

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Petani padi menghadapi berbagai jenis biaya transaksi dalam kegiatan usahatani. Biaya transaksi mencakup biaya-biaya yang timbul dalam proses pengadaan input, perencanaan usahatani, dan penjualan hasil panen. Biaya transaksi yang dikeluarkan oleh petani tidak hanya berupa pengeluaran finansial langsung, tetapi juga pengorbanan waktu, tenaga, dan kesempatan kerja lainnya yang berdampak pada pendapatan usahatani.
2. Pemilihan saluran pemasaran berpengaruh secara tidak langsung terhadap pendapatan petani melalui biaya transaksi sebagai variabel intervening. Petani cenderung memilih saluran yang menawarkan kemudahan dan kebebasan dalam proses transaksi. Saluran yang memerlukan upaya tambahan, seperti pencarian informasi dan negosiasi harga menyebabkan biaya transaksi lebih tinggi dan menurunkan pendapatan. Biaya transaksi menjelaskan hubungan antara saluran pemasaran dan pendapatan, sekaligus menjadi alasan rasional di keputusan petani dalam memilih saluran pemasaran.

5.2 Saran

a. Bagi Petani

Petani di Desa Wilayut disarankan untuk mempertimbangkan besarnya biaya transaksi yang ditimbulkan oleh setiap saluran pemasaran bukan hanya berdasarkan harga jual semata. Contohnya, saluran pemasaran yang mengharuskan negosiasi harga berulang dapat menambah biaya yang dikeluarkan oleh petani yakni berupa waktu, tenaga, dan transportasi yang pada akhirnya menurunkan pendapatan bersih. Oleh karena itu, pemilihan saluran pemasaran sebaiknya diarahkan untuk memilih

saluran pemasaran yang mampu melakukan transaksi langsung di lahan tanpa banyak persyaratan tambahan sebagaimana ditemukan dalam preferensi petani terhadap tengkulak dari Jombang. Selain itu, petani juga perlu memperkuat peran kelompok tani dalam pengelolaan informasi pasar. Contohnya, kelompok tani dapat membuat sistem pencatatan harga harian atau informasi pembeli yang dapat diakses bersama, sehingga biaya pencarian informasi tidak ditanggung sendiri oleh masing-masing petani. Penguatan kelembagaan ini juga dapat difokuskan pada negosiasi kolektif agar petani tidak berhadapan sendiri dengan pembeli dan memiliki posisi tawar yang lebih baik.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat dilakukan pengkajian yang lebih mendalam mengenai peran kelembagaan petani atau kelompok tani dalam menekan biaya transaksi yang timbul pada kegiatan usahatani, baik dalam aspek distribusi informasi, negosiasi harga, maupun penguatan posisi tawar petani dalam saluran pemasaran. Penelitian lanjutan juga disarankan untuk mengeksplorasi faktor-faktor lain yang memengaruhi pemilihan saluran pemasaran secara lebih luas, seperti akses terhadap teknologi informasi, tingkat kepercayaan terhadap lembaga pemasaran, serta keberadaan kebijakan lokal yang mendukung efisiensi pasar.