

## ABSTRAK

**ARDAWIA. 105961110720.** Analisis pemasaran komoditas kemiri di Desa Kaseralau Kecamatan Batulappa Kabupaten Pinrang. Dibimbing oleh Rasdiana Mudatsir dan Sahlan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran dan margin pemasaran komoditas kemiri di Desa Kaseralau Kecamatan Batulappa Kabupaten Pinrang.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh petani kemiri sebanyak 120 orang. Penentuan sampel petani dilakukan dengan cara *simple random sampling*, data yang diperoleh ada 18 orang petani kemiri di Desa Kaseralau Kecamatan Batulappa Kabupaten Pinrang. Penentuan sampel pedagang dilakukan dengan *snowball sampling* dengan menelusuri sampel, data yang diperoleh ada 2 orang pedagang yaitu 1 pedagang pengumpul, 1 pedagang besar(luar kabupaten).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran komoditas kemiri terdapat 2 saluran pemasaran, yaitu saluran pemasaran I, petani menjual kemiri kepada pedagang pengumpul kemudian dari pedagang pengumpul dijual ke konsumen. Saluran pemasaran II, petani menjual kemiri ke pedagang pengumpul kemudian dijual kembali ke pedagang besar dari pedagang besar dijual kembali ke konsumen. Margin saluran pemasaran I adalah Rp 5.000/Kg dan margin saluran pemasaran II Rp 6.500/Kg.

**Kata Kunci:** *Kemiri, Margin, Saluran Pemasaran*

## ABSTRACT

**ARDAWIA. 105961110720.** *Marketing analysis of candlenut commodities in Kaseralau Village, Batulappa Subdistrict, Pinrang Regency. Supervised by Rasdiana Mudatsir and Sahlan.*

*This study aims to determine the marketing channels and margins of candlenut commodities in Kaseralau Village, Batulappa District, Pinrang Regency.*

*The population in this study were all 120 candlenut farmers. Determination of farmer samples was carried out by simple random sampling, the data obtained were 18 hazelnut farmers in Kaseralau Village, Batulappa District, Pinrang Regency. Determination of the trader sample was carried out by snowball sampling by tracing the sample, the data obtained were 2 traders, namely 1 collector trader, 1 large trader (outside the district).*

*The results showed that the marketing of candlenut commodities there are 2 marketing channels, namely marketing channel I, farmers sell candlenuts to intermediary traders then from intermediary traders sold to consumers. Marketing channel II, farmers sell candlenuts to intermediary traders then sell them back to large traders from large traders sold back to consumers. The margin of marketing channel I is Rp 5,000/Kg and the margin of marketing channel II is Rp 6,500/Kg.*

**Keywords:** *Candlenut, Margin, Marketing Channel*