

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat diambil kesimpulan :

1. Saluran pemasaran telur ayam di UD. Jaya Farm ada 4 pola:
 - a. Produsen – Konsumen.
 - b. Produsen – Luar kota
 - c. Produsen – Pedagang Besar – Konsumen.
 - d. Produsen – Pedagang Besar – Pedagang pengecer – Konsumen
2. Rincian *margin* pemasaran, *share* biaya dan keuntungan, *ratio* keuntungan dan biaya pada pola saluran pemasaran sebagai berikut:
 - a. Pada saluran II *margin* pemasaran Rp 2.042 per kg, *share* biaya 26,54%, *share* keuntungan 73,46%, dan *ratio* keuntungan dan biaya 2,78.
 - b. Pada saluran III *margin* pemasaran Rp 923 per kg, *share* biaya 6,50%, *share* keuntungan 93,50%, *rasio* keuntungan dan biaya 14,38%.
 - c. Pada saluran IV *margin* pemasaran Rp 1.705 per kg, *share* biaya 6,50% dan 12,32%, *share*

keuntungan 93,50% dan 33,55%, *rasio* keuntungan dan biaya 14,38% dan 2,72%.

3. Saluran pemasaran yang paling efisien terdapat pada pola saluran pemasaran III dengan nilai *share* harga sebesar 94,49%.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di UD. Jaya Farm sebaiknya semua telur ayam setiap hari dijual semua.

