

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Terdapat tiga macam saluran pemasaran yang digunakan oleh anggota KTH Aren Serbaguna, (I) Produsen menjual produk kepada pedagang pengumpul, kemudian menjual kembali kepada pedagang pengecer, selanjutnya pedagang pengecer menjual produk langsung kepada konsumen akhir. (II) Produsen menjual produk kepada pedagang pengecer, kemudian pedagang pengecer menjual kembali ke konsumen akhir. (III) Produsen menjual produk secara langsung kepada konsumen akhir.
2. Rata-rata pendapatan anggota KTH dari gula cetak pada saluran pemasaran I adalah Rp11.790.913/tahun, Pada saluran pemasaran II sebesar Rp8.373.463/tahun, dan saluran pemasaran III sebesar rata-rata pendapatan anggota KTH berada pada angka negatif yaitu -Rp875.250/tahun. Sedangkan pendapatan dari gula semut pada saluran pemasaran III berada pada angka negatif yaitu -Rp458.100/tahun. Rata-rata pendapatan dari kolang kaling pada saluran pemasaran II sebesar Rp988.900/tahun dan pada saluran pemasaran III berada pada angka negatif sebesar -Rp124.250/tahun. Dari nira segar rata-rata pendapatan pada saluran pemasaran III juga berada pada angka negatif sebesar -Rp1.270.833
3. Berdasarkan dari hasil uji-t, diperoleh hasil signifikansi sebesar $0,089 > 0,05$. Sehingga diketahui tidak terdapat perbedaan pendapatan anggota KTH berdasarkan saluran pemasaran untuk produk gula cetak.

5.2 Saran

Hendaknya kepada peneliti selanjutnya, disarankan untuk dapat mengembangkan strategi pemasaran pada anggota KTH Aren Serbaguna agar lebih terarah dengan memanfaatkan media sosial ataupun menjalin kerjasama dengan pihak-pihak lain guna memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan produk agar lebih efektif.