

**ANALISIS PEMASARAN TELUR ITIK PADA USAHA
PETERNAKAN ITIK ATAR DI NAGARI BIARO GADANG
KECAMATAN AMPEK ANGKEK KABUPATEN AGAM**

SKRIPSI



**FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS ANDALAS**

PADANG, 2021

ANALISIS PEMASARAN TELUR ITIK PADA USAHA PETERNAKAN ITIK ATAR DI NAGARI BIARO GADANG KECAMATAN AMPEK ANGKEK KABUPATEN AGAM

Rafi Candra, dibawah bimbingan
Dr. Ir. H. Jafrinur, MSP dan M. Ikhsan Rias, SE. M, Si
Bagian Pembangunan dan Bisnis Peternakan
Fakultas Peternakan Universitas Andalas Padang, 2021

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis saluran, fungsi, margin, biaya, keuntungan dan *farmer's share* pemasaran telur itik. Penelitian dilakukan di peternakan Bapak Atar di Nagari Biaro Gadang Kecamatan Ampek Angkek Kabupaten Agam dengan menggunakan metode studi kasus dan analisis data deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Responden pada penelitian ini adalah peternak itik petelur, pelaku pemasaran (pedagang pengumpul dan pedagang pengencer). Pada pemasaran telur itik didapatkan empat saluran pemasaran yaitu (1)Peternak - konsumen lembaga (rumah makan/skotang), (2)Peternak - pedagang pengumpul - pedagang pengencer - konsumen rumah tangga, (3)Peternak - pedagang pengumpul - konsumen lembaga (rumah makan/skotang), (4)Peternak - konsumen rumah tangga. Lembaga pemasaran melakukan beberapa fungsi pemasaran, seperti fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fungsi fasilitas. Pada saluran I dan saluran IV tidak ada margin pemasaran, tetapi pada saluran II didapatkan margin pemasaran sebesar Rp300,-/butir untuk pedagang pengumpul dan Rp400,-/butir untuk pedagang pengencer, sedangkan pada saluran III didapatkan margin sebesar Rp300,-/butir untuk pedagang pengumpul. Total biaya yang didapatkan pada saluran I sebesar Rp26,98/butir, saluran II sebesar Rp84,34/butir, saluran III sebesar Rp44,58/butir. Keuntungan yang didapatkan pada saluran I sebesar Rp1.973,02/butir, saluran II pedagang pengumpul sebesar Rp248,38/butir, saluran II pedagang pengencer sebesar Rp386,26/butir, saluran III peternak sebesar Rp1.781,02/butir, saluran III pedagang pengumpul sebesar Rp274,4/butir. *Farmer's share* pada saluran I 100%, saluran II 72%, saluran III 85,7% dan saluran IV 100%. Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa *farmer's share* tertinggi terdapat pada saluran I dan saluran IV. Hal ini dikarenakan kedua saluran tersebut merupakan saluran pemasaran langsung yang tidak melibatkan perantara pada proses pemasaran.

Kata Kunci: *Itik Petelur, Saluran dan Fungsi Pemasaran, Margin Pemasaran, Biaya dan Keuntungan Pemasaran, Farmer's Share*