V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai margin pemasaran dan *Farmer's Share* pada petani sawit rakyat, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Saluran pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) kelapa sawit yang digunakan petani yaitu dari petani ke tengkulak ke Pabrik. Seluruh petani masih memilih menjual TBS melalui tengkulak karena faktor kemudahan penjualan, keterbatasan transportasi, akses jalan, serta adanya keterikatan modal dengan tengkulak.
2. Margin pemasaran pada setiap saluran pemasaran menunjukkan perbedaan nilai. Margin pemasaran tertinggi terdapat pada Tengkulak A sebesar Rp320/kg, sedangkan margin pemasaran terendah terdapat pada Tengkulak B dan Tengkulak C sebesar Rp220/kg. Tingginya margin pemasaran dipengaruhi oleh biaya transportasi, bongkar muat, penyusutan, serta keuntungan yang diambil lembaga pemasaran.
3. Nilai *farmer's share* pada Tengkulak B dan C mencatat nilai *farmer's share* tertinggi yaitu 93%. Petani menjual TBS melalui kedua tengkulak ini menerima harga Rp2.800 dari total harga pabrik sebesar Rp 3.020. Sedangkan Tengkulak A menghasilkan nilai *farmer's share* terendah 89% petani hanya menerima harga Rp 2.700 dari harga pabrik yang sama Rp 3.020. Nilai *farmer's share* tertinggi terdapat pada saluran pemasaran dengan margin pemasaran lebih rendah, sedangkan nilai *farmer's share* terendah terdapat pada saluran pemasaran dengan margin yang lebih tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi margin pemasaran, maka bagian harga yang diterima petani akan semakin kecil.

5.2 Saran

Penelitian ini memberikan beberapa saran sebagai langkah awal dalam mendukung pengembangan sektor kelapa sawit di Kecamatan Batik Nau, Kabupaten Bengkulu Utara, maka terdapat beberapa saran yang dapat diberikan, antara lain:

1. Untuk Petani

   Petani disarankan untuk memilih saluran pemasaran yang lebih pendek agar memperoleh harga jual yang lebih tinggi dan meningkatkan nilai *farmer's share*. Selain itu, petani juga perlu meningkatkan kerja sama kelompok tani agar memiliki posisi tawar yang lebih baik dalam pemasaran TBS kelapa sawit.
2. Untuk Tengkulak dan Lembaga Pemasaran

   Lembaga pemasaran diharapkan dapat meningkatkan efisiensi biaya pemasaran, terutama biaya transportasi dan bongkar muat, sehingga margin pemasaran tidak terlalu tinggi dan harga yang diterima petani dapat meningkat.
3. Untuk Pemerintah

   Pemerintah daerah diharapkan dapat memperbaiki infrastruktur jalan dan meningkatkan akses informasi harga TBS kepada petani agar petani dapat mengetahui perkembangan harga di tingkat pabrik serta mengurangi ketergantungan terhadap tengkulak.