

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan:

1. Dalam penelitian ini sumber produsen telur ayam ras di Kecamatan Sangatta Utara dari Sangatta (lokal) dan dari Luar Kota, seperti Samarinda, Surabaya, dan Makassar.
2. Saluran pemasaran telur ayam ras di Kecamatan Sangatta Utara terbagi dalam dua jenis saluran, saluran pemasaran pertama: Peternak-pengecer-konsumen. Saluran pemasaran kedua: Peternak-pengepul-pedagang besar-pengecer-konsumen.
3. Total biaya pemasaran telur ayam ras di Kecamatan Sangatta Utara pada saluran I tingkat adalah Rp. 66/butir, sedangkan pada saluran II tingkat adalah Rp. 225,66/butir, dan pada saluran III tingkat Rp. 399/butir.
4. Margin pemasaran yang diperoleh pada saluran satu tingkat yaitu Rp. 800/butir, sedangkan pada margin pemasaran dua tingkat adalah Rp. 800/butir, dan pada saluran tiga tingkat Rp. 800/butir.
5. Keuntungan yang diperoleh pada saluran satu tingkat adalah Rp. 753/butir. Sedangkan keuntungan pemasaran yang diperoleh pada saluran dua tingkat adalah Rp. 593/butir. Dan keuntungan pada saluran tiga tingkat Rp. 320,02/butir.

6.2. Saran

Disarankan bagi pedagang telur ayam ras agar dapat memilih saluran 1 tingkat dikarenakan tingkat keuntungannya lebih besar yaitu Rp. 753/butirnya. Pada saluran 1 tingkat lebih efisiensi dibandingkan dengan saluran lainnya, sehingga dengan memperpendek saluran pemasaran memberi peluang peningkatan bagian harga ditingkat pedagang.