

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka penulis mengambil kesimpulan yaitu :

1. Pemasaran ubi kayu di Desa Sigara-gara Kecamatan Patumbak Kabupaten

Deli Serdang terdapat tiga pola saluran pemasaran yaitu:

a. Saluran Pemasaran I

Petani → Pedagang Pengecer → Konsumen

b. Saluran Pemasaran II

Petani → Pedagang Pengumpul → Konsumen

c. Saluran Pemasaran III

Petani → Pedagang Pengumpul → Pedagang Besar

Pabrik Makanan

2. Pada saluran pemasaran I memiliki total biaya pemasaran sebesar Rp.155,54 per kg, margin keuntungan sebesar Rp.376,28 per kg, dan memiliki margin pemasaran sebesar Rp.531,82 per kg. Saluran pemasaran II memiliki total biaya pemasaran sebesar Rp.800 per kg, margin keuntungan sebesar Rp.118,75 per kg, dan margin pemasaran sebesar Rp.918,75 per kg. Saluran pemasaran III memiliki total biaya pemasaran sebesar Rp.4.507 per kg, margin keuntungan sebesar Rp.2.818,25 per kg, dan margin pemasaran sebesar Rp.1.688,75 per kg.

3. Saluran pemasaran I memiliki margin pemasaran sebesar Rp.531,82 per kg. Saluran pemasaran II memiliki margin pemasaran sebesar Rp.918,75 per kg. Dan saluran pemasaran III memiliki margin pemasaran Rp.1.688,75 per kg.
4. Jika dilihat dari efisiensi secara ekonomis dari ketiga saluran yang ada di Desa Sigara-gara Kecamatan Patumbak Kabupaten Deli Serdang maka saluran pemasaran I adalah saluran pemasaran ubi kayu yang paling efisien karena mempunyai mempunyai nilai *farmer's share* tertinggi yaitu 109,81%. Pada saluran pemasaran II nilai *farmer's share*nya 44,21 %. Saluran pemasaran III nilai *farmer's share*nya 26,69%.

5.2 Saran

Saran yang dapat peneliti berikan berdasarkan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

A. Kepada Petani

Petani dengan produksi ubi kayu yang sedikit sebaiknya menjual langsung produksi ke pedagang pengecer besar tanpa melalui perantara agar mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi. Sementara petani dengan produksi ubi kayu yang besar sebaiknya menggunakan jasa perantara yaitu lembaga pemasaran untuk mempercepat proses pemasaran dan menimbulkan resiko kebusukan ubi kayu.

B. Kepada Pelaku Pemasaran

Agar kiranya para pelaku pemasaran lebih efektif terlibat kepada pemberian informasi akan kondisi pasar kepada para petani agar tidak terjadi ketimpangan dan juga kerugian kepada petani sehingga secara tidak langsung akan berdampak pada berkurangnya jumlah petani dan akan mengakibatkan kelangkaan ubi kayu dan merugikan pelaku pemasaran itu sendiri.

C. Kepada Pemerintah

Agar kiranya pemerintah lebih memperhatikan nasib para petani kecil dengan memprioritaskan pelatihan oleh dinas pertanian, mensiptakan koperasi yang dapat menstabilkan harga jual dan pembayaran yang berkesinambungan yang dapat menguntungkan seluruh lembaga pemasaran yang terlibat serta turut campur mengawasi harga DOC, pupuk dan pergerakan harga jual ubi kayu agar tidak terjadi monopoli yang menguntungkan segelintir orang.

D. Kepada Peneliti Selanjutnya

Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi para peneliti selanjutnya yang melakukan analisis pemasaran, efisiensi pemasaran dan tingkat keadilan keuntungan pemasaran dengan komoditi yang sama atau berbeda.