

## **BAB V PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai analisis pemasaran cabai rawit maka dapat disimpulkan dalam pemasaran cabai rawit di Desa Sosial Kecamatan Paguyaman Kabupaten Boalemo sebagai berikut :

1. Terdapat Bentuk Saluran/Distribusi pemasaran Saluran Langsung dan Pemasaran tidak langsung pada cabai rawit di Desa Sosial Kecamatan Paguyaman Kabupaten Boalemo yaitu :
  - a. Petani → Konsumen (Saluran Pemasaran Langsung)
  - b. Petani → Pedagang Pengumpul → Pedagang Pengecer → Konsumen (saluran pemasaran tidak langsung)
2. Jumlah margin yang diperoleh saluran I (pemasaran tidak langsung) adalah sebesar Rp.15,000 terdiri dari margin pedagang pengumpul sebesar Rp.10,000/Kg, dan untuk pedagang pengecer sebesar Rp.5,000/Kg. Sedangkan untuk saluran II (pemasaran langsung) tidak mempunyai margin karena tidak melalui lembaga pemasaran atau perantara yang dimana petani menjual langsung cabai rawit pada konsumen akhir. Sehingga saluran II (pemasaran langsung) ini dapat dikatakan menguntungkan bagi petani cabai rawit. Tingginya nilai margin dipengaruhi oleh rendahnya nilai biaya pemasaran yang dikeluarkan. Sehingga saluran yang paling menguntungkan produsen atau di tingkat petani.
3. Faktor yang menyebabkan fluktuasi harga cabai rawit di Desa Sosial Kecamatan Paguyaman Kabupaten Boalemo yaitu mengalami faktor-faktor kebutuhan ekonomi dan peningkatan menjelang bulan puasa, dan lebaran, natal, dan tahun baru. Sehingga harga cabai rawit semakin naik dan semakin berubah-ubah harga di tingkat petani dan pedagang

### **B. Saran**

Berdasarkan dari hasil kesimpulan diatas, maka dapat diperoleh beberapa saran yang diperuntukan kepada berbagai pihak yang terlibat dalam proses pemasaran cabai rawit diantaranya:

1. Disarankan bagi Untuk usahatani cabai rawit perlu di perhatikan efektivitas pemasaran cabai rawit
2. Diharapkan kepada pedagang pengumpul dan pedagang pengecer harga cabai rawit harus seimbang dari pembelian sebelumnya
3. Diharapkan kepada penyuluh bisa bekerja sama dengan petani lainnya atau kelompok-kelompok tani
4. Petani harus memiliki pengetahuan berusaha tani yang baik dan petani harus lebih kreatif dalam pembudidayaan, pemeliharaan, pemanenan dan pemasaran
5. Disarankan diadakan pelatihan-pelatihan agar petani mampu mengolah hasil panen menjadi olahan produk untuk meningkatkan harga jual.
6. Disarankan membangun pendirian koperasi Desa untuk memudahkan petani memperoleh pupuk bersubsidi.
7. Disarankan untuk petani yang mempunyai lahan yang sangat jauh, alangkah baiknya menanam cabai rawit di halaman belakang rumah dengan mengkreasi kebun.
8. Diharapkan dapat dijadikan media bagi pemerintah untuk menginformasi inovasi dibidang pertanian
9. Pemerintah atau dinas terkait sebaiknya lebih memperhatikan petani cabai rawit yang berada di daerah di pegunungan dan lebih mengupayakan program-program seperti yang ada di Desa-desa lain.
10. Penelitian ini masih terbatas pada analisis pemasaran, oleh karena itu diharapkan ada penelitian lanjutan seperti mengenai biaya yang dikeluarkan oleh petani cabai rawit.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustian. 2008. Analisis Perkembangan Harga dan Rantai Pemasaran Komoditas Cabai Merah di Provinsi Jawa Barat. *Seminar Nasional*. Pusat Analisis Soisal Ekonomi dan Kebijakan Pertanian Departemen Pertanian. 2008. Hal:36.
- Anonim. 2008. *Budidaya dan Bisnis cabai*. PT Agromedia Pustaka. JL. Motong No.57, Cianjur Yogyakarta, Jakarta Selatan
- Badan Pusat Statistik Provinsi Gorontalo. 2015. Provinsi Gorontalo Dalam Angka.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Boalemo. 2015. Kabupaten Boalemo Dalam Angka.
- Dinas Pertanian dan Perkebunan Boalemo. 2015. *Luas Lahan dan Produksi Cabai Rawit*. Untuk Wilayah Kecamatan Paguyaman.
- Hadi dan Susetyo 2010. Analisis Margin Pemasaran Cabai Merah (*Capsicum annum L*) di Kabupaten Jember. *Agritrop Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*
- Hutabarat,B. Dan Rahmanto,B. 2002. Dimensi Oligopsonistik Pasar Domestik Cabai Merah (online). Pusat Penelitian dan Pengembangan SosialEkonomi Pertanian, Bogor.Vol 4 (1). [www. ejournal.unud.ac.id](http://www.ejournal.unud.ac.id) diakses 10Maret 2008.
- Iskandar. 2013. Analisis Pemasaran Cabai Rawit di Desa Bionga Kecamatan Limboto Kabupaten Gorontalo. *Skripsi*. Universitas Negeri Gorontalo
- Kotler, Philp dan Kevin Lane Keller.2008. *Manajemen Pemasaran Ed ke-13*. Erlangga. Jakarta
- Mursid, M. 2010. *Manajemen Pemasaran*, Bumi Askara. Jakarta.
- Oentoro. 2010. *Manajemen Pemasaran Modern*. PT Laksbang Pressindo, Yokyakarta.
- Palar, N., P.A. Pangemanan., E.G. Tangkere. 2016. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Harga Cabai Rawit Di Kota Manado. *Jurnal*. Agri-sosial ekonomi – Volume 12 Nomor 2, Mei 2016 : 105 - 120
- Ripangi2012. *Budidaya Cabai*, PT Buku Kita JL. Kelapa Hijau Jakarta.
- Rahim, A, dan D.R.Dwi Hastuti. 2007. *Ekonomika Pertanian*. PT Penebar Swadaya.JL. Raya Bogor

Sudiyono A. 2004. *Pemasaran Pertanian*, PT Universitas Negeri Muhammadiyah. Malang

Setiadi. 2000. *Bertanam Cabai*. Edisi Revisi. Penebar Swadaya, Jakarta.

Sudiono, A. 2004 *Pemasaran Pertanian* Muhamadiyah. Malang

Tarigan, S dan Wiryanta, 2003, *Bertanam Cabai Hibrida Secara Intersif*, PT Agromedia Pustaka JL. H. Moutong Jakarta Selatan.