BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Saluran pemasaran jagung di Kecamatan Pulubala Kabupaten Gorontalo terdapat 2 saluran pemasaran yaitu saluran pemasaran langsung dan saluran pemasaran tidak langsung.
2. Efisiensi saluran pemasaran jagung di Kecamatan Pulubala Kabupaten Gorontalo kedua saluran adalah efisien, pamasaran langsung (2.63%) dan saluran tak langsung (4.70%) keduanya lebih besar dari 1 %.
3. Margin saluran pemasaran jagung di Kecamatan Pulubala Kabupaten Gorontalo, Keduanya memiliki margin pemasaran yang berbeda. Saluran pemasaran langsung memiliki margin pemasaran (Rp. 200/kg), dan saluran pemasaran tidak langsung memiliki margin pemasaran (Rp. 130/kg).

B. Saran

Berdasarkan analisis dan kesimpulan penelitian tersebut diatas, disampaikan saran-saran sebagai berikut :

1. Sebaiknya produsen atau petani jagung khususnya di wilayah Kecamatan Pulubala lebih cerdas dalam mengakomodir saluran pemasarannya agar memperoleh keuntungan yang lebih maksimal.
2. Sebaiknya para petani jagung Gorontalo khususnya petani yang diwilayah Kecamatan Pulubala lebih cermat dalam menentukan harga agar perbedaan harga ditingkat pengempul atau pedagang besar dan pihak eksportir tidak berbeda jauh.

DAFTAR PUSTAKA

Azaino, Z. 1981. *Pengantar Tataniaga Pertanian*. Departemen Ilmu-Ilmu sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian IPB. Bogor.

Arifudin, A. 1997. Telaah Efisiensi Pola Pemasaran Jambu Mete di Kecamatan Semin Kabupaten Gunung Kidul. *Skripsi*, Fakultas Pertanian, Universitas Jendral Soedirman. Purwokerto.

Carani, I. 2006. Analisis Kinerja Saluran Pemasaran Industri Kecil Tahu di Kelurahan Pasir Jaya, Kecamatan Bogor Barat. *Skripsi*, Manajemen Agribisnis, Fakultas Pertanian. IPB.

Dilo, S. 2012. Analisis Efisiensi Pemasaran Tahu di Industri Kecamatan Kabupaten Gorontalo. *Skripsi*, Fakultas Pertanian, Universitas Negeri Gorontalo. Gorontalo.

Harifudin, 2001.Analisis Margin dan Efisiensi Pemasaran Rumput Laut di Desa Mandalle Kecamatan Mandalle, Kabupaten Pangkep. *Jurnal* Politeknik Mandella.

Harper W, Geda Wulan, Nioman 2014. Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pupuk Organik Cair Pada Gapoktan Sipakainge. *Jurnal Agribisnis.* Vol 5. No 1. Hal 4.

Kohl, Richard I dan W. Downey. 1972. *Market Of Agriculture Price.* The Macmillan Company, New York.

Kotler, P dan G. Amstrong, 1999. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Edisi Pertama. Penerjemah : Damos Sihombing. Erlangga. Jakarta.

Manggopa, J. C. 2013. Efisiensi Pemasaran Nanas di Desa Lobong Kecamatan Passi Barat Kabupaten Bolaang Mongondow. *Skripsi*, Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Negeri Gorontalo. Gorontalo

Mubiyarto. .1997. *Pengantar Ekonomi Pertanian Lembaga Penelitian, Pendidikan dan Penerangan Ekonomi, dan Sosial*, Yogyakarta.

Musrid, M. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Bumi Aksara. Jakarta.

Obirin, 2009. Efisiensi Pemasaran Pepaya Dikecamatan Subang. *Skripsi*. Fakultas Pertanian. Universitas Jendral Soedirman. Purwokerto.

Rahim, A. dan D. R. D. Hastuti. 2007. *Ekonomitrika Pertanian* (*Pengantar Teori dan Kasus*). Penebar Swadaya. Jakarta.