

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil penelitian, terdapat setidaknya 5 pola saluran pemasaran cabai rawit di Kecamatan Selopuro:

1. Petani – Konsumen.
2. Petani – Pengecer – Konsumen.
3. Petani – Pengepul – Pengecer – Konsumen.
4. Petani – Pengepul – Pedagang Besar – Pengecer (luar kota) – Konsumen.
5. Petani – Pedagang Besar – Pengecer (luar kota) – Konsumen.

Saluran pemasaran 1 cocok untuk petani dengan jumlah produksi sedikit, saluran 2 cocok untuk petani dengan jumlah produksi sedang, dan saluran 3,4,5 cocok untuk petani dengan jumlah produksi besar.

2. Terdapat beberapa fungsi pemasaran cabai rawit yang dijalankan oleh lembaga pemasaran yang meliputi, fungsi pertukaran (penjualan dan pembelian), fungsi fisik (pengemasan dan distribusi atau pengangkutan), serta fungsi fasilitas (risiko dan informasi pasar). Dalam menjalankan fungsi pemasaran petani umumnya hanya melakukan penjualan dan sebagian kecil menjalankan fungsi pemasaran pada saluran 1 dan 2, karena petani secara langsung ikut terlibat dalam distribusi. Sementara pengepul, pedagang besar dan pengecer menjalankan sebagian besar fungsi pemasaran.
3. Semakin pendek saluran pemasaran maka nilai *farmer's share* akan semakin tinggi dan margin pemasaran akan semakin rendah, begitu pula sebaliknya. Saluran pemasaran cabai rawit di kecamatan Selopuro sudah efisien, namun yang paling efisien secara berurutan adalah saluran pemasaran 1, 2, 3, 5, dan 4, dengan masing-masing nilai efisiensi 100%, 85%, 77%, 75% dan 71%. Sehingga menunjukkan bahwa semakin pendek saluran pemasaran maka semakin efisien saluran pemasaran, begitu pula sebaliknya.

5.2 Saran

Selain aspek budidaya, petani juga harus mempertimbangkan pemilihan saluran pemasaran, karena ini penting untuk meningkatkan pendapatan petani itu sendiri. Pemilihan saluran pemasaran juga harus disesuaikan dengan keadaan petani, baik dari jarak, jumlah produksi hingga jumlah waktu yang dimiliki petani. Sehingga dalam sekali panen petani mungkin bisa menggunakan berbagai saluran pemasaran sebagian kecil dipasarkan langsung ke konsumen atau ke pengecer, sementara sebagian besar dipasarkan melalui pengepul atau pedagang besar. Petani harus mencari informasi terkait harga pasar cabai rawit terlebih dahulu sebelum menjual ke konsumen atau pedagang, untuk memperkuat negosiasi dan nilai tawar terhadap produknya.

Pemerintah dan lembaga terkait, seharusnya bisa memberikan informasi secara berkelanjutan baik melalui platform digital atau melalui penyuluh pertanian yang berisi informasi terkait jumlah permintaan dan penawaran serta harga komoditas cabai rawit, supaya petani maupun pedagang bisa lebih cepat dalam membuat strategi dan mengambil tindakan terkait dengan usahanya.