

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam kegiatan pemasaran ayam pedaging di Kecamatan Kota Utara terdapat tiga bentuk saluran pemasaran yaitu saluran 1) peternak →pedagang pemotong → pedagang kecil → konsumen, saluran 2) peternak→pedagang pemotong→konsumen, saluran 3) peternak →konsumen.
2. Jumlah margin yang diperoleh pada saluran pertama sebesar Rp 8.101 terdiri dari margin pedagang pemotong sebesar Rp 4.125,- dan pedagang kecil sebesar Rp 3976,-. Pada saluran dua jumlah margin yang di peroleh sebesar Rp 4.125,-. Sedangkan keuntungan yang diperoleh dari saluran I yaitu sebesar Rp. 7.807,7 dan pada saluran II mendapatkan keuntungan sebesar Rp. 3.527,2.
3. Tingkat efisien pada saluran I yaitu sebesar 0,05% dan saluran II yaitu sebesar 0,03% artinya kedua saluran ini efisien

B. Saran

1. Pentingnya analisis pemasaran ayam pedaging bagi produsen yaitu peternak serta lembaga pemasaran sehingga diharapkan peran pemerintah dan instansi akademik saling berbagi informasi khususnya demi kesajahteraan peternak.
2. Sebaiknya hasil penelitian ini dapat menjadi awal tumbuhnya ide kreatif bagi lembaga pemasaran untuk dapat memperendah biaya pemasaran dalam menjalankan fungsi pemasaran sehingga margin yang tercipta dapat ditekan.