

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pemasaran TBS di Kecamatan Sekernan diperoleh kesimpulan:

1. Pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) kelapa sawit di Kecamatan Sekernan melibatkan beberapa lembaga pemasaran, yaitu petani sebagai produsen, Pedagang Pengumpul Desa (PPD), Pedagang Besar Desa (PBD), Pedagang Besar Kecamatan (PBK), dan Pabrik Kelapa Sawit (PKS) sebagai konsumen akhir. Saluran I dimulai dari petani – pedagang pengumpul desa – pedagang besar desa – PKS, saluran II melibatkan petani – pedagang pengumpul desa – pedagang besar kecamatan – PKS, saluran pemasaran III yaitu petani – pedagang besar desa – PKS, saluran IV yaitu petani – pedagang besar kecamatan – PKS, sementara pada saluran V yaitu petani – PKS.
2. Saluran pemasaran yang efisien pada orde 2 adalah saluran II. Sedangkan, pada orde 1, saluran IV merupakan yang efisien. Saluran orde 1 dan orde 2 dibandingkan dalam kategori orde yang sama, dan di antara keduanya, saluran IV menunjukkan efisiensi paling tinggi berdasarkan nilai rasio (π/C). Namun, apabila efisiensi hanya diukur berdasarkan *farmer's share* tanpa mempertimbangkan parameter lainnya, maka saluran V menjadi saluran yang paling efisien bagi petani. Oleh karena itu, semakin sedikit orde pada suatu saluran, maka semakin tinggi *farmer's share* yang diterima oleh petani.