

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Keberadaan Kelompok Tani Marsudi Among Tani cukup berperan dalam pemasaran beras organik. Seluruh anggota kelompok tani memasarkan beras organik melalui kelompok tani. Kelompok Tani Marsudi Among Tani memasarkan beras organik melalui empat saluran pemasaran yaitu:
Saluran I: petani-kelompok tani-konsumen
Saluran II: petani-kelompok tani-retailer 1-konsumen
Saluran III: petani-kelompok tani-retailer 2-konsumen
Saluran IV: petani-kelompok tani-retailer 3-konsumen
2. Margin pemasaran terkecil ditunjukkan oleh saluran pemasaran pertama yaitu sebesar Rp11.500,00.
3. *Farmer's share* tertinggi ditunjukkan oleh saluran pemasaran pertama dengan bagian 42,5 persen. Perhitungan *cost share* menunjukkan bahwa bagian biaya terkecil yaitu saluran pemasaran keempat dengan persentase 73 persen. Perhitungan *profit share* menunjukkan bagian keuntungan terbesar berada pada saluran pemasaran keempat dengan persentase 27 persen.
4. Berdasarkan perhitungan Indeks Efisiensi Teknis, diperoleh saluran pemasaran pertama memiliki IET terkecil yaitu 0,20 dan Indeks Efisiensi Ekonomis terbesar diperoleh saluran pemasaran keempat yang memiliki IEE 0,38. Berdasarkan hasil tersebut, maka keempat saluran pemasaran beras organik Kelompok Tani Marsudi Among Tani belum efisien karena IET terkecil dan IEE terbesar tidak diperoleh pada satu saluran pemasaran yang sama.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian, berikut saran yang dapat diberikan:

1. Petani dapat memilih pemasaran pada saluran pemasaran pertama berdasarkan *farmer's share* yang tertinggi
2. Kelompok Tani Marsudi Among Tani dapat memperluas jangkauan pemasaran untuk membentuk saluran pemasaran yang lebih efisien
3. Kelompok Tani Marsudi Among Tani dapat menerapkan Harga Eceran Tertinggi bagi retailer sehingga keuntungan yang diperoleh setiap lembaga pemasaran dan konsumen sama rata
4. Peneliti selanjutnya dapat mempertimbangkan penelitian dengan topik strategi pemasaran pada Kelompok Tani Marsudi Among Tani karena pada penelitian ini belum ada saluran pemasaran yang efisien.

