

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Dari laporan penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa:

1. Lembaga pemasaran ikan kuniran di PPP Mayangan terdiri dari nelayan sebagai produsen dan pedagang perantara yaitu pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Adapun saluran pemasaran yang terjadi ada 3 saluran yaitu saluran I (nelayan → pedagang pengumpul → pedagang pengecer → konsumen), saluran II (nelayan → pedagang pengumpul → pengolah) dan saluran III (nelayan → pedagang pengecer → konsumen).
2. Semua lembaga pemasaran ikan kuniran di PPP Mayangan melakukan hampir semua kegiatan pada 3 fungsi pemasaran. Khusus untuk kegiatan pengolahan hanya dilakukan oleh pengolah. Adapun nelayan tidak melakukan fungsi pembelian. Harga jual ikan kuniran yang terjadi sesuai mekanisme pasar antara penjual dan pembeli, tanpa ada sistem pelelangan. Penentuan harga ikan didasarkan pada fungsi standardisasi dan grading dari ukuran ikan yaitu untuk ukuran kecil sebesar Rp 3.500,00 – Rp 4.000,00 per Kg, ukuran sedang sebesar Rp 6.000,00 – Rp 7.000,00 per Kg dan ukuran besar sebesar Rp 9.000,00 – Rp 12.000,00 per Kg. Adapun proses pembayaran yang terjadi pada transaksi jual beli ikan kuniran di PPP Mayangan yaitu ada yang langsung tunai saat pembelian, ada yang keesokan harinya, ada yang sampai ditagih oleh penjualnya bahkan ada yang tidak bayar.
3. *Average Gross Margin (AGM)* pada pemasaran ikan kuniran di PPP Mayangan yang tertinggi yaitu pada pedagang pengecer A sebesar Rp

4.000,00 dan yang terendah pada pedagang pengumpul D sebesar Rp 500,00. *Gross margin* tertinggi terjadi pada saluran pemasaran III dan terendah pada saluran pemasaran II. *Share* untuk nelayan tertinggi terdapat pada nelayan yang melalui saluran III. Keuntungan (*net margin*) tertinggi yaitu pada pedagang pengumpul B dan terendah pada pedagang pengecer G. Pemasaran ikan kuniran yang dilakukan oleh lembaga pemasaran di PPP Mayangan tergolong telah efisien. Dari ketiga saluran pemasaran yang ada, saluran III merupakan saluran pemasaran yang paling efisien.

6.2 Saran

Saran sebagai masukan dan bahan pertimbangan dalam memajukan dan mengembangkan usaha pemasaran ikan kuniran di PPP Mayangan yang peneliti ajukan berdasarkan penelitian yaitu:

1. Bagi pelaku usaha yaitu lembaga pemasaran ikan kuniran di PPP Mayangan, dengan melihat analisis pemasaran yang dilakukan sudah termasuk pemasaran yang efisien maka sebaiknya para lembaga pemasaran lebih meningkatkan lagi usaha pemasaran yang dilakukan dalam bentuk penjualan yang lebih besar dengan biaya pemasaran yang kecil.
2. Bagi pemerintah sebaiknya merevitalisasi TPI yang telah ada di pelabuhan tersebut agar *net share* yang didapat nelayan menjadi semakin tinggi.
3. Bagi peneliti, sebagai informasi keilmuan untuk digunakan sebagai bahan penelitian lebih lanjut, antara lain tentang strategi pemasaran, bauran pemasaran dan lain-lain.