

## VI. KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

1. Mayoritas petani melinjo berumur di atas 57 tahun dan pendidikan akhirnya adalah Sekolah Dasar (SD). Banyak petani yang memiliki pohon melinjo 10 pohon atau kurang karena penanaman melinjo hanya memanfaatkan lahan yang ada. Hanya satu orang petani yang memiliki pekerjaan lain selain petani yaitu sebagai perangkat desa.
2. Terdapat tiga pola saluran pemasaran melinjo di Kecamatan Saptosari Kabupaten Gunungkidul, yaitu Saluran I (Petani – Pedagang Pengepul – Pedagang Besar Kabupaten – Pedagang Besar Penyebar – Pedagang Besar Provinsi – Pedagang Eceran – Pengrajin Emping Melinjo), Saluran II (Petani – Pedagang Pengepul – Pedagang Besar Kabupaten – Pedagang Besar Penyebar – Pedagang Eceran – Pengrajin Emping Melinjo), dan Saluran III (Petani – Pedagang Pengepul – Pedagang Besar Kabupaten – Pedagang Besar Penyebar – Pengrajin Emping Melinjo).
3. Seluruh lembaga pemasaran melakukan ketiga fungsi yaitu fungsi pertukaran (pembelian dan penjualan), fungsi fisik (pengemasan, pengepakan, penyimpanan, pengangkutan, dan bongkar muat), dan fungsi fasilitas (sortasi, *grading*, dan pengupasan). Namun, lembaga pemasaran tidak melakukan kegiatan *grading*.
4. Biaya pemasaran pada Saluran I merupakan biaya tertinggi yaitu sebesar Rp 1.532 dan biaya pemasaran terendah terdapat di Saluran III sebesar Rp 998. Marjin pemasaran tertinggi terdapat pada Saluran I yaitu sebesar Rp 3.900

dan marjin pemasaran terendah terdapat pada Saluran III yaitu sebesar Rp 2.100. Keuntungan pemasaran tertinggi terdapat pada Saluran I yaitu sebesar Rp 2.368 dan keuntungan pemasaran terendah terdapat pada Saluran III yaitu sebesar Rp 1.1101,8. Hal ini berkaitan dengan jumlah lembaga pemasaran yang terlibat pada sebuah saluran pemasaran.

5. Saluran III merupakan saluran yang memiliki *farmer's share* paling tinggi yaitu sebesar 68,2%. Saluran I memiliki IET sebesar 2,71 dan lebih efisien dibandingkan Saluran II dan Saluran III. Saluran II memiliki IEE sebesar 0,7276 dan lebih efisien dibandingkan Saluran I dan Saluran III.

## **B. Saran**

Harga jual pada Saluran III dirasa terlalu tinggi karena biaya pemasaran yang dikeluarkan juga tidak begitu banyak. Perlu adanya penekanan pada harga jual di tingkat pedagang pengepul ataupun penerima supaya harga di pengrajin tidak begitu tinggi.