

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan penelitian analisis rantai pasok cabai merah keriting di Kecamatan Bandungan Kabupaten Semarang dapat disimpulkan bahwa:

1. Terdapat 3 saluran pemasaran yang digunakan dalam rantai pasok cabai merah keriting di Kecamatan Bandungan. Saluran pemasaran 1 (Petani–Pengepul–Pengecer–Konsumen) dengan margin pemasaran sebesar Rp. 11.552,-. Saluran pemasaran 2 (Petani–Pengecer–Konsumen) dengan margin pemasaran Rp. 7.417,-. Saluran pemasaran 3 (Petani–Pengepul–Pengecer–Konsumen luar kota) dengan margin pemasaran Rp. 8.842,-. Saluran pemasaran yang paling banyak digunakan adalah saluran pemasaran 1 sebanyak 48,33% dari jumlah responden yang digunakan.
2. Nilai *farmer' share* yang dihasilkan pada saluran pemasaran 1, 2, dan 3 masing-masing sebesar 57%, 69,33%, dan 65,50%. Berdasarkan hasil pengukuran *farmer's share*, nilai yang diperoleh > 40%, sehingga ketiga saluran disebut efisien. Saluran pemasaran 2 merupakan saluran yang memiliki nilai *farmer's share* lebih tinggi diantara ketiga saluran pemasaran.
3. Koefisien determinasi diperoleh sebesar 0,813, variabel margin pemasaran (X_1), biaya pemasaran (X_2), dan saluran pemasaran (X_3 dan X_4) berpengaruh secara simultan terhadap efisiensi pemasaran. Sedangkan secara parsial,

variabel margin pemasaran (X_1), biaya pemasaran (X_2) dan saluran pemasaran 3 (X_4) berpengaruh terhadap efisiensi pemasaran.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian rantai pasok cabai merah keriting di Kecamatan Bandungan, saran yang dapat disampaikan peneliti agar aliran informasi antar lembaga pemasaran ditingkatkan melalui penerapan sistem komunikasi yang terintegrasi dan rutin memanfaatkan media komunikasi online. Hal ini bertujuan untuk memperkuat kerjasama antar pelaku rantai pasok sehingga manajemen rantai pasok menjadi lebih efisien dan responsif terhadap dinamika pasar. Selain itu, petani dianjurkan untuk memanfaatkan saluran pemasaran yang lebih singkat dan efektif, seperti saluran 2 (Petani – Pengecer – Konsumen), yang berdasarkan analisis memberikan keuntungan tertinggi bagi petani. Peningkatan hubungan dan kemitraan strategis antara petani dan pedagang pengepul dan pengecer, misalnya melalui kerja sama jangka panjang, dapat dipertimbangkan agar menciptakan rantai pasok yang lebih baik. Pemerintah daerah diharapkan dapat memberikan pendampingan teknis dan pelatihan kepada petani melalui dinas terkait, serta mendorong terbentuknya koperasi atau forum lintas pelaku rantai pasok untuk mendukung sistem pemasaran yang efisien.