

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Pemasaran bawang merah terdapat tiga saluran 1). produsen–pedagang penebas–pedagang besar–Pedagang pengecer–konsumen (pasar Giwangan dan pasar Imogiri). 2). produsen–pedagang penebas–pedagang besar–Pedagang pengecer–konsumen (pasar Kretek dan pasar Bantul). 3). produsen–pedagang penebas–pedagang besar-rumah makan (warung sate)
2. Biaya Pemasaran Saluran I sebesar Rp. 4.270,30, saluran II sebesar Rp. 4.749,61, dan saluran III sebesar Rp. 3.087,72. Marjin Pemasaran Saluran I sebesar Rp. 10.956,52, saluran II sebesar Rp. 12.666,67, dan Saluran III sebesar Rp. 7.000. Keuntungan pemasaran pada saluran I sebesar Rp. 6.686,22, saluran II sebesar Rp. 7.917,05, dan saluran III sebesar Rp. 4.112,28. *Farmer's share* pada saluran I sebesar 63,31%, saluran II sebesar 60,45%, dan saluran III sebesar 73,08%
3. Pada ketiga saluran pemasaran nilai IET dan IEE yang terkecil terdapat pada saluran ke III dengan nilai IET sebesar 148,77 dan IEE sebesar 1,42 merupakan saluran yang paling efisien.

B. Saran

Dari ketiga saluran yang paling efisien yaitu pada saluran ke III sehingga dapat disarankan bahwa lebih baik untuk menjual langsung ke konsumen tanpa harus ke perantara lembaga pemasaran lagi karena akan meminimalisir biaya dan akan menambah keuntungan.