

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil penelitian hanya terdapat satu pola saluran pemasaran yaitu pola saluran pemasaran tiga tingkat, lembaga pemasaran yang terlibat meliputi *commission agent*, pedagang besar dan pedagang pengecer.
2. Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh masing-masing lembaga pemasaran yaitu fungsi pertukaran yang meliputi pembelian dan penjualan dilakukan oleh setiap lembaga pemasaran. Fungsi fisik yang dilakukan meliputi pengangkutan dan pengolahan. pengangkutan dilakukan oleh *commission agent* dan pedagang besar dan pengolahan dilakukan oleh pedagang besar. Fungsi fasilitas yang dilakukan meliputi risiko dan informasi pasar. Risiko yang ditanggung yaitu risiko penyusutan yang dilakukan oleh *commission agent* dan pedagang pengecer, sedangkan informasi pasar dilakukan oleh setiap lembaga pemasaran.
3. Pemasaran komoditas ayam broiler kasus pemasaran dari PS Bima ke Pasar Baleendah Kabupaten Bandung sudah efisien baik secara operasional maupun harga. Hasil perhitungan dari indeks efisiensi pemasaran yang paling efisien adalah pemasaran ayam broiler dari PS Bima menuju ke pedagang pengecer tiga dengan indeks efisiensi pemasaran sebesar 1,98.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka peneliti menyarankan untuk:

1. Meminimalisir penyusutan volume ayam broiler yang dijual oleh *commission agent* ke pedagang besar, agar mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Penyusutan tersebut disebabkan oleh penanganan yang kurang baik (menyimpan ayam broiler kedalam keranjang dengan kasar) dan proses pengangkutan (jalan yang dilewati naik turun serta bergelombang). Maka dari itu *commission agent* perlu memperhatikan penanganan yang baik dengan menyimpan ayam ke dalam kerandang secara tidak kasar dan pengirimannya melewati rute jalan yang mulus, agar ayam broiler terhindar dari stres.

2. Pendistribusian ayam broiler dari PS Bima sampai kepada masing-masing pedagang pengecer harus memperhatikan biaya pemasaran yang dikeluarkan dan penawaran harga jual yang ditawarkan kepada konsumen akhir. Biaya pemasaran dapat diminimalisir dengan memperbanyak volume ayam yang dijual kepada konsumen.