

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan di Kecamatan Bansari Kabupaten Temanggung, dapat disimpulkan bahwa:

1. Pola saluran pemasaran cabai yang terbentuk di kecamatan Bansari Kabupaten Temanggung terdiri dari tiga saluran pemasaran, yaitu
 - Saluran I :Petani → Pedagang Pengecer → Konsumen
 - Saluran II :Petani → Pedagang Pengumpul → Agen
 - Saluran III :Petani → Pedagang Pengumpul → Pedagang besar
→ Pedagang Pengecer → Konsumen
2. Petani yang langsung menjual ke pedagang pengecer sebanyak 16,6%, petani yang menjual cabai melewati agen 23% dan petani yang menjual cabai melalui perantara pedagang pengumpul, pedagang besar dan pedagang pengecer sebanyak 60%.
3. Petani lebih banyak menggunakan saluran pemasaran III yaitu, Petani → Pedagang Pengumpul → Pedagang besar → Pedagang Pengecer → Konsumen.
4. Marjin pemasaran tidak menyebar merata yaitu antara 1.000-5.000 dengan *farmer's share* antara 78,27%-95,66%. Saluran

I merupakan saluran pemasaran yang paling efisien dibanding saluran pemasaran II dan III kerana memiliki margin pemasaran terkecil Rp.1.000 dengan nilai *farmer's share* sebesar 96,60 %.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat direkomendasikan kepada petani cabai di Kecamatan Bansari yang ingin meningkatkan pendapatannya sebaiknya memilih saluran pemasaran tipe I. Syarat yang harus dipenuhi dalam sistem pemasaran cabai di Kecamatan Bansari, yaitu tidak adanya hambatan masuk dan keluar bagi setiap petani dalam memasuki setiap saluran pemasaran yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiyoga, W dan T. A Soetiarso. 1995. Aspek Agroekonomi Cabai. Makalah Seminar. Agribisnis Club 27-28 Juli. Jakarta.
- Anindita, R. 2004. Dasar-dasar Pemasaran Hasil Pertanian. Malang. Universitas Brawijaya.
- Anindita, R, 2005. Pemasaran Hasil Pertanian. Lentera. Jakarta.
- Cahyono, B. 2003. Teknis dan Strategi Budidaya Sawi Hijau. Yayasan Pustaka Nusantara. Yogyakarta.
- Dahl,D.C and J.W. Hammond. 1997. Market and Price Analysis. The Agriculture Industries. Mc. Graw-Hill Inc Newyork.
- Darmawati, 2005. Analisis Pemasaran Mendong Di Kabupaten Sleman. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Direktorat Bina Produksi Hortikultura. 2000. Pedoman Budidaya Cabai. Direktorat Jendral Tanaman Pangan dan Holtikultura. Jakarta
- Departemen Pertanian RI. 2014. Pedoman Pembinaan Kelembagaan Petani. Jakarta. Departemen Pertanian RI.
- Ghozali, I. 2005. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Halcrow, G. Harold.1992. Ekonomi Pertanian. Universitas Muhammadiyah Malang (UMM) Press. Malang.
- Hasyim, H. 2003. Laporan Hasil Penelitian Analisis Hubungan Faktor Sosial, Ekonomi Petani terhadap Program Penyuluhan Pertanian. Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Harpenas, A, dan R. Dermawan. 2010. Budidaya Cabai Unggul. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Hanafiah,A.M, dan A.M Saefudin, 1983. Tataniaga Hasil Perikanan .Universitas Indonesia Press. Jakarta.
- Heriyanto, A. 2000. Analisis pendapatan usahatani dan efisiensi produksi tembakau Madura program intensifikasi tembakau rakyat.

<http://repository.ipb.ac.id/bitstream/handle/123456789/13954/A00ahe1.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

- Hewidati, Y. T. 2006. Hortikultura. Universitas Terbuka. Jakarta.
- Kotler, P. 1992. Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, dan Pengendalian. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P. 2002. Manajemen Pemasaran. Edisi Millenium. Frenhalindo. Jakarta
- Kotler, P. 2005. Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Indeks. Jakarta.
- Limbong, W. H dan P. Sitorus. 1991. *Pengantar Tataniaga Pertanian*. Jurusan Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi Petanian. Institut Prtanian Bogor. Bogor.
- Lestari, D. 1999. Permintaan cabai pada industri kecil makanan di Kabupaten Kulon Progo. *Skripsi*. Universitas Sebelas Maret. Surakarta. Tidak dipublikasikan.
- Masri, S. dan Sofian, E. 1989. Metode Penelitian Survei. Jakarta:Rineka Cipta.
- Mubyarto, 1989. Pengantar Ekonomi Pertanian. Edisi Kedua. LP3ES. Jakarta.
- Nawawi. 2001. Metode Penelitian Bidang Sosial. Gadjah Mada University. Press, Yogyakarta.
- Nazir, M. 1985. Metode Penelitian. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Rahardi, F., Rony P dan Asiani B, 1993. Agribisnis Tanaman Sayuran. Penebar Swadaya Jakarta.
- Rahim, dan D.R.D Hastuti. 2007. Ekonomika Pertanian (Pengantar, teori dan Kasus). Penebar Swadaya. Jakarta.
- Ramadhani, Y. 2011. Analisis Efisiensi, skala dan elastisitas produksi dengan pendekatan Cobb-Douglass dan regresi berganda. **J. Teknologi** 4 (1): 53-61.
- Rismunandar. 1983. Bertanam Sayur-sayuran. Terate. Bandung.
- Singarimbun, Masri. 1989. Metode Penelitian Survei. LP3ES. Jakarta.

- Soekartawi, 1993. Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian (Teori dan Aplikasi). PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Soekartawi. 2001. Pengantar Agroindustri. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Soekartawi. 2002. Prinsip Ekonomi Pertanian. Rajawali Press, Jakarta.
- Subagyo, P. 1991. Dasar-Dasar Operation Research. Edisi 2. BPF. Yogyakarta.
- Sudiyono, A. 2002. Pemasaran Pertanian. UMM Press. Malang.
- Sugiyono. 2012. Memahami Penelitian Kualitatif. Alfabeta, Bandung.
- Sukestiyarno. 2008. Workshop Olah Data Penelitian dengan SPSS. Universitas Negeri Semarang Press, Semarang.
- Sunaryono, H.H. 2003. Budidaya Cabai Merah. Cetakan ke-5. Siar Baru Algensindo. Bandung.
- Suparmoko, M. 1997. Ekonomi Pembangunan. Penerbit BPF. Yogyakarta.
- Susanto, H. 2004. Strategi Pemasaran. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Swastha, B. 1981. Konsep dan Strategi Analisa Kuantitatif Saluran Pemasaran. BPF. Yogyakarta.
- Tambunan, T. 2008. Tataniaga dan Pengendalian Harga Beras di Indonesia. Kadin Indonesia.
- Tjahjadi, N. 1991. Bertanam Cabai. Penerbit Kanisius, Yogyakarta.
- Tjiptono, F. 1997. Pemasaran Jasa Bayu Media. Malang
- Walters, C.G. 1999. Consumers Behaviour and Integrated Framework. Newyork
- William, J. 2005. Prinsip Pemasaran. Edisi Ketujuh. Erlangga. Jakarta.