

PERSETUJUAN PEMBIMBING

**ANALISIS SALURAN PEMASARAN CABAI RAWIT
DI DESA MOMALIA II KECAMATAN POSIGADAN
KABUPATEN BOLAANG MONGONDOW SELATAN**

SKRIPSI

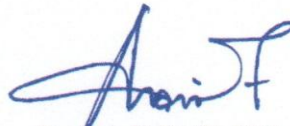
**ANDRI LAHAY
614 413 082**

**Skrripsi Ini Telah Disetujui dan Disidangkan Dihadapan
Dewan Penguji Pada Tanggal 13 November 2017**

**Disetujui
Komisi Pembimbing**



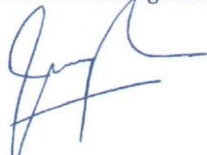
**Dr. Irwan Bempah, SP, MP
Ketua**



**Dr. Amir Halid, SE, M.Si
Anggota**

Diketahui,

**Menyetujui
Ketua Jurusan Agribisnis**



**Amelia Murtisari, SP, M.Sc
NIP. 19860728 201012 2 007**

**Mengetahui
Dekan Fakultas Pertanian**



**Dr. Mohamad Ikbah Bahua, SP, M.Si
NIP. 19720425 200112 1 003**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Analisis Saluran Pemasaran Cabai Rawit
Di Desa Momalia II Kecamatan Posigadan
Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan

Nama : Andri Lahay

Nim : 614 413 082

Program Studi : S1 Agribisnis

Telah disidangkan dan dipertahankan dihadapan dewan penguji

Hari/Tanggal : Senin, 30 November 2017

Pukul : 14.00 WITA

Dewan Penguji

Dr. Irwan Bempah, SP, M.P

1

Dr. Amir Halid SE, M.Si

2

Dr. Ir. Asda Rauf, M.Si.

3

Yanti Saleh, SP, M.Pd

4

Gorontalo, November 2017
Dekan Fakultas Pertanian



Dr. Mohamad Ikbah Bahua, SP, M.Si
NIP. 19720425 200112 1 003

**ANALISIS SALURAN PEMASARAN CABAI RAWIT
DI DESA MOMALIA II KECAMATAN POSIGADAN
KABUPATEN BOLAANG MONGONDOW SELATAN (*)**

Andri Lahay ()
Irwan Bempah (***)
Amir Halid (***)
Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Negeri Gorontalo**

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah: 1) Bagaimana karakter dan perilaku lembaga pemasaran cabai rawit; 2) Bagaimana saluran pemasaran cabai rawit; 3) Berapa besar margin dan distribusi margin pemasaran cabai rawit. Penelitian ini dilaksanakan di Desa Momalia II Kecamatan Posigadan Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan sejak pada bulan Juni sampai dengan bulan Agustus 2017. Jenis penelitian yang digunakan adalah metode survey. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder, dimana data primer yang diperoleh dari 30 petani dan 1 pedagang sedangkan data sekunder diperoleh dari kantor desa, BPS Provinsi Sulawesi Utara. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *Purposive Sampling* (sengaja). Teknik pengumpulan data yaitu wawancara dan kuisioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif, analisis margin dan distribusi margin pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa; 1) karakter lembaga pemasaran cabai rawit terdapat satu golongan pedagang saja yaitu pedagang biasa, dan perilaku dari pedagang pengumpul adalah dengan membeli hasil panen cabai rawit dari petani (produsen) kemudian mengambil keuntungan sesuai dengan harga yang ditawarkan oleh pengecer, dan pedagang pengecer adalah lembaga yang berhubungan langsung dengan konsumen akhir untuk membeli dan menjual kembali hasil beli dari dari pedagang pengumpul dengan tujuan mengambil keuntungan yang lebih banyak lagi; 2) Terdapat satu saluran pemasaran, yaitu saluran pemasaran tidak langsung; 3) margin pemasaran sebesar Rp.18.000 dan Distribusi margin pemasaran adalah 88,89% dari margin pemasaran.

Kata Kunci : Karakter dan Perilaku, Saluran Pemasaran dan Margin.

- *) Judul Skripsi
- ***) Mahasiswa Jurusan Agribisnis
- ***) Ketua dan Anggota Pembimbing

ANALYSIS OF MARKETING CHANNEL OF CAYENNE PEPPER IN VILLAGE OF MOMALIA II, SUB-DISTRICT OF POSIGADAN, DISTRICT OF BOLAANG MONGONDOW SELATAN (*)

Andri Lahay () Irwan Bempah (***) Amir Halid (***)**

Department of Agribusiness, Faculty of Agriculture, State University of Gorontalo

ABSTRACT

These research objectives are 1) how character and behavior of cayenne pepper marketing institution is; 2) how marketing channel of cayenne pepper is. This research is conducted in Village of Momalia II, Sub-district of Posigadan, District of Bolaang Mongondow Selatan started from June to August 2017. This is a survey research. Data of this research are primary and secondary data where primary data are obtained from 30 farmers and 1 trader while secondary data are obtained from village office, BPS (Central Bureau of Statistics) of North Sulawesi Province. Samples of the research are determined by purposive sampling. Data of the research are collected through interview and questionnaire. Techniques of data analysis apply analysis of qualitative descriptive, analysis of margin and distribution of marketing margin. Research findings reveal that; 1) character of cayenne pepper marketing institution found only one group of trader namely ordinary trader while behavior of *pedagang pengumpul* (those who collect certain crops to be sold to a bigger company or buyer) is by buying yields of cayenne pepper from farmers (producers) then taking profit based on price offered by retailer and the retailer is an institution related directly to last consumer to buy and re-sell the bought yields from *pedagang pengumpul* by aim of improving profit; 3) marketing margin is IDR 18.000 and distribution of marketing margin is 88.89% from marketing margin.

Keywords: Character and Behavior, Channel of Marketing and Margin

- *) Title of Skripsi
- **) Student of Agribusiness Department
- ***) Supervisors