

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa:

1. Hasil analisis menunjukkan bahwa TPI memiliki harga ikan paling rendah, sedangkan supermarket dan *e-commerce* memiliki harga tertinggi pada ketiga jenis ikan yang diteliti. Uji ANOVA membuktikan bahwa perbedaan harga antar lokasi bersifat signifikan, sehingga lokasi penjualan terbukti memengaruhi tingkat harga ikan di Kabupaten Cilacap.
2. Perbedaan harga dipengaruhi oleh panjangnya rantai distribusi, biaya penyimpanan dan penanganan (*cold storage*, pengemasan), ongkos logistik, bentuk pelayanan, serta segmentasi konsumen di masing-masing lokasi. Regresi linier berganda menunjukkan bahwa lokasi penjualan memberikan pengaruh nyata terhadap harga ikan.
3. Persepsi konsumen menunjukkan bahwa perbedaan lokasi penjualan memengaruhi pandangan terhadap harga. Konsumen menilai harga di Rita Pasaraya Cilacap dan Shopee lebih tinggi namun sebanding dengan kualitas dan kenyamanan, sedangkan TPI dan Pasar Sidodadi dianggap lebih ekonomis karena menyediakan ikan segar dengan harga terjangkau.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perbedaan lokasi penjualan berpengaruh signifikan terhadap harga ikan di Kabupaten Cilacap. Harga ikan cenderung lebih murah di Tempat Pelelangan Ikan (TPI) dan lebih tinggi di supermarket serta *e-commerce*. Implikasi dari temuan ini menekankan pentingnya kebijakan harga dan strategi pemasaran yang

mempertimbangkan efisiensi distribusi, karakteristik konsumen, dan kompetisi antar-saluran penjualan.

5.2. Saran

Saran yang dapat diajukan dari penelitian ini antara lain bagi pelaku usaha perikanan, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menetapkan strategi harga dan memilih saluran distribusi yang tepat. Sementara itu, pemerintah daerah diharapkan mampu merumuskan kebijakan harga dan distribusi yang lebih adil, sekaligus mendukung akses pasar bagi nelayan dan pedagang lokal.

