

ABSTRAK

SALURAN DAN MARGIN PEMASARAN CABAI RAWIT (*Capsicum frutescens L*)

Oleh
Rizal Mi'raz
NPM 185009046

Dosen Pembimbing
H. D. Yadi Heryadi
Hendar Nuryaman

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis saluran pemasaran, fungsi lembaga pemasaran, besarnya biaya, keuntungan, margin dan *farmer share*. Metode penelitian yang digunakan adalah Metode Survei. Objek penelitian ditentukan secara sengaja (*purposive*) yaitu saluran pemasaran cabai rawit di Desa Cisurupan Kecamatan Cisurupan Kabupaten Garut dilakukan pada bulan Agustus 2022 sampai Maret 2023. Responden ditentukan dengan menggunakan *snowball sampling*, dan data yang diambil berupa data primer dan data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 3 saluran pemasaran Cabai Rawit yaitu: saluran I merupakan saluran 3 tingkat; produsen → pedagang pengumpul → pedagang besar → pedagang pengecer → konsumen akhir. Saluran II merupakan saluran 2 tingkat; produsen → pedagang pengumpul → pedagang pengecer → konsumen akhir. Saluran III merupakan saluran 1 tingkat; produsen → pedagang pengecer → konsumen akhir. Total biaya pemasaran saluran I Rp. 7.194/kg, saluran II Rp. 3.575/kg, saluran III Rp. 1.734/kg. Total keuntungan pemasaran saluran I Rp. 13.094/kg, saluran II Rp. 12.925/kg, saluran III Rp. 8.266/kg. Total margin pemasaran pada saluran I Rp. 20.287/kg, saluran II Rp. 16.500/ kg, saluran III Rp. 10.000/kg. *Farmer share* pada saluran I 59,90 persen, saluran II 65,26 persen dan saluran III 80 persen.

Kata Kunci: Saluran Pemasaran, Fungsi Pemasaran, Cabai Rawit, *Farmer's Share*