

BAB V. PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap pemasaran Marning Jagung Tri Mulyo di Kelurahan Kalumbuk Kecamatan Kuranji Kota Padang, maka diperoleh kesimpulan :

1. Saluran pemasaran Marning Jagung Tri Mulyo di Kelurahan Kalumbuk Kecamatan Kuranji Kota Padang terdiri dari 3 saluran yaitu :

- a. Saluran I

Produsen – Pedagang antardaerah – Pedagang Grosir Padang dan Bengkulu – Pedagang Pengecer Padang dan Bengkulu – Konsumen Akhir

- b. Saluran II

Produsen – Pedagang Grosir Padang – Pedagang Pengecer Padang – Konsumen Akhir

- c. Saluran III

Produsen – Pedagang Grosir Pesisir Selatan – Pedagang Pengecer Pesisir Selatan – Konsumen Akhir

2. Berdasarkan analisis biaya dan margin pemasaran Marning Jagung Tri Mulyo di Kelurahan Kalumbuk Kecamatan Kuranji Kota Padang didapatkan margin saluran I sebesar Rp 4.500/pack, margin saluran II sebesar Rp 3.500/pack, margin saluran III sebesar Rp 4.000/pack. Berdasarkan analisis efisiensi pemasaran Marning Jagung Tri Mulyo di Kelurahan Kalumbuk Kecamatan Kuranji Kota Padang didapatkan persentase efisiensi pemasaran saluran I sebesar 21,44%, persentase efisiensi pemasaran saluran II sebesar 18,56%, persentase efisiensi pemasaran saluran III sebesar 18,30%. Saluran yang paling efisien dari ketiga saluran tersebut yaitu saluran III karena persentase efisiensi pemasarannya yang paling kecil yaitu sebesar 18,30%.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada usaha Marning Jagung Tri Mulyo di Kelurahan Kalumbuk Kecamatan Kuranji Kota Padang, maka saran yang dapat disampaikan oleh penulis diantaranya sebagai berikut :

1. Dalam hal pemasaran, sebaiknya Usaha Marning Jagung Tri Mulyo lebih memprioritaskan pengembangan saluran pemasaran III karena terbukti memiliki tingkat efisiensi pemasaran yang paling tinggi dengan biaya pemasaran yang lebih rendah dibandingkan saluran lainnya. Kerja sama dengan pedagang grosir dan pedagang pengecer di Kabupaten Pesisir Selatan perlu dipertahankan dan ditingkatkan agar volume penjualan tetap stabil serta jangkauan pemasaran semakin luas. Selain itu, saluran pemasaran I dan II sebaiknya dievaluasi untuk meningkatkan efisiensi pemasaran. Pada saluran I, usaha dapat mengoptimalkan distribusi dengan mengurangi biaya transportasi, mengatur rute pengiriman yang lebih efektif, atau menyederhanakan rantai pemasaran apabila memungkinkan sehingga biaya pemasaran dapat ditekan. Pada saluran II, usaha sebaiknya meningkatkan volume penjualan melalui perluasan jaringan pemasaran dan penguatan kerja sama dengan pedagang grosir sehingga biaya pemasaran per satuan produk dapat menurun dan tingkat efisiensi pemasaran menjadi lebih baik. Berdasarkan analisis efisiensi pemasaran yang telah dilakukan, pihak usaha diharapkan dapat mempertahankan kualitas produk marning jagung, baik dari segi rasa, kebersihan, maupun kemasan agar minat konsumen tetap terjaga dan pemasaran produk semakin meningkat.
2. Bagi penelitian selanjutnya agar dapat merumuskan strategi pemasaran digital usaha agar usaha bisa terus berkelanjutan.