

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang efisiensi pemasaran tandan buah segar (TBS) kelapa sawit petani swadaya di Kecamatan Bajubang Kabupaten Batanghari, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Terdapat tiga saluran pemasaran utama TBS kelapa sawit di Kecamatan Bajubang Kabupaten Batanghari yaitu: Saluran I: Petani → Pedagang Pengumpul Desa (Tengkulak) → Pabrik Kelapa Sawit (PKS), Saluran II: Petani → Pedagang Pengumpul Besar (Peron) → PKS dan Saluran III: Petani → Pedagang Pengumpul Desa (Tengkulak) → Pedagang Pengumpul Besar (Peron) → PKS. Ketiga saluran tersebut menunjukkan bahwa peran perantara masih dominan, dan cenderung mempengaruhi harga jual yang diterima oleh petani.
2. Saluran pemasaran II dinilai paling efisien berdasarkan indikator margin pemasaran yang rendah, *farmer's share* yang tinggi, serta rasio keuntungan terhadap biaya yang menguntungkan. Semakin panjang rantai distribusi, semakin besar margin yang harus ditanggung dan semakin kecil bagian yang diterima petani. Saluran II memiliki margin terendah sebesar Rp453/kg dan *farmer's share* tertinggi sebesar 85,88%, sedangkan saluran III sebagai saluran kurang efisien mencatat margin tertinggi sebesar Rp990/kg dan *farmer's share* terendah sebesar 70,56%. Saluran I berada di tengah dengan margin Rp639/kg dan *farmer's share* 77,98%. Rasio keuntungan terhadap biaya (π/C) menunjukkan bahwa saluran III tertinggi (1,48), disusul saluran I (1,37), dan saluran II (1,15). Meskipun saluran III unggul dalam rasio keuntungan terhadap biaya, saluran II tetap paling efisien karena memberikan proporsi penerimaan terbesar kepada petani dan memotong rantai pemasaran secara signifikan serta tetap memperoleh keuntungan.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh, penulis menyarankan:

1. Bagi petani, disarankan untuk memilih saluran pemasaran yang lebih efisien, seperti saluran II yaitu langsung pada Pedagang Pengumpul Besar (Peron), untuk memaksimalkan keuntungan dan mengurangi margin pemasaran yang tinggi. Petani juga perlu meningkatkan posisi tawar dengan membentuk atau bergabung ke dalam kelompok tani atau koperasi.
2. Bagi pemerintah daerah dan instansi terkait, diperlukan peran aktif dari pemerintah daerah dan dinas terkait dalam memfasilitasi sistem pemasaran yang efisien, misalnya dengan membentuk sistem koperasi yang terintegrasi dengan pabrik.
3. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini masih terbatas pada analisis saluran pemasaran dan

efisiensi dari sisi margin, *farmer's share* dan rasio terhadap biaya π/c . Peneliti selanjutnya dapat memperluas kajian dengan mempertimbangkan faktor kualitas TBS, pengaruh akses informasi pasar, serta analisis ekonomi skala yang lebih luas.