAN (Kelompok Tani) sejumlah 1. Skala UD mampu memproduksi 462.975 dengan volume penjualan 461.288. Skala POKTAN mampu memproduksi 84.675 dengan volume penjualan yang sama. Produsen skala UD dan POKTAN menjual benih padinya dengan harga Rp 8.250,-/kg. Adanya tingkat harga pesaing yang diketahui oleh produsen menjadi pertimbangan memilih metode ini dalam menetapkan harga. Tingkat harga pesaing yang berlaku di pasaran yaitu Rp 7.000,-/kg hingga Rp 15.000,-/kg. Informasi tersebut dimanfaatkan oleh produsen di Kabupaten Madiun dalam menentukan harga agar produk tetap laku di pasaran.

Metode penetapan harga dengan mempertimbangkan biaya produksi yaitu sebanyak 8%, digunakan oleh produsen dengan skala PT (Perseroan Terbatas). Tujuan memilih metode ini adalah menguasai pangsa pasar. Harga jual benih padi yang ditetapkan adalah Rp 10.500,-/kg. Produsen mampu memproduksi 182.000 dengan volume penjualan sebanyak 178.000. Produsen dengan skala PT (Perseroan Terbatas) cenderung tidak mengikuti harga pasar karena memiliki manajemen perusahaan yang kuat. Biaya produksi yang diatur secara efisien oleh manajemen membuat produsen dengan skala ini berani membuat harga sendiri. Informasi harga pasar digunakan sebagai tambahan informasi agar

produsen mampu melihat kondisi umum pasar dan mampu mengembangkan usahanya dan memperbaiki kualitas benih. Produsen skala PT memiliki biaya produksi yang relatif lebih kecil dibanding produsen lainnya dengan harga jual yang cenderung berbeda sehingga kepercayaan diri dalam menetapkan harga tidak terlalu dipengaruhi oleh tingkat harga di pasar. Hal tersebut membuat produsen dengan skala PT memilih memutuskan harga sendiri.

Keberadaan produsen benih padi lain atau pesaing juga menjadi pertimbangan dalam menetapkan harga. Adapun produsen benih padi lain yang masih berada di wilayah Kabupaten Madiun dan paling banyak diketahui oleh produsen adalah UD Tani Dadi, UD Mitra Tani, CV Prima Tani, dan RKM. Keempat produsen tersebut lebih dikenal oleh produsen yang ada dikarenakan eksistensinya di bidang benih padi sudah cukup lama. Selain itu, menurut hasil wawancara, keempat produsen tersebut aktif dalam diskusi bersama ketika di dalam himpunan maupun di luar, dapat bersosialisasi dengan mudah terhadap produsen lain. Produsen benih padi lain yang berada di luar wilayah dan paling banyak diketahui oleh produsen benih padi Kabupaten Madiun adalah UD Anisa Tani (Subang), CV Trubus Gumelar (Ponorogo), dan UD Tani Mulyo (Bojonegoro). Sebanyak 9 produsen mengetahui adanya pesaing dan menjadikan pertimbangan di dalam menentukan harga sedangkan 3 produsen lainnya mengetahui adanya produsen namun tidak menjadikan hal tersebut sebagai bahan pertimbangan. Berdasarkan hal tersebut, sebagian produsen menjadikan harga jual dari pesaing sebagai pertimbangan dalam menentukan harga sehingga produk mendapatkan eksistensi di pasar.

Eksistensi produk benih padi dapat dipertahankan oleh produsen dengan cara menjaga pelanggan agar tetap menggunakan produknya. Benih padi yang diproduksi oleh produsen di Kabupaten Madiun tidak hanya digunakan oleh konsumen lokal saja namun non lokal juga. Adapun asal lokasi konsumen dari produsen benih padi di Kabupaten Madiun adalah sebagai berikut:

Tabel 6. Asal Lokasi Konsumen dari Produsen Benih Padi Kabupaten Madiun

Asal Lokasi Konsumen	Skala Usaha			
	PT	UD	CV	POKTAN
Lokal	Madiun	Madiun	Madiun dan Caruban	Madiun
Luar Kabupaten	Ngawi dan Magetan	Ngawi dan Magetan	Ngawi	
Luar Kota	Jawa Timur	Nganjuk, Jombang, Trenggalek, Kediri, Blitar, Ponorogo, Jember, Tuban, Bojonegoro, Lamongan, dan Tulungagung	Ponorogo dan Gresik	Tulungagung, Jombang, Blitar, Tuban, Bojonegoro, Lamongan, Trenggalek, Kediri, dan Tulungagung
Luar Provinsi	Jawa Tengah	Pati, Pekalongan, Brebes, Solo, Purwokerto, Yogyakarta, Kudus dan Kalimantan	Solo, Sragen, dan Cilacap	Solo, Purwokerto, Sragen, dan Yogyakarta

(Sumber: Data Primer Diolah, 2017)

Menurut hasil wawancara, produsen dapat berhubungan baik dengan pelanggan karena pelanggan tersebut memiliki loyalitas terhadap produk sehingga menjadi pelanggan tetap. Produsen melakukan komunikasi dengan pelanggan bertujuan agar produk mereka tetap menjadi pilihan dari pasar atau konsumen. Sebanyak 12 produsen menjaga hubungan dengan pelanggan mereka yang berada di dalam kota maupun di luar kota (disajikan pada Tabel 6). Konsumen yang menjadi pelanggan melakukan transaksi pembelian benih padi dari produsen Kabupaten Madiun, kemudian pelanggan tersebut menjalin relasi dengan produsen. Menurut hasil wawancara, produsen membutuhkan orientasi atau pendapat dari pelanggan mengenai bagaimana produk benih padi mereka dari segi harga maupun kualitas. Alasan produsen menjalin hubungan baik dengan konsumen atau pelanggan yaitu agar mudah mendapatkan perhatian untuk produknya, membantu produk cepat dikenal oleh masyarakat, mendapatkan kritik dan saran yang membangun, dan mengetahui keinginan

konsumen. Produsen memiliki hubungan sosial yang baik sehingga saran dan kritik dari pelanggan dapat diketahui dan menjadi bahan masukan untuk memperbaiki usahanya.

5.2.2 Organisasi Pemasaran Benih Padi di Kabupaten Madiun

Organisasi atau himpunan untuk produsen benih padi di Kabupaten Madiun adalah HPPB (Himpunan Produsen Penangkar Benih). Himpunan ini diikuti oleh semua produsen yang aktif. Menurut informasi Kepala BPSB (Balai Pengawasan dan Sertifikasi Benih) Kabupaten Madiun, HPPB Regional Madiun merupakan urutan wilayah II dari Jawa Timur. Ketua dari HPPB Regional Madiun adalah Indri Ermawati. Menurut Ketua HPPB Regional Madiun, himpunan ini merupakan wadah bagi produsen benih padi untuk berkumpul dan bertukar informasi seputar perbenihan. Selain itu, bermanfaat untuk kegiatan diskusi, mendapatkan informasi, saling memasarkan produk satu dengan yang lainnya serta menjalin hubungan sosial. Menurut hasil wawancara, semua produsen benih padi yang ada di Kabupaten Madiun adalah anggota himpunan sehingga tidak ada kegiatan pendaftaran dan pengunduran diri dalam himpunan ini.

Kegiatan untuk membantu memasarkan produk benih padi masih kurang dirasakan oleh sebagian besar anggota atau produsen. Hal ini didukung dengan bagaimana keaktifan produsen dalam himpunan dan bersosialisasi antar produsen. Menurut Ketua HPPB (Himpunan Produsen Penangkar Benih) Regional Madiun, himpunan ini dapat dijadikan wadah untuk memasarkan produk benih padi sesama anggota. Produsen tidak sepenuhnya merasakan manfaat bantuan kegiatan pemasaran apabila hanya ketua yang berperan sehingga tidak terealisasi dengan baik. Produsen yang menjadi anggota juga masih kurang berkontribusi untuk mencapai manfaat pemasaran dan berjalan sesuai harapan. Salah satu alasan yang membuat produsen enggan mengikuti kegiatan adalah kesibukan masing-masing terutama pada usaha yang sedang dijalankan saat ini.

Setiap anggota atau produsen benih padi memiliki perbedaan keaktifan di dalam kegiatan yang diadakan HPPB (Himpunan Produsen Benih Padi). Masing-masing produsen memiliki alasan yang berbeda ketika memutuskan

menjadi pasif atau aktif dalam himpunan. Adapun hasil yang dapat menggambarkan keaktifan produsen benih padi di Kabupaten Madiun dalam organisasi pemasaran yang ada adalah sebagai berikut:

Tabel 7. Keaktifan Produsen Benih Padi di Kabupaten Madiun dalam HPPB beserta alasannya

No.	Uraian	n	%	Alasan
1.	Tidak berpartisipasi	5	42%	a. Produsen merasa masih kurang mendapatkan informasi. b. Kegiatan diskusi memakan waktu yang lama sehingga enggan mengikuti. c. Produsen memiliki kegiatan lain diluar seperti mengurus usaha yang sedang dijalankan saat ini. d. Produsen hanya mengikuti kegiatan iuran rutin yang diberlakukan HPPB.
2.	Berpartisipasi	7	58%	a. Produsen merasa kegiatan diskusi merupakan suatu hal yang penting untuk dilakukan. b. Produsen mendapatkan pengalaman dan informasi. c. Produsen dapat menjalin hubungan sosial yang baik dan saling mengenal sesama produsen. d. Produsen mengikuti kegiatan diskusi dan iuran rutin yang diberlakukan HPPB.
Total		12	100%	

(Sumber: Data Primer Dioleh, 2017)

Berdasarkan hasil tersebut, sebanyak 42% produsen benih padi di Kabupaten Madiun yaitu tidak berpartisipasi di dalam kegiatan himpunan. Pertimbangan yang mendominasi produsen menjadi pasif dalam kegiatan yaitu kesibukan masing-masing yang tidak bisa ditinggalkan. Produsen juga menjadi pasif untuk bersosialisasi sehingga mengalami kesulitan dalam mengenal lebih dekat dengan semua produsen di Kabupaten Madiun. Selain itu, sesama anggota enggan memberikan ide atau usulan berkumpul terlebih dahulu, apabila tidak dimulai oleh ketua himpunan. Kesibukan yang membuat produsen atau anggota menjadi pasif dalam kegiatan himpunan adalah kesibukan dalam usaha bisnis padinya. Kepentingan usaha yang dijalankan dianggap sangat penting sehingga sulit untuk menyisihkan waktu untuk mengikuti kegiatan yang ada. Pendapat tersebut berasal dari produsen dengan skala usaha UD (Usaha Dagang) sejumlah

4 dan POKTAN (Kelompok Tani) sejumlah 1. Menurut hasil wawancara, produsen yang pasif maupun aktif dalam himpunan merasa keberatan apabila diadakan iuran label HPPB (Himpunan Produsen Penangkar Benih). Iuran tersebut diadakan secara rutin dengan nominal iuran Rp 25,-/produk. Produsen merasa tidak harus melakukan iuran hanya karena menjadi anggota dan merasa memiliki hak untuk memilih.

Produsen yang berpartisipasi dalam himpunan yaitu sebanyak 58%. Pertimbangan yang mendominasi produsen untuk aktif dalam kegiatan himpunan yaitu menganggap penting adanya perkumpulan diskusi. Mereka secara langsung dapat bertegur sapa, menjalin silaturahmi hingga bertukar informasi. Pendapat tersebut berasal dari produsen dengan skala usaha PT (Perseroan Terbatas) sejumlah 1, UD (Usaha Dagang) sejumlah 4, CV (*Comanditaire Venootschap*) sejumlah 1, dan POKTAN (Kelompok Tani) sejumlah 1. Menurut hasil wawancara, produsen tidak keberatan untuk menyisihkan waktu untuk berkumpul dan berdiskusi. Tiap produsen mendapatkan manfaat pribadi dengan mampu berhubungan baik sehingga mendapat informasi yang dibutuhkan. Di samping itu, bantuan untuk saling memasarkan produk benih padi belum berjalan dengan tepat dan sesuai namun tidak membuat anggota enggan menjalin kontak sosial sesama produsen benih padi.

Masing-masing produsen memiliki tujuan untuk tidak berpartisipasi dan berpartisipasi. Status keanggotaan sebagai produsen benih membuat beberapa produsen terbagi dalam dua kelompok yaitu pasif dan aktif. Berdasarkan hasil wawancara, 9 produsen menyatakan setuju dengan tujuan mereka dan adanya organisasi seperti HPPB (Himpunan Produsen Penangkar Benih). Organisasi sebagai wadah berkumpul, mengenal satu sama lain, dan saling memasarkan produk antar anggota. Pendapat tersebut berasal dari produsen dengan skala usaha PT (Perseroan Terbatas), CV (*Comanditaire Venootschap*), UD (Usaha Dagang), dan POKTAN (Kelompok Tani). Sebanyak 3 produsen lainnya merasa cukup setuju dengan beberapa alasan. Alasan tersebut seperti membutuhkan informasi terbaru seputar harga benih padi saat ini, tidak memiliki waktu senggang untuk berkumpul namun masih bisa mengenal melalui himpunan,

saling memasarkan produk namun masih merasa kurang nyaman. Pendapat tersebut dinyatakan oleh produsen yang mementingkan kepentingan pribadi tetapi ingin mendapatkan manfaat dari statusnya sebagai anggota. Pendapat ini berasal dari produsen dengan skala usaha UD (Usaha Dagang).

Menurut hasil wawancara, manfaat yang dapat diperoleh dalam mengikuti himpunan ini adalah dapat membantu tiap anggota dalam memasarkan produk benih padi mereka, namun nyatanya hingga saat ini masih belum berjalan lancar. Manfaat lain yang diperoleh selain bantuan untuk saling memasarkan produk yaitu seperti mendapatkan informasi, mendapatkan bantuan dalam bentuk lain, menciptakan kerjasama dan menjalin hubungan sosial. Apabila bantuan pemasaran dapat berjalan sebagaimana mestinya, produsen beranggapan bahwa itu akan lebih baik manfaatnya untuk ke depan.

5.2.3 Promosi Penjualan yang Dilakukan Oleh Produsen Benih Padi di Kabupaten Madiun

Produsen benih padi di Kabupaten Madiun melakukan kegiatan promosi terhadap produknya. Masing-masing produsen memiliki pertimbangan pada keputusannya untuk melakukan promosi penjualan dengan bentuk yang telah diterapkan, meskipun kegiatan promosi yang dilakukan tidak besar-besaran seperti perusahaan non pertanian. Kegiatan promosi cenderung paling banyak dilakukan dengan sistem *mouth by mouth* kemudian stiker dan melalui sales (disajikan pada Tabel 6). Berikut ini merupakan promosi penjualan yang dilakukan oleh produsen benih padi di Kabupaten Madiun:

Tabel 8. Bentuk Promosi Penjualan yang Dilakukan Produsen Benih Padi di Kabupaten Madiun

No.	Bentuk promosi	n	%
1.	<i>Mouth by mouth</i>	10	83%
2.	Stiker	1	8%
3.	Sales	1	8%
Total		12	100%

(Sumber: Data Primer Diolah, 2017)

Menurut hasil tersebut, pertimbangan produsen melakukan promosi produk dengan sistem *mouth by mouth* karena lebih mudah dilakukan, fleksibel

dan tidak mengeluarkan biaya. Produsen yang menggunakan stiker sebagai media promosi enggan menyebutkan berapa biaya yang dikeluarkan tersebut. Produsen yang melakukan kegiatan promosi dengan cara ini meyakini dapat menarik konsumen apabila lebih kreatif lagi. Penggunaan sistem *mouth by mouth* digunakan oleh produsen dengan skala usaha UD (Usaha Dagang) sejumlah 7, CV (*Comanditaire Venootschap*) sejumlah 1, dan POKTAN (Kelompok Tani) sejumlah 2. Bentuk promosi melalui stiker dilakukan oleh 1 produsen dengan skala usaha UD (Usaha Dagang) dan melalui sales dilakukan oleh 1 produsen dengan skala usaha PT (Perseroan Terbatas). Kegiatan promosi produk melalui sales dapat dilakukan seminggu dua kali dengan mempekerjakan pegawai khusus dalam bidang sales. Bentuk promosi yang digunakan oleh produsen merupakan kegiatan yang minim biaya atau bahkan tidak mengeluarkan biaya. Adapun produsen yang mengeluarkan biaya untuk kegiatan promosi enggan menyebutkan jumlah ketika wawancara dilakukan.

Pertimbangan produsen tidak melakukan kegiatan promosi selain tiga bentuk tersebut yaitu membutuhkan waktu dan perhatian yang lebih, persiapan yang panjang, dan biaya yang tidak sedikit. Alasan tersebut membuat produsen mencari alternatif lain dalam melakukan promosi yaitu dengan sistem *mouth by mouth*. Di samping itu, salah satu produsen dengan skala PT (Perseroan Terbatas) sedang mencoba melakukan inovasi promosi melalui kemasan produk yang digunakan. Misalnya membuat nama kemasan dengan nama yang unik sehingga mampu menarik konsumen serta mudah diingat. Tujuan dari penggunaan promosi penjualan sangat beragam. Secara umum, promosi penjualan harus dapat menciptakan hubungan konsumen, tidak hanya dalam jangka pendek saja (Kotler dan Armstrong, 2004).

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh tiap produsen memiliki manfaat yang berbeda. Manfaat yang dirasakan berbeda dikarenakan tiap produsen menggunakan bentuk dan cara mempromosikan yang berbeda. Melalui kegiatan promosi maka setiap produsen dapat mengetahui sejauh mana produk benih padi mereka mampu bertahan dan eksis di pasar. Sebanyak 2 produsen benih padi di Kabupaten Madiun yang menerapkan promosi penjualan merasa sangat puas dengan manfaat yang dirasakan. Kedua produsen tersebut berasal dari skala PT

(Perseroan Terbatas) dan UD (Usaha Dagang). Menurut hasil wawancara, produsen paling sering menggunakan sistem *mouth by mouth* karena merasa sangat efektif dalam mempromosikan produknya, tidak hanya di dalam wilayah namun luar wilayah juga. Sebanyak 10 produsen yang terdiri dari 7 UD (Usaha Dagang), 1 CV (*Comanditaire Venootschap*), dan 2 POKTAN (Kelompok Tani) merasa puas karena dapat melakukan promosi yang sederhana. Meskipun cara dan bentuk promosi yang dilakukan oleh produsen cenderung sederhana, namun secara pribadi memiliki manfaat yang banyak terutama pada produk. Saat ini sistem *mouth by mouth* yang paling menonjol dan terus digunakan dalam kegiatan promosi benih padi di Kabupaten Madiun.

Produsen beranggapan bahwa dengan melakukan promosi dapat sangat mempengaruhi eksistensi produk di pasar. Pendapat tersebut berasal dari 1 produsen dengan skala PT (Perseroan Terbatas). Sebanyak 11 produsen lainnya beranggapan dengan melakukan promosi cukup membuat produk lebih cepat dikenal karena tidak semua masyarakat konsumen percaya dengan promosi. Promosi penjualan terdiri dari insentif-insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan produk atau jasa (Kotler dan Armstrong, 2004). Pendapat produsen tidak selalu sama karena tingkat manfaat yang dirasakan pun juga berbeda. Meskipun melakukan bentuk promosi penjualan yang hampir sama, namun manfaat yang diperoleh dan yang dirasakan tiap produsen berbeda.

5.2.4 Perjanjian Kerjasama yang Dilakukan Oleh Produsen Benih Padi di Kabupaten Madiun

Produsen benih padi di Kabupaten Madiun melakukan hubungan atau perjanjian kerjasama secara informal atau tidak tertulis. Keterlibatan produsen benih padi menjalin kerjasama yaitu dengan pihak lain yang bergelut di bidang yang sama. Pihak lain yang dominan menggeluti bidang yang sama membuat kerjasama mudah dilakukan karena perjanjian didalamnya tidak secara formal. Kesepakatan yang dibangun antara produsen dan pihak yang bersangkutan menjadi tolak ukur keberlanjutan kerjasama yang dilakukan. Kesepakatan dapat dicapai dengan tujuan atau visi misi yang sama dalam melakukan hubungan kerjasama.

Berdasarkan hasil wawancara, hubungan kerjasama akan terus berlanjut apabila tidak ada pihak yang melakukan pelanggaran atas kesepakatan yang disetujui meskipun tidak tertulis. Perjanjian kerjasama sering digunakan untuk membangun hubungan antara perusahaan yang bersama-sama mengejar tujuan yang sama (Keegan, 1996). Adapun bentuk kerjasama yang dilakukan oleh produsen benih padi di Kabupaten Madiun beserta pihak yang berkontribusi adalah sebagai berikut:

Tabel 9. Bentuk Kerjasama yang Dilakukan dan Pihak yang Berkontribusi

No.	Bentuk Perjanjian Kerjasama									Total (%)
	Pihak yang berkontribusi	Terkait pemenuhan input		Terkait pemenuhan input dan pemasaran		Terkait pemasaran		Terkait pemenuhan input, pemasaran, dan lainnya		
		n	%	n	%	n	%	n	%	
1.	Supplier input	2	17%	-	-	-	-	-	-	17%
2.	Petani	3	25%	-	-	-	-	-	-	25%
3.	Supplier input, distributor/to ko/pedagang besar/agen, dan petani	1	8%							8%
4.	Supplier input, distributor/to ko/pedagang besar/agen, petani, dan lainnya	-	-	-	-	-	-	2	17%	17%
5.	Supplier input dan petani	1	8%	1	8%	-	-	-	-	17%
6.	Distributor/to ko/pedagang besar/agen, dan petani	-	-	-	-	2	17%	-	-	17%
Total=12										100%

(Sumber: Data Primer Diolah, 2017)

Terdapat empat bentuk kerjasama yang dilakukan oleh produsen benih padi di Kabupaten Madiun (disajikan pada Tabel 7). Hal ini dikarenakan

kebutuhan dan kepentingan dari produsen satu dengan yang lainnya berbeda. Berdasarkan hasil tersebut, sebanyak 25% produsen melakukan kerjasama terkait pemenuhan input dengan petani. Menurut hasil wawancara, produsen cenderung melakukan kerjasama terkait pemenuhan input untuk mempertahankan usahanya agar tetap berjalan. Produsen membutuhkan petani sebagai pemasok input dalam bisnis yang sedang dijalankan. Kerjasama dalam hal pemenuhan input cenderung paling banyak dilakukan. Produsen yang melakukan ini adalah 3 produsen dengan skala usaha UD (Usaha Dagang).

Produsen sebanyak 17% melakukan hubungan kerjasama terkait pemenuhan input dengan supplier input (bukan petani). Produsen yang melakukan adalah 1 produsen dengan skala usaha UD (Usaha Dagang) dan 1 produsen dengan skala POKTAN (Kelompok Tani). Sebanyak 17% produsen melakukan kerjasama terkait pemenuhan input, pemasaran, dan lainnya dengan supplier input, distributor/toko/pedagang besar/agen, petani, dan lainnya. Pihak lain yang dimaksud dalam keterangan 'lainnya' adalah bank. Bank sebagai pendukung modal dalam bisnis yang sedang dijalankan oleh produsen. Perjanjian kerjasama yang dilakukan dengan bank merupakan perjanjian tertulis dan formal. Perjanjian tersebut dilakukan dengan bank dengan syarat dan ketentuan yang telah disepakati. Produsen yang melakukan adalah 1 produsen dengan skala UD (Usaha Dagang) dan 1 produsen skala POKTAN (Kelompok Tani). Produsen sebanyak 17% melakukan kerjasama terkait pemenuhan input saja dan terkait pemenuhan input serta pemasaran dengan supplier dan petani. Produsen yang melakukan yaitu 1 produsen dengan skala CV (*Comanditaire Venootschap*) dan 1 produsen skala UD (Usaha Dagang). Sebanyak 17% produsen melakukan hubungan kerjasama terkait pemasaran dengan distributor/toko/pedagang/agen dan petani. Produsen yang melakukan adalah 1 produsen dengan skala PT (Perseroan Terbatas) dan 1 produsen skala UD (Usaha Dagang). Produsen membutuhkan distributor/toko/pedagang/agen sebagai pihak yang membantu menyalurkan sekaligus memasarkan produk

Bentuk perjanjian kerjasama terkait pemenuhan input yang dilakukan oleh produsen dengan supplier input, distributor/toko/pedagang besar/agen, dan petani adalah 8%. Produsen yang melakukan adalah 1 produsen dengan skala

usaha CV (*Comanditaire Venootschap*). Pemenuhan input dengan pihak ini menjadi yang paling kecil yang dilakukan oleh produsen, karena hanya berorientasi pada pemenuhan input saja sehingga manfaat yang lain tidak menjadi prioritas.

Produsen memiliki pertimbangan di dalam melakukan kerjasama. Pertimbangan produsen ketika akan melakukan kerjasama yaitu tergantung seberapa penting pihak tersebut mampu berkontribusi di dalam bisnisnya dan mampu berkomitmen. Menurut hasil wawancara, petani merupakan pihak yang berkontribusi dengan produsen paling banyak karena petani memiliki peran yang penting. Produsen membutuhkan petani sebagai mitra lahan agar dapat terus memproduksi benih padi dengan baik. Hal ini yang membuat produsen cenderung bekerjasama paling sering dengan petani karena dianggap penting dalam keberlangsungan usahanya.

Adanya kerjasama yang dilakukan oleh produsen dengan beberapa pihak tersebut membuat produsen merasa terbantu dalam menjalankan bisnisnya. Sebanyak 11 produsen berpendapat setuju melakukan perjanjian kerjasama secara informal atau tidak tertulis, asalkan pihak yang bersangkutan dapat dipercaya dan berkomitmen. Sebanyak 1 produsen berpendapat sangat setuju ketika melakukan kerjasama dengan pihak lain apabila adil dan mendapatkan apa yang dibutuhkan. Tidak menutup kemungkinan untuk melakukan perjanjian kerjasama secara formal (tertulis) apabila pihak tersebut adalah sebuah badan resmi, seperti bank. Akan tetapi, hampir seluruh produsen benih padi di Kabupaten Madiun melakukan kerjasama tanpa benar-benar memperhatikan perjanjian tertulis.