

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam kegiatan pemasaran Ikan Tuna di Desa Pelehu Kecamatan Bilato Kabupaten Gorontalo terlihat beberapa lembaga pemasaran yaitu Nelayan ikan tuna, pedagang pengumpul, pedagang pengecer dan konsumen. Dalam pemasaran ikan tuna ini terdapat tiga bentuk saluran pemasaran yaitu, saluran I : Nelayan ikan tuna => Konsumen akhir, saluran II : Nelayan ikan tuna => pedagang pengumpul => pedagang pengecer => konsumen akhir, saluran III : Nelayan ikan tuna => pedagang pengumpul => konsumen (perusahaan).
2. Jumlah margin yang diperoleh pada masing-masing saluran berbeda, pada saluran I diketahui bahwa tidak memiliki margin pemasaran karena sistem pemasarannya adalah sistem pemasaran langsung dimana nelayan berhubungan langsung dengan konsumen akhir namun total biaya pengeluaran nelayan tetap terlihat yaitu sebesar 4,47 sedangkan keuntungannya sebesar Rp. 5.849.986. Pada saluran II memiliki margin pemasaran sebesar Rp. 13.000/kg dengan sub total biaya pemasaran 7,4 dan keuntungan sebesar Rp. 2.924.993. Sedangkan untuk saluran III diperoleh margin pemasaran sebesar Rp. 93.000/kg dengan total biaya pemasaran yaitu 7,232 dan keuntungan sebesar Rp. 36.249985.

3. Efisiensi dari ketiga saluran tersebut dikatakan relative efisien jika Farmer's share lebih besar dari nilai margin pemasaran maka hal ini akan tergolong saluran yang efisien, seperti pada ketiga saluran yang di Desa Pelehu Kecamatan Bilato Kabupaten Gorontalo tergolong efisien ketiga saluran tersebut dimana pada saluran I sudah jelas efisien karena merupakan saluran pemasaran langsung, kemudian saluran II : Farmer's share 0,71% > persen margin 0,29% dan untuk saluran III : Farmer's share 1,11% > persen margin 0,89%.

1.2. Saran

1. Agar terciptanya kerja sama yang baik tetap berjalan maka nelayan ikan tuna dan semua lembaga pemasaran lainnya lebih saling terbuka satu sama lain, lebih bisa berbagi informasi, selain itu nelayan ikan tuna perlu melakukan perluasan pasar.
2. Sebaiknya dengan hasil penelitian ini dapat menjadi awal tumbuhnya ide kreatif bagi lembaga pemasaran (nelayan, pedagang pengumpul, pedagang pengecer, pedagang besar dan konsumen) agar dapat memperendah atau memperkecil biaya pemasaran dan memperpendek saluran pemasaran dalam menjalankan fungsi pemasaran sehingga margin yang diperoleh dapat dikontrol atau di tekan dan tingkat efisiensinya lebih relevan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT RajaGrafindo Persada, Depok.
- Abubakar. R. 2002. *Ilmu pemasaran, proyek dan pengadaan Buku sekolah Ekonomi*. PT. Sumber Bahagia Offset. Jakarta.
- Alam,Asep Saepul dan Agus Himawan Sutanto. 2019. *Analisis Saluran dan Margin Pemasaran* Manggis Studi kasus di kelompok Tani Manggista Desa Cubokor Kecamatan Cibeber Kabupaten Cianjur. Jurnal Agrita,1(2).
- Angipora. P.M. 2002. *Dasar-dasar Pemasaran*. Penerbit Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- BKIPM. 2018. Data Operasional BKIPM Tahun 2016 dan 2017. Kementrian Kelautan dan Perikanan, Badan Karantina Ikan dan Pengawasan Mutu:Jakarta.
- BPS. (2020). *Pertanian,Kehutanan,Peternakan,dan Perikanan*. Badan Pusat Statistik. Gorontalo.
- Daryanto, C. 2011. *Pemasaran Pertanian*. UMM Press. Universitas Muhmadiyah. Malang.
- Downey, W.D dan S.P. Erickson. 1989. *Manajemen Agribisnis*. Erlangga. Jakarta.
- FAO. (2018). *The State Of World Fisheries and Aquaculture 2018 – Meeting the sustainable Development Goals*. Food and Ageicultural Organization of the United Nations. Rome.
- FAO. (2016). *The State of World Fisheries and Aquaculture 2016: Contributing to food security and nutrition for all*. Rome. Food and Agricultural Organization of the United Nations, 200p.
- Gunawan, H. 2005. *Dasar Pemasaran*. Penerbit Swadaya. Jakarta.
- Hanifah A.M dan Saefudin, A.M. 2010. *Tataniaga Hasil Peternakan*. Edisi kedua. Universitas Indonesia Press. Jakarta.
- Hasanah. 2010. *Analisis pemasaran Ikan Nila Merah (Oreochromis sp) di Kabupaten Sukoharjo*. Skripsi. Fakultas Pertanian Universitas Sebelah Maret Surakarta.

- Ilahude, Mega Artha. 2013. *Analisis sistem pemasaran kopra di Kabupaten Gorontalo (suatu studi di Kecamatan Limboto)*. Skripsi. Jurusan Agribisnis Fakultas pertanian Universitas Negeri Gorontalo.
- Indriyo, G S. 2001. *Akuntansi Biaya Edisi Ketujuh*. Penerbit BPFE. Yogyakarta.
- Jumiati. 2013. *Analisis saluran pemasaran dan Margin pemasaran Kelapa Dalam di Daerah Perbatasan Kalimantan Timur*. *Jurnal Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Borneo*. Volume XII- No 1.
- Kotler, A. 2002. *Lembaga dan Saluran Pemasaran*. www.jurnalistik.co.id. Di akses pada tanggal 28 Desember 2018.
- Macfadyen, G. T., Huntington, B., Caillart & V. Defaux. (2016). *Estimate of Global Sales Values from Tuna Fisheries-*” 1059-reg/r-01/e. United Kingdom: Poseidon Aquatic Resource Management ltd.
- Mubyarto, R. 2007. *Perilaku Konsumen*. Refika Aditama. Bandung.
- Muhdiar dan Halimah.2018. *Analisis Margin Pemasaran Beras Kecamatan Sibulue Kabupaten Bone*. *Jurnal Pendidikan Teknologi Pertanian*,4,79-86.
- Nabay, dkk. 2020. *Analysis of the profitability and marketing distribution channels of sweet potato business in Sierra Leone*. *Journal of Agricultural Extension and Rural Development*,12(2),26-35. <http://www.academicjournals.org/JAERD>.
- Nurjayanti, ED dan Shofia NA. 2017. *Saluran dan Margin Pemasaran Kelapa Kopyor di Kecamatan Tayu Kabupaten Pati*. *Jurnal AGRONOMIKA*, 12(2),98-102. www.journal.uniba.ac.id.
- Rahim, ABD. Dan D.R Dwi Hastuti. 2007. *Ekonomi pertanian*. Penerbit Penebar Swadaya. Bogor.
- Rasyaf. M. 2006. *Manajemen Peternakan Ayam Brioler*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Soekartawi. 2007. *Prinsip Dasar Ekonomi pertanian*. Rajawali, Jakarta.
- Sudiyono. 2002. *Pemasaran Pertanian*. Universitas Muhammadiyah Malang. Malang.
- Sudiyono, Armand. 2004. *Pemasaran Pertanian*. Malang : UMM Press.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Mnajemen*. Bandung: ALVABETA.

Swastha, B dan Irwan. 2007. *Manajemen Pemasaran Modern*. Fakultas Ekonomi UGM : Yogyakarta.

Swastha, Busu. 2001. *Manajemen pemasaran Modern*. Yogyakarta BPFE.

Swasta, B dan Sukotjo. 1991. *Pengantar Bisnis Modern*. Liberty. Yogyakarta.

Taariwuan, Silvany A. 2015. *Analisis Margin Pemasaran Biji Kakao Kering di Desa Bnacea Kecamatan Pamona Selatan*. Jurnal AgroPet, 12(2).

Winardi. 2003. *Manajemen Perilaku Organisasi*. Penerbit Rineka Cipta.

Yusuf dan J. Nulik. 2008 *Kelembagaan pemasaran Ternak Sapi potong di Timur Barat, NTT*. Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Nusa Tenggara Timur.