

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai model pemasaran cabai merah di Kabupaten Bangka Tengah sebagai representasi pengendalian inflasi, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat sembilan saluran pemasaran cabai merah secara umum di Kabupaten Bangka Tengah yang melibatkan beberapa lembaga pemasaran yaitu pedagang besar, pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Sebagian besar lembaga pemasaran yang terlibat melakukan ketiga fungsi utama yaitu fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fungsi fasilitas, namun fungsi penyimpanan yang termasuk kedalam fungsi fisik hanya dilakukan oleh pedagang pengecer. Perilaku pasar yang terjadi di tingkat petani jika dilihat dari praktik penjualan langsung dengan menggunakan sistem pembayaran tunai, *barter* dan kemudian. Adapun di tingkat sesama pedagang besar dan antara pedagang besar dengan pedagang pengumpul menggunakan sistem pembayaran *barter*, ditingkat pedagang besar dengan pedagang pengecer dan pedagang pengumpul dengan pedagang pengecer sistem pembayaran kemudian.
2. Jika dilihat dari harga jual ditingkat petani, harga jual tertinggi adalah sebesar Rp. 50.000 per kilogram yang terdapat pada saluran 1, 2, 8 dan 9. Volume penjualan terbanyak yaitu sebesar 700 kg pada saluran 6. Nilai rasio keuntungan dan biaya terbesar terdapat pada saluran pemasaran 7 yaitu sebesar 42,25 rupiah yang artinya setiap 1 satuan rupiah biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran pada saluran ini akan menghasilkan keuntungan sebesar 42,25 rupiah.
3. Saluran pemasaran yang dinilai efisien pada penelitian ini terdapat pada saluran pemasaran 6. Lembaga yang terlibat adalah pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Pada saluran pemasaran ini total biaya pemasaran sebesar Rp. 2.592,42 per kilogram dengan total keuntungan yang didapatkan sebesar Rp. 24.587,58 per kilogram. Pada saluran pemasaran ini diketahui nilai

margin pemasaran yang terbentuk sebesar Rp. 27.000 per kilogram. Nilai *farmer's share* yang didapatkan sebesar 64 persen. Dari biaya pemasaran dan keuntungan yang telah dihitung dapat diketahui nilai rasio keuntungan dan biaya yaitu sebesar 9,48 yang artinya setiap 1 satuan rupiah yang dibayarkan untuk pemasaran akan menghasilkan keuntungan sebesar 9,48 rupiah, total penjualan cabai merah pada saluran ini sebesar 700 kilogram. Model alternatif pemasaran cabai merah sebagai representasi pengendalian inflasi adalah model pemasaran di pasar lelang *spot*.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian model pemasaran cabai merah di Kabupaten Bangka Tengah yang perlu di sarankan dalam upaya pengendalian inflasi yaitu:

1. Petani memilih saluran pemasaran keenam (Petani - Pedagang pengumpul – Pedagang pengecer - Konsumen) yang merupakan saluran pemasaran yang dianggap efisien bila dibandingkan saluran lainnya.
2. Pemerintah diharapkan melakukan kontrol terhadap harga cabai merah sehingga perbedaan harga antara yang diberikan oleh petani dan harga yang diterima oleh konsumen akhir tidak jauh berbeda.
3. Perlunya dibentuk lembaga pemasaran yang efisien dalam pemasaran cabai merah seperti pembentukan pasar lelang komoditas cabai merah. Selain itu Pemerintah diharapkan turut membantu serta memfasilitasi pembentukan pasar lelang komoditi cabai merah sebagai representasi pengendalian inflasi oleh pemerintah.