

**ANALISIS TATA NIAGA DAN MARGIN PEMASARAN  
TELUR ITIK KAMANG DI KELOMPOK WANITA  
TANI AUR MEKAR KECAMATAN TILATANG  
KAMANG KABUPATEN AGAM**

**SKRIPSI**



**FAKULTAS PETERNAKAN  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG, 2018**

**ANALISIS TATA NIAGA DAN MARGIN PEMASARAN  
TELUR ITIK KAMANG DI KELOMPOK WANITA  
TANI AUR MEKAR KECAMATAN TILATANG  
KAMANG KABUPATEN AGAM**

**SKRIPSI**



*Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Pada Fakultas Peternakan Universitas Andalas*

**FAKULTAS PETERNAKAN  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG, 2018**

**ANALISIS TATA NIAGA DAN MARGIN PEMASARAN  
TELUR ITIK KAMANG DI KELOMPOK WANITA  
TANI AUR MEKAR KECAMATAN TILATANG  
KAMANG KABUPATEN AGAM**

**Indri Haryani**, dibawah bimbingan  
**Prof.Dr.Ir.H. James Hellyward,MS dan Dr. Nurhayati, S.Pt, MM**  
Bagian Pembangunan dan Bisnis Peternakan Fakultas Peternakan  
Universitas Andalas Padang, 2018

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan saluran pemasaran telur itik kamang di Kelompok Wanita Tani Aur Mekar, mengetahui biaya dan margin pemasaran yang dikeluarkan oleh masing-masing lembaga pada saluran pemasaran. Penelitian ini dilakukan dengan survey pada Kelompok Wanita Tani Aur Mekar di Tilatang Kamang Kab. Agam. Responden penelitian ini yaitu produsen sekaligus ketua kelompok. Pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa untuk memasarkan telur itik pada kelompok tani ini terdapat tiga saluran pemasaran, persentase pemasaran pada masing-masing saluran tersebut adalah sebesar 14,22% pada saluran I (produsen-konsumen), 24,19% pada saluran II (produsen – grosir-konsumen rumah tangga), dan 60,48% pada saluran III (produsen – grosir – pengecer-konsumen rumah tangga). Adapun biaya pemasaran pada saluran I adalah 17,46, saluran II 33,54 dan saluran III 29,02. Margin pemasaran pada saluran II yaitu 119,4 dan margin pemasaran pada saluran III yaitu 286,4.

Kata Kunci : Pemasaran, Biaya Pemasaran, Saluran Pemasaran dan Margin