

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap pemasaran ubi jalar manohara di Nagari Koto Tinggi, Kecamatan Baso, Kabupaten Agam, maka dapat diperoleh kesimpulan bahwa:

1. Saluran pemasaran yang terbentuk dalam aktivitas pemasaran ubi jalar manohara ada tiga saluran, yaitu:
  - a. Saluran I, saluran pemasaran nol tingkat (Pemasaran langsung)  
Petani → Konsumen antara (Industri Pengolahan Stik ubi)
  - b. Saluran II, saluran pemasaran 1 tingkat  
Petani → Pedagang Pengumpul → Konsumen Antara (Pabrik Saus)
  - c. Saluran III, saluran pemasaran 2 tingkat  
Petani → Pedagang Pengumpul → Pedagang Pengecer → Konsumen Akhir

Setiap lembaga pemasaran yang terlibat tersebut melakukan fungsi-fungsi pemasaran yang terdiri dari fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fungsi fasilitas yang berbeda beda.

2. Berdasarkan analisis margin pemasaran, nilai margin terkecil terdapat pada saluran I karena tidak memiliki nilai margin pemasaran (saluran pemasaran nol tingkat). Berdasarkan analisis *farmer's share*, nilai *farmer's share* terbesar terdapat pada saluran I senilai 100%.
3. Berdasarkan analisis efisiensi biaya pemasaran, nilai persentasi efisiensi pemasaran terkecil terdapat pada saluran I dengan nilai 12,16% yang artinya saluran I merupakan saluran pemasaran ubi jalar manohara yang paling efisien.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, saran yang dapat diberikan diantaranya adalah:

1. Petani sebaiknya memasarkan ubi jalar manohara mereka pada saluran I yaitu menjualkan ubi langsung ke industri pengolahan ubi, karena dilihat dari tingkat efisiensi pemasaran, saluran I lebih efisien dibanding saluran lainnya. Pemerintah yang terkait diharapkan untuk dapat memberikan sosialisasi untuk memperluas agroindustri ubi untuk mengolah ubi menjadi berbagai produk turunannya, sehingga dengan meningkatnya jumlah agroindustri ubi, peluang petani untuk menjualkan dengan pola saluran I juga meningkat.
2. Petani bisa membentuk suatu komunitas atau kelompok usaha untuk dapat mengolah sendiri produk ubi jalar yang dihasilkan menjadi produk olahan seperti saus, keripik, serundeng, kek maupun olahan ubi jalar lainnya untuk memperkecil margin pemasaran dan mengoptimalkan *farmer's share* petani.

