

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa :

1. Terdapat empat saluran pemasaran yaitu saluran pemasaran I(peternak sebagai penjual-pedagang perantara), saluran pemasaran II(peternak sebagai penjual-pedagang perantara pedagang eceran), saluran pemasaran III(peternak sebagai penjual-pedagang perantara pedagang besar), saluran pemasaran IV(peternak sebagai penjual-pedagang perantara-rumah potong ayam)
2. Biaya pemasaran saluran I sebesar Rp 6.024, biaya pemasaran saluran II sebesar Rp 8.932, biaya pemasaran saluran III sebesar Rp 9.311 dan biaya pemasaran saluran IV sebesar Rp 15.444.
3. Margin pemasaran saluran I sebesar Rp 13.250, margin pemasaran saluran II sebesar Rp 20.667, margin pemasaran saluran III sebesar Rp 25.000 dan margin pemasaran saluran IV sebesar Rp 27.334.
4. Efisiensi pemasaran saluran I sebesar 10,9%, efisiensi pemasaran saluran II sebesar 12,7%, efisiensi pemasaran saluran III sebesar 12% dan efisiensi pemasaran saluran IV sebesar 14%.

5. Keuntungan pemasaran saluran I sebesar Rp 7.226, keuntungan pemasaran saluran II sebesar Rp 11.735, keuntungan pemasaran saluran III sebesar Rp 15.689 dan keuntungan pemasaran saluran IV sebesar Rp 11.890.
6. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa saluran pemasaran yang paling efisien adalah saluran pemasaran I. Hal ini dikarenakan saluran ini tidak melalui banyak lembaga pemasaran sehingga menekan margin dan biaya yang dikeluarkan menjadi kecil.

Saran

Dari adanya penelitian ini diharapkan agar peternak sebagai penjual dapat memilih lembaga pemasaran dengan lebih bijak. Dalam hal ini saluran pemasaran I bisa menjadi pilihan dalam memilih lembaga pemasaran karena tidak melalui banyak lembaga pemasaran sehingga petani sebagai peternak dapat memaksimalkan keuntungan dengan baik.