

**NASKAH PUBLIKASI ARTIKEL**

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

*MARKET STRUCTURE ANALYSIS OF RICE SEED IN GRESIK DISTRICT*

Oleh:

**EMY ZAHROTUL AWALIYYAH**



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA**

**FAKULTAS PERTANIAN**

**MALANG**

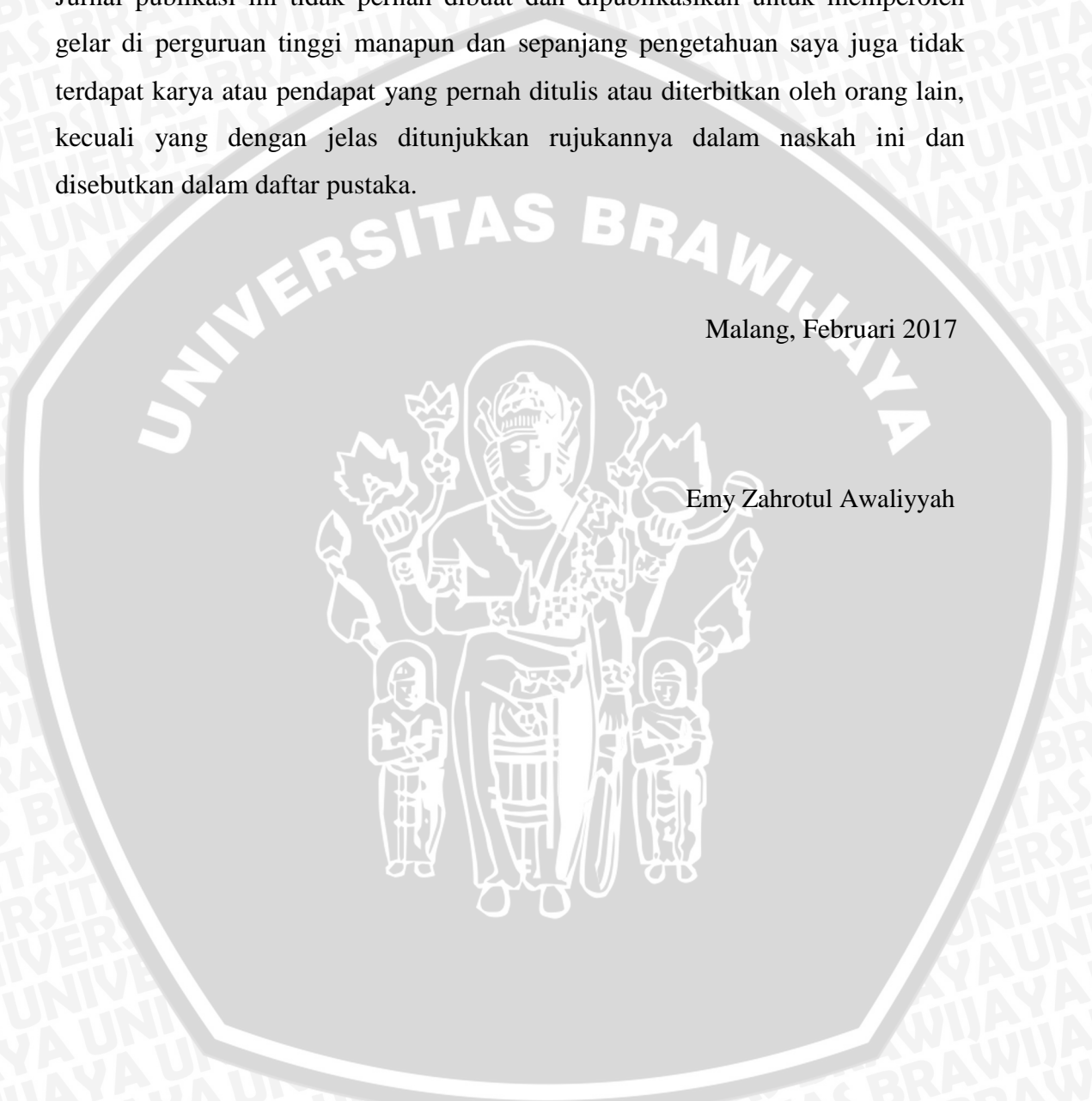
**2017**

## PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa segala pernyataan dalam artikel publikasi ini merupakan hasil penelitian saya sendiri, dengan bimbingan komisi pembimbing. Jurnal publikasi ini tidak pernah dibuat dan dipublikasikan untuk memperoleh gelar di perguruan tinggi manapun dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang dengan jelas ditunjukkan rujukannya dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Malang, Februari 2017

Emy Zahrotul Awaliyyah



**LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI NASKAH ARTIKEL**

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

*MARKET STRUCTURE ANALYSIS OF RICE SEED IN GRESIK DISTRICT*

Nama : Emy Zahrotul Awaliyyah  
NIM : 125040101111224  
Program Studi : Agribisnis  
Jurusan : Sosial Ekonomi Pertanian

Menyetujui,  
Dosen Pembimbing

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

Mengetahui,  
a.n Dekan  
Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian

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

Tanggal Persetujuan:



## ANALISIS STRUKTUR PASAR BENIH PADI DI KABUPATEN GRESIK

### MARKET STRUCTURE ANALYSIS OF RICE SEED IN GRESIK DISTRICT

Emy Zahrotul Awaliyyah<sup>1</sup>, Dr. Ir. Rini Dwiastuti, MS.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>) Mahasiswa, <sup>2</sup>) Dosen Pembimbing

Program Studi Agribisnis

Fakultas Pertanian

Universitas Brawijaya, Malang 65145, Indonesia

Email: emy.zahrotul24@gmail.com

#### ABSTRACT

This study aims to: 1) analyze the market concentration rice seed in Gresik, 2) analyze the product differentiation rice seed in Gresik, 3) analyze the barriers and out of markets rice seed in Gresik, and 4) analyze the market knowledge rice seed in the District Gresik. The results of analysis of this study stated that by calculating the five-tool analysis has been done on the concentration of the market showed that the rice seed market in Gresik is an oligopoly market. Judging from the concept of product differentiation, the market structure is formed oligopoly market structure competition, due differentiation obtained by varieties, packaging and seed class. Based on analysis of the obstacles out of the market showed that the structure of the rice seed market in Gresik is an oligopoly. It is based on the capital barriers to certification or technical capital is a barrier to enter the rice seed market in Gresik. Based on the results of research on market information, it was found that the structure of the rice seed market in Gresik is an oligopoly market. Based on the research results, forms a business unit of PT and UD has a perfect knowledge of the market more than other forms of business units, so that the information is spread unevenly. This is because PT and UD partnership with farmers, so that the information obtained broad. It can be concluded that the structure of the rice seed market in Gresik is an oligopoly market.

Keywords: paddy, market structure, market concentration, product differentiation, entry barriers to exit, market information.

#### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) menganalisis konsentrasi pasar benih padi di Kabupaten Gresik, 2) menganalisis diferensiasi produk benih padi di Kabupaten Gresik, 3) menganalisis hambatan keluar masuk pasar benih padi di Kabupaten Gresik, dan 4) menganalisis pengetahuan pasar benih padi di Kabupaten Gresik. Hasil analisis dari penelitian ini menyatakan bahwa melalui perhitungan lima alat analisis yang telah dilakukan mengenai konsentrasi pasar didapatkan hasil bahwa pasar benih padi di Kabupaten Gresik adalah pasar oligopoli. Dilihat dari konsep diferensiasi produk, struktur pasar yang terbentuk adalah struktur pasar oligopoli, karena didapatkan diferensiasi berdasarkan varietas, kemasan dan kelas benih. Berdasarkan hasil analisis hambatan keluar masuk pasar didapatkan hasil bahwa

struktur pasar benih padi yang ada di Kabupaten Gresik adalah pasar oligopoli. Hal ini didasarkan pada hambatan mengenai modal untuk sertifikasi atau modal teknis merupakan hambatan untuk memasuki pasar benih padi di Kabupaten Gresik. Berdasarkan hasil penelitian mengenai informasi pasar, didapatkan bahwa struktur pasar benih padi di Kabupaten Gresik adalah pasar oligopoli. Berdasarkan hasil penelitian, bentuk unit usaha PT dan UD memiliki pengetahuan pasar yang lebih sempurna daripada bentuk unit usaha lain, sehingga informasi yang tersebar tidak merata. Hal ini dikarenakan PT dan UD melakukan kemitraan dengan petani, sehingga informasi yang diperoleh luas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa struktur pasar benih padi di Kabupaten Gresik adalah pasar oligopoli.

Kata Kunci: benih padi, struktur pasar, konsentrasi pasar, diferensiasi produk, hambatan keluar masuk, informasi pasar.

## PENDAHULUAN

Target yang akan dilakukan Kementerian Pertanian untuk mewujudkan ketahanan pangan adalah swasembada pangan. Pencapaian swasembada pangan ditujukan untuk komoditas padi, jagung, kedelai, gula, dan daging sapi. Swasembada padi menjadi sasaran utama dari swasembada pangan nasional karena beras merupakan bahan makanan pokok masyarakat Indonesia (Kementerian Pertanian, 2015). Angka konsumsi beras penduduk Indonesia pada tahun 2015 mencapai 124,89 kg per kapita per tahun (BPS, 2015).

Upaya yang dilakukan agar tercapai swasembada padi adalah dengan melakukan peningkatan produksi padi. Perkembangan produksi padi di tingkat nasional pada kurun waktu 2011 hingga 2015 cenderung mengalami peningkatan. Pada tahun 2015, produksi padi mengalami peningkatan sebesar 9,60 juta ton atau 2,54 persen (BPS, 2016). Produksi padi di Jawa Timur memberikan kontribusi sebesar 17,50 persen terhadap produksi padi nasional (Bappeda Jatim, 2015).

Kabupaten Gresik merupakan salah satu daerah penghasil padi di Jawa Timur. Pada tahun 2011, produksi padi di Kabupaten Gresik sebesar 304 ribu ton dan meningkat menjadi 402 ribu ton atau 4,8 persen pada tahun 2015 (BPS Kabupaten Gresik, 2016). Menurut Dwinova (2015), upaya peningkatan produksi padi tersebut melalui upaya ekstensifikasi dan intensifikasi. Salah satu upaya intensifikasi yaitu dengan penggunaan benih unggul. Benih merupakan input awal dari budidaya tanaman dan menjadi salah satu unsur yang memberikan kontribusi yang penting dalam peningkatan produktivitas tanaman (Manzanilla *et al.*, 2013). Tamrin *et al.*, (2011) mengatakan bahwa ketersediaan benih unggul di tingkat petani merupakan syarat untuk mendukung peningkatan produksi dan kualitas hasil komoditas pertanian.

Menurut Permentan RI No. 131 tahun 2014, penggunaan benih unggul tidak lepas dari ketepatan pengadaan dan penyaluran atau distribusi benih sampai ke tangan petani yang sesuai dengan prinsip enam tepat (6T), yaitu tepat waktu, tepat tempat, tepat jumlah, tepat harga, tepat jenis, dan tepat mutu guna mendukung peningkatan produksi pangan strategis nasional. Darwis *et al.* (2013) menyatakan



bahwa kriteria enam tepat (6T) merupakan indikator efisiensi sistem pengadaan benih. Sistem penyediaan benih tidak luput dari arti penting para produsen maupun penangkar benih. Berkembangnya bisnis penangkaran benih sangat bergantung pada keseimbangan pasar benih.

Kebutuhan benih padi di Kabupaten Gresik mengalami peningkatan. Hal ini dikarenakan luas tanam padi di Kabupaten Gresik cenderung meningkat. Pada tahun 2014, luas tanam padi sebesar 62.053 ha dan meningkat menjadi 67.197 ha pada tahun 2015 (BPS Kabupaten Gresik, 2016). Kebutuhan benih padi yang digunakan oleh petani disediakan oleh lembaga pemasaran dan produsen ataupun penangkar benih padi.

Menurut data Balai Pengawasan dan Sertifikasi Benih (BPSB) Provinsi Jawa Timur tahun 2015, Kabupaten Gresik memiliki 19 penangkar benih padi. Berdasarkan data tersebut, terdapat 4 perusahaan besar yang menguasai pangsa pasar benih padi di Kabupaten Gresik, di antaranya PT Biogene Plantation, PT Petrosida Gresik, PT Petrokimia Gresik, dan UD Sumber Rejeki. Hal ini dilihat dari jumlah produksi yang dihasilkan yaitu antara 250 sampai 1.000 ton per tahunnya.

Berdasarkan survei pendahuluan yang dilakukan, persaingan di dalam pasar tidak hanya berlaku di tingkat produsen. Lembaga pemasaran menjual benih padi tidak hanya menjual benih dari produsen Gresik, akan tetapi mendatangkan benih padi dari luar Kabupaten Gresik. Artinya, produsen benih padi juga akan bersaing dengan produk dari luar kabupaten melalui lembaga pemasaran. Produk benih padi yang didatangkan oleh lembaga pemasaran berasal dari Banyuwangi, Jember, Boyolali, dan Lumajang.

Bain (1951) mengatakan bahwa struktur pasar merupakan karakteristik organisasi pasar yang memengaruhi sifat kompetisi atau persaingan di dalam pasar. Menurut Jaya (2008), analisis struktur pasar bertujuan untuk memberikan informasi mengenai persaingan antar perusahaan yang ada di pasar maupun posisi perusahaan yang ada di pasar. Struktur pasar juga dapat mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan suatu produk, sehingga suatu perusahaan dapat mengembangkan produknya. Struktur pasar digunakan untuk mengetahui pangsa pasar yang diperoleh tiap produsen benih padi di Kabupaten Gresik. Pangsa pasar yang diperoleh akan menentukan struktur pasar yang terbentuk mengarah pada pasar persaingan sempurna atau pasar persaingan tidak sempurna.

Beberapa penelitian terdahulu yang menggunakan pendekatan struktur pasar adalah penelitian yang dilakukan oleh Musaga (2006), Herawati (2015) dan Bagaskara (2016). Penelitian tersebut menggunakan obyek yang sama dengan penelitian ini yaitu benih padi. Penelitian yang dilakukan oleh Musaga (2006), Herawati (2015) dan Bagaskara (2016) dilakukan pada daerah sentra produksi padi, sedangkan penelitian ini akan dilakukan pada daerah industri. Berdasarkan data dari BPSB tahun 2015, terdapat perbedaan skala usaha antar produsen benih padi, hal ini akan memengaruhi tingkat konsentrasi pasar. Oleh karena itu, penelitian ini menarik untuk dilakukan. Konsep yang akan digunakan untuk menganalisis struktur pasar benih pada penelitian ini di antaranya konsentrasi

pasar, diferensiasi produk, hambatan keluar masuk pasar, dan tingkat pengetahuan pasar.

## METODE PENELITIAN

### 1. Metode Penentuan Lokasi

Penelitian dilakukan di Kabupaten Gresik pada bulan Agustus hingga bulan September 2016. Pemilihan lokasi dilakukan secara *purposive* dengan beberapa pertimbangan, di antaranya terdapat 19 unit produsen benih padi di Kabupaten Gresik dengan keragaman bentuk usaha dan jumlah produksi yang dihasilkan. Pada tahun 2015 Kabupaten Gresik berperan dalam *supply* benih padi di Provinsi Jawa Timur sebesar 4,6 persen. Adanya persaingan penjualan produk antara produsen benih padi di dalam dan di luar Kabupaten Gresik, seperti Banyuwangi, Jember, Boyolali, dan Lumajang.

### 2. Metode Penentuan Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah produsen benih padi dan lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran benih padi, yakni toko penjual benih padi. Berdasarkan data dari BPSB Provinsi Jawa Timur, jumlah responden produsen benih padi di Kabupaten Gresik pada tahun 2015 sebanyak 19 produsen. Namun, berdasarkan survei di lapang hanya terdapat 11 produsen yang masih aktif dan terdapat 1 produsen baru. Penentuan responden produsen benih padi dilakukan secara sensus, artinya semua responden dijadikan sampel karena jumlah responden tidak banyak, dan hal ini bertujuan untuk mendapatkan data yang lebih akurat.

Penentuan responden lembaga pemasaran menggunakan metode *snowball sampling*. Metode ini dilakukan dengan *interview* kepada *key informant* untuk menyebutkan responden yang diteliti karena mereka saling mengenal. Penerapan *snowball sampling* diawali dari produsen benih padi sebagai *key informant* karena produsen benih padi mempunyai informasi yang akurat tentang saluran pemasaran. Penggunaan metode ini dikarenakan tidak tersedianya data mengenai jumlah lembaga pemasaran benih padi di Kabupaten Gresik. Berdasarkan survei di lapang, jumlah sampel lembaga pemasaran yang diketahui sebanyak 21 responden.

### 3. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data untuk menjawab tujuan dalam pelaksanaan penelitian mengenai struktur pasar benih padi di Kabupaten Gresik adalah sebagai berikut:

#### a. Wawancara

Wawancara dilakukan untuk mencari data primer melalui tanya jawab dengan produsen benih padi dan lembaga pemasaran. Cara pengambilan data dilakukan dengan memberikan daftar pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner



dan peneliti juga bebas untuk bertanya diluar pertanyaan dalam kuesioner selama pertanyaan itu mendukung penelitian.

b. Pengumpulan data sekunder

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari publikasi beberapa media elektronik, media cetak, serta data dari Badan Pusat Statistik (BPS) maupun Balai Pengawasan dan Sertifikasi Benih (BPSB). Data yang diperoleh dari BPS adalah data produksi padi nasional tahun 2011-2015, data produksi dan luas tanam padi di Kabupaten Gresik tahun 2011-2015. Data yang diperoleh dari BPSB adalah jumlah produsen benih padi yang ada di Kabupaten Gresik pada tahun 2015.

#### 4. Metode Analisis Data

Metode yang digunakan untuk menganalisis struktur pasar benih padi adalah analisis data kuantitatif dan analisis data statistik deskriptif.

a. Konsentrasi Pasar

Konsentrasi pasar dianalisis dengan menggunakan analisis data kuantitatif. Analisis derajat konsentrasi pasar digunakan untuk melihat derajat penguasaan pasar oleh produsen benih padi yang berada di dalam pasar. Alat analisis yang digunakan untuk mengukur konsentrasi pasar antara lain pangsa pasar,  $CR_4$ , IHH, IR, dan koefisien gini.

1) Pangsa Pasar (*Market Share*)

Pangsa pasar digunakan untuk mengukur posisi perusahaan dalam persaingan industri. Pada penelitian ini produsen benih padi yang dimaksudkan tidak hanya produsen lokal saja, akan tetapi mencakup produsen benih padi dari luar kabupaten. Perhitungan pangsa pasar dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Alat Analisis *Market Share*

Produsen Benih Padi	Volume Penjualan Benih Padi Pada Suatu Pasar	Konsentrasi Ratio (Kr)	<i>Market Share</i> (%)
1	A	a/x	(a/x)x100
2	B	b/x	(b/x)x100
3	C	c/x	(c/x)x100
4	D	d/x	(d/x)x100
...	...	...	...
n	M	m/x	(m/x)x100
<b>Total</b>	<b>a+b+c+d+...+m=x</b>	<b>1</b>	<b>100</b>

Sumber: Pappas dan Hirschey, 2013

Keterangan:

1, 2, 3 , ..., n = Produsen benih padi lokal dan produsen luar kabupaten

a, b, c, ....., m = Volume penjualan tiap produsen benih padi lokal dan produsen luar kabupaten

x = Ketersediaan benih dari seluruh produsen benih padi

Kriteria pangsa pasar adalah:



- a) Pasar monopoli murni, apabila suatu perusahaan memiliki 100 persen dari pangsa pasar.
- b) Perusahaan dominan, apabila suatu perusahaan memiliki 80-100 persen dari pangsa pasar dan tidak ada pesaing yang kuat.
- c) Pasar oligopoli ketat, apabila penggabungan dari 4 perusahaan terbesar memiliki 60-80 persen dari pangsa pasar.
- d) Pasar oligopoli longgar, apabila penggabungan dari 4 perusahaan terbesar memiliki 40 persen atau kurang dari 60 persen dari pangsa pasar.
- e) Pasar monopolistik, apabila dalam suatu industri terdapat banyak pesaing yang efektif dan tidak satupun yang memiliki lebih dari 10 persen dari pangsa pasar.
- f) Pasar persaingan murni, apabila dalam suatu industri terdapat lebih dari 50 pesaing, akan tetapi tidak ada satupun yang memiliki pangsa pasar berarti.

## 2) $CR_4$ (*Four-Firm Concentration Ratio*)

Alat analisis  $CR_4$  dihitung dengan menjumlahkan 4 pangsa pasar terbesar pada suatu pasar. Pada penelitian ini,  $CR_4$  digunakan untuk mengetahui derajat konsentrasi dari 4 penangkar benih padi terbesar yang ada di Kabupaten Gresik dengan melihat volume penjualan benih padi paling banyak. Di bawah ini rumus perhitungan  $CR_4$ :

$$CR_4 = \frac{S_1 + S_2 + \dots + S_4}{S_{total}} \times 100\% \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan:

$CR_4$  = Jumlah konsentrasi dari 4 (empat) perusahaan yang mempunyai *market share* terbesar

S = Pangsa pasar dari penangkar benih padi ke-i, (i = 1, 2, 3, 4)

Menurut Arsyad dan Kusuma (2014), kriteria dari perhitungan  $CR_4$  disajikan pada tabel 2.

Tabel 2. Klasifikasi  $CR_4$

Nilai $CR_4$	Kategori	Keterangan
$CR_4 = 0$	Minimum	Persaingan sempurna
$0 < CR_4 < 40$	Rendah	Persaingan monopolistik
$40 \leq CR_4 < 60$	Menengah ke bawah	Oligopoli longgar
$60 \leq CR_4 < 90$	Menengah ke atas	Oligopoli ketat
$CR_4 \geq 90$	Tinggi	Monopoli efektif
$CR_4 = 1$	Maksimum	Monopoli

Sumber: Arsyad dan Kusuma, 2014

## 3) IHH (Indeks Hirschman Herfindahl)

Alat analisis IHH dilakukan dengan penjumlahan hasil kuadrat *market share* dari setiap perusahaan yang ada dalam industri. Rumus dari Indeks Herfindahl Hirschman adalah sebagai berikut:

$$IHH = (K_{r1})^2 + (K_{r2})^2 + \dots + (K_{ri})^2 \dots\dots\dots (2)$$

Keterangan:

IHH = Indeks Hirschman Herfindahl

$i$  = Jumlah pedagang yang ada pada suatu wilayah pasar produk

$Kr_i$  = Pangsa pasar dari tiap penangkar ke- $i$  ( $i = 1, 2, 3, \dots, n$ )

Kriteria dari perhitungan IHH yaitu:

- 1) IHH = 1, mengarah monopoli.
- 2) IHH = 0, mengarah persaingan sempurna.
- 3)  $0 < IHH < 1$ , mengarah oligopoli.
- 4) IR (Indeks Rosenbluth)

Indeks rosenbluth adalah alat analisis untuk mengetahui tingkat konsentrasi lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran suatu komoditi pada suatu wilayah pasar. Penghitungan indeks Rosenbluth didasarkan pada peringkat perusahaan dari segi pangsa pasarnya, dengan rumus sebagai berikut:

$$R = \frac{1}{(2 \sum_{i=1}^n i.S_i) - 1} \dots \dots \dots (3)$$

Keterangan:

$R$  = Indeks Rosenbluth

$i$  = Jumlah penangkar benih padi ke- $i$  ( $i = 1, 2, \dots, n$ )

$S_i$  = Pangsa pasar (*market share*) perusahaan ke- $i$  ( $i = 1, 2, \dots, n$ )

Nilai IR berkisar antara  $1/n < R < 1$ . Jika nilai yang diperoleh mendekati batas minimum maka struktur pasar yang terbentuk cenderung pasar persaingan sempurna, sedangkan apabila mendekati batas maksimum maka struktur pasar yang terbentuk cenderung pasar persaingan oligopoli (Jaya, 2008).

- 5) Koefisien Gini

Koefisien Gini merupakan suatu ukuran untuk mengetahui tingkat ketimpangan dalam distribusi pangsa pasar (*market share*) antar produsen benih padi. Koefisien Gini diukur dengan menggunakan rumus berikut ini:

$$G = \frac{\sum_{i=2}^n (p_{i-1}q_i - p_iq_{i-1})}{10000} \dots \dots \dots (4)$$

Keterangan:

$p$  = Nilai kumulatif jumlah produsen benih padi

$q$  = Nilai kumulatif output

$i$  = Jumlah penangkar benih padi ke- $i$  ( $i = 1, 2, \dots, n$ )

Kriteria dari perhitungan koefisien gini sebagai berikut:

$IG = 0,0$  = Pasar Persaingan Sempurna

$0,0 < IG \leq 0,4$  = Pasar Persaingan Monopolistik

$0,4 < IG \leq 0,8$  = Oligopoli

$0,8 \leq IG < 1$  = Monopoli

2. Diferensiasi Produk

Analisis untuk mengetahui diferensiasi produk akan dilakukan dengan menggunakan analisis statistik deskriptif. Penyajian data disajikan dengan menggunakan tabel bivariat yang bertujuan untuk menguji ada tidaknya



perbedaan/hubungan antara variabel varietas, merek, kemasan, dan kelas benih. Apabila dalam suatu pasar produk yang dijual bersifat homogen maka termasuk pasar persaingan sempurna, sebaliknya apabila di dalam suatu pasar produk yang dijual bersifat heterogen maka termasuk pasar persaingan tidak sempurna.

### 3. Hambatan Keluar Masuk Pasar

Analisis hambatan keluar masuk dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dengan cara menjabarkan tingkat kesulitan produsen untuk memasuki pasar. Variabel yang digunakan yaitu modal, peraturan pemerintah, persyaratan sertifikasi benih, dan pesaing potensial. Bentuk persaingan berdasarkan hambatan keluar masuk pasar dapat dibagi menjadi beberapa kategori, yaitu:

- a. Persaingan sempurna, terjadi apabila pesaing mudah untuk masuk pasar atau bebas untuk masuk pasar.
- b. Oligopoli, terjadi apabila pesaing atau pendatang baru sulit untuk masuk pasar
- c. Monopoli, terjadi apabila pesaing atau pendatang baru sama sekali tidak bisa masuk pasar.

### 4. Pengetahuan Pasar

Analisis informasi pasar digunakan untuk mengetahui sejauh mana pelaku pasar mengetahui informasi terkait pemasaran benih padi. Analisis informasi pasar menggunakan analisis statistik deskriptif. Penyajian data disajikan dengan menggunakan tabel bivariat yang bertujuan untuk menguji ada tidaknya perbedaan/hubungan antara variabel harga benih sumber, lokasi sumber benih, harga jual, dan lokasi pemasaran. Jika pelaku pasar memperoleh informasi pasar dengan mudah maka pasar tersebut tergolong pasar persaingan sempurna, apabila pelaku pasar sulit memperoleh informasi maka pasar tersebut termasuk pasar persaingan tidak sempurna (Sukirno, 2003).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Konsentrasi Pasar

Konsentrasi pasar merupakan suatu keadaan yang mendeskripsikan tingkat penguasaan pasar produsen benih padi di Kabupaten Gresik dan produsen benih padi yang masuk ke pasar benih Kabupaten Gresik. Derajat konsentrasi pasar dianalisis menggunakan lima alat ukur yaitu pangsa pasar (*market share*), rasio konsentrasi ( $CR_4$ ), Indeks Hirschman Herfindahl, Indeks Rosenbluth, dan Koefisien Gini. Perhitungan konsentrasi pasar dilakukan dua kali perhitungan, pertama perhitungan konsentrasi pasar pada produsen lokal dan produsen luar Kabupaten Gresik. Kedua, perhitungan konsentrasi pasarpada produsen lokal saja. Hasil perhitungan dari masing-masing alat analisis sebagai berikut.

Tabel 1. Hasil Perhitungan Konsentrasi Pasar Pada Produsen Benih Padi Lokal dan Produsen Luar Kabupaten Gresik

Alat Analisis	Hasil Analisis	Kriteria	Struktur Pasar
Pangsa Pasar	62,22%	60%-80%	Oligopoli Ketat

CR <sub>4</sub>	0,62	$0,6 \leq 0,62 < 0,9$	Oligopoli Ketat
IHH	0,15	$0 < 0,15 < 1$	Oligopoli
IR	0,11	$0,05 < 0,11 < 1$	Persaingan Sempurna
Koefisien Gini	0,43	$0,4 < 0,43 \leq 0,8$	Oligopoli

Sumber: Data Primer Diolah, 2016

Tabel 2. Hasil Perhitungan Konsentrasi Pasar Produsen Benih Padi Lokal

Alat Analisis	Hasil Analisis	Kriteria	Struktur Pasar
Pangsa Pasar	68,30%	60%-80%	Oligopoli Ketat
CR <sub>4</sub>	0,68	$0,6 \leq 0,68 < 0,9$	Oligopoli Ketat
IHH	0,15	$0 < 0,15 < 1$	Oligopoli
IR	0,16	$0,05 < 0,16 < 1$	Persaingan Sempurna
Koefisien Gini	0,5	$0,4 < 0,5 \leq 0,8$	Oligopoli

Sumber: Data Primer Diolah, 2016

Berdasarkan tabel 1 dan tabel 2, didapatkan hasil bahwa dari kedua perhitungan dengan lima alat analisis pada kedua perhitungan didapatkan hasil yang sama. Pada alat analisis pangsa pasar menunjukkan struktur pasar oligopoli ketat. Pada alat analisis CR<sub>4</sub> menunjukkan struktur pasar oligopoli ketat. Alat analisis IHH juga menunjukkan struktur pasar oligopoli. Analisis IR menunjukkan struktur pasar persaingan sempurna, dan analisis koefisien gini menunjukkan struktur pasar oligopoli. Berdasarkan hasil kelima alat analisis tersebut, disimpulkan bahwa struktur pasar benih padi di Kabupaten Gresik yang sering muncul adalah pasar oligopoli.

## 2. Diferensiasi Produk

Tingkat diferensiasi produk benih padi di Kabupaten Gresik dijelaskan secara rinci sebagai berikut:

### a. Varietas

Adapun varietas yang dikaji pada penelitian ini adalah varietas benih padi inbrida. Kondisi di lapang menunjukkan bahwa terdapat 10 varietas benih padi inbrida yang beredar di Kabupaten Gresik. Produk benih di tingkat produsen dan lembaga pemasaran didominasi oleh varietas Ciherang. Hal ini disebabkan oleh minat petani dengan varietas tersebut. Adapun diferensiasi produk benih padi berdasarkan varietasnya dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 3. Diferensiasi Produk Benih Padi Berdasarkan Varietas

Bentuk Unit Usaha	Nama Varietas	Jumlah Varietas
PT (n =2)	Ciherang, IR-64, Situ Bagendit, Mekongga, Inpari 13	5
UD (n =3)	Ciherang, IR-64, IPB-3S, Sintanur	4
CV (n =1)	Ciherang	1
Pokkar (n =4)	Ciherang, Situ Bagendit	2
Gapoktan (n=1)	Ciherang	1



KB (n=1)	Ciherang	1
Lembaga Pemasaran (n=21)	Ciherang, IR-64, Situ Bagendit, Mekongga, Inpari 13, Cibogo, Cigeulis, Way Apo, Pak Tiwi	9

Sumber: Data Primer Diolah, 2016

Berdasarkan tabel 3, dapat diketahui bahwa terdapat diferensiasi varietas benih padi yang dijual oleh produsen di Kabupaten Gresik. Pada penelitian ini terlihat bahwa bentuk unit usaha KB, Gapoktan dan CV hanya menjual benih padi varietas Ciherang saja, sehingga produsen benih padi dengan bentuk usaha KB, Gapoktan dan CV tidak melakukan diferensiasi produk karena varietas yang banyak diminati oleh petani adalah Ciherang sehingga produsen tersebut hanya memproduksi varietas Ciherang saja.

Bentuk unit usaha PT, UD dan Pokkar, melakukan diferensiasi produk. Produsen dengan bentuk unit usaha PT memproduksi benih padi dengan varietas terbanyak dibandingkan dengan bentuk unit usaha lain, dengan jumlah 5 varietas benih padi. Lembaga pemasaran benih padi juga telah melakukan diferensiasi produk berupa varietas karena lembaga pemasaran mengikuti permintaan petani yang sering berubah-ubah tiap musim tanam. Hal ini dapat dilihat pada tabel 4, varietas benih padi yang dijual oleh lembaga pemasaran ada 9 varietas.

Berdasarkan tabel 4, menunjukkan bahwa semakin besar bentuk unit usaha dari produsen benih padi yang ada di Kabupaten Gresik, maka semakin beragam varietas benih yang dijual oleh produsen tersebut. Hal itu dikarenakan produsen dengan bentuk unit usaha yang lebih besar melakukan kemitraan dengan petani, sehingga semakin beragam varietas benih padi yang diproduksi.

b. Merek Dagang

Diferensiasi berdasarkan merek produk benih padi dilihat dari banyaknya merek yang digunakan oleh satu produsen benih padi di Kabupaten Gresik. Apabila terdapat produsen yang menggunakan merek produk benih padi lebih dari satu, maka produsen benih padi tersebut menerapkan diferensiasi pada merek produk yang dijualnya. Apabila produsen benih padi hanya menggunakan satu merek produk saja maka tidak terjadi diferensiasi terhadap merek produk benih padi. Adapun jumlah menggunakan merek benih padi dari setiap penangkar berdasarkan bentuk usahanya terdapat pada tabel 5.

Tabel 4. Diferensiasi Merek Produk Benih Padi

Bentuk Usaha	Jumlah Merek Produk	Ukuran kemasan	Bahan Kemasan
PT (n =2)	2	5	Plastik bening, plastik premium
UD (n =3)	1	5 dan 10	Plastik bening, plastik premium
CV (n =1)	1	5	Plastik bening
Pokkar (n =4)	1	5 dan 10	Plastik bening

Gapoktan (n=1)	1	5	Plastik bening
KB (n=1)	1	5	Plastik bening
Lembaga Pemasaran (n=21)	14	5 dan 10	Plastik bening, plastik premium

Sumber: Data Primer Diolah, 2016

Berdasarkan tabel 4, didapatkan data bahwa 11 produsen benih padi di Kabupaten Gresik hanya menggunakan 1 merek produk benih padi untuk dipasarkan. Hanya terdapat 1 produsen benih padi yang menggunakan 1 merek yaitu PT Petrosida Gresik. Penggunaan merek dagang yang ada di Kabupaten Gresik pada 12 produsen benih padi menggunakan merek sesuai dengan nama bentuk unit dan ada yang menggunakan nama merek berbeda dengan nama bentuk unit usahanya. Lembaga pemasaran benih padi menjual benih padi dengan berbagai variasi merek. Pada lembaga pemasaran setiap toko dapat menjual produk lebih dari satu merek.

Alasan produsen benih padi tidak melakukan diferensiasi merek pada produk benih padi yang diproduksi, dikarenakan produsen benih padi ingin melekatkan nama merek tersebut pada *mindset* petani, sehingga petani benih padi dengan membaca merek akan mengetahui benih padi tersebut berasal dari produsen yang mana. Keuntungan produsen benih padi jika merek produk sudah melekat pada petani, jika petani puas dengan benih padi yang diproduksi oleh produsen tersebut, maka pada musim tanam berikutnya petani akan mencari benih padi dengan merek tersebut.

#### c. Kemasan

Ukuran kemasan benih padi yang dijual oleh produsen benih padi di Kabupaten Gresik terdapat dua macam, yaitu 5 kg dan 10 kg. Kondisi di lapang menunjukkan bahwa terdapat kecenderungan petani membeli benih padi yang menggunakan kemasan premium karena mereka beranggapan bahwa benih padi dengan kemasan premium memiliki kualitas yang lebih baik. Akan tetapi, pada kenyataannya benih padi yang dikemas dengan kemasan premium memiliki kualitas yang sama dengan benih padi yang dikemas dengan plastik bening biasa.

Berdasarkan hasil penelitian di lapang, ukuran kemasan yang terdapat pada produsen dan lembaga pemasaran yaitu kemasan 5 kg dan 10 kg. Menurut produsen, kemasan 10 kg lebih efektif daripada kemasan 5 kg karena pemberian label sertifikasi benih padi per 10 kg. Artinya, 1 label digunakan untuk 10 kg benih padi, sehingga banyak produsen yang memproduksi kemasan 10 kg. Kondisi di lapang menunjukkan bahwa penggunaan kemasan 5 kg digunakan untuk benih padi kemasan premium, dan harganya lebih mahal dari kemasan biasa dengan ukuran 10 kg. Kemasan premium memiliki warna, gambar, logo, dan desain yang lebih menarik daripada kemasan biasa atau plastik bening.

#### d. Kelas Benih

Berdasarkan informasi dari BPSB Provinsi Jawa Timur tahun 2015, produsen benih padi di Kabupaten Gresik memiliki kriteria produsen kelas A, B



dan C. Produsen kelas A memiliki izin untuk memproduksi kelas benih yang terdiri benih FS, benih SS, dan benih ES. Produsen benih yang memiliki klasifikasi sertifikasi kelas B memiliki izin untuk memproduksi kelas benih yang terdiri dari benih SS dan benih ES. Kelas C memiliki izin untuk memproduksi kelas benih ES saja. Terdapat tiga kelas benih padi yang diproduksi oleh produsen benih di Kabupaten Gresik, yaitu benih padi kelas benih FS, SS dan ES. Jumlah produsen benih padi kelas benih FS, SS dan ES tidak berimbang.

Tabel 5. Diferensiasi Produk Benih Padi Berdasarkan Kelas Benih

Bentuk Unit Usaha	Kelas Benih
PT (n =2)	FS, SS
UD (n =3)	SS
CV (n =1)	SS
Pokkar (n =4)	SS, ES
Gapoktan (n=1)	ES
KB (n=1)	SS
Lembaga Pemasar (n=21)	SS, ES

Sumber: Data Primer Diolah, 2016

Berdasarkan tabel 5, menunjukkan bahwa kelas benih SS paling banyak dijual oleh produsen, karena setiap bentuk unit usaha memproduksi kelas benih tersebut. Banyak petani yang menganggap bahwa semakin tinggi kelas benih maka kualitasnya bagus dan produksinya akan semakin meningkat. Hal tersebut membuat petani menggunakan kelas benih yang lebih tinggi dari benih ES. Hanya terdapat satu produsen yang memproduksi benih padi kelas ES yaitu Gapoktan Petiyintunggal.

Produsen benih padi kelas benih FS atau benih dasar hanya diproduksi oleh 1 produsen yaitu PT Petrokimia Gresik. Pasar benih padi dengan kelas FS yaitu produsen benih padi, bukan petani. Produsen benih yang memproduksi benih SS membutuhkan benih FS. Ada beberapa produsen benih padi di Kabupaten Gresik mengambil benih dasar dari produsen tersebut. Lembaga pemasaran yang ada di Kabupaten Gresik kebanyakan menjual produk benih kelas SS. Berdasarkan hasil penelitian, dari 21 lembaga pemasar benih padi, hanya satu yang menjual benih kelas SS dan kelas ES yaitu Toko Tujuh Saudara.

### 3. Hambatan Keluar Masuk

Hambatan keluar masuk pasar adalah hambatan yang dialami oleh suatu perusahaan untuk memasuki pasar ataupun untuk keluar dari pasar. Pada penelitian ini, hambatan masuk bagi produsen terdapat 4 variabel yaitu peraturan pemerintah, modal, persyaratan sertifikasi, dan pesaing potensial. Adapun hambatan memasuki pasar bagi penangkar benih padi di Kabupaten Gresik akan diuraikan di bawah ini.

#### a. Peraturan Pemerintah

Menurut salah satu responden yaitu UD Unggul Tani Mandiri, tidak ada peraturan pemerintah yang menjadikan sulit untuk masuk pasar benih padi. Akan tetapi, pemerintah masih dinilai kurang adil dalam memperlakukan produsen benih antara BUMN dengan produsen benih lokal terutama terkait dengan permodalan maupun pasar. Sehingga, produsen benih lokal mengalami kesulitan untuk memasarkan produknya terutama pada pasar lokal, karena petani lokal fanatik terhadap benih yang berasal dari luar kabupaten. Pengawasan peredaran benih padi di pasar kurang optimal, sehingga sempat terjadi peredaran benih palsu di salah satu kecamatan di Gresik, yaitu Kecamatan Benjeng. Hal ini berdampak pada produsen lokal, karena petani ragu terhadap kualitas dari benih lokal. Oleh karena itu, petani lokal cenderung menggunakan benih dari luar kabupaten.

b. Persyaratan Sertifikasi Benih

Benih padi yang beredar di pasar harus memiliki izin sertifikasi dari BPSB dan harus memenuhi persyaratan kualitas yang telah ditetapkan, sehingga benih padi sampai ke tangan konsumen merupakan varietas asli atau murni yang mencerminkan sifat unggul dari varietas yang diwakilinya. Berdasarkan kondisi yang ada di lapang menunjukkan bahwa kebanyakan produsen tidak merasa kesulitan dengan adanya persyaratan sertifikasi benih padi sebelum dipasarkan. Sertifikasi benih justru dirasakan sangat membantu peningkatan produksi benih padi. Evaluasi dari pengawas dijadikan motivasi untuk memperbaiki kegiatan yang akan dilakukan selanjutnya. Berdasarkan hasil wawancara masalah yang ditemukan di lapang terkait proses sertifikasi benih adalah sering tercampurnya antar varietas. Hal ini yang menjadi *monitoring* bagi pengawas agar produsen lebih berhati-hati.

Akan tetapi, terdapat pula produsen yang merasa kesulitan dengan adanya persyaratan sertifikasi. Apabila produsen benih padi gagal dalam melakukan proses sertifikasi baik di lapang maupun saat di laboratorium, maka produsen tersebut harus mengulang kembali proses sertifikasi dari awal. Hal ini menyebabkan produsen benih padi yang berhenti memproduksi benih padi karena produsen tidak memiliki modal untuk mengulang proses sertifikasi. Seperti PT Alfa Kharisma Matanu yang pernah tidak lolos dalam uji sertifikasi, sehingga dilakukan pengujian ulang dari pemeriksaan lapangan. PT Alfa Kharisma Matanu bergerak dalam bisnis benih padi dengan kurun waktu yang singkat yaitu satu tahun. Berdasarkan wawancara dengan Bapak Khoirul Anam, sering tidak lolosnya uji sertifikasi benih membuat perusahaan kesulitan untuk memproduksi lagi karena membutuhkan modal yang cukup besar. Pihak perusahaan juga telah melakukan demplot ke berbagai daerah seperti di Banyuwangi, akan tetapi hasil yang didapat tidak sesuai dengan harapan. Oleh karena itu, perusahaan tidak melanjutkan usaha benih padi ini.

c. Modal

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 12 produsen benih padi di Kabupaten Gresik, menunjukkan bahwa modal merupakan salah satu hambatan untuk memasuki pasar benih padi. Modal awal yang harus dimiliki



oleh produsen benih padi adalah berupa lahan budidaya minimal 2 Ha, lantai jemur, alat *prosessing* benih seperti *blower* dan alat pengukur kadar air, serta gudang penyimpanan. Modal-modal yang telah disebutkan wajib dimiliki bagi produsen baru untuk masuk ke dalam pasar benih padi. Apabila tidak bisa terpenuhi produsen tidak akan bisa memproduksi benih dan secara otomatis tidak akan bisa masuk ke dalam pasar benih padi. Berdasarkan wawancara dengan salah satu responden, jumlah modal yang dibutuhkan oleh produsen benih padi untuk kegiatan budidaya setiap bulannya adalah sekitar Rp 4.000.000/Ha. Oleh karena itu, modal menjadi suatu hambatan bagi calon pesaing baru untuk masuk ke dalam pasar.

d. Pesaing Potensial

Petani di Kabupaten Gresik memiliki sikap fanatik terhadap benih padi dari produsen tertentu. Petani di Kabupaten Gresik fanatik terhadap benih padi yang berasal dari Kabupaten Banyuwangi. Hal ini dilihat dari penguasaan pangsa pasar yang tinggi terhadap benih padi dari Banyuwangi. Produsen lokal sendiri menempati urutan ketiga dalam penguasaan pasar. Hal ini menandakan adanya persaingan yang ketat antar produsen. Oleh karena itu, bagi produsen yang baru masuk ke pasar benih harus menjaga kualitas dan kontinuitas produksi benih agar mendapatkan tempat di pasar benih. Selain itu, untuk mempertahankan pangsa pasar yang sudah dimiliki agar tidak direbut oleh produsen lain.

#### 4. Informasi Pasar

Setiap produsen yang ada di suatu pasar tentu memiliki informasi pasar untuk menjalankan usahanya. Pengetahuan pasar akan menentukan bagaimana produsen menentukan harga dan melakukan kegiatan pemasaran. Informasi pasar yang dimiliki oleh produsen benih yaitu harga benih asal, lokasi benih asal, harga jual, dan lokasi pemasaran.

a. Lokasi Asal Benih Sumber

Lokasi asal benih sumber merupakan lokasi pembelian benih sumber yang dilakukan oleh setiap produsen benih padi. Tingkat pengetahuan produsen berdasarkan masing-masing bentuk unit usaha mengenai lokasi asal pembelian benih sumber dapat dilihat pada tabel 6.

Tabel 6. Tingkat Informasi Pasar Mengenai Asal Benih Sumber dan Harga Benih Sumber

Bentuk Unit Usaha	Asal Benih Sumber	Harga Benih Sumber
PT (n=2)	BB Padi Sukamandi, PT Petrokimia Gresik	Rp 12.000 - 30.000
UD (n=3)	BB Padi Sukamandi, PT Petrokimia Gresik, UD Dwi Saputra (Ponorogo), PT Pertani (Banyuwangi), PP Kerja (Boyolali)	Rp 11.000 - 15.000

CV (n=1)	BB Padi Sukamandi	Rp 13.000
Pokkar (n=4)	BB Padi Sukamandi, PT Pertani (Banyuwangi), UD Viva Tani (Malang)	Rp 11.000 - 14.000
Gapoktan (n=1)	UD Listia (Nganjuk)	Rp 15.000
KB (n=1)	UD Listia (Nganjuk)	Rp 13.000

Tabel 6. Tingkat Informasi Pasar Mengenai Asal Benih Sumber dan Harga Benih Sumber (Lanjutan)

Bentuk Unit Usaha	Asal Benih Sumber	Harga Benih Sumber
<b>Toko dan Kios Pertanian (n=21)</b>	Banyuwangi, Gresik, Subang, Lumajang, Mojokerto, Jember, Jombang, Jawa Tengah, Tuban, Nganjuk, Lamongan, Madiun, Babat, Lamongan	Rp 6.500 - 14.000

Sumber: Data Primer Diolah, 2016

Pada tabel 6, dapat diketahui bahwa dari 12 produsen benih padi, sebesar 58 persen mendapatkan benih padi dari BB Padi Sukamandi. Produsen benih padi di Kabupaten Gresik dengan bentuk unit usaha PT, UD, CV, dan Pokkar mendapatkan benih sumber dari Balai Besar Penelitian Tanaman Padi Sukamandi. Tetapi, sebagian produsen benih padi dengan bentuk unit usaha UD juga mendapatkan benih padi sumber dari Gresik, Ponorogo, Banyuwangi, dan Boyolali.

Berdasarkan penelitian di lapang, adanya perbedaan informasi bagi setiap produsen benih padi berdasarkan bentuk unit usaha. Bentuk unit usaha PT, UD dan Pokkar memiliki tingkat informasi terkait harga benih sumber lebih sempurna dibandingkan dengan bentuk unit usaha lain seperti Gapoktan, CV dan Kebun Benih. Hal ini dikarenakan BB Padi Sukamandi akan memprioritaskan penyaluran benih padi pada produsen dengan skala usaha dan pangsa pasar yang besar.

#### b. Harga Benih Sumber

Informasi pasar mengenai harga benih sumber yang digunakan untuk memproduksi benih padi sangat penting dimiliki oleh produsen benih. Produsen benih padi mengatakan bahwa harga benih sumber akan berpengaruh terhadap biaya produksi yang dikeluarkan oleh produsen, sehingga akan berpengaruh pada harga jual benih yang diproduksi. Adapun informasi pasar mengenai harga benih sumber apabila dikelompokkan berdasarkan bentuk unit usaha dapat dilihat pada tabel.

Berdasarkan penelitian menunjukkan bahwa semakin banyak lokasi asal pembelian benih sumber dari produsen maka semakin banyak pula informasi mengenai harga benih sumber yang dimiliki oleh produsen. Informasi mengenai harga benih tidak merata. Hal tersebut dapat dilihat bahwa adanya perbedaan harga yang disebutkan produsen yang membeli di lokasi pembelian benih sumber



yang sama. Harga benih padi cukup bervariasi setiap lokasi benih sumber, adanya perbedaan informasi harga benih sumber juga berkaitan dengan bentuk unit usaha dan skala usaha benih padi.

Berdasarkan tabel 7, dapat diketahui bahwa informasi harga benih sumber tidak tersebar secara merata. Informasi ini dikatakan tidak merata karena terdapat bentuk unit usaha yang lebih kecil memiliki informasi yang tidak lengkap dan informasi mengenai harga benih sumber di beberapa responden tidak sama. Hal ini bisa terjadi karena perbedaan lokasi pembelian benih. Lembaga pemasaran memiliki informasi yang merata. Fenomena yang terjadi adalah hampir semua lembaga pemasaran mendapatkan benih sumber dengan harga yang sama yaitu untuk benih SS antara Rp 9.000 hingga Rp 14.000.

c. Harga Jual Benih

Berdasarkan fenomena di lapang yang ada, setiap produsen benih padi di Kabupaten Gresik memiliki kesamaan informasi pasar mengenai harga benih padi yang diproduksi, karena setiap produsen benih padi yang ada di Kabupaten Gresik saling bertukar informasi mengenai harga dan melakukan kesepakatan bahwa harga benih padi yang mereka jual diantara Rp 8.500/kg – Rp 11.000/kg, tidak jauh berbeda dengan harga jual dari benih padi dari luar Kabupaten Gresik yang berkisar antara Rp 10.000/kg. Sehingga dapat disimpulkan bahwa informasi pasar yang diterima oleh setiap produsen benih padi yang ada di Kabupaten Gresik adalah sama, dan tidak ada yang mendominasi.

Tabel 7. Pengetahuan Pasar Berdasarkan Informasi Harga Jual Benih

Bentuk Unit Usaha	Rata-Rata Harga Jual Benih (Rp/kg)					
	FS		SS		ES	
	Premium	Biasa	Premium	Biasa	Premium	Biasa
PT (n =2)		11.000	14.000	10.000		
UD (n =3)			13.000	9.500		
CV (n =1)				8.500		
Pokkar (n =4)				9.000		
Gapoktan (n=1)						8.000
KB (n=1)				9.500		
Lembaga Pemasaran (n=21)			15.000	10.000		8.500

Sumber: Data Primer Diolah, 2016

d. Lokasi Pemasaran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, informasi lokasi pemasaran benih padi sangat penting diketahui oleh produsen benih padi. Hal tersebut digunakan agar produsen bisa merencanakan dan menentukan lokasi yang akan menjadi sasaran pemasaran benih padi yang telah diproduksi.

Pada umumnya pemasaran benih padi yang dilakukan oleh produsen benih padi di Kabupaten Gresik adalah di dalam kabupaten dan di luar kabupaten. Adanya sifat petani Gresik yang fanatik terhadap benih dari luar, maka para penangkar sulit untuk memasarkan benih padinya di Gresik. Hal ini menunjukkan bahwa produsen benih padi membutuhkan informasi lokasi pemasaran untuk memasarkan benih ke luar Kabupaten Gresik. Hal ini dilakukan agar produsen benih padi tidak salah mendistribusikan produknya.

Tabel 8. Pengetahuan Pasar Berdasarkan Informasi Lokasi Pemasaran

Bentuk Unit Usaha	Lokasi Pemasaran
PT (n=2)	Seluruh Indonesia
UD (n=3)	Gresik, Lamongan, Mojokerto, Pasuruan, Malang, Madiun, Nganjuk, Ngawi, Tuban, Madura, Bojonegoro, Sumatera, NTT
CV (n=1)	Nganjuk
Pokkar (n=4)	Gresik, Krian, Mojokerto, Jombang, Lamongan, Nganjuk, Sumenep, Pamekasan, Kediri
Gapoktan (n=1)	Gresik
KB (n=1)	Gresik, Malang, Probolinggo, Magetan

Sumber: Data Primer Diolah, 2016

Pada tabel 8, menunjukkan bahwa pemasaran benih padi setiap produsen berdasarkan bentuk unit usaha sudah mencapai pasar luar kabupaten dalam provinsi dan ke luar Provinsi Jawa Timur. Pemasaran keluar provinsi dilakukan oleh bentuk unit usaha PT dan UD. Skala usaha produsen menentukan tingkat lokasi pemasaran produk benih yang dihasilkan. Produsen yang memiliki skala usaha kecil, maka volume penjualan juga kecil, sehingga wilayah pasar juga tidak luas, karena menyesuaikan dengan kapasitas produksi. Bentuk unit usaha PT, memiliki variasi yang lebih banyak dalam segi penjualan. Terutama pada perusahaan yang mendominasi berdasarkan skala produksinya seperti PT Petrokimia Gresik dan PT Petrosida Gresik. Kedua perusahaan inilah yang memiliki jangkauan pasar yang paling luas yaitu ke seluruh Indonesia, sedangkan Gapoktan yang tercatat sebagai produsen baru hanya memasarkan di wilayah kecamatan tertentu dan lingkup Kabupaten Gresik saja.

## PENUTUP

### 1. Kesimpulan

Struktur pasar benih padi yang ada di Kabupaten Gresik adalah pasar oligopoli. Hal ini didasarkan pada perhitungan konsentrasi dengan menggunakan lima alat analisis yaitu pangsa pasar, CR<sub>4</sub>, IHH, IR, dan koefisien gini yang menunjukkan hasil bahwa struktur pasar benih padi dominan mengarah pada pasar oligopoli. Terdapat diferensiasi produk antar produsen dari segi varietas, kemasan



dan kelas benih. Hambatan untuk menjadi produsen benih padi berasal dari modal dan pesaing potensial. Selain itu, informasi pasar yang dimiliki oleh masing-masing produsen benih padi tidak tersebar secara merata, bentuk unit usaha PT dan UD lebih mendominasi.

## 2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai struktur pasar benih padi di Kabupaten Gresik, maka saran yang dapat diberikan adalah produsen benih padi lokal harus melakukan kegiatan kontrol terhadap kualitas benih yang dihasilkan. Kegiatan kontrol mutu dapat dilakukan dengan melakukan penetapan SOP (Standar Operasional Prosedur) dalam hal teknik budidaya, penggunaan pupuk maupun pestisida, kegiatan panen dan pasca panen, serta kegiatan proses produksi benih padi. Perlunya wadah perkumpulan kelompok penangkar benih padi yang ada di Kabupaten Gresik. Hal ini bertujuan untuk memperluas jaringan informasi, sehingga informasi pasar akan tersebar secara merata.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arsyad, Lincoln dan Stephanus Eri Kusuma. 2014. *Ekonomika Industri: Pendekatan Struktur, Perilaku, dan Kinerja*. UPP STIM YKPN. Yogyakarta.
- Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Provinsi Jawa Timur. 2015. *Buku Data Dinamis Provinsi Jawa Timur Semester I 2015*. Surabaya.
- Badan Pusat Statistik. 2015. *Konsumsi Rata-Rata per Kapita Seminggu Beberapa Macam Bahan Makanan Penting, 2007-2014*. <https://wbpsww.bps.go.id>. Diakses tanggal 13 Februari 2016. Malang.
- Badan Pusat Statistik. 2016. *Produksi Padi tahun 2015 naik 6,37 persen*. <https://www.bps.go.id>. Diakses tanggal 13 Februari 2016. Malang.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Gresik. 2016. *Gresik dalam Angka 2015*. Gresik.
- Bagaskara, Arya. 2016. *Analisis Struktur, Perilaku dan Kinerja Pasar Benih Padi di Kabupaten Ngawi*. Skripsi. Fakultas Pertanian. Universitas Brawijaya. Malang.
- Bain, Joe S. 1951. *Relation of Profit Rate to Industry Competition: American Manufacturing, 1936-1950*. The Quarterly of Economic.
- Balai Pengawasan dan Sertifikasi Benih. 2015. *Inventarisasi Data Produsen Benih Tanaman Pangan Berdasarkan Skala Usaha dan Pembina/Mitra Kerja Tahun 2015 Provinsi Jawa Timur*. Surabaya.
- Darwis, M., Danu Ismadi Saderi., Noor Amali, dan Barnuwati. 2013. *Pengkajian Pemetaan Kebutuhan Benih Padi Unggul dan Pengembangan Penangkar Benih yang Efisien di Kalimantan Selatan*. Seminar Nasional Inovasi

Teknologi Pertanian. Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Kalimantan Selatan.

Dwinova. 2015. *Kabupaten Gresik Targetkan Capai Swasembada Pangan 2017 Bersama Regu Tanam Jarwo*. <http://distan.gresikkab.go.id>. Diakses tanggal 28 Februari 2016. Malang.

Herawati, Pompie. 2015. *Analisis Struktur, Perilaku, dan Kinerja Pasar Benih Padi di Kabupaten Malang*. Skripsi. Fakultas Pertanian. Universitas Brawijaya. Malang.

Jaya, Wihana Kirana. 2008. *Ekonomi Industri*. Edisi 2. BPFE-Yogyakarta, Yogyakarta.

Kementerian Pertanian. 2015. *Rencana Strategis Kementerian Pertanian Tahun 2015-2019*. Kementerian Pertanian Republik Indonesia. Jakarta.

Manzanilla Digna O., Joel D. Janiya, dan David E. Johnson. 2013. *Membangun Sistem Perbenihan Berbasis Masyarakat*. Penerjemah: Zulkifli Zaini, Hermanto, Diah Wurjandari. Pusat Penelitian dan Pengembangan Tanaman Pangan. Jakarta.

Musaqa, Sazili. 2006. *Analisis Sistem Pengadaan dan Pemasaran Benih Padi di Kabupaten Batang Hari, Jambi*. Skripsi. Program Sarjana Ekstensi Manajemen Agribisnis. Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor. Bogor.

Pappas, James L dan Mark Hirschey. 2013. *Ekonomi Manajerial*. Edisi Enam. Penerjemah: Daniel Wirajaya. Binarupa Aksara. Jakarta.

Peraturan Menteri Pertanian Nomor 131 Tahun 2014 tentang Mekanisme dan Hubungan Kerja Antar Lembaga yang Membidangi Pertanian dalam Mendukung Peningkatan Produksi Pangan Strategis Nasional.

Sukirno, Sudono. 2003. *Pengantar Teori Mikroekonomi*. PT Rajagrafindo Persada: Jakarta.

Tamrin., T. Iskandar., Emlan Fauzi., Jamal Khalid, dan M. Ferizal. 2011. *Perbanyak Benih Padi dan Kedelai Mendukung Program SL-PTT*. Balai Pengkajian Teknologi Pertanian (BPTP) NAD. Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian. Kementerian Pertanian. Banda Aceh.