

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan tentang analisis pemasaran telur itik di Nagari Biaro Gadang Kecamatan Ampek Angkek Kabupaten Agam, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Usaha peternakan telur itik Bapak Atar dimulai pada tahun 2017, dengan jenis itik Alabio dan sistem pemeliharaan yang digunakan berupa sistem intensif.
2. Pada peternakan telur itik Bapak Atar terdapat 3 saluran pemasaran sebagai berikut :
  - a. Saluran I : Peternak – Konsumen Lembaga (Rumah makan/Skotang)
  - b. Saluran II : Peternak - Pedagang Pengumpul - Pedagang Pengencer - Konsumen Rumah Tangga
  - c. Saluran III : Peternak - Pedagang Pengumpul – Konsumen Lembaga (Rumah Makan/Skotang)
  - d. Saluran III : Peternak - Konsumen Rumah Tangga
3. Jumlah persentase telur itik yang terjual pada setiap saluran, yaitu :
  - a. Saluran I : 47,96% dari 5340 telur itik yang terjual
  - b. Saluran II : 16,70% dari 1860 telur itik yang terjual
  - c. Saluran III : 33,68% dari 3750 telur itik yang terjual
  - d. Saluran IV : 1,66% dari 185 telur itik yang terjual
4. Fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh masing-masing lembaga pemasaran itik petelur di Nagari Biaro Gadang Kecamatan Ampek Angkek Kabupaten Agam, sebagai berikut :



- a. Peternak : fungsi pertukaran (penjualan dan penetapan harga), fungsi fisik (penyimpanan dan transportasi), fungsi fasilitas (berita dan informasi).
  - b. Pedagang pengumpul : fungsi pertukaran (pembelian, penjualan, penetapan harga), fungsi fisik (penyimpanan dan transportasi), fungsi fasilitas (pembiayaan, informasi pasar, penanggungan resiko).
  - c. Pedagang pengencer : fungsi pertukaran (pembelian, penjualan, penetapan harga), fungsi fisik (penyimpanan), fungsi fasilitas (informasi pasar dan penanggungan resiko).
  - d. Rumah makan/skotang : fungsi pertukaran (pembelian dan penjualan), fungsi fisik (penyimpanan dan pengolahan), fungsi fasilitas (berita dan informasi pasar).
  - e. Konsumen rumah tangga : fungsi pertukaran ( pembelian), fungsi fisik (pengolahan).
5. Besar margin, biaya dan keuntungan pemasaran pada peternakan itik petelur Bapak Atar, yaitu :
- a. Margin pemasaran pada saluran I sebesar Rp0,-/butir, margin pemasaran pada saluran II untuk pedagang pengumpul sebesar Rp300,-/butir dan Rp400,-/butir untuk pedagang pengencer, margin pemasaran pada saluran III untuk pedagang pengumpul sebesar Rp300,-/butir dan Rp0,-/butir untuk konsumen lembaga (rumah makan/skotang), sedangkan pada saluran IV margin pemasaran sebesar Rp0,-/butir.
  - b. Besarnya total biaya pemasaran pada saluran I sebesar Rp26,98/butir,

pada saluran II total biaya pemasaran sebesar Rp84,34/butir, saluran III total biaya pemasaran sebesar Rp44,58,-/butir, sedangkan pada saluran IV total biaya pemasaran sebesar Rp0,-/butir.

- c. Keuntungan yang didapatkan oleh peternak pada saluran I sebesar Rp1.973,02/butir, sedangkan keuntungan yang didapatkan oleh peternak, pedagang pengumpul dan pedagang pengencer pada saluran II sebesar Rp1781,02/butir, Rp248,38/butir dan Rp386,26/butir. Pada saluran III keuntungan yang didapatkan oleh peternak dan pedagang pengumpul sebesar Rp1781,02/butir dan Rp274,4/butir.

6. Nilai persentase *Farmer's share* pada setiap saluran pemasaran itik petelur, yaitu pada saluran I diperoleh sebesar 100%, saluran II diperoleh sebesar 72%, saluran III diperoleh sebesar 85,7% dan saluran IV sebesar 100%.

## 5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di peternakan itik petelur yang berada di Nagari Biaro Gadang, maka penulis menyarankan agar pemerintah dan instansi yang terkait di bidang peternakan untuk melakukan penyuluhan terhadap sistem pemasaran agar peternak dapat memahami sistem pemasaran dengan baik dan untuk para pedagang akan lebih baik jika mereka mencari telur itik langsung ke peternak sehingga rantai pemasaran lebih pendek dan keuntungan yang didapatkan lebih besar.