

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya, maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Proses pemasaran kubis di Sentra Produksi di Kecamatan Kayu Aro melibatkan beberapa lembaga pemasaran yaitu petani, pedagang pengumpul, pedagang besar, pedagang luar daerah, pedagang grosir, dan pedagang pengecer. Pada sistem pemasaran kubis terdapat empat saluran berdasarkan tujuan pasar yaitu Pasar di Kecamatan Kayu Aro, Pasar Induk Tanjung Bajurai Kota Sungai Penuh, dan Pasar Induk Jambi. Fungsi pemasaran yang dilakukan petani kubis di kecamatan Kayu Aro pada saluran I, III, dan IV petani ke pedagang pengumpul dan pedagang besar secara langsung fungsi yang dilakukan diantaranya fungsi pertukaran (penjualan), fungsi fisik (pengangkutan, pengemasan, penyimpanan) dan fungsi fasilitas (sortasi, resiko, biaya dan informasi pasar). Sedangkan petani yang menjual kubis pada saluran II kepada pedagang grosir yang mendatangi petani fungsi pemasaran yang dilakukan diantaranya fungsi pertukaran (penjualan), fungsi fisik (pengemasan dan penyimpanan) dan fungsi fasilitas (sortasi, resiko, biaya dan informasi pasar). Fungsi pemasaran yang dilakukan pedagang pengumpul adalah fungsi pertukaran (penjualan dan pembelian), fungsi fisik dan fungsi fasilitas. Fungsi pemasaran yang dilakukan pedagang besar diantaranya fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas. Fungsi pemasaran yang dilakukan pedagang grosir dan pengecer adalah fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas.
2. Secara umum struktur pasar kubis yang terdapat di Sentra Produksi di Kecamatan Kayu Aro merupakan struktur pasar yang mengarah pada pasar oligopoli. Dilihat dari jumlah penjual dan pembeli, kemiripan produk, hambatan keluar masuk pasar, dan informasi harga. Perilaku pasar seperti praktek jual beli, petani menjual kubis kepada pedagang dengan dua cara yaitu borongan dan menjual secara

langsung. Namun harga yang turun membuat petani memilih menjual secara langsung. Penentuan harga terbentuk karena bertemunya permintaan dan penawaran serta harga acuan sesuai harga pasar. Sistem pembayaran terdapat dua cara yaitu tunai dan angsuran, namun yang paling banyak dilakukan sistem pembayaran tunai. Berdasarkan analisis margin pemasaran dan analisis *farmer's share*, saluran pemasaran yang efisien adalah saluran I. Sedangkan berdasarkan analisis efisiensi pemasaran dapat diketahui bahwa saluran pemasaran kubis yang paling efisien di Kecamatan Kayu Aro Kabupaten Kerinci merupakan saluran pemasaran IV.

B. Saran

1. Produsen dapat mengikuti saluran pemasaran yang lebih efisien seperti yang dirumuskan sebelumnya yaitu saluran I karena lembaga yang terlibat sedikit dan jarak pasar tidak terlalu jauh. Sedangkan jika pemasaran diluar Kayu Aro maka saluran yang efisien adalah saluran IV. Berdasarkan perhitungan didapatkan jika kedua saluran tersebut memiliki nilai efisiensi yang lebih kecil dibandingkan dua saluran pemasaran lainnya. Hal ini diharapkan agar petani dapat memperoleh keuntungan yang lebih besar sehingga produsen dapat berproduksi kembali.
2. Diharapkan pemerintah dapat menunjang efisiensi pemasaran kubis di Kecamatan Kayu Aro dengan mengadakan sarana prasarana penunjang seperti pengadaan traktor untuk pengefisienan panen dan pembangunan jalan untuk mempermudah akses sehingga kubis segar dapat sampai ke konsumen lebih cepat sehingga produk tidak mempengaruhi harga yang diterima petani.
3. Diharapkan pada penelitian lanjutan efisiensi pemasaran kubis disarankan agar menggunakan analisis integrasi pasar untuk mengetahui perubahan harga kubis di tingkat pedagang pengumpul dapat mempengaruhi perubahan harga kubis di tingkat petani produsen.