

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Menurut hasil di dalam analisis dan isi dari pembahasan yang berkaitan dengan kelayakan dan saluran pemasaran di usaha peternakan hewan kambing jenis peranakan etawa yang terdapat di Desa Banjaragung, Balongpanggang, Gresik dapat ditarik kesimpulan seperti berikut:

1. Hasil dalam analisis kelayakan kegiatan usaha ternak kambing yang dilakukan terhadap 16 peternak yang ada di Desa Banjaragung, Kecamatan Balongpanggang, Kabupaten Gresik menyatakan bahwa nilai B/C Ratio sebesar 0,23, yang artinya usaha ternak kambing layak untuk dijalankan jika dianalisis melalui alat analisis B/C Ratio karena hasilnya lebih dari 0. Hasil BEP unit sebesar 0,55 ekor (1 ekor) dan hasil BEP harga per ekornya sebesar Rp. 2.317.214 serta hasil BEP pendapatan setiap peternak adalah sebesar Rp. 1.550.110, hal ini menunjukkan bahwa usaha ternak kambing peranakan etawa yang ada di Desa Banjaragung memberikan keuntungan dan layak untuk dijalankan jika dianalisis melalui alat analisis BEP unit, BEP harga dan BEP pendapatan, dikarenakan nilai perhitungan BEP unit, BEP harga dan BEP pendapatan lebih kecil dibandingkan hasil yang diterima oleh para peternak yaitu sebanyak 12,125 ekor (12 ekor) kambing peranakan etawa dengan harga jual rata-rata sebesar Rp. 2.818.750 per ekornya dan dengan pendapatan rata-rata tiap peternak sebesar Rp. 6.497.650 dalam sekali periode beternak.
2. Hasil analisis saluran pemasaran usaha ternak kambing yang dilakukan terhadap 16 peternak yang ada di Desa Banjaragung, Kecamatan Balongpanggang, Kabupaten Gresik menyatakan bahwa terdapat dua saluran

pemasaran, yaitu saluran pemasaran I (Produsen-Konsumen) dan saluran pemasaran II (Produsen-Blantik-Konsumen). Kedua sistem saluran dalam pemasaran yang dilakukan oleh para peternak kambing peranakan etawa di Desa Banjaragung merupakan sistem saluran dalam pemasaran yang dapat dikatakan efisien, dikarenakan perhitungan *farmer share* melebihi 50%, yaitu *farmer share* di saluran pemasaran I (Produsen-Konsumen) sebesar 100% dan *farmer share* di saluran pemasaran II (Produsen-Blantik-Konsumen) sebesar 90,34%.

5.2 Saran

1. Untuk memiliki usaha peternakan hewan kambing berjenis peranakan etawa yang menghasilkan keuntungan dan memiliki kelayakkan untuk dijalankan maka perlu adanya pemilihan pakan yang sesuai dengan kebutuhan kambing dan memperhatikan biaya ternak serta jumlah kambing yang dipelihara, karena ketiga hal tersebut merupakan aspek yang mempengaruhi apakah usaha peternakan hewan kambing jenis peranakan etawa itu layak atau tidak untuk diaplikasikan dan dikembangkan.
2. Pemilihan saluran pemasaran harus disesuaikan dengan kondisi peternakan, sistem saluran pada pemasaran yang dapat disebut efisien merupakan sistem saluran pemasaran yang memiliki selisih yang tidak jauh berbeda antara harga yang diperoleh peternak dengan harga yang dibayarkan konsumen akhir.