

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai saluran dan margin pemasaran mangga dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Saluran pemasaran mangga di Pasar Induk Kramat Jati terdapat dua pola saluran pemasaran yaitu saluran pemasaran I, petani menjual mangga ke pedagang besar mangga di Pasar Induk Kramat Jati lalu mangga dijual langsung ke konsumen yang datang langsung ke Pasar Induk Kramat Jati. Saluran pemasaran II, petani menjual mangga ke pedagang besar mangga di Pasar Induk Kramat Jati lalu ke pedagang pengecer lalu pedagang pengecer menjual mangga ke konsumen akhir.
2. Biaya total saluran pemasaran I adalah Rp 1.073,47/kg sedangkan saluran pemasaran II adalah Rp 2.041,15/kg. Saluran pemasaran I memperoleh keuntungan yaitu Rp 2.926,53/kg sedangkan pada saluran pemasaran II keuntungan sebesar Rp 6.958,85/kg. Margin pemasaran pada saluran pemasaran I yaitu Rp 4.000,- dan saluran pemasaran II yaitu Rp 9.000,-.
3. *Farmer's share* saluran pemasaran I sebesar 56% sehingga dikategorikan efisien, sedangkan saluran pemasaran II nilai *farmer's share* yaitu 38% sehingga dikategorikan tidak efisien.

Saran

Berdasarkan penelitian, beberapa saran yang perlu direkomendasikan sebagai bahan pertimbangan adalah sebagai berikut:

1. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut dalam skala yang lebih luas untuk memastikan saluran dan margin pemasaran mangga di Pasar Induk Kramat Jati, Jakarta Timur.
2. Sebaiknya pedagang besar mangga di Pasar Induk Kramat Jati meminimalkan biaya pemasaran agar keuntungan yang didapat meningkat.