

PERSETUJUAN PEMBIMBING

**ANALISIS PEMASARAN CABAI RAWIT DI DESA SOSIAL
KECAMATAN PAGUYAMAN KABUPATEN BOALEMO**

SKRIPSI

**SOFYANI DAUD
614413032**

**Skripsi Ini Telah Disetujui dan Disidangkan Dihadapan
Komisi Ujian Sidang Pada Tanggal 24 November 2017**

**Disetujui
Komisi Pembimbing**

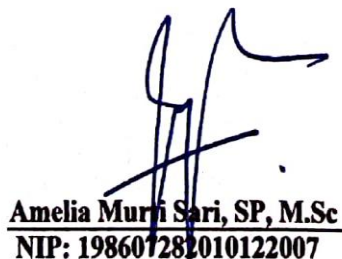


**Yuriko Boekoesoe, SP, M.Si
Ketua**



**Yanti Saleh, SP, M.Pd
Anggota**

**Menyetujui
Ketua Jurusan Agribisnis**



**Amelia Murni Sari, SP, M.Sc
NIP: 198607281010122007**

**Mengetahui
Dekan Fakultas Pertanian**



**Dr. Mohamad Ikbah Bahu, SP, M.Si
NIP: 197204252001121003**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Analisis Pemasaran Cabai Rawit di Desa Sosial
Kecamatan Paguyaman Kabupaten Boalemo

Nama : Sofyani Daud

NIM : 614 413 032

Program Studi : SI Agribisnis

Telah Disidangkan Dan Dipertuhankan Dihadapan Dewan Penguji

Hari/Tanggal : Jum'at 24 November 2017

Pukul : 11,30 WITA

Penguji

1. Yuriko Bockoesoc, SP. M.Si

1.....

2. Yanti Saleh, SP. M.Pd

2.....

3. Amelia Murti Sari, SP. M.Sc

3.....

4. Wawan K. Tolinggi, SP. M.Si

4.....

Mengetahui
Dekan Fakultas Pertanian



Dr. Mohamad Ikbah Bahua, SP, M.Si
NIP:-197204252001121003

ANALISIS PEMASARAN CABAI RAWIT DI DESA SOSIAL KECAMATAN PAGUYAMAN KABUPATEN BOALEMO (*)

Sofyani Daud (); Yuriko Boekoesoe (***) ; Yanti Saleh (***)
Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Negeri Gorontalo**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis : 1) Saluran atau distribusi pemasaran cabai rawit di Desa Sosial Kecamatan Paguyaman Kabupaten Boalemo, 2) Faktor apa yang menyebabkan fluktuasi harga cabai rawit di Desa Sosial Kecamatan Paguyaman Kabupaten Boalemo, 3) Margin Pemasaran Cabai Rawit di Desa Sosial Kecamatan Paguyaman Kabupaten Boalemo. Penelitian ini dilaksanakan di Desa Sosial Kecamatan Paguyaman Kabupaten Boalemo dari bulan Juli sampai dengan bulan Agustus Tahun 2017. Metode yang digunakan adalah metode survei yaitu pengumpulan data berdasarkan wawancara dan observasi. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode sampel jenuh dengan jumlah total 25 responden yaitu 15 orang petani dan pedagang pengumpul 5 orang dan pedagang pengecer 5 orang. Jenis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Analisis data yang digunakan yaitu analisis margin distribusi dan analisis margin pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran untuk Cabai Rawit di Desa Sosial Kecamatan Paguyaman Kabupaten Boalemo terdapat 2 saluran yaitu saluran pemasaran langsung dan pemasaran tidak langsung. Dan di bentuk dengan lembaga pemasaran terdiri dari pemasaran langsung yaitu Petani dan Konsumen Akhir. Sedangkan untuk saluran pemasaran tidak langsung terdiri dari Petani, Pedagang Pengumpul, Pedagang Pengecer dan Konsumen akhir. Dengan margin saluran pemasaran tidak langsung sebesar Rp. 15,000 dimana terdiri dari margin pedagang pengumpul sebesar Rp. 10,000/Kg, dan untuk pedagang pengecer sebesar Rp. 5,000/Kg. Dengan melalui banyaknya lembaga dan biaya pemasaran yang dikeluarkan. Sehingga margin yang di dapat nilainya besar sedangkan keuntungan yang didapat lebih sedikit dibandingkan saluran II (pemasaran langsung) yang tidak mempunyai margin karena tidak melalui lembaga pemasaran atau perantara yang dimana petani menjual langsung cabai rawit pada konsumen akhir. Sehingga saluran II (pemasaran langsung) ini dapat dikatakan menguntungkan bagi petani cabai rawit. Tingginya nilai margin dipengaruhi oleh rendahnya nilai biaya pemasaran yang dikeluarkan. Sehingga saluran yang paling menguntungkan produsen atau di tingkat dipetani.

Kata kunci : Cabai Rawit, Saluran Pemasaran, Margin Pemasaran

*) Judul skripsi

**) Mahasiswa Jurusan Agribisnis

***) Tim Pembimbing

ANALYSIS OF CAYENNE PEPPER MARKETING IN VILLAGE OF SOSIAL, SUB-DISTRICT OF PAGUYAMAN, DISTRICT OF BOALEMO

(*)

Sofyani Daud (**); Yuriko Boekoesoc; Yanti Saleh (***)
Department of Agribusiness, Faculty of Agriculture State University of
Gorontalo

ABSTRACT

This research aims to analyze: 1) marketing distribution of cayenne pepper in Village of Sosial, Sub-district of Paguyaman, District of Boalemo, 2) factors which cause fluctuation of cayenne pepper price in Village of Sosial, Sub-district of Paguyaman, District of Boalemo, 3) Margin of Cayenne Pepper marketing in Village of Sosial, Sub-district of Paguyaman, District of Boalemo. This research is conducted in Village of Sosial, Sub-district of Paguyaman, District of Boalemo, started from July to August 2017. This research uses survey method in which its data are collected through interview and observation. Research samples are determined by using saturated sample method with total of respondents for 25 comprising 15 farmers, 5 traders of collector and 5 retailers. Data of the research are primary and secondary data. The obtained data are analyzed by analysis of distribution margin and marketing margin. Research finding reveals that there are 2 marketing channels for cayenne pepper in Village of Sosial, Sub-district of Paguyaman, District of Boalemo which are direct and indirect marketing channel. The marketing institution is established which comprises direct marketing namely Farmers and Last Consumer while indirect marketing comprises Farmers, Traders of collector, traders of retailer and last consumer. The margin for indirect marketing is IDR 15.000 which comprises margin of traders of collector for IDR 10.000/ kg and traders of retailer for IDR 5.000/ kg. Numerous institution and the issued marketing cost make great value of margin while the profit is fewer than channel II (direct marketing) which does not have margin as it is not through marketing institution or medium or in this case the farmers sell the cayenne pepper to last consumer directly. Therefore, the channel II (direct marketing) is profitable for farmers of cayenne pepper. High margin value is influenced by less marketing cost value that has been issued. Therefore, it is the most profitable channel for producer or at farmers' level.

Keywords: Cayenne Pepper, Marketing Channel, Marketing Margin

*) Title of Skripsi

***) Student of Agribusiness Department

***) Supervisors

