

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada pemasaran beras organik di Kecamatan Mungka, dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

Dalam proses pemasaran beras organik terdapat tujuh saluran pemasaran yang terbentuk, yaitu :

- a. Petani – konsumen
- b. Petani – konsumen (khusus organik)
- c. Petani – pedagang pengecer – konsumen
- d. Petani – Pedagang pengumpul organik – konsumen (khusus organik)
- e. Petani – Pedagang pengumpul organik – pedagang pengecer – konsumen (khusus organik)
- f. Petani – lumbung pangan – pedagang pengecer – konsumen
- g. Petani – lumbung pangan – pedagang perantara – pedagang pengecer – konsumen

Dari ketujuh saluran pemasaran yang terbentuk, pada saluran pertama, kedua, dan ketiga petani menjual hasil panennya berupa beras, sedangkan pada saluran pemasaran yang keempat, kelima, keenam, dan ketujuh petani menjual hasil panennya berupa padi. Fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan setiap lembaga pemasaran hampir sama baik fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas.

Berdasarkan analisis efisiensi biaya pemasaran, dapat diketahui bahwa nilai EP pada saluran pemasaran beras yang paling efisien adalah saluran kedua dengan nilai EP sebesar 8%. Sedangkan saluran pemasaran padi yang paling efisien terdapat pada saluran keempat sebesar 9,46%.

Dari semua saluran pemasaran dapat dilihat bahwa terdapat perbedaan harga yang cukup signifikan. Hal tersebut dapat terjadi karena perbedaan bentuk produk yang dipasarkan. Tidak semua petani mau menjual hasil panen berupa beras, tetapi juga banyak petani yang memasarkan produknya berupa padi, sehingga harga jual yang diterima petani yang menjual padi jauh lebih kecil dibandingkan petani yang menjual produk dalam bentuk beras. Selain hal tersebut banyak faktor yang menyebabkan kendala dalam proses pemasaran beras organik diantaranya sulitnya menemukan pasar

organik, kurangnya promosi beras organik di tingkat konsumen, masa berlaku sertifikat organik, pembatasan mobilisasi antar daerah akibat pandemi covid 19, pemanfaatan RMU yang kurang optimal, dan peran kelompok tani yang masih minim dalam proses pemasaran.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, saran yang dapat diberikan yaitu :

1. Angka persentase petani yang memilih saluran kedua sangat kecil. Sedangkan berdasarkan hasil penelitian saluran pemasaran yang paling efisien adalah saluran kedua. Petani sebaiknya memasarkan hasil pertaniannya sesuai dengan harga beras organik yang berlaku dipasar organik dengan meningkatkan peran kelompok tani dalam proses pemasaran. Perlu diciptakan pasar atau permintaan akan beras organik salah satunya dengan meningkatkan promosi terkait beras organik. Dengan ini petani dapat menerima pendapatan yang lebih, sehingga keuntungan yang diterima juga meningkat.
2. Untuk dapat mendukung pengembangan usahatani beras organik di Kecamatan Mungka dibutuhkan desain jaringan pemasaran beras organik yang selanjutnya dapat diwujudkan untuk membentuk jaringan pemasaran beras organik sehingga dapat meningkatkan kuantitas dan kualitas pemasaran beras organik yang sesuai dengan harga pasar yang seharusnya.

