

VI. PENUTUP

6.1. Kesimpulan

Beberapa kesimpulan yang dapat dikemukakan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perkembangan harga jual rata-rata pada tingkat produsen dan konsumen baik komoditas beras, gula, dan bandeng tiap tahunnya semakin naik, akan tetapi stabilitas harga perbulannya pada tahun 2010 hingga 2013 cenderung stabil dikarenakan nilai koefisien variasi yang kurang dari 25%.
 - a. Harga jual rata-rata komoditas beras tahun 2013 di tingkat produsen mencapai Rp 4.064/kg dengan pertumbuhan sebesar 35,56% dan pada tingkat konsumen mencapai Rp 8.183/kg dengan pertumbuhan sebesar 37,99%. Pada tahun 2013 koefisien variasi nya sebesar 3,17%.
 - b. Harga jual rata-rata komoditas gula diketahui tahun 2013 di tingkat produsen mencapai Rp 9.017/kg dengan pertumbuhan sebesar 43,56%, dan untuk tingkat konsumen mencapai Rp 11.423/kg dengan pertumbuhan sebesar 11,79%. Pada tahun 2013 nilai koefisien variasi pada tingkat produsen sebesar 3,73% dan pada tingkat konsumen 1,34%.
 - c. Harga jual rata-rata komoditas bandeng pada tahun 2013 di tingkat produsen mencapai Rp 15.859/kg dengan pertumbuhan sebesar 28,83% dan pada tingkat konsumen mencapai Rp 20.641/kg dengan pertumbuhan sebesar 25,38%. Pada tahun 2013 diketahui koefisien variasi hanya sebesar 1,34% di tingkat produsen dan 0,99% di tingkat konsumen.
2. Saluran Pemasaran pada komoditi beras, gula, dan bandeng yang ada di Kabupaten Sidoarjo, diantaranya yaitu:
 - a. Saluran pemasaran pada komoditi beras di Kabupaten Sidoarjo terdapat 2 saluran pemasaran, yaitu
 - 1) Saluran pemasaran I: Petani – Penebas – Penggilingan Beras – Pedagang Besar – Pedagang Pengecer - Konsumen
 - 2) Saluran pemasaran II: Petani – Penebas – Penggilingan Beras – Pedagang Pengecer – Konsumen.

- b. Saluran pemasaran pada komoditi gula di Kabupaten Sidoarjo terdapat 1 saluran pemasaran saja, yaitu: Petani – Pabrik Gula – Pedagang Besar – Agen – Pedagang Pengecer – Konsumen
- c. Saluran pemasaran pada komoditi bandeng di Kabupaten Sidoarjo terdapat 6 saluran pemasaran, yaitu :
 - 1) Saluran pemasaran I: petani – Pasar Ikan Depo – pedagang besar - pedagang pengecer – konsumen
 - 2) Saluran pemasaran II: petani – Pasar Ikan Depo – pedagang pengecer – konsumen
 - 3) Saluran pemasaran III: petani – pedagang pengumpul – pedagang besar – pedagang pengecer – konsumen
 - 4) Saluran pemasaran IV: petani – pedagang pengumpul – pedagang pengecer – konsumen
 - 5) Saluran pemasaran V: petani – pedagang pengecer – konsumen
 - 6) Saluran pemasaran VI: petani – konsumen.
3. Fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan lembaga pemasaran di Kabupaten Sidoarjo diantaranya yaitu:
 - a. Fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran beras, yaitu fungsi pembelian, fungsi penjualan, fungsi pengangkutan, fungsi penyimpanan, fungsi resiko fisik yang mana terjadi jika adanya kerusakan atau penyusutan komoditi, fungsi pengolahan dilakukan oleh penggilingan beras yaitu mengubah gabah menjadi beras, fungsi pengemasan dan fungsi pengetahuan pasar yaitu mengenai informasi harga.
 - b. Fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran gula, yaitu fungsi pembelian, fungsi penjualan, fungsi pengangkutan, fungsi pengolahan dilakukan oleh pabrik gula yaitu mengubah tebu menjadi gula, fungsi standarisasi juga dilakukan pabrik gula agar gula yang dihasilkan baik, fungsi penyimpanan, fungsi pendanaan, dan fungsi resiko fisik yang terjadi akibat penyusutan komoditas dan resiko pasar jika terjadi perubahan harga.

- c. Fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran, yaitu fungsi pembelian, fungsi penjualan, fungsi penyimpanan, fungsi pengangkutan, fungsi standarisasi dilakukan untuk memisahkan bandeng sesuai dengan *size*, fungsi pendanaan, fungsi resiko fisik jika bandeng tidak segar atau busuk, fungsi resiko pasar sering terjadi di pasar ikan Depo karena dipengaruhi oleh banyaknya penawaran bandeng dan permintaan konsumen, fungsi penelitian pasar untuk melihat selera konsumen, fungsi pengetahuan pasar yaitu untuk mengumpulkan informasi harga.

6.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan berdasarkan pada hasil penelitian ini diantaranya yaitu:

1. Mengingat produksi beras di Kabupaten Sidoarjo masih defisit maka sebaiknya pemasaran beras lebih diarahkan kepada saluran pemasaran yang melibatkan lebih banyak lembaga pemasaran, yaitu saluran pemasaran I: Petani – Penebas – Penggilingan Beras – Agen – Pedagang Pengecer – Konsumen agar jangkauan pendistribusian beras lebih luas.
2. Mengingat produksi bandeng di Kabupaten Sidoarjo yang defisit maka sebaiknya saluran pemasaran bandeng lebih diarahkan pada saluran pemasaran I: petani – Pasar Ikan Depo – Pedagang Besar – Pedagang Pengecer – Konsumen yang melibatkan banyak lembaga pemasaran sehingga jangkauan pendistribusian akan lebih luas.
3. Berdasarkan pada hasil penelitian diketahui bahwa petani hanya melakukan fungsi pertukaran saja maka disarankan sebaiknya petani melakukan fungsi pengetahuan pasar juga yaitu mengenai informasi teknologi dan informasi harga agar dapat membantu petani dalam meningkatkan produksi dan posisi tawarnya.
4. Mengingat peran Gapoktan (Gabungan Kelompok Tani) yang belum mampu membantu anggotanya dalam mendistribusikan produk dan mengolah hasil produksi pangannya disaat menghadapi panen raya dan paceklik maka diperlukan pelaksanaan kegiatan Penguatan Lembaga Distribusi Pangan

Masyarakat (LDPM) dengan pemberian penyuluhan dan pemberian dana bantuan sosial untuk membentuk unit distribusi atau pemasaran, dan produksi yang mendukung bagi petani.

5. Mengingat penyediaan data atau informasi mengenai pasokan, harga panel pangan masih lemah maka diperlukan peningkatan koordinasi antar lembaga pemasaran (Produsen – Pedagang Besar – Pedagang Pengecer) dengan instansi pemerintah terkait (Dinas Pertanian, Perkebunan, Perikanan, dan Perdagangan).

