

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang dilakukan untuk melihat sistem pemasaran jagung di Kecamatan Kinali Kabupaten Pasaman Barat, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dilihat dari struktur pasar yang ada para pelaku pemasaran jagung di Kecamatan Kinali, adalah:

- a. Struktur pasar antara petani dengan pedagang pengumpul I yang terbentuk cenderung mengarah pada pasar oligopsoni. Pada pasar ini pedagang pengumpul sebagai pembeli akan dihadapkan oleh petani yang jumlahnya jauh lebih banyak. Produk yang dijual masih dalam bentuk jagung dengan tongkol atau bersifat homogen
- b. Struktur pasar antara pedagang pengumpul I dengan pedagang pengumpul II yang terbentuk juga mengarah pada pasar oligopsoni, hal ini dilihat jumlah pedagang pengumpul II yang tidak terlalu banyak jika dibandingkan dengan jumlah pedagang pengumpul I. Produk yang dihasilkan juga homogen berupa jagung kering pipil.
- c. Struktur pasar antara pedagang pengumpul II dengan pedagang besar (agen) yang terbentuk juga mengarah pada pasar oligopsoni, hal ini dapat dilihat dari jumlah pedagang pengumpul sebagai pemasok lebih banyak bila dibandingkan dengan pedagang besar (agen). Hal ini mengakibatkan pedagang besar (agen) tidak tergantung pada 1 pedagang pengumpul saja dalam memasok jagung

Produk yang dipasarkan pedagang pengumpul berupa jagung pipil yang telah kering.

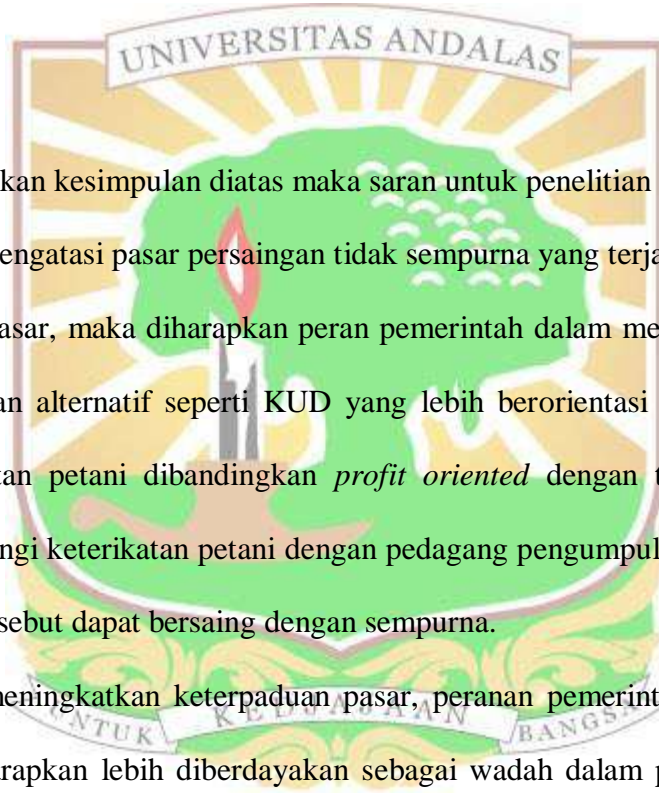
- d. Struktur pasar antara pedagang besar dengan peternak (kandang) yang terbentuk cenderung mengarah pada pasar oligopoli, hal ini dilihat berdasarkan jumlah pedagang besar (agen) yang tidak lebih banyak dibandingkan dengan peternak (kandang). Produk yang dipasarkan juga bersifat homogen
2. Praktek penentuan harga yang terjadi dalam pemasaran jagung ini tidak mengarah pada pasar persaingan sempurna (*perfect competition*), namun mengarah pada pasar persaingan tidak sempurna (*imperfect competition*) karena pedagang mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi harga yang terjadi di pasar sedangkan pada pasar persaingan sempurna baik pembeli maupun pedagang tidak dapat mempengaruhi harga yang berlaku di pasar. Hal ini terjadi pada berbagai tingkatan pasar. Pedagang besar (agen) merupakan pedagang pertama yang menentukan harga jagung, kemudian diikuti oleh lembaga pemasaran yang ada dibawahnya yaitu pedagang pengumpul. Pedagang pengumpul kemudian menentukan harga beli petani berdasarkan harga jualnya kepada pedagang besar.
  3. Kinerja pemasaran jagung di Kecamatan Kinali dapat dilihat melalui:
    - a. Margin pemasaran, kinerja pasar jagung berdasarkan indikator margin pemasaran dari lembaga yang terlibat dalam saluran pemasaran, dimana pada saluran pemasaran I margin pemasarannya lebih besar yaitu Rp 800,- per kg dibandingkan saluran pemasaran II dan III yang masing-masingnya sebesar Rp 700,- per kg dan Rp. 950,- per kg.

- b. Bagian harga yang diterima petani (*farmer's share*), bahwa saluran pemasaran II memberikan bagian harga yang diterima petani lebih tinggi yaitu sebesar 80%. Hal ini disebabkan karena harga yang diterima oleh petani lebih tinggi dari harga yang diterima petani pada saluran pemasaran I .
- c. Nilai IMC pada berbagai tingkatan pasar cukup tinggi  $> 1$ , artinya pasar lokal dan pasar acuan belum terintegrasi dengan baik. Integrasi pasar yang terjadi lemah.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka saran untuk penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengatasi pasar persaingan tidak sempurna yang terjadi pada salah satu pelaku pasar, maka diharapkan peran pemerintah dalam membentuk lembaga pemasaran alternatif seperti KUD yang lebih berorientasi pada peningkatan pendapatan petani dibandingkan *profit oriented* dengan tujuan agar dapat mengurangi keterikatan petani dengan pedagang pengumpul sehingga struktur pasar tersebut dapat bersaing dengan sempurna.
- b. Untuk meningkatkan keterpaduan pasar, peranan pemerintah dan kelompok tani diharapkan lebih diberdayakan sebagai wadah dalam penerapan standar harga dan kualitas. Sehingga diharapkan harga jagung bisa lebih stabil pada waktu panen raya atau panen biasa dan dapat meningkatkan *bargaining position* petani dengan pedagang yang berada diatasnya.



- c. Peningkatan kualitas jagung di Kab. Pasaman Barat juga harus mendapat perhatian yang serius agar produksi jagung yang dihasilkan petani dapat bersaing dengan jagung daerah lain bukan hanya untuk pakan ternak tapi dapat menjadi bahan baku produk makanan yang diperlukan oleh pabrik-pabrik pengolahan jagung.
- d. Terkait dengan keterbatasan penelitian dalam hal pengembangan pemasaran ke produk-produk olahan yang berasal dari komoditas jagung, maka perlu penelitian lebih lanjut mengenai hal ini.

