

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan hasil pembahasan diatas mengenai Efisiensi Pemasaran Bonsai di Sentra Pedagang Tanaman Hias Kecamatan Driyorejo, Kabupaten Gresik, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Karakteristik pedagang tanaman hias di Sentra Pedagang Tanaman Hias Kecamatan Driyorejo, Kabupaten Gresik di dominasi berusia <50 tahun berjumlah 16 orang, lulusan SMA berjumlah 14 orang, tanggungan keluarga sebagian besar 1-2 tanggungan berjumlah 10 orang, luas lahan rata – rata berukuran sama yaitu 84 m², lama berusahatani 10 - 15 tahun berjumlah 10 orang. Dari data karakteristik responden tersebut dapat disimpulkan bahwa rata – rata pedagang tanaman hias tersebut masih produktif, berpendidikan tinggi, dan memiliki pengalaman yang cukup lama dalam berusahatani.
2. Margin saluran pemasaran pada penelitian ini hanya ada 1 saluran pemasaran yaitu perodusen – pedagang pengecer – konsumen, dimana produsen adalah petani bonsai, pedagang pengecer adalah pedagang tanaman hias, dan konsumen adalah pembeli. Margin pemasaran pada saluran ini tanaman bonsai daun dolar memiliki nilai margin tertinggi dengan Rp. 2.856.500, bonsai bougenville Rp. 2.533.000, dan terakhir bonsai serut Rp. 2.025.000. Perbedaan margin cukup besar dikarenakan banyak faktor usahatani yang mempengaruhi nilai tambah bakalan bonsai hingga menjadi bonsai jadi yang memiliki harga jual tinggi.
3. Keuntungan pemasaran dalam penelitian ini pada bonsai daun dolar pedagang tanaman hias memperoleh keuntungan sebesar Rp. 2.826.500 / tanaman, bonsai bougenville memperoleh keuntungan sebesar Rp. 2.503.000 / tanaman, dan bonsai serut memperoleh keuntungan sebesar Rp. 1.797.000 /

tanaman. Keuntungan pemasaran yang didapat pedagang tanaman hias di Sentra Pedagang Tanaman Hias Kecamatan Driyorejo, Kabupaten Gresik cukup tinggi.

4. Efisiensi pemasaran pada penelitian ini jika mengacu pada teori efisiensi pemasaran dimana melihat pada saluran ini keseluruhan bonsai memiliki nilai efisiensi pemasaran kurang dari 50% maka dapat disimpulkan bahwa saluran pemasaran yang terjadi pada saluran tingkat 1 efisien. Namun *farmer's share* nya tidak efisien dikarenakan selisih harga jual di tingkat pedagang dan harga jual di tingkat petani sangat jauh. Harga jual tersebut sesuai dengan perlakuan dan perawatan yang dilakukan serta telah memperhitungkan faktor – faktor usahatani tanaman bonsai.

4.2 Saran

1. Untuk pengembangan usaha tanaman bonsai yang lebih efisien, maka disarankan kepada para pelaku pemasaran untuk memilih dan menentukan saluran pemasaran yang lebih efisien dan menguntungkan. Sehingga mampu memberikan keuntungan kepada semua pihak yang terlibat dalam sistem pemasaran tanaman bonsai. Petani dapat mempertimbangkan untuk memilih saluran pemasaran lain, misalkan menjual ke pedagang besar, pedagang pengumpul, atau menjual langsung ke kolektor dan konsumen dalam bentuk bonsai dikarenakan keuntungan yang didapat akan lebih besar. Untuk pedagang pengecer dapat mempertimbangkan untuk mengikutsertakan tanaman bonsainya pada kontes atau pameran yang nantinya akan membuka pasar yang lebih luas dan dapat menaikkan harga bonsai tersebut.

2. Untuk mengubah pola pemasaran yang ada di Sentra Pedagang Tanaman Hias Kecamatan Driyorejo, Kabupaten Gresik perlu juga diadakan penelitian lanjutan.