

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan tentang analisis efisiensi pemasaran cabai merah di Nagari Batagak Kecamatan Sungai Pua Kabupaten Agam, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Di dalam penelitian ini terdapat 5 saluran pemasaran, yaitu saluran I : Petani - Pedagang Pengecer (Pasar Padang Lua) - Konsumen Akhir, saluran II : Petani - Pedagang Pengecer (Pasar Bawah Bukittinggi) - Konsumen Akhir, saluran III : Petani - Pedagang Besar (Pasar padang Lua) - Pedagang Pengecer (Pasar Padang Lua) - Konsumen Akhir, saluran IV : Petani - Pedagang Besar (Pasar padang Lua) - Pedagang Besar (Pasar Bawah Bukittinggi) - Pedagang Pengecer (Pasar Bawah Bukittinggi) - Konsumen Akhir, dan saluran V : saluran petani ke luar daerah (Dumai, Pekanbaru, Bengkalis dan Duri) yang tidak diidentifikasi karena keterbatasan penelitian. Fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh lembaga pemasaran yang terlibat adalah (a) petani: fungsi pertukaran (penjualan), fungsi fisik (pegemasan dan pengangkutan), fungsi fasilitas (pembiayaan, sortasi, dan informasi pasar); (b) Pedagang Besar Pasar Padang Lua: fungsi pertukaran (pembelian dan penjualan), fungsi fisik (penyimpanan, pengangkutan, dan pengemasan), fungsi fasilitas (pembiayaan, resiko, dan informasi pasar); (c) Pedagang Besar Pasar Bawah Bukittinggi: fungsi pertukaran (pembelian dan penjualan), fungsi fisik (penyimpanan, pengangkutan, dan pengemasan), fungsi fasilitas (pembiayaan, resiko, dan informasi pasar); (d) pedagang pengecer: fungsi pertukaran (pembelian dan penjualan), fungsi fisik (penyimpanan, pengangkutan, dan pengemasan), fungsi fasilitas (pembiayaan, resiko, sortasi dan informasi pasar).
2. Saluran pemasaran yang paling efisien dengan volume penjualan kecil adalah saluran I dengan nilai EP sebesar 3,38%, *farmer's share* sebesar 86,13%, dan margin sebesar Rp 5.916,67/Kg. Sedangkan saluran pemasaran yang paling efisien dengan volume penjualan besar adalah saluran III dengan nilai EP sebesar 3,61%, *farmer's share* sebesar 82,36%, dan margin sebesar Rp

7.583,33/Kg. Pasar yang diteliti dalam penelitian ada dua, yaitu Pasar Padang Lua dan Pasar Bawah Bukittinggi. Untuk kategori pasar tujuan yang paling efisien adalah Pasar Padang Lua, karena pasar ini lebih dekat dibandingkan dengan Pasar Bawah Bukittinggi, sehingga biaya pemasaran yang dikeluarkan juga lebih rendah.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, saran yang dapat diberikan yaitu :

1. Petani masih memiliki posisi yang lemah dalam menetapkan harga jual dan hanya memiliki sedikit pilihan pasar untuk menjual cabai merah mereka. Maka disarankan kepada petani untuk memilih saluran yang sesuai dengan volume panen petani. Bagi petani yang memiliki hasil panen kecil (kurang dari 25 kg), disarankan memilih saluran I karena nilai *farmer's share*-nya yang paling tinggi untuk skala kecil. Sedangkan bagi petani dengan volume panen yang lebih besar (25-100 kg), saluran III lebih efisien dengan mendapatkan kepastian pasar dan juga saluran III memiliki nilai *farmer's share* yang paling tinggi untuk penjualan skala besar.
2. Petani juga disarankan untuk menjalin hubungan lebih baik dan berkelanjutan dengan Pedagang Besar Pasar Padang Lua dengan membuat komitmen yang disepakati untuk jual belinya. Hal ini dapat membantu petani dalam meningkatkan efisiensi pemasaran cabai merah dengan memperkuat posisi tawar menawar petani, memperluas akses pasar, dan juga memperbaiki sistem distribusi pasar.
3. Pengelola Pasar Padang Lua diharapkan dapat membentuk asosiasi pedagang cabai merah yang dapat digunakan sebagai wadah komunikasi, koordinasi, dan penyatuan kesepakatan harga yang adil bagi semua pihak yang terlibat di dalam pemasaran cabai merah.