

V. KESIMPULAN DAN

SARAN

5.1 Kesimpulan

Hasil dari penelitian yang dilakukan pada peternakan Pusako Farm dapat disimpulkan :

1. Terdapat 7 saluran tataniaga di peternakan Pusako Farm yaitu (1) Peternak – Konsumen Akhir (2) Peternak – Pedagang Pemasok (Jambi) – Konsumen Akhir (3) Peternak – Pedagang Pemasok (Jambi) – Pedagang Pengecer – Konsumen Akhir (4) Peternak – Pedagang Pemasok (Jambi) – Pedagang Besar – Konsumen Akhir (5) Peternak – Pedagang Pemasok (Jambi) – Pedagang Besar – Pedagang Pengecer – Konsumen Akhir (6) Peternak – Pedagang Pemasok (PKU) – Pedagang Besar – Konsumen Akhir (7) Peternak – Pedagang Pemasok (PKU) – Pedagang Besar – Pedagang Pengecer – Konsumen Akhir
2. Fungsi-fungsi tataniaga yang dilakukan oleh masing-masing lembaga berbeda. Pusako Farm melakukan fungsi penjualan, penyimpanan, penanggungan resiko, standarisasi dan *grading* dan pembiayaan. Pedagang pemasok I dan II melakukan fungsi penjualan, pembelian, pengangkutan, penyimpanan, informasi pasar, penanggungan resiko dan pembiayaan. Pedagang besar I dan II melakukan fungsi penjualan, pembelian, penyimpanan, informasi pasar, penanggungan resiko dan pembiayaan. Dan pedagang pengecer I, II dan III melakukan fungsi penjualan, pembelian, pengangkutan, penyimpanan, informasi pasar, penanggungan resiko dan pembiayaan. Untuk pedagang pengecer I tidak melakukan pengangkutan.

3. Margin di setiap saluran tataniaga yaitu saluran II yaitu Rp. 167/butir, lalu saluran pola III, IV dan V Rp. 200/butir, saluran VII Rp. 233/butir dan saluran VI Rp.267/butir.
4. Nilai *Farmer's share* setiap tataniaga saluran II 91%, lalu untuk saluran III, IV dan V 89%, saluran VII 88% dan saluran VI 86%. Semua saluran pemasaran efisien karena besar dari 60%, saluran tataniaga yang paling efektif terdapat pada saluran tataniaga II karena memiliki margin pemasaran rendah dan memiliki *farmer's share* tertinggi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian adapun saran-saran peneliti berikan setelah melakukan penelitian sebagai berikut :

1. Pemerintah sebaiknya ikut campur dalam memajukan usaha peternakan telur ayam ras lokal dalam memasarkan telur. Agar dapat membantu perekonomian masyarakat.
2. Diharapkan peternak dapat memilih pasar lebih luas agar konsumen mendapatkan harga yang wajar, dalam memasarkan telur sebaiknya perlu di pertimbangkan jarak tempuh dan tempat pemasaran agar tidak banyak lembaga pemasaran yang terlibat agar keuntungan yang didapat lebih baik dan bagi konsumen akhir diharapkan mengerti dengan harga telur yang turun naik yang disebabkan oleh beberapa faktor seperti faktor harga pakan.
3. Bagi peneliti selanjutnya, sebaiknya menggunakan lebih banyak sumber mengenai saluran, margin dan *farmer's share* tataniaga.