

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Pemasaran ikan parang hasil tangkapan nelayan di Kampung Nelayan, Kecamatan Tungkal Ilir, Kabupaten Tanjung Jabung Barat terdapat 2 pola saluran pemasaran:

1. Nelayan-Pengepul (KUB)-Pengecer pasar Kuala Tungkal-Konsumen
2. Nelayan-Pengepul (KUB)-Pengecer Kota Jambi-Konsumen

Dari penghitungan margin pemasaran, farmer share dan tingkat efisien pemasaran pada saluran pemasaran yang ada, saluran pemasaran I jumlah margin Rp. 6.000/kg, farmer share 78,5% serta tingkat efisiensi pemasaran 3.5%, selanjutnya saluran pemasaran II jumlah margin, Rp. 13.000 farmer share 62,8% dan tingkat efisiensi pemasaran 14.2% Dari seluruh saluran pemasaran yang ada pola pemasaran saluran I tergolong efisien karena margin paling kecil, farmer share paling besar serta tingkat efisiensi pemasaran $< 5\%$. Dibandingkan dengan pola saluran pemasaran II

5.2 Saran

Penulis menyarankan untuk para pelaku usaha pedagang pengepul komoditi hasil perikanan tangkap, serta nelayan bahwa prospek pemasaran ikan parang ini layak untuk dikembangkan karena ikan parang merupakan ikan yang memiliki nilai ekonomis dalam kegiatan pemasaran serta saran bagi nelayan mengetahui informasi pasar terhadap harga ikan parang stabil dan dapat menimbulkan kesejahteraan bagi semua pelaku usaha pemasaran.

Selain untuk kedepannya semoga ada pengolahan sendiri, karena dengan pengolahan sendiri, seperti di buat kerupuk, pempek dan olahan ikan lainnya bisa menciptakan lapangan kerja baru bagi IRT sekitar selain itu juga target pasar nya bisa lebih luas karena memiliki daya simpan yang lebih lama dari pada ikan segar dan nilai ekonomis nya lebih tinggi sehingga mampu meningkatkan pendapatan ekonomi nelayan.