

ABSTRAK

Suranta Sinulingga, 1911020001 Dengan Judul Analisis Pemasaran Usaha Tani Cabai merah (*Capsicum annum l*) Di Desa Budaya Lingga, kecamatan simpang empat, Kabupaten Karo. Penulis dibimbing oleh Ibu Fauzul Azhimah, S.P., M.P. Dosen Pembimbing Utama dan ibu Sarah Gracia, S.P., M.P. selaku Dosen pembimbing Pendamping.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran cabai merah untuk mengetahui margin pemasaran cabai merah, serta untuk mengetahui tingkat efisiensi pemasaran cabai merah di Desa Budaya Lingga, kecamatan Simpang empat, Kabupaten karo. Metode penelitian ini menggunakan metode simple random sampling. Metode penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *snowball* untuk sampel petani, alasan peneliti memilih teknik ini karena data yang diambil mampu memberikan data yang memuaskan. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, diketahui bahwa saluran pemasaran dilokasi penelitian terdapat 2 saluran pemasaran.

Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, dimana data kualitatif digunakan untuk menganalisis saluran pemasaran yang telah ditetapkan da data kuantitatif digunakan dalam menganalisis efesiensi operasional pemasaran dengan menggunakan Microsof Excel 2010, tabulasi data dan Analisis data

Hasil Penelitian menunjukkan Saluran pemasaran yang pertama yaitu Produsen - Pedagang Pengumpul- Pedagang Pengecer- Konsumen . Saluran Pemasaran yang kedua yaitu Produsen – Pedagang Pengumpul – Pedagang Besar – Pedagang Pengecer - Konsumen. Margin pemasaran pada saluran pemasaran I sebesar Rp. 16.614.80/Kg dan Margin pemasaran pada saluran pemasaran II sebesar Rp. 20.799.33/Kg. Tingkat efisiensi pada saluran pemasaran I sebesar 16,92 % dan Tingkat efisiensi pada saluran pemasaran II sebesar 17,28 % artinya saluran pemasaran I dan II tidak Efesien dengan efesiensi saluran pemasaran kecil (< 50)

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

ABSTRACT

Suranta Sinulingga, 1911020001 with the title Marketing Analysis of Red Chili in budaya lingga Village, Simpang Empat District, karo Regency. The author was supervised by Mrs. Fauzul Azhimah , S.P., M.P. as as chairman of the supervisory commission and Mrs. Sarah Gracia S.P., M.P. as a member of the advisory committee.

This study aims to determine the marketing channel of curly red chili, to determine the marketing margin of curly red chili, and to determine the level of marketing efficiency of curly red chili in budaya lingga Village, Simpang empat District, Karo Regency. This research method uses a case study method. The method of determining the sample is done using simple random sampling method for the sample of farmers, sampling of traders using the snowball sampling method and sampling agents using the census method. Data collection methods used are primary data and secondary data. Based on the results of research conducted, it is known that there are 2 marketing channels in the research location.

The data analysis method used is descriptive analysis, where qualitative data is used to analyze predefined marketing channels and quantitative data is used to analyze marketing operational efficiency using microsof 2010 and data tabulation.

The first marketing channel is producer – collector – retailer- consumers. The second marketing channel is producer – collector – wholesaler – retailers – consumers. The marketing margin in the first marketing channel I is IDR 16,614,80 , and the marketing margin in the second marketing channel is IDR 20.799.33 . The efficiency level in marketing channel I is meaning 16,92 % . The efficiency level in marketing channel II is meaning 17,28 % that marketing channel inefficiency with small marketing chanel <50

Keywords: Chili, Marketing Channels, Marketing Efficiency, Marketing Margin