

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. Saluran pemasaran di UD. Fassya Mandiri meliputi 3 saluran yaitu:
 - a. Saluran pemasaran I : Peternak – Produsen – Konsumen Akhir.
 - b. Saluran pemasaran II : Peternak – Produsen – Yogya Slawi Swalayan – Konsumen Akhir
 - c. Saluran pemasaran III : Peternak – Produsen – Basa Swalayan – Konsumen Akhir.
2. Saluran pemasaran yang paling efektif di UD. Fassya Mandiri adalah saluran pemasaran I karena memiliki margin pemasaran yang lebih rendah yaitu sebesar Rp. 1500,-. Margin pemasaran dikatakan efisien jika saluran pemasaran yang dilalui semakin rendah.
3. Pengelolaan produk pada usaha ini memberikan nilai tambah sebesar Rp.1055,38,-, jadi dapat dikatakan usaha ini berjalan dengan baik karena memiliki nilai tambah $(NT) > 0$.

B. Saran

1. Bagi Pemilik UD. Fassya Mandiri disarankan mengembangkan wawasan mengenai pemasaran dan pengemasan pada produk. Pengembangan wawasan diperlukan untuk menjangkau pasar yang lebih luas hingga ke luar provinsi. Hal itu karena beberapa kali mendapatkan pesanan untuk luar provinsi tidak bisa memenuhi karena belum bisa memahami cara pengemasan yang benar.

Pengemasan yang benar akan berdampak pada kondisi telur saat sampai ke konsumen melalui jasa ekspedisi.

2. Bagi penelitian selanjutnya bisa menerapkan analisis dan metode hayami untuk usaha yang lain.