

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada pemasaran bawang merah dari Kenagarian Surantih, dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Pola pemasaran yang terbentuk dalam sistem pemasaran bawang merah ada tiga saluran yaitu :

- a. Pola Pemasaran I : Petani – Pedagang Pengecer Pasar Surantih – Konsumen Akhir.
- b. Pola Pemasaran II : Petani – Pedagang Pengecer Pasar Kuok Batang Kapas – Konsumen Akhir.
- c. Pola Pemasaran III : Petani – Pedagang Pengecer Pasar Baru Kambang – konsumen akhir.

2. Margin Pemasaran pada pola pemasaran I adalah sebesar Rp 6.051,39/Kg, pola pemasaran II adalah sebesar Rp 6.153,33/Kg, dan pola pemasaran III adalah sebesar Rp 5.965,70/Kg. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa margin pemasaran terkecil terdapat pada pola pemasaran III yaitu sebesar Rp 5.965,70/Kg, sedangkan margin pemasaran terbesar terdapat pada pola pemasaran II yaitu sebesar Rp 6.153,33/Kg.

Nilai *farmes's share* pada pola saluran I adalah sebesar 81,28%, pola pemasaran II adalah sebesar 81,20%, dan pola pemasaran III adalah sebesar 82,10%. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai *farmes's share* terbesar terdapat pada pola pemasaran III yaitu sebesar 82,10%, dan nilai *farmes's share* terkecil terdapat pada pola pemasaran I yaitu sebesar 81,20%.

Berdasarkan analisis efisiensi pemasaran, dapat diketahui bahwa pemasaran I memiliki persentase nilai EP sebesar 11,5%, pola pemasaran II memiliki persentase nilai EP sebesar 11,51%, dan pola pemasaran III memiliki persentase nilai EP sebesar 11,02%. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa pola pemasaran bawang merah yang paling efisien adalah pola pemasaran III, hal ini disebabkan karena nilai persentase efisiensi pemasaran bawang merah pola pemasaran III paling kecil yaitu sebesar 11,02%.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan saran yang dapat diberikan yaitu :

1. Petani sebaiknya tetap melakukan aktivitas pemasaran dalam kelompok tani agar tercapai pemasaran yang lebih efisien.
2. Petani sebaiknya dapat mempertahankan tingkatan saluran pemasaran satu tingkat, dimana petani menjual langsung hasil usaha tani bawang merah kepada pengecer sehingga petani mendapat bagian yang adil dalam pemasaran.

