

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang analisis efisiensi pemasaran DOD yang dilakukan di Desa Modopuro, Kabupaten Mojokerto dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat empat saluran pemasaran DOD. Keempat saluran tersebut yakni :
 - a. Saluran I : Penetas – Pengepul – Konsumen Akhir
 - b. Saluran II : Penetas – Konsumen Akhir
 - c. Saluran III : Penetas – Pedagang Pengecer – Konsumen Akhir
 - d. Saluran IV : Penetas – Pengepul – Pedagang Pengecer – Konsumen Akhir

Fungsi pemasaran yang paling banyak dilakukan penetas dari saluran I hingga saluran IV yakni fungsi pertukaran. Bedanya, penetas yang memiliki ternak sendiri tidak melakukan aktivitas pembelian telur itik. Adapun fungsi pemasaran yang dilakukan lembaga pengepul dan pedagang pengecer yakni fungsi pertukaran yang meliputi aktivitas pembelian dan penjualan, fungsi distribusi fisik meliputi aktivitas pengangkutan. Sementara fungsi perantara yang dilakukan meliputi aktivitas sortasi, pencarian informasi pasar, pembiayaan dan penanggungan risiko.

2. Analisis margin pemasaran DOD yang dilakukan menunjukkan jika saluran pemasaran keempat memiliki nilai margin terbesar yakni Rp 5.500/ekor, kemudian disusul saluran pemasaran pertama sebesar Rp 4.500/ekor, saluran ketiga sebesar Rp 1.500/ekor, sedangkan saluran kedua tidak memiliki margin pemasaran dan dianggap yang paling efisien.
3. Analisis *farmer's share* yang dilakukan menunjukkan bahwa keempat saluran DOD yang ada di Desa Modopuro telah efisien. Kemudian dari analisis *marketing efficiency index* diketahui bahwa tingkatan efisiensi

pemasaran dimulai dari saluran kedua yang memiliki nilai ME 31, saluran ketiga dengan nilai ME 27, saluran pertama memiliki nilai ME 26, dan saluran keempat yang memiliki nilai efisiensi pemasaran terendah dengan nilai ME sebesar 15.

4. Analisis elastisitas transmisi harga DOD ditingkat pedagang pengecer terhadap harga DOD ditingkat penetas memiliki nilai 0,875. Hal ini menunjukkan jika pemasaran belum efisien jika dilihat dari hubungan antara harga DOD ditingkat pedagang pengecer terhadap harga DOD ditingkat penetas, karena perubahan harga ditingkat pedagang pengecer tidak ditransmisikan secara sempurna ke penetas

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka dapat diberikan saran-saran sebagai berikut :

1. Bagi para pelaku usaha penetasan yang tidak memiliki telur itik sendiri, diharapkan ikut aktif melakukan pencarian informasi pasar. Hal ini bertujuan agar penetas dapat berperan dalam menentukan harga DOD.
2. Untuk pengembangan pemasaran DOD yang lebih efisien, maka disarankan kepada penetas agar memilih saluran pemasaran kedua.
3. Bagi lembaga pemasaran, untuk mendapatkan pemasaran DOD yang efisien, disarankan memilih saluran pemasaran yang paling menguntungkan. Selain itu lembaga pemasaran juga harus mempertimbangkan penentuan biaya pengangkutan terhadap jarak tempuh untuk melakukan pemasaran DOD. Hal ini untuk meminimalisir terjadinya kerugian.