

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah didapatkan dapat disimpulkan bahwa:

1. Saluran pemasaran brokoli yang digunakan di Desa Sidomukti terdapat empat saluran pemasaran yaitu saluran pemasaran 1 (petani - pedagang pengumpul tingkat desa - pedagang pengumpul tingkat kota - pedagang besar pasar getasan - pedagang pengecer pasar Legi - konsumen), saluran pemasaran 2 (petani- pedagang pengumpul tingkat kota - pedagang besar pasar kopeng - pedagang pengecer pasar getasan - konsumen), saluran pemasaran 3 (petani - pedagang pengumpul tingkat desa - pedagang pengecer pasar deles - konsumen), dan saluran pemasaran 4 (petani - pedagang besar pasar kopeng - pedagang pengecer pasar getasan - konsumen)
2. Nilai margin untuk pemasaran brokoli pada saluran pemasaran 1 sebesar Rp. 4000. Pada saluran pemasaran 2 sebesar Rp. 3250. Pada saluran pemasaran 3 sebesar Rp. 2500. Pada saluran pemasaran 4 sebesar Rp. 2750.
3. Nilai farmer's share pada masing-masing saluran yaitu saluran pemasaran 1 sebesar 50%, saluran pemasaran 2 sebesar 61,76%, saluran pemasaran 3 sebesar 64,28%, saluran pemasaran 4 sebesar 72,5%.

4. Rasio keuntungan yang diperoleh pada saluran pemasaran 1 sebesar 0,87. Saluran pemasaran 2 sebesar 0,47. Saluran pemasaran 3 sebesar 1,85. Saluran pemasaran 4 sebesar 1,07.
5. Petani Brokoli memiliki alternatif dalam memasarkan hasil panennya yaitu ke pedagang pengecer dan pedagang besar serta menekan biaya pemasaran seperti saluran pemasaran 3, petani lebih cenderung memasarkan hasil panennya kepada pedagang pengumpul karena tidak mengeluarkan biaya tambahan.
6. Nilai koefisien korelasi antara harga jual produsen dengan *farmer's share* sebesar 0.875, terdapat korelasi yang sangat kuat dan memiliki hubungan yang searah. Nilai koefisien korelasi antara harga jual konsumen dengan *farmer's share* sebesar -0.627, terdapat korelasi yang kuat tetapi memiliki hubungan yang tidak searah. Nilai koefisien korelasi antara margin pemasaran dengan *farmer's share* sebesar -0.964, terdapat korelasi yang sangat kuat namun memiliki hubungan yang tidak searah. Nilai koefisien korelasi antara biaya pemasaran dengan *farmer's share* sebesar -0.646, terdapat korelasi yang kuat tetapi memiliki hubungan yang tidak searah.

## 5.2. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa petani masih memasarkan hasil panen brokoli kepada pedagang pengumpul. Saluran pemasaran 4 dapat menjadi alternatif untuk memasarkan hasil panen brokoli dengan menekan biaya namun. Petani harus mampu mencapai pasar agar menekan biaya pemasaran

dan meningkatkan harga jual produsen, petani juga perlu mendapatkan bantuan modal pinjaman dan penyediaan asset seperti transportasi, alat pengemasan dan gudang penyimpanan sehingga dapat meningkatkan alternatif petani dalam memilih saluran pemasaran brokoli yang efisien.