1. **KESIMPULAN DAN SARAN**

**6.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Terdapatsatu saluran pemasaran cabe rawit didaerah penelitian untuk sampai kepada konsumen agar lebih jelasnya saluran pemasaran tersebut dapat dilihat pada bagan dibawah ini.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Produsen** |  | **Pengepul** |  | **PB** |  | **Konsumen** |

1. bahwa yang paling efisien pemasrannya ada pada saluran pemasran I dengan Ep hanya 0,08 % kemudian menyusul saluran pemasaran II dengan nilai Ep adalah 5,17 % dan kemudian menyusul saluaran pemasran III dengan nilai Ep 9,00 % dinyatakan efisien kemudian untuk saluran pemasarannya sendiri dengan efisiensi sebesar 14,25% dinyatakan efisien Oleh karena itu efisiensi pemasaran saluran pemasaran cabe rawit pada kisaran ≥ 50% atau sesuai dengan pendapat Soekartawi (2022) jika Ep lebih kecil dari 50% maka pemasran dikatakan efisien jikalau pemasran didaerah penelitian tersebut dapat dikatakan efisien.
2. Adapun kendala-kendala yang dihadapi oleh petani adalah keadaan alam, air, hama, harga cabe rawit yang terlalu murah, harga pupuk, harga obat-obatan, biaya tenaga kerja yang terlalu mahal, kurangnya informasi pasar, dan penentuan harga secara sepihak artinya yang menentukan harga adalah pembeli.
   1. **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dapat disarankan kepada petani sebagai berikut :

1. Petani disarankan sebelum bertanam harus mengetahui informasi pasar agar tidak terlalu ambigu kedepannya dalam proses pemasaran cabe rawit
2. Terkait dengan kendala-kendala yang dihadapi tentunya petani maupun pedagang disarankan untuk melakukan sebuah perubahan system terhadap proses produksi maupun tataniaga
3. Melihat kondisi yang miris dengan fluktuasinya harga dan petani juga banyak mengeluh terkait dengan hal itu tentunya pemerintah setempat harus menyediakan sebuah pasar atau lapak yang memungkinkan untuk mengakomodir dari pada hasil produksi petani secara umum.