

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang “ Analisis Pemasaran Telur Ayam Ras di Pasar Liliwo Kota Gorontalo “ dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Penyaluran produk telur ayam ras dari produsen ke konsumen menggunakan beberapa macam saluran distribusi yaitu :
 - I. Produsen → pedagang besar → konsumen
 - II. Produsen → pedagang besar → pengecer → konsumen
2. Margin pemasaran yang di peroleh pedagang besar pola saluran 1 yaitu sebesar Rp 125 dan *farmer`s share* sebesar 90,56 %. Pada pola saluran II pedagang pengecer memperoleh margin sebesar Rp 185 dan *farmer`s share* sebesar 87,10 %.

5.2 Saran

1. Sebaiknya produsen lebih cermat dalam menentukan harga agar harga telur ayam stabil sampai harga yang diterima konsumen akhir dan peternak lebih menambah jumlah populasi ternaknya agar bisa mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi.
2. sebaiknya produsen lebih cerdas dalam mengkomodir saluran pemasaran telur ayam agar memperoleh keuntungan yang maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim, 2011. *Serba serbi manfaat telur dan kandunganya*. [Http://lorbrokenwor.com](http://lorbrokenwor.com) (diakses pada tanggal 30 april 2015).
- Daniel, M, 2002. *Pengantar ekonomi pertanian*. Penerbit bumi aksara. Jakarta.
- Daniste, M, 2002. *Pengantar Ilmu Pertanian*. Penerbit Bumi Aksara. Jakarta.
- Downey, D.W dan S.P. Erikson, 1992. *Manajemen Bisnis*. Edisi Kedua. Erlangga, Jakarta.
- Ginting,N.F.H, 2011 *Manajemen Pemasaran*. Bandung. Yrama Widiya.
- Kamaluddin, 2008. *Lembaga Dan Saluran Pemasaran*. www.Jurnalistik.co.id. (Di Akses Pada Tanggal 30 April 2015).
- Kotler, P, 2005. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 11 Jilid 2. PT. Indeks Kelompok. Gramedia.
- Kotler, P, 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Milenium. Prenhallindo. Jakarta.
- Kotler dan kaller. 2006. *Manajemen pemasaran*. PT. Macana Jaya Cemerlang. Indonesia.
- Kotler dan kaller. 2008. *Manajemen pemasaran*. Edisi 13 Jilid 2. Erlangga.
- Laksana. 2008. *Manajemen pemasaran*. edisi pertama Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Purnama. 2004. Analisis efisiensi pemasaran ikan hias di desa cibuntu. Kecamatan cimpea. Kabupaten bogor. Skripsi fakultas pertanian institut bogor. <http://repository.ipb.ac.id/bistream/handle.03> Maret 2013).
- Rahadi., F dan Hartono, R. 2003. *Agribisnis peternakan*. Penebar Swadya. Jakarta.
- Rahim dan Hastuti. 2007. *Ekonomika pertanian*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Rasyaf, M, 1995. *Pengelolaan Produksi Telur*. Kanisius. Yogyakarta.
- Said, G. Dan H Intan. 2001. *Manajemen agribisnis*. Ghalia Indonesia, Jakarta.

- Sudarmono dan Sugeng. 2008. Sapi Potong. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Sudiyono. 2011. Statistika Untuk Penelitian. Alfabeta, Bandung.
- Suharno dan Sutarno, 2010. *Marketing In Practive*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Soetrisno, 2003. *Pemasaran Hasil Peternakan*. Bahtera Press. Malang.
- Suryana. 2009. Penggemukan Usaha Sapi Potong Berorientasi Agribisnis Dengan Pola Kemitraan. Jurnal Libang Pertanian. Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Kalimantan Selatan.
- Suarda. 2009. Saluran Pemasaran Sapi Potong di Sulawesi Selatan. Jurnal Sins dan Teknologi. Vol IX (2), Agustus 2009.
- Suryana. 2009. Penggemukan Usaha Sapi Potong Berorientasi Agribisnis Dengan Pola Kemitraan. Jurnal Libang Pertanian. Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Kalimantan Selatan.
- Soekartawi. 2001. Agribisnis : Teori Dan Aplikasinya. Penerbit PT. Raja Grafindo. Jakarta.
- Thamin dan francis. 2012. Manajemen Pemasaran. PT. Raja Grafindo. Jakarta.
- Widiyanti. 2008. Analisis Efisiensi Pemasaran Talas Kasus di Desa Taman Sari. Kecamatan Taman Sari Kabupaten Bogor Jawa Barat. *Skripsi*. Fakultas Pertanian Institut Pertanian Bogor.

