

ABSTRAK

JUSRIL. 105961110820. Analisis Pemasaran Komoditas Cabai Merah di Desa Manimbahoi Kecamatan Parigi Kabupaten Gowa. Di bimbing oleh Sahlan dan Muh. Ikmal Saleh.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran dan margin pemasaran cabai merah di Desa Manimbahoi Kecamatan Parigi Kabupaten Gowa. Populasi penelitian ini adalah seluruh petani cabai merah sebanyak 160 orang yang menjadi sampel petani yang dilakukan dengan secara sengaja (*Purposive sampling*), data diperoleh dari 16 orang petani cabai merah di Desa Manimbahoi Kecamatan Parigi Kabupaten Gowa. Sementara untuk penentuan sampel lembaga pemasaran dilakukan dengan *Snowball Sampling*, yakni dengan menelusuri keseluruhan populasi dijadikan sampel yakni pedagang pengumpul sebanyak 6 orang petani, pedagang besar sebanyak 4 orang petani dan pedagang pengecer sebanyak 6 orang petani. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus margin pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran terdiri dari 3 saluran yaitu saluran I yaitu (produsen-pedagang pengumpul-konsumen, saluran II yaitu (produsen-pedagang pengumpul-pedagang pengecer-konsumen) dan saluran III yaitu (produsen-pedagang pengumpul-pedagang besar-pedagang pengecer-konsumen). Berdasarkan tiga jenis saluran pemasaran maka margin besar diantara 3 saluran pemasaran terdapat saluran ke III yakni Rp 40.000 ini karena semakin panjang lembaga pemasaran maka semakin besar margin pemasaran, semakin efisien saluran pemasaran maka semakin sedikit margin.

Kata Kunci : Cabai Merah, Saluran Pemasaran, Margin Pemasaran, Pemasaran.

ABSTRACT

JUSRIL. 105961110820. *Marketing Analysis of Red Chili Commodities in Manimbahoi Village, Parigi District, Gowa Regency.* Guided by Sahlan and second consultant Muh. Ikmal Saleh.

This research aims to determine the marketing channels and margins for red chilies in Manimbahoi Village, Parigi District, Gowa Regency.

The population of this study was all 160 red chili farmers who were sampled deliberately (purposive sampling), data was obtained from 16 red chili farmers in Manimbahoi Village, Parigi District, Gowa Regency.

Meanwhile, determining the sample of marketing institutions was carried out using Snowball Sampling, namely by tracing the entire sample population, namely 6 farmers collecting traders, 4 farmers wholesalers and 6 farmers retail traders. The analysis technique used in this research uses the marketing margin formula.

The results of the research show that the marketing channel consists of 3 channels, namely channel I, namely (producer-trader collector-consumer, channel II, namely (producer-trader collector-retailer-consumer) and channel III, namely (producer-trader collector-wholesaler-trader retailer-consumer).

Based on the three types of marketing channels, the largest margin among the 3 marketing channels is channel III, namely IDR 40,000, because the longer the marketing institution, the greater the marketing margin, the more efficient the marketing channel, the lower the margin.

Keywords: *Red Chili, Marketing Channel, Marketing Margin, Marketing*