

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian mengenai analisis efisiensi pemasaran jagung di Kecamatan Sitiung Kabupaten Dharmasraya yang didapatkan sehingga dapat ditarik kesimpulan yaitu sebagai berikut :

1. *Market structure* (struktur pasar) yang dapat dilihat dilapangan berdasarkan fakta-fakta yang ada diperoleh dari kegiatan pemasaran jagung yang ada di kecamatan Sitiung Kabupaten Dharmasraya memiliki tipe–tipe struktur pasar yang berbeda-beda. Struktur pasar yang pertama yaitu petani sebagai produsen dan lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat (pedagang pengumpul, pedagang besar, pedagang eceran dan peternak ayam) sebagai konsumen memiliki kecendrungan kepada pasar persaingan tidak sempurna yaitu oligopsoni sehingga dikatakan pemasaran jagung tidak efisien. Struktur pasar yang kedua yaitu pedagang pengumpul sebagai produsen dan pedagang besar dan peternak ayam sebagai konsumen memiliki kecendrungan kepada oligopoli. Struktur pasar yang ketiga yaitu pedagang besar sebagai produsen dan pedagang pengecer dan peternak ayam sebagai konsumen memiliki tipe struktur pasar monopoli. Struktur pasar yang keempat yaitu pedagang pengecer sebagai produsen dan peternak ayam sebagai konsumennya merupakan tipe pasar persaingan sempurna karena memiliki jumlah penjual penjual dan pembeli yang banyak dimana pedagang eceran yang menjual produk jagung banyak terdapat di pasaran begitu pula konsumennya sendiri yaitu peternak ayam skala menengah kebawah yang membeli jagung pakan di pedagang eceran memiliki jumlah yang banyak.
2. *Market Conduct* (Perilaku Pasar) menunjukkan Sistem penentuan harga dilakukan dengan cara tawar-menawar produk walaupun penentu harga akhir adalah lembaga pemasaran dilevel yang lebih tinggi. Sistem pembayaran dilakukan secara tunai, dan sebagian petani melakukan sistem pembayaran yang diterima dikurangi dengan modal yang diberikan oleh pedagang pengumpul yang telah menjalin kerjasama dengan petani tersebut. Pada

kelembagaan petani yaitu kurang berfungsinya manajemen kelompok tani di dalam kegiatan pemasaran jagung menyebabkan harga di tingkat petani lemah.

3. *Market Performance* (Kinerja Pasar)

- a. Pada kegiatan pemasaran jagung di Kecamatan Sitiung Kabupaten Dharmasraya mempunyai 4 tipe saluran pemasaran yang berbeda-beda. Saluran pemasaran I adalah petani →pedagang pengumpul 1→ pedagang besar → pengecer → konsumen akhir. Saluran pemasaran II adalah petani→pedagang pengumpul 2→konsumen akhir. Saluran pemasaran III adalah petani→pedagang besar→konsumen akhir. Saluran pemasaran IV adalah petani→konsumen akhir.
- b. Pada saluran pemasaran IV dinilai dengan saluran pemasaran yang paling tinggi tingkat efisiensinya karena memiliki persentase margin pemasaran terendah yaitu 0 % dan *farmer's share* sebesar 100%. Saluran pemasaran II memiliki margin pemasaran 10% dan *farmer's share* 90% sehingga dapat juga dikatakan bahwa saluran pemasarannya efisien. Saluran III juga dinilai sebagai saluran pemasaran yang efisien karena memiliki persentase margin pemasaran dibawah 50% yaitu sebesar 37 % dan *farmer's share* > 50% yaitu 63%. Pada saluran pemasaran I dinilai merupakan saluran yang paling rendah tingkat efisiensinya karena dinilai persentase margin pemasaran yang paling tinggi dibanding pada saluran lainnya yaitu 55% dan memiliki nilai *farmer's share* yang terendah yaitu sebesar 45%. Hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat efisiensi pemasaran jagung dikecamatan Sitiung Kabupaten Dharmasraya masuk dalam kategori tidak efisien melalui alur pemasaran tersebut.

B. Saran

- a. Struktur pasar jagung di Kecamatan Sitiung Kabupaten Dharmasraya terdapat kecenderungan mengarah pada pasar persaingan tidak sempurna petani hanya sebagai *price taker*, maka diharapkan agar petani lebih berani dalam mengambil keputusan yang bersifat menguntungkan bagi petani sehingga petani bersedia menjual jagungnya kepada pedagang yang berani menawarkan harga paling tinggi. Perlunya petani membentuk lembaga

pemasaran pada masing-masing Gabungan Kelompok Tani agar dapat memperat kerjasama dalam pembentukan harga yang sesuai.

- b. Perilaku pasar yang menunjukkan pasar tidak efisien ini diperlukan pengawasan terhadap harga jagung oleh pemerintah pusat maupun daerah agar pedagang tidak lagi bisa dalam penetapan harga secara sepihak sehingga petani tidak selalu menjadi pihak yang dirugikan. Perlu adanya sumber informasi pasar terkait harga jagung yang berlaku di tingkat petani juga haruslah di sebarluaskan secara menyeluruh sampai ke petani sehingga dapat terjadi kegiatan tawar menawar lebih dalam meningkatkan harga jagung di tingkat petani. Dalam menghadapi tantangan permodalan diharapkan pemerintah memberikan solusi permodalan dengan dana PUAP (Pengembangan Usaha Agribisnis Pedesaan) melalui LKMA yang ada, serta membina dan membantu untuk mengaktifkan LKMA yang ada di Nagari Sitiung untuk memberikan bantuan pinjaman modal bagi petani dalam melaksanakan usaha taninya.
- c. Kinerja pasar jagung di kecamatan Sitiung Kabupaten Dharmasraya dapat berubah kearah yang lebih efisien jika pemerintah ikut serta memberikan bantuan kepada petani. Perlunya bantuan alat pasca panen berupa mesin pemipil jagung (*Corn Sheller*) kepada kelompok tani agar anggota petani dapat bersama-sama melakukan pasca panen sehingga biaya dapat dipotong. Alat pasca panen lainnya yang sangat diperlukan untuk diberikan bantuan oleh pemerintah ke kelompok tani adalah mesin pemecah jagung yang dimana alat tersebut sangat berguna bagi petani untuk mendorong lagi tingkat efisiensi pemasarannya ke peternak dengan sehingga petani memiliki potensi untuk menjual produknya lebih lagi dengan menambahkan nilai jual produknya. Pemerintah juga diharapkan membentuk, membina, dan memperbanyak jumlah peternakan ayam di dekat lokasi petani jagung sehingga jumlah pembeli sebagai konsumen jagung bertambah akan membuat pilihan petani menjual produknya langsung ke konsumen akhir dikarenakan lokasi pasar yang dapat dijangkau oleh petani. Hal-hal tersebut dapat dilakukan dalam upaya meningkatkan *farmer's share* dan menurunkan marjin pemasaran.