

BAB V

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan mengenai analisis margin pemasaran jagung di Kecamatan Telaga Biru, diperoleh beberapa kesimpulan yaitu:

1. Terdapat IV saluran pemasaran yang ada di Kecamatan Telaga Biru. Dimana dari ke empat saluran pemasaran yang ada, dapat diketahui bahwa saluran pemasaran I, II, dan III merupakan saluran pemasaran tidak langsung karena petani menggunakan lembaga pemasaran untuk memasarkan hasil produksinya. Sedangkan saluran pemasaran IV merupakan saluran pemasaran langsung, karena petani langsung memasarkan jagungnya kepada konsumen.
2. Hasil analisis margin pemasaran dapat diketahui bahwa saluran II yang memiliki margin pemasaran paling besar yaitu Rp 5.850. Sedangkan untuk margin pemasaran yang paling kecil yaitu terdapat pada saluran IV dengan nilai margin pemasaran Rp 0, hal ini disebabkan karena petani menjual langsung kepada konsumen.
3. Hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa harga di tingkat produsen dan volume penjualan secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap margin pemasaran jagung.

4.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan penulis dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Bagi pemerintah agar kiranya bisa bekerja sama dengan lembaga-lembaga terkait seperti Dinas Pertanian, dan Perdagangan untuk mensosialisasikan penetapan harga jagung, sehingga membantu dalam perumusan kebijakan dan strategi pembangunan pertanian yang lebih baik.
2. Bagi produsen (petani) agar kiranya lebih menggunakan saluran pemasaran langsung, karena dengan menggunakan saluran pemasaran langsung akan meningkatkan pendapatan petani.
3. Bagi distributor dan pengecer sebaiknya lebih mengembangkan usahanya agar lebih meningkatkan pendapatan baik di tingkat produsen (petani) maupun pedagang.
4. Bagi peneliti lainnya agar kiranya melakukan penelitian atau melanjutkan penelitian mengenai faktor-faktor lain yang mempengaruhi margin pemasaran jagung.