

V. KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil penelitian saluran pemasaran salak pondoh, terdapat dua pola saluran pemasaran salak pondoh di Kecamatan Madukara. Pola tersebut yaitu, pola 1: Petani → Pedagang pengumpul → Pedagang besar, dan pola 2: Petani → Pedagang pengumpul → Pedagang pengecer.
2. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa rata-rata marjin pemasaran salak pondoh di Desa Gununggiana dan Desa Kaliurip Kecamatan Madukara Kabupaten Banjarnegara pada saluran I lebih besar dibandingkan dengan saluran II. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin kecil nilai marjin pemasaran akan mengindikasikan tingkat efisiensi pemasaran yang semakin tinggi dan sebaliknya, semakin besar nilai marjin pemasaran akan mengindikasikan tingkat efisiensi pemasaran yang semakin rendah.
Nilai untuk *farmer's share* pada dua saluran pemasaran salak pondoh yang terbentuk, menunjukkan bahwa *farmer's share* yang diperoleh petani pada saluran kedua lebih besar dari petani pada saluran pertama. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin besar nilai *farmer's share* maka semakin besar keuntungan yang diperoleh oleh petani.
3. Nilai elastisitas transmisi harga lebih kecil dari satu. Hal ini menunjukkan bahwa pasar yang terjadi adalah tidak bersaing sempurna atau dapat juga diartikan bahwa laju perubahan harga ditingkat petani lebih kecil daripada ditingkat pedagang.

B. Implikasi

1. Untuk memperoleh keuntungan yang tinggi maka salah satu upaya yang perlu diterapkan adalah memilih saluran pemasaran yang paling efisien diantara saluran pemasaran yang lain.
2. Untuk memperkecil marjin pemasaran maka salah satu upaya yang perlu diterapkan adalah membangun atau menghidupkan kembali kelompok tani salak pondoh selaku produsen dan sentralisasi pedagang pengumpul desa atau pengkoordinasian yang jelas dengan pedagang besar serta tata cara kegiatan yang jelas antara petani dengan pedanggang pengumpul desa atau pedagang besar yang disepakati oleh anggotanya. Dengan begitu, petani salak pondoh akan memiliki posisi tawar yang lebih baik karena terdapat sentralisasi pedagang.
3. Perlunya pengembangan media informasi harga sampai tingkat petani, misalnya melalui penyuluhan pertanian. Informasi harga diharapkan dapat membantu petani dalam merencakan dan menentukan harga salak.