

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan tentang analisis pemasaran cabai merah di Nagari Panyalaian Kecamatan X Koto Kabupaten Tanah Datar, maka di peroleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Saluran pemasaran yang terbentuk yaitu terdapat lima saluran pemasaran, yaitu saluran I (petani-pedagang pengecer-konsumen), saluran II (petani-pedagang pengumpul-pedagang pengecer-konsumen), saluran III (petani-pedagang pengumpul-pedagang besar-pedagang pengecer-konsumen), saluran IV (petani-pedagang pengumpul-pedagang pengecer-konsumen), dan saluran V (petani-pedagang pengumpul-pedagang besar). Saluran V adalah saluran pemasaran keluar daerah. Setiap lembaga pemasaran tersebut melakukan fungsi pemasaran yang terdiri dari fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas yang berbeda-beda. Petani pada seluruh saluran melakukan seluruh fungsi pemasaran kecuali fungsi pertukaran (kegiatan pembelian) dan fungsi fisik (kegiatan penyimpanan). Pedagang pengumpul pada saluran II, III, dan IV melakukan seluruh fungsi pemasaran kecuali fungsi fasilitas (kegiatan sortasi). Pedagang besar pada saluran III melakukan seluruh fungsi pemasaran kecuali fungsi fasilitas (kegiatan sortasi). Pedagang pengecer pada setiap saluran melakukan seluruh fungsi pemasaran.
2. Margin pemasaran pada saluran I yaitu Rp 5.000,-/kg atau 50%, pada saluran II margin pemasaran sebesar Rp 6.714,-/kg atau 47,39%, pada saluran pemasaran III margin pemasaran sebesar Rp 9.455 atau 47,87% dan saluran IV margin pemasaran yang diperoleh sebesar Rp 11.667,-/kg atau 48,19%. Berdasarkan analisis *farmer's share*, saluran yang paling besar *farmer's share* adalah saluran I, yaitu sebesar 83,87%. Berdasarkan persentase biaya yang dikeluarkan lembaga pemasaran, persentase biaya terkecil yang dikeluarkan oleh keempat lembaga pemasaran terdapat pada saluran I.
3. Efisiensi pemasaran pada saluran I memiliki nilai persentase efisiensi pemasaran cabai merah yang paling kecil yaitu sebesar 5,32% merupakan saluran paling efisien dibandingkan saluran II, III, dan IV. Hal ini disebabkan karena saluran I memiliki nilai persentase efisiensi pemasaran cabai merah

yang paling kecil, sedangkan saluran II memiliki nilai persentase efisiensi 5,55%, saluran III memiliki nilai persentase efisiensi 6,55%, dan saluran IV memiliki nilai persentase efisiensi 5,99%. Selain itu, pada saluran I biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran lebih kecil dibandingkan saluran II, III, dan IV.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan tentang analisis pemasaran cabai merah di Nagari Panyalaian Kecamatan X Koto Kabupaten Tanah Datar, sehingga saran yang diberikan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian disarankan kepada petani untuk memilih saluran II dengan permintaan yang lebih tinggi dari saluran I, yaitu 443 kg (31,9%).
2. Lembaga pemasaran diharapkan dalam memberikan harga pada petani mempertimbangkan daya upaya dan input yang dikeluarkan oleh petani, sehingga usahatani petani tetap berlanjut dan kebutuhan hidupnya terpenuhi.
3. Pemerintah diharapkan dapat menyebarluaskan informasi mengenai harga cabai merah dipasaran sehingga petani mengetahui harga yang berlaku. Dengan demikian petani dapat melakukan tawar menawar dengan pedagang pengumpul dan tidak lagi menjadi pihak yang menerima harga.

