

V.KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis penelitian yang telah dilakukan maka didapatkan hasil penelitian seperti :

- 1) Jaringan komunikasi dalam pemasaran yang terbentuk pada peternak dengan pedagang adalah bentuk rantai 80% dan berbentuk roda 20%. Sedangkan jaringan komunikasi yang terbentuk antara pedagang dengan konsumen 100% berbentuk roda.
- 2) Terdapat hambatan dalam komunikasi pemasaran berupa pedagang yang menjadi aktor utama dalam pemasaran sehingga pedagang yang menjadi price maker dan peternak sebagai price taker. Terdapat hambatan pada alat komunikasi yang masih belum dipergunakan dengan baik untuk keperluan yang berhubungan dengan pemasaran. Hambatan komunikasi faktor personal dan preferensi pembelian. Hambatan terkait waktu pembelian dan hambatan komunikasi non-verbal dan verbal dalam komunikasi pemasaran ayam kampung
- 3) Adapun jaringan komunikasi yang paling efektif dalam pemasaran ayam kampung yaitu jaringan komunikasi yang berbentuk Roda (*wheel*). Karena dapat memasarkan ayam dengan cepat, tepat dan menguntungkan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka peneliti mengajukan saran untuk memaksimalkan komunikasi pemasaran ayam kampung sebagai berikut :

- 1) Kepada peternak dan pedagang diharapkan setiap aktor mampu meningkatkan hubungan yang baik dengan aktor lainya dalam jaringan komunikasi pemasaran.
- 2) Kepada peternak dan pedagang diharapkan untuk setiap aktor harus bisa menekan faktor-faktor penghambat pada komunikasi dalam pemasaran ayam kampung supaya menghasilkan komunikasi yang efektif.
- 3) Kepada peternak dan pedagang diharapkan menggunakan jaringan komunikasi yang efektif agar mendapatkan keuntungan dalam pemasaran ayam kampung.

