ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran lembaga pemasaran cabai rawit di Kabupaten Gorontalo, dan mengetahui biaya dan keuntungan tiap lembaga pemasaran, dan marjin pemasaran cabai rawit di Kabupaten Gorontalo. Penelitian ini dilaksanakan selama dua bulan yaitu bulan Februari sampai dengan Bulan Maret 2025. Penelitian ini melibatkan 87 petani cabe rawit dan 56 pedagang pengumpul yang tersebar di sembilan belas Kecamatan. Metode penelitian adalah survei. Analisis yang digunakan yaitu analisis saluran pemasaran dan analisis marjin pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Saluran pemasaran cabe rawit di Kabupaten Gorontalo terdapat dua saluran yaitu (1) produsen – pedagang pengumpul – konsumen; saluran (2) produsen – konsumen. Sedangkan untuk Biaya Pemasaran pada saluran I sebesar Rp. 7.853/Kg, dan saluran II sebesar Rp. 0/Kg, Keuntungan pada saluran I sebesar Rp. 30.772/Kg , dan saluran II sebesar Rp 27.113/Kg. Dan Marjin pemasaran pada saluran I sebesar Rp 38.625/Kg, dan saluran II sebesar Rp 27.113/Kg, marjin pemasaran yang tertinggi terdapat pada saluran ke I dan marjin pemasaran terendah terdapat pada saluran ke II. Artinya semakin besar marjin Pemasaran, maka keuntungan petani semakin kecil, dan saluran pemasaran tidak efisien.

Kata Kunci: Marjin, Pemasaran, Saluran, Cabe Rawit

ABSTRACK

HALIMA HARUN. Gorontalo Regency's Chili Marketing Analysis, overseen by ***MOH. Muchlis Dibran*** *as Supervisor 1 and* ***Yusriyah Atikah Gobel*** *as Supervisor 2.*

The goal of this study is to identify the Gorontalo Regency's cayenne pepper marketing channels, as well as the expenses and earnings of each marketing organization and the cayenne pepper marketing margin. The investigation was carried out between February and March of 2025. 56 collectors and 87 cayenne pepper growers from 19 sub districts participated in this study. A survey is used as the research approach. Marketing margin analysis and marketing channel analysis are the analyses that are employed. The study's findings show that Gorontalo Regency's cayenne pepper marketing channels are divided into two groups: (1) producers, collectors, and consumers; and (2) producers and consumers. Channel I's marketing costs are Rp. 7,853 every kilogram, whereas Channel II's are Rp 0 every kilogram. Channel I's profit is Rp. 30,772 every kilogram, and Channel II's is Rp 27,113 every kilogram. Additionally, the marketing margins for channels I and II are Rp. 38,625 and 27,113 every kilogram, respectively. Channel I has the biggest marketing margin while Channel II has the lowest. This implies that the farmer's profit is reduced and the marketing channel is inefficient the higher the marketing margin.

Keywords: Channel, Chili Pepper, Marketing, Margin