

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan.**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan serta perhitungan tentang nilai tambah pemasaran ternak ayam pedaging maka dapat ditarik kesimpulan, yaitu :

1. Saluran pemasaran ternak ayam pedaging pada pedagang pengumpul di Desa Payunga terdapat beberapa saluran pemasaran, dimana para pedagang yang dalam hal ini pedagang pengumpul maupun pedagang pengecer membeli ternak ayam pedaging langsung dari peternak. Saluran pemasaran yang dilalui oleh pedagang pengumpul yaitu melalui pedagang pengecer kemudian ke konsumen akhir, dan pada pedagang pengecer tanpa melalui lembaga pemasaran untuk sampai ke konsumen akhir untuk mendistribusikan ayam pedaging.
2. Nilai tambah dan keuntungan per ekor ayam pedaging yang diperoleh pedagang pengumpul besar lebih kecil dibandingkan dengan pedagang pengumpul kecil dan begitu pula dengan yang dialami oleh pedagang pengecer, pedagang pengumpul besar nilai tambah dan keuntungannya lebih kecil dibandingkan dengan pedagang pengumpul kecil, hal ini dikarenakan biaya-biaya (sumbangan input lain) lebih besar dibandingkan pedagang pengumpul kecil serta sistem kekeluargaan dalam pemasaran masih kuat sehingga nilai tambah dan keuntungan pedagang pengumpul besar belum maksimal, Sedangkan pada Pedagang pengecer dikarenakan biaya-biaya (sumbangan input lain) , biaya upah tenaga kerja serta harga dari ternak ayam pedaging itu sendiri.

#### **B. Saran.**

1. Diharapkan kepada pemerintah untuk dapat ikut berperan dalam pengembangan usaha masyarakat dalam hal ini usaha ternak ayam pedaging seperti mengadakan sosialisasi yang berkaitan dengan usaha ternak ayam pedaging usaha ini sangat menguntungkan apabila adanya

tata kelola yang baik serta pengetahuan yang baik pula tentang ternak ayam pedaging, membantu akses pinjaman ke Bank agar usaha yang dijalankan dapat lebih berkembang.

2. Perlu adanya penelitian lebih lanjut mengkaji nilai tambah pemasaran ternak ayam pedaging mengingat kajian yang dilakukan pada studi ini hanya terbatas pada satu wilayah desa.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alprini, R. 2008. *Nilai Tambah Pemasaran Ayam Ras Pedaging di Kota Tangerang*. Skripsi. Program Studi Sosial Ekonomi Peternakan. Fakultas Peternakan. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Amrullah, I.K. 2004. *Nutrisi Ayam Broiler*. Lembaga Satu Gunung Budi. Bogor.
- Aulia, G. R. 2012. *Analisis Nilai Tambah Pemasaran Ayam Broiler di Wilayah Jakarta Timur*. Skripsi. Departemen Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Sumatra Utara. Medan.
- Basuki, H. H. 2005. *Analisis Struktur Pasar, Perilaku Pasar, Dan Marjin Pemasaran Pedagang Pengecer Daging Ayam Ras Di Pasar-Pasar Tradisional Kota Bogor*. Skripsi. Program Studi Sosial Ekonomi Peternakan. Fakultas Peternakan. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- BPS Provinsi Gorontalo, 2010. *Gorontalo Dalam Angka 2013*. Badan Pusat Statistik Provinsi Gorontalo.
- Choer, A. 2005. *Analisis Nilai Tambah Pengolahan Dan Pemasaran Ayam Broiler di Kecamatan Pancoranmas Kota Depok*. Skripsi. Program Studi Sosial Ekonomi Peternakan. Fakultas Peternakan. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Hanafie, R. 2010. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Andi Offset, Yogyakarta.
- Hartono, G. 2003. *Analisis Penawaran Ayam Pedaging Broiler di Tingkat Petani*. Skripsi. Fakultas Pertanian. Universitas Kristen Satya Wacana.
- Hardjosworo, P.S. dan Rukmiasih. 2000. *Meningkatkan Produksi Daging Unggas*. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Hayami, Y. T., Y. Kawagoe., Marooka dan M. Siregar. 1987. *Agricultural Marketing and processing in Upland Java, A Perspective From A Sunda Village*. CEPRT. Bogor.
- Kasmir dan Jakfar. 2003. *Studi Kelayakan Bisnis*. Prenada Media. Jakarta.
- Kotler, P, and Gary Armstrong. 1995. *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and control*. Prentice-Hall International, Inc : Englewood Cliffs.
- Lubis, A. N. 2004. *Peranan Saluran Distribusi Dalam Pemasaran Produk Dan Jasa*. Skripsi. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Sumatera Utara. Sumatera Utara.
- Mursid, M. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Universitas Indonesia UI-Press jakarta.
- Nurriahsih, E. 2008. *Analisis Nilai Tambah Pemasaran Ayam Ras Pedaging di Kabupaten Bogor*. Skripsi. Program Studi Sosial Ekonomi Peternakan. Fakultas Peternakan. Institut Pertanian Bogor. Bogor.

- Primyastanto, M. 2011. *Feasibility Study Usaha Perikanan*. Tim UB Press. Jakarta.
- Priyatno, M. A. 2003. *Mendirikan Usaha Pemotongan Ayam*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Rasyaf, M. 2008. *Panduan Beternak Ayam Pedaging*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Sugiyono, 2001. *Statistika untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta.
- Wiradisastra, A. F. 2008. *Analisis Nilai Tambah Pemasaran Ayam Broiler*. Skripsi. Program Studi Sosial Ekonomi Peternakan. Fakultas Peternakan. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Wulandari, S. 2008. *Analisis Nilai Tambah Pemasaran Ayam Broiler di Wilayah Jakarta Timur*. Skripsi. Program Studi Sosial Ekonomi Peternakan. Fakultas Peternakan. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Yulianti , F. 2012. Kajian Analisis Pola Usaha Pengembangan Ayam Broiler di Kota Banjarbaru. *Jurnal ilmu-ilmu sosial*, Vol 4. No 1. Tahun 2012. Hal 438 – 446.