

**ANALISIS PEMASARAN TERNAK KAMBING
DI KECAMATAN GUNUNG TUJUH KABUPATEN KERINCI**

SKRIPSI

Oleh :



RAMOS JULIAN DEKA PUTRA

1410612095

Dibawah Bimbingan :

Fitrini, SP, M.Econs

Elfi Rahmi, S.Pt, MP

FAKULTAS PETERNAKAN

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG, 2018

**ANALISIS PEMASARAN TERNAK KAMBING
DI KECAMATAN GUNUNG TUJUH KABUPATEN KERINCI**

SKRIPSI



**FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG, 2018**

**ANALISIS PEMASARAN TERNAK KAMBING
DI KECAMATAN GUNUNG TUJUH
KABUPATEN KERINCI**

Ramos Julian Deka Putra, di bawah bimbingan
Fitriani, SP, M.Econs dan Elfi Rahmi, S.Pt, MP
Bagian Pembangunan dan Bisnis Peternakan
Universitas Andalas, 2018

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui lembaga dan saluran pemasaran ternak kambing, menganalisis margin, biaya pemasaran dan keuntungan yang diterima lembaga dan mengetahui *farmer's share* yang diterima peternak melalui pemasaran ternak kambing. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 5 Mei hingga 25 Juni 2018 di Kecamatan Gunung Tujuh, Kabupaten Kerinci. Penentuan sample dilakukan secara purposive dengan analisis data deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif. Dari hasil penelitian terdapat 3 saluran yaitu (1) peternak – konsumen akhir (2) peternak – pedagang pengumpul – konsumen akhir (3) peternak – pedagang pengumpul –pedagang pengencer – konsumen akhir. Saluran yang memiliki total margin tertinggi terdapat pada saluran 3 sebesar Rp. 538.461/ekor. Lembaga yang memiliki margin tertinggi yaitu pedagang pengumpul pada saluran 2 sebesar Rp. 291.935/ekor. Lembaga yang memperoleh keuntungan tertinggi adalah pedagang pengumpul pada saluran 2 sebesar Rp. 265.483/ekor. *Farmer's share* atau bagian yang diterima peternak tertinggi terdapat pada saluran 1 yaitu 100% sedangkan yang terendah pada saluran 3 yaitu 64,4%.

Kata Kunci : Kambing, Lembaga Pemasaran, Saluran Pemasaran, *Farmer's Share*

