

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Hasil penelitian yang dilakukan di kecamatan Kanigoro, kabupaten Blitar, mengenai metode pemasaran dan efektivitasnya pada tanaman cabai rawit dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat 3 (tiga) jenis saluran pemasaran yang digunakan petani dalam menyalurkan hasil panen cabai rawit ke konsumen akhir, yaitu:
 - a. Saluran Pemasaran I (petani – konsumen langsung)
 - b. Saluran Pemasaran II (petani – pedagang pengecer – konsumen)
 - c. Saluran Pemasaran III (petani – tengkulak – pengecer – konsumen)
2. Menurut temuan penelitian, tiga kanal pemasaran di Kecamatan Kanigoro Kabupaten Blitar telah menunjukkan efisiensi. Saluran pemasaran 1 (petani-konsumen) adalah yang paling efisien, dengan nilai saham petani rata-rata 100% dan efisiensi rata-rata 14,76%, yang menunjukkan bahwa saluran ini memberikan keuntungan paling tinggi bagi petani dengan tanpa melewati perantara. Sedangkan pada saluran ke 2 (petani – pengecer – konsumen) mendapatkan nilai rata-rata farmer share sebesar 97,84% dan rata-rata efisiensi sebesar 7,13%, dan untuk saluran ke 3 (petani – tengkulak – pengecer – konsumen) mendapat nilai rata-rata farmer share sebesar 96,95% dan rata-rata efisiensi sebesar 7,31%.

5.2 Saran

1. Bagi petani, disarankan untuk lebih mengoptimalkan saluran pemasaran langsung (saluran I) guna meningkatkan pendapatan dan mengurangi ketergantungan terhadap perantara. Peningkatan kemampuan distribusi mandiri melalui pelatihan atau kerja sama kelompok tani sangat penting untuk menunjang hal ini.
2. Bagi lembaga pemasaran seperti tengkulak dan pengecer, perlu adanya evaluasi terhadap struktur biaya dan strategi distribusi agar margin usaha tetap menarik dan keberlanjutan bisnis dapat terjaga. Pengelolaan biaya yang efisiensi dan kerja sama yang sehat dengan petani menjadi kunci penting.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar mencakup aspek lainya seperti analisis harga di tingkat konsumen dan kepuasan pelanggan untuk memperkuat hasil penelitian dan relevansi kebijakan pemasaran pertanian di masa mendatang.