

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian hasil dan pembahasan dalam penelitian yang berjudul “Analisis Pemasaran Sirup Kawis (*Limonia acidissima L*) (Studi Kasus Di UD “Karya Bakti Makanan Dan Minuman” Kabupaten Rembang), maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Saluran pemasaran sirup kawis terdapat tiga saluran pemasaran. Saluran pertama yang terlibat yaitu produsen sirup kawis dan 2 konsumen akhir. Saluran kedua yang terlibat yaitu produsen sirup kawis, 9 pedagang pengecer dan 5 konsumen akhir. Saluran pemasaran ketiga yang terlibat yaitu produsen sirup kawis, 2 pedagang besar, 13 pedagang pengecer dan 3 konsumen akhir.
2. Nilai margin pemasaran total dan share yang terbentuk dari setiap saluran pemasaran berbeda. Pada saluran pemasaran I, tidak terbentuk margin pemasaran total atau nilainya 0% dan nilai *producer's share* sebesar 100%, hal tersebut karena harga yang dibayarkan konsumen akhir sama dengan harga jual dari produsen sirup kawis. Saluran pemasaran II, margin total yang terbentuk sebesar Rp 3.400 per botol dengan nilai *producer's share* 88 %. Sedangkan pada saluran pemasaran III, margin pemasaran total yang terbentuk sebesar Rp 6.500 per botol dengan nilai *producer's share* sebesar 79,4 %.

3. Pemasaran sirup kawis sudah efisien. Hal tersebut karena dari ketiga saluran pemasaran sirup kawis memiliki nilai margin pemasaran yang rendah dan *producer's share* yang tinggi yaitu lebih dari 50%. Saluran pemasaran yang paling efisien adalah saluran I karena paling pendek saluran pemasarannya yang memiliki nilai margin pemasaran 0% dan *producer's share* 100%.

5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian tentang efisiensi pemasaran sirup kawis di UD “Karya Bakti Makanan dan Minuman (KBM2)” Rembang, maka saran yang dapat peneliti sampaikan sebagai berikut :

1. Kepada pemerintah, terutama pemerintah Kabupaten Rembang untuk lebih memperhatikan usaha-usaha daerah yang dapat memajukan Kabupaten Rembang. Pemerintah harus melindungi produk-produk daerahnya supaya tetap berkembang dan menjadi sektor yang unggul.
2. Kepada UD “Karya Bakti Makanan dan Minuman (KBM2)” Rembang untuk lebih banyak menciptakan inovasi-inovasi yang menarik yang dapat menjadikan inovasi tersebut menjadi produk yang hanya ada di daerah Rembang dan menjadi oleh-oleh yang diburu oleh masyarakat luar daerah Rembang. Menciptakan inovasi kemasan produk yang lebih simpel supaya dapat di pasarkan dengan media online. Meningkatkan jangkauan pasar olahan sirup kawis supaya masyarakat luas lebih mengenal Kabupaten Rembang dengan menjalin kerjasama dengan pedagang di luar pulau Jawa. Membuat gudang penyimpanan produk yang lebih besar supaya dapat menampung semakin banyak produk sirup kawis.

3. Kepada Konsumen, cintailah produk dalam negeri yang berarti produk daerahnya sendiri sebelum mencintai produk luar. Apalagi produk yang mempunyai cita rasa yang khas dan bermanfaat untuk kesehatan, maka harus dijaga produk tersebut karena produk makanan atau minuman yang merupakan ciri khas sebuah daerah itu merupakan asset berharga.

