

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di Pasar Hewan Imogiri Bantul dapat disimpulkan bahwa :

1. Terdapat 3 rantai pemasaran sapi potong yaitu rantai saluran I (Peternak – Konsumen Akhir) dengan persentase 53%, saluran pemasaran II (peternak-Pedagang Perantara - Konsumen Akhir) dengan persentase 23%, dan rantai pemasaran saluran III (Peternak-Pedagang Besar-Konsumen Akhir) dengan persentase 23%
2. Biaya pemasaran sapi potong pada saluran I sebesar Rp. 207.000,- saluran pemasaran II dengan biaya pemasaran sebesar Rp.1.712.000,- dan biaya pemasaran pada saluran III sebesar Rp. 1.511.000
3. Nilai *Famer's Share* sapi potong pada saluran I sebesar 100%, saluran II sebesar 97% dan saluran III sebesar 94%.
4. Nilai dari keuntungan pemasaran sapi potong pada saluran I yaitu Rp. 0, Saluran II Rp. 1.560.000, pada saluran III Rp. 2.390.000.
5. Nilai efisiensi sapi potong pada saluran I sebesar 0, saluran II sebesar 82,76% dan saluran III sebesar 82,3%.
6. Saluran pemasaran yang paling efisien adalah saluran I. Saluran ini tidak melibatkan berbagai rantai sehingga tidak mengeluarkan banyak biaya pada saat melakukan pemasaran.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan disarankan sebaiknya pemasaran pedet sapi potong di Pasar Hewan Imogiri menggunakan saluran pemasaran I karena biaya pemasaran rendah dan lebih efisien.