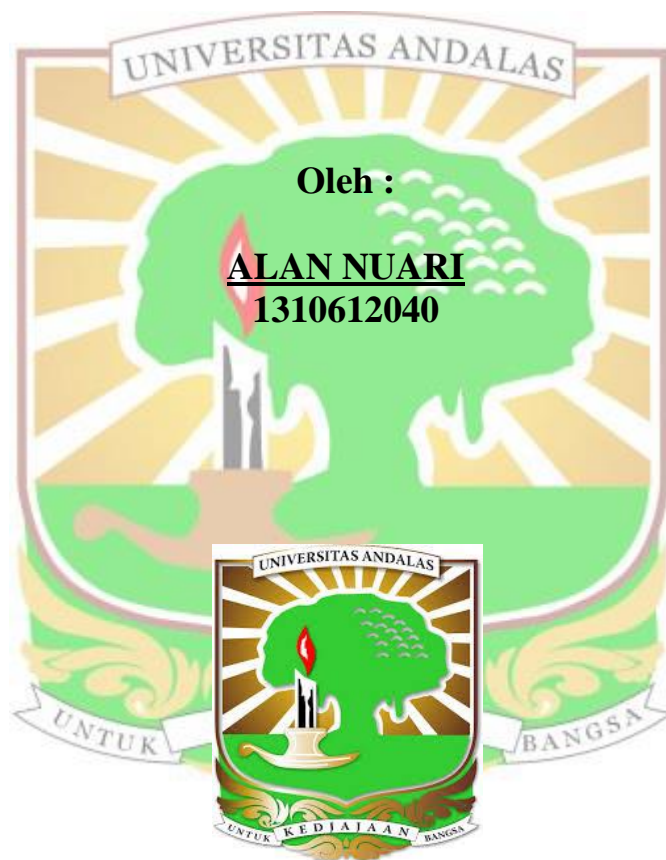


**EFESIENSI TATANIAGA TELUR AYAM RAS DI
KECAMATAN RANAH PESISIR KABUPATEN PESISIR
SELATAN**

Skripsi



Oleh :

ALAN NUARI
1310612040

**FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG, 2019**

**EFESIENSI TATANIAGA TELUR AYAM RAS DI
KECAMATAN RANAH PESISIR KABUPATEN PESISIR
SELATAN**

Skripsi



Oleh :

ALAN NUARI
1310612040

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Peternakan

**FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG, 2019**

EFESIENSI TATANIAGA TELUR AYAM RAS DI KECAMATAN RANAH PESISIR KABUPATEN PESISIR SELATAN

Alan Nuari, dibawah bimbingan
Dr. Nurhayati, S.Pt, MM dan Elfi Rahmi S.Pt, MP
Program Studi Peternakan Bagian Pembangunan dan Bisnis Peternakan
Fakultas Peternakan Universitas Andalas Padang, 2019

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran telur ayam ras, menganalisis margin, biaya pemasaran, menghitung keuntungan yang di terima lembaga dan mengetahui *farmer's share* yang diterima peternak serta melihat efisiensi saluran pemasaran telur ayam ras. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 25 Agustus hingga 14 September 2018 di Kecamatan Ranah Pesisir Kabupaten Pesisir Selatan. Penelitian ini menggunakan metode survei pada usaha peternakan ayam ras petelur yang ada di Kecamatan Ranah Pesisir Kabupaten Pesisir Selatan serta wawancara langsung dengan narasumber yang bersangkutan. Data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Dari hasil penelitian terdapat 4 (empat) saluran yaitu (1) peternak – konsumen akhir, (2) peternak – pedagang pengecer – konsumen akhir, (3) peternak – pedagang pengumpul – pedagang pengecer – konsumen akhir (4) peternak – grosir – konsumen akhir. Saluran yang memiliki total margin terendah yaitu terdapat pada saluran IV sebesar Rp.371/butir telur sedangkan margin saluran II yaitu Rp.421/butir telur dan margin saluran III yaitu Rp.537/butir telur. Lembaga dengan keuntungan tertinggi adalah pengecer saluran II yaitu sebesar Rp.374,9/butir telur. *Farmer's share* tertinggi terdapat pada saluran IV yaitu sebesar 75,2%. Semua saluran pemasaran termasuk saluran pemasaran telur yang efektif, hal ini dilihat dari rendahnya margin dan tingginya farmer share di setiap saluran pemasaran. Saluran pemasaran yang paling efektif terdapat pada saluran pemasaran saluran IV dimana memiliki margin pemasaran terendah dan memiliki farmer share tertinggi.

Kata kunci : Telur ayam ras, Lembaga Pemasaran, Saluran Pemasaran, *Farmer's share*, Efisiensi Pemasaran