

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari penelitian yang telah dilakukan, dapat dihasilkan beberapa kesimpulan:

1. Terdapat empat saluran pemasaran, yaitu :

(I) petani – pedagang pengumpul – pedagang pengecer - konsumen.

(II) petani – pedagang pengumpul – pedagang besar – pedagang pengecer–
konsumen.

Fungsi- fungsi pemasaran yang dilakukan oleh lembaga pemasaran yang terlibat adalah

(a) petani: fungsi pertukaran (penjualan), fungsi fisik (pengangkutan), fungsi fasilitas (pembiayaan, dan informasi pasar).

(b) pedagang pengumpul: fungsi pertukaran (pembelian, penjualan), fungsi fisik (penyimpanan, pengangkutan), fungsi fasilitas (pembiayaan, penanggungan resiko dan informasi pasar).

(c) pedagang besar: fungsi pertukaran (pembelian, penjualan), fungsi fisik (pengangkutan, penyimpanan), fungsi fasilitas (pembiayaan, penanggungan resiko, sortasi dan informasi pasar).

(d) pedagang pengecer: fungsi pertukaran (pembelian, penjualan), fungsi fisik (pengangkutan, penyimpanan), fungsi fasilitas (pembiayaan, dan informasi pasar).

2. Nilai margin pemasaran saluran I Rp. 4.000 dan saluran II Rp.5.500, analisis *farmer's share* saluran I yaitu 80% dan saluran II yaitu 74,42%. Saluran I lebih efisien daripada saluran II tetapi pangsa pasar saluran I lebih sedikit dibanding pangsa pasar saluran II

B. Saran

1. Petani bisa menjual gula merah ke pedagang besar tanpa perantara pedagang pengumpul. Jika petani menjual kepada pedagang besar maka keuntungan yang diperoleh petani akan lebih besar.

2. Petani bisa memperluas koneksi untuk menjualkan produknya agar bisa mendapatkan pasar yang lebih luas dan keuntungan yang lebih besar.