

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dan pembahasan yang diperoleh mengenai Analisis Margin Pemasaran Itik Pedaging (Studi Kasus Peternakan Bapak Zelmianto dan Ibu Armaliza), maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Saluran pemasaran itik pedaging peternakan Bapak Zelmianto dan Ibu Armaliza terdapat 3 saluran pemasaran yaitu:

- a. Saluran I : Peternak – Pedagang pengumpul – warung makan
- b. Saluran II : Peternak – Pedagang pengecer – Konsumen rumah tangga
- c. Saluran III : Peternak – Konsumen rumah tangga

2. Fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh masing-masing lembaga pemasaran itik pedaging di Kota Padang adalah sebagai berikut:

- a. Peternak : fungsi pertukaran (penjualan), fungsi fisik (standardisasi), dan fungsi fasilitas (berita dan informasi pasar).
- b. Pedagang pengumpul : fungsi pertukaran (pembelian, penjualan, dan penetapan harga), fungsi fisik (transportasi dan penanganan, penyimpanan, pengolahan, grading dan standardisasi), dan fungsi fasilitas (berita dan informasi pasar, pembiayaan dan penanganan risiko).
- c. Pedagang Pengecer:
- d. Warung makan : fungsi pertukaran (pembelian dan penjualan), fungsi fisik (penyimpanan, pengolahan, grading dan standardisasi).
- e. Konsumen rumah tangga : fungsi pertukaran (pembelian) dan fungsi fisik (pengolahan).

3. Besarnya biaya pemasaran setiap saluran pemasaran itik pedaging adalah Saluran I Rp4016,14/ekor, Saluran II sebesar Rp8254,67/ekor, dan Saluran III Rp0,-/ekor. Sedangkan Margin pemasaran setiap saluran pemasaran itik pedaging, diperoleh margin pemasaran pada saluran I rata-rata sebesar Rp10.000,-/ekor, saluran II rata-rata sebesar Rp15.000,-/ekor, dan saluran III adalah sebesar Rp0,-/ekor. Keuntungan yang didapat oleh lembaga perantara yaitu pedagang pengumpul dan pengecer yang terdapat pada saluran I dan II adalah Rp5.983,86/ekor dan Rp6.780,89/ekor.

4. *Farmer's share* pada setiap saluran pemasaran itik pedaging, pada saluran I diperoleh sebesar 77,78%, saluran II diperoleh sebesar 70%, dan saluran III diperoleh sebesar 100%.

5.2 Saran

Sebaiknya peternak langsung menjual itik pedaging kepada warung makan atau konsumen, sehingga tercipta saluran pemasaran yang pendek dan seluruh keuntungan diterima oleh peternak.

