

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada peternakan SonyFarm yang memasarkan telur pada pasar yang berbeda-beda yaitu dalam wilayah Sumatera Barat dan luar Sumatera Barat. Maka dapat disimpulkan.

1. Terdapat dua saluran pemasaran pada usaha telur ayam ras petelur Sony Farm, yaitu saluran pemasaran II (Produsen-P.Pengumpul(Grosir)-Konsumen) dan saluran pemasaran III (Produsen-P.Pengumpul-P.Pengecer-Konsumen).
2. Terdapat tempat lembaga pemasaran, pemasaran pada masing-masing 48,3% pada saluran pemasaran II (Produsen-P.Pengumpul(Grosir)-Konsumen) dan 51,7% pada saluran pemasaran III (Produsen-P.Pengumpul-P.Pengecer-Konsumen)
3. Nilai persentase farmer's share tertinggi pada setiap saluran pemasaran adalah saluran II sebesar 88,06% dan dikatakan efisien sedangkan pada saluran III sebesar 62,85%.

#### 5.2 Saran

1. Peternak diharapkan mampu mencari pangsa pasar yang lebih luas langsung .

Biaya pemasaran dan margin tertinggi terdapat pada saluran III, sehingga konsumen dapat lebih bijak dan menjadi bahan pertimbangan dalam melakukan pembelian telur secara langsung atau kepedagang grosir.