

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan tujuan dan uraian hasil penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Saluran pemasaran jagung yang ada di Kecamatan Patilanggio terdiri dari beberapa rantai pemasaran jagung yaitu :

Petani → Pedagang Kecamatan → Pedagang Besar → Eksportir —
→ Konsumen.

Gambaran ini menunjukkan saluran pemasaran jagung yang terjadi di Kecamatan Patilanggio yakni dari petani menjual jagung kepedagang ditingkat Kecamatan setelah itu pedagang ditingkat Kecamatan medistribusikan atau menjual jagung tersebut kepedagang besar di tingkat provinsi dan pedagang besar menjualnya ke eksportir baik ke luar negeri maupun antar pulau hingga kekonsumen akhir.

2. Strategi pemasaran jagung di Kecamatan Patilanggio dalam mendukung terwujudnya Visi dan Misi Pembangunan Kabupaten Pohuwato perlu diarahkan kepada Mewujudkan Kecamatan Patilanggio sebagai Sentra Produksi dan pemasaran Komoditas Jagung Bertaraf Nasional dengan melaksanakan program yang merupakan bagian dari strategi pemasaran jagung di Kecamatan Patilanggio adalah dengan meningkatkan kualitas sumberdaya manusia petani jagung agar mampu menghasilkan produk jagung dengan kuantitas, kualitas serta kontinuitas yang terjamin, mengadakan resi gudang yang dapat digunakan sebagai penampungan sementara hasil produksi petani untuk menghindari fluktuasi harga jagung yang merupakan salah satu ancaman dalam pemasaran jagung, menyediakan sarana teknologi pengolahan hasil dan meningkatkan peran kelembagaan kelompok tani agar berfungsi tidak hanya sebagai unit produksi tetapi juga sebagai unit pemasaran jagung.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas dalam rangka pengembangan strategi pemasaran jagung di Kecamatan Patilanggio terkait dengan hasil penelitian ini maka disarankan sebagai berikut:

1. Pemerintah kecamatan Patilanggio diharapkan dapat memfasilitasi para petani dalam mengatasi permasalahan yang dihadapi saat ini.
2. Petani selaku produsen seharusnya lebih memperhatikan dan mempelajari lagi tehnik budidaya yang baik dan benar sesuai yang dianjurkan demi meningkatkan mutu dan kualitas komoditi jagung tersebut.
3. Petani harus mempelajari tentang pengolahan pascapanen jagung dalam rangka meningkatkan pendapatannya.
4. Sebagai upaya untuk menjaga kelestarian lingkungan seiring dengan peluang pemasaran jagung yang besar di Kecamatan Patilanggio, maka diperlukan koordinasi dan pengawasan yang lebih intensif lagi terkait dengan pengelolaan dan pelestarian lingkungan di Kecamatan Patilanggio agar selain dapat memfasilitasi pembukaan lahan pertanian baru, pemanfaatan lahan kritis dan lahan tidur untuk mengatasi masalah kurangnya lahan garapan yang dimiliki oleh petani, juga dimaksudkan agar pembukaan lahan pertanian untuk usahatani jagung dapat sesuai dengan prinsip konservasi lahan dan kelestarian sumberdaya alam dan lingkungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar. 1995. *Dasar-dasar Marketing*. Penerbit Alumni, Jakarta.
- Assauri, S. 2002. *Manajemn Pemasaran*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Belch, G.E And Belch, M.A. 1999. *Advertising And Promotion An Intergrated Marketing Communications Perspective*. Massachusetts. Boston.
- Badan Pusat Statistik.2012. *Kecamatan Patilanggio Dalam angka*. Kabupaten Pohuwato
- Cakra, I Putu, et al. 2005. *Efisiensi pemasaran jagung di pulau lombok NTB*. <http://ntb.litbang.deptan.go.id>. Diakses pada tanggal 22 april 2012.
- Chandler. 1962. *Strategy And Structure*. The MIT Press. Cambridge.
- Chaffe, E.E. 1985. *Three Models Of Strategy*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Dharmmesta, B.S. & Handoko, H. 1982. *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. PBFU Universitas Gadjah Mada. Yokyakarta.
- Ghalib, R. 2007. *Pengkajian Kelembagaan UPJA, Disribusi Dan Pemasaran Jagung Di Kalimantan Selatan*. <http://balitsereal.litbang.deptan.go.id>. Diakeses Pada Tanggal 29 Maret 2008.
- Harper W. Boyd, dkk. 2000. *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P. 2005. *Manajemen Pemasaran*. PT. Intan Sejati. Jakarta.
- Kantor Kecamatan Patilanggio. 2013.
- Matanews.com. 2009. *Indonesia Eksportir Jagung Dunia* ([http:// matanews.com](http://matanews.com). Diakses Pada Tanggal 26 September 2010).
- Muhaeming. 2010. *Strategi Pemasaran Jagung Di Kabupaten Bantaeng*. <http://www.google.com>. Diakses Pada Tanggal 12 desember 2011.
- Marta Sari, D. 2006. *Studi Komparatif Pemasaran Jagung (Zea mays. L) Sistem Bebas Dan Sistem Kontrak (Studi Kasus di Desa Sumberdiren Kecamatan Garum Kabupaten Blitar)*.

<http://www.researchgate.net/publication/50515577>. Diakses Pada Tanggal 7 Februari 2010.

Rangkuti, F. 1998. *Analisis Swot Tehnik Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Sandra Sari, N. 2004. *Analisis Pemasaran Jagung Hibrida Di Desa Janti Kecamatan Papar Kabupaten Kediri*. <http://skripsi.umm.ac.id>. Diakses Pada Tanggal 2 Desember 2006.

Simamora, B. 2001. *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif Dan Profitabel*. Penerbit PT. Gramedia Utama, Jakarta.

Stanton, W.J. 1991. *Prinsip Pemasaran*. Erlangga, Jakarta.