

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada pemasaran bawang merah di Kecamatan Sungaipua, dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

Saluran pemasaran yang terbentuk dalam sistem pemasaran bawang merah ada empat saluran yaitu :

- 1) Saluran Pemasaran I : Petani – Pedagang Pengecer Pasar – Konsumen Akhir.
- 2) Saluran Pemasaran II : Petani – Pedagang Pengumpul – Pedagang Pengecer – Konsumen Akhir.
- 3) Saluran Pemasaran III: Petani – Pedagang Pengumpul – Pedagang Besar – Pedagang Pengecer (Pekanbaru) – konsumen akhir.
- 4) Saluran Pemasaran IV: Petani – Pedagang Pengumpul – Pedagang Besar – Pedagang Pengecer (Jambi) – konsumen akhir.

Margin Pemasaran pada saluran pemasaran I adalah sebesar Rp 7.704,99/Kg, saluran pemasaran II adalah sebesar Rp 8.352,75/Kg, saluran pemasaran III adalah sebesar Rp 9.813,04/Kg dan saluran pemasaran IV sebesar Rp 11.813,04/Kg. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa margin pemasaran terkecil terdapat pada saluran pemasaran I yaitu sebesar Rp 7.704,99/Kg, sedangkan margin pemasaran terbesar terdapat pada saluran pemasaran IV yaitu sebesar Rp 11.813,04/Kg.

Nilai *farmer's share* pada saluran saluran I adalah sebesar 74,32%, saluran pemasaran II adalah sebesar 73,06%, saluran pemasaran III 69,33% adalah sebesar dan saluran pemasaran IV adalah sebesar 65,26%. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai *farmer's share* terbesar terdapat pada saluran pemasaran I yaitu sebesar 74,32% dan nilai *farmer's share* terkecil terdapat pada saluran pemasaran IV yaitu sebesar 65,26%.

Berdasarkan analisis efisiensi pemasaran, dapat diketahui bahwa saluran pemasaran I memiliki persentase nilai EP sebesar 13,45%, saluran pemasaran II memiliki persentase nilai EP sebesar 17,14%, saluran pemasaran III adalah sebesar 22,79% dan saluran pemasaran IV memiliki persentase nilai EP sebesar 21,49%.

Berdasarkan analisis efisiensi pemasaran dapat disimpulkan bahwa nilai efisiensi pemasaran terkecil terdapat pada saluran pemasaran I yaitu sebesar 13,45%, dan nilai efisiensi pemasaran terbesar terdapat pada saluran pemasaran III yaitu sebesar 22,79%.

B. Saran

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

1. Produsen/Petani dapat memilih saluran pemasaran yang dapat memperoleh keuntungan yang lebih besar tetapi biaya yang dikeluarkan tidak terlalu tinggi sehingga petani dapat berproduksi kembali. Lembaga pemasaran diharapkan dalam memberikan harga pada petani mempertimbangkan daya upaya dan input yang dikeluarkan oleh petani sehingga usahatani bawang merah dapat tetap berlanjut.
2. Diharapkan pemerintah dapat menunjang efisiensi pemasaran bawang merah di Kecamatan Sungaipua pada tiap kelompok tani dengan mengadakan sarana prasarana penunjang dan juga pemerintah diharapkan dapat menyebarkan informasi mengenai harga bawang merah dipasaran sehingga petani mengetahui harga yang berlaku. Dengan demikian petani dapat melakukan tawar-menawar dengan pedagang dan tidak lagi menjadi pihak yang menerima harga.

