

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Saluran pemasaran madu di Desa Danau Lamo dan Desa Sekumbang ini memiliki tiga saluran pemasaran dimana saluran pemasaran yang pertama yaitu dimulai dari produsen lalu ke pengumpul kemudian pedagang perantara dan terakhir ke konsumen, untuk saluran kedua dimulai dari produsen langsung menjual ke konsumen, dan pada saluran ketiga produsen menjual ke pengumpul dan langsung dipasarkan ke konsumen. Fungsi pemasaran yang dilakukan dari setiap lembaga pemasaran ini yaitu fungsi fisik (berupa penampungan) dan fungsi fasilitas (berupa penaggungan resiko dan pembiayaan).
2. Biaya, Keuntungan dan Margin pemasaran yang dimiliki serta saluran pemasaran pada tingkatan produsen, pengumpul dan tingkatan pedagang perantar berbeda-beda, dari ke 3 pola saluran pemasaran yang terdapat di Desa Danau Lamo dan Desa Sekumbang biaya paling sedikit, keuntungan lebih banyak serta margin pemasaran sedikit yaitu pada pola saluran ke 3 dimana pedagang pengumpul hanya mengeluarkan biaya terasportasi dan pengemasan botol, sehingga keuntungan yang di dapat lebih banyak.

Besarnya marjin pemasaran pada berbagai saluran pemasaran dapat berbeda, karena tergantung pada panjang pendeknya saluran pemasaran dan aktivitas-aktivitas yang telah dilaksanakan serta keuntungan yang diharapkan oleh lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran.

5.2 Saran

Petani perlu mencari informasi harga di tingkat konsumen agar posisi petani dalam tawarmenawar lebih kuat. Untuk meningkatkan share harga yang diterima petani, perlu diupayakan saluran pemasaran yang lebih pendek.