

PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Analisis Integrasi Pasar Vertikal Cabai Rawit di Provinsi Gorontalo
Nama : Sirin Aditia
NIM : 614417119

Telah diperiksa dan disetujui oleh komisi pembimbing :

Pembimbing Utama



Yuliana Bakari, S.P., M.P
NIP. 19900708 201504 2 002

Pembimbing Pendamping



Echan Adam, S.E., M.M
NIP. 19890923 201903 1 009

Menyetujui,
Dekan Fakultas Pertanian



Dr. Ir. Asda Rauf, M.Si
NIP. 19620706 199403 2 001

Mengetahui,
Ketua Jurusan Agribisnis



Yanti Saleh, S.P., M.Pd
NIP. 19710424 200501 2 002

Tanggal Ujian : 31 Mei 2022

DAFTAR TIM KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Analisis Integrasi Pasar Vertikal Cabai Rawit di Provinsi
Gorontalo
Nama : Sirin Aditia
NIM : 614 417119
Program Studi : S1-Agribisnis

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam sidang ujian pada : (31 Mei 2022)
di Depan Komisi Penguji:

Nama	Jabatan	Tanggal	Tanda Tangan
Prof. Dr. Amir Halid, S.E. M.Si	Ketua Penguji	31 Mei 2022	
Dr. Ir. Asda Rauf, M.Si	Anggota Penguji	31 Mei 2022	
Yuliana Bakari, S.P., M.P	Anggota Penguji/ Ketua Pembimbing	31 Mei 2022	
Echan Adam, S.E., M.M	Anggota Penguji/ Anggota Pembimbing	31 Mei 2022	


Menyetujui
Dekan Fakultas Pertanian

Dr. Ir. Asda Rauf, M.Si
NIP. 19620706 199403 2 001

Gorontalo, 31 Mei 2022
Mengetahui
Ketua Jurusan Agribisnis


Yanti Saleh, S.P., M.Pd
NIP. 19710424 200501 2 002

ABSTRAK

Sirin Aditia. Analisis Integrasi Pasar Vertikal Cabai Rawit di Provinsi Gorontalo. Dibimbing oleh Yuliana Bakari dan Echan Adam.

Penelitian ini bertujuan : 1) menganalisis saluran pemasaran cabai rawit di Provinsi Gorontalo, 2) menganalisis integrasi pasar vertikal cabai rawit di Provinsi Gorontalo. Penelitian dilakukan di Provinsi Gorontalo pada bulan oktober sampai dengan bulan desember tahun 2021 dengan metode penelitian survey atau wawancara. Metode pengambilan sampel menggunakan *snowbal sampling* dan berdasarkan ketersediaan data harga cabai rawit selama 4 tahun (tahun 2017 hingga tahun 2020). Jenis sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Analisis data yang digunakan untuk mengetahui saluran pemasaran cabai rawit adalah menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Kemudian untuk menilai terjadi tidaknya integrasi pasar dilakukan dengan menggunakan metode analisis kointegrasi dan ECM (*Error Correction Model*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pola pemasaran cabai rawit di Provinsi Gorontalo terdiri dari 5 pola pemasaran. Kemudian hasil analisis integrasi pasar komoditas cabai rawit di Provinsi Gorontalo membuktikan bahwa pasar cabai rawit di Provinsi Gorontalo telah terintegrasi antara produsen dengan lembaga pemasaran, lembaga pemasaran dengan pedagang pengecer/konsumen dan konsumen dengan produsen. Artinya, apabila terjadi perubahan harga cabai rawit di tingkat konsumen maka akan ditransmisikan ke tingkat lembaga pemasaran. Dan apabila terjadi perubahan harga cabai rawit di tingkat lembaga pemasaran maka akan ditransmisikan kepada produsen. Maka pasar antara konsumen sampai ke produsen terintegrasi berdasarkan 3 model yang digunakan.

Kata Kunci : Cabai Rawit, *Error Correction Model* (ECM), Integrasi Pasar

ABSTRACT

Aditia, Sirin. Bird's Eye Chili (Cabai Rawit) Vertical Market Integration Analysis in Gorontalo Province. Principal Supervisor: Yuliana Bakari. Co-supervisor: Echan Adam.

The purpose of this research is to analyze (1) marketing channels and (2) vertical market integration of bird's eye chili (*cabai rawit*) in Gorontalo Province, conducted from October to December 2021, with survey or interview research methods. Snowball sampling was employed to retrieve the samples based on the availability of bird's eye chili price data for four years (2017 to 2020). Furthermore, the types of data sources were primary and secondary data. All data were analyzed with descriptive qualitative analysis to identify the marketing channels. Moreover, to assess whether or not market integration occurs, cointegration analysis and ECM (Error Correction Model) methods were applied. This study finds five marketing patterns of bird's eye chili in the research area. In addition, the analysis of the birds' eye chili market integration prove that the market has been integrated between producers and marketing institutions, marketing institutions with retailers/consumers, and consumers with producers. The market between consumers and producers is integrated based on the three models used. In other words, a change in the price of bird's eye chilli at the consumer level will be transmitted to the marketing agency level and vice versa.

Keywords: *Bird's Eye Chilli, Error Correction Model (ECM), Market Integration*

