

**ANALISIS PEMASARAN TERNAK SAPI POTONG YANG BERASAL DARI  
KECAMATAN SUMPUR KUDUS DI PASAR TERNAK PALANGKI  
KABUPATEN SIJUNJUNG**

**SKRIPSI**



**FAKULTAS PETERNAKAN  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG, 2017**

# ANALISIS PEMASARAN TERNAK SAPI POTONG YANG BERASAL DARI KECAMATAN SUMPUR KUDUS DI PASAR TERNAK PALANGKI KABUPATEN SIJUNJUNG

Rio Saputra, di bawah bimbingan  
Dr.Ir. Hj. Dwi Yuzaria, SE, M.si dan M. Ichsan Rias, SE, M.si  
Program Studi Peternakan  
Universitas Andalas Padang, 2017

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan mulai tanggal 9 Januari – 30 Januari 2017 yang bertujuan untuk mengetahui (1) saluran pemasaran sapi potong dari Kecamatan Sumpur Kudus di Pasar Ternak Palangki Kabupaten Sijunjung, (2) besarnya margin pemasaran pada masing-masing saluran pemasaran sapi potong dari Kecamatan Sumpur Kudus di Pasar Ternak Palangki Kabupaten Sijunjung, (3) bagian keuntungan (*share*) yang diterima oleh masing-masing rantai (pelaku pemasaran) sapi potong dari Kecamatan Sumpur Kudus di Pasar Ternak Palangki Kabupaten Sijunjung, penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode study kasus. Data yang dikumpulkan adalah data primer dan data sekunder. Responden penelitian adalah 7 orang peternak dan 11 orang pedagang sapi potong. Analisa data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan terdapat tiga macam saluran pemasaran yang diterapkan peternak dalam memasarkan ternak sapi potong dari Kecamatan Sumpur Kudus di Pasar Ternak Palangki Kabupaten Sijunjung terdiri dari : (1) peternak – pedagang pengumpul – pedagang besar – pedagang potong, (2) peternak – pedagang besar – pedagang potong, (3) peternak – pedagang pengumpul – pedagang potong. Saluran pemasaran yang memiliki margin pemasaran tertinggi adalah saluran I yaitu sebesar Rp 4.165.333,00/ekor. Sedangkan keuntungan (*share*) masing-masing lembaga pemasaran yang terbesar berada pada pedagang potong.

Kata Kunci : Sapi Potong, Saluran, Margin, dan Keuntungan (*share*)

