

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat empat macam saluran pemasaran jeruk keprok di Desa Terentang III Kecamatan Koba Kabupaten Bangka Tengah diantaranya : a. Petani-Pedagang Besar-Pengecer, b. Petani–Pengumpul–Pengecer-Konsumen, c. Petani-Pengumpul-Konsumen, d. Petani-Konsumen. Fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan setiap lembaga pemasaran terdiri dari fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas. Setiap lembaga pemasaran melakukan fungsi-fungsi pemasaran yang berbeda.
2. Struktur pasar yang terbentuk dari pemasaran jeruk di Desa Terentang III Kecamatan Koba, Kabupaten Bangka Tengah adalah: 1. Pasar yang terbentuk pada petani mendekati pasar persaingan sempurna, 2. Pasar yang terbentuk pada pedagang besar dan pedagang pengumpul mendekati pasar oligopoli, 3. pasar yang terbentuk pada pedagang pengecer cenderung mendekati pasar persaingan sempurna. Perilaku pasar yang terjadi terdiri dari kegiatan penjualan dan pembelian dilakukan oleh setiap lembaga pemasaran atas dasar kepercayaan. Sistem penentuan harga dilakukan dengan cara tawar-menawar dan pembayaran dilakukan secara tunai. Kerjasama yang dilakukan lembaga pemasaran secara tidak terikat dan tanpa kontrak tertulis. Saluran 3 merupakan saluran yang relative lebih efisien di ukur berdasarkan nilai margin, *farmer's share*, dan R/C rasio. Karena memiliki nilai margin terkecil yakni Rp 7000, *nilai farmer's share* sebesar 41,66, dan rasio keuntungan terhadap biaya sebesar 45,6.

5.2. Saran

Berdasarkan dari simpulan, maka saran yang dapat diberikan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan kepada petani jeruk keprok yang ada di Desa Terentang III untuk dapat memilih saluran pemasaran yang relative lebih efisien serta dapat meningkatkan keuntungan bagi petani. Diantara bererapa saluran pemasaran yang ada saluran 3 merupakan saluran yang paling efisien.
2. Pemerintah diharapkan dapat membantu dan memfasilitasi petani dalam hal kegiatan pemasaran jeruk keprok.

