

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang diperoleh dari penelitian makan dapat disimpulkan bahwa :

1. Terdapat beberapa wilayah yang memasarkan produk rendang telur Usaha

Dapoer Rendang Riry diantaranya terdapat di beberapa wilayah Sumbar, Riau dan Jawa. Untuk wilayah Sumatera Barat sendiri terdapat dua daerah yaitu Padang dan Bukittinggi yang merupakan Pedagang Pengecer, sedangkan untuk wilayah Riau sendiri terdapat di daerah Pekanbaru yang merupakan Pedagang Pengumpul. Pada wilayah Jawa terdapat pada daerah Jakarta, Depok, Bekasi, Tangerang dan Bandung yang merupakan Pedagang Pengecer.

2. Untuk memasarkan produk rendang telur Usaha Dapoer Rendang Riry terdapat tiga pola saluran pemasaran yaitu :

I. Produsen → Konsumen

II. Produsen → Pedagang Pengecer → Konsumen

III. Produsen → Pedagang Pengumpul → Pedagang Pengecer →  
Konsumen

Dimana pola pemasaran yang paling banyak digunakan pada Usaha Dapoer Rendang Riry adalah saluran pemasaran III, dengan persentase yaitu sebesar 50% dari total produksi.

3. Margin pemasaran pada saluran pemasaran I adalah Rp. 5000/Kg atau 10% dari harga jual. Pada saluran pemasaran II Wilayah Sumbar marginnya adalah Rp. 15.000/Kg, sedangkan pada saluran pemasaran II Wilayah Luar Sumbar marginnya adalah Rp. 15.000/Kg. Sementara pada saluran pemasaran III marginnya adalah Rp. 25.000/Kg.
4. Saluran pemasaran yang paling efisien adalah saluran pemasaran II yaitu melalui pedagang pengecer Wilayah Luar Sumbar dengan efisiensi pemasaran sebesar 6,24%.

## 5.2 Saran

Setiap lembaga pemasaran yang terlibat hendaknya mengambil keuntungan yang proposional berdasarkan pengeluaran biaya untuk melakukan fungsi-fungsi pemasaran, sehingga keuntungan yang diterima oleh setiap lembaga pemasaran sesuai dengan fungsi yang telah dilakukan dan dilihat dari tingkat perbedaan margin yang diperoleh masing-masing lembaga pemasaran yang terkait dalam pemasaran produk rendang telur untuk diberikan akses informasi agar harga ditingkat produsen dan harga yang dibayarkan konsumen tidak berbanding jauh.