**ABSTRAK**

**ANALISIS PEMASARAN KOMODITI CABAI MERAH (*Capsicum annum* L)**

**(Studi Kasus : Petani Cabai Merah Desa Pagar Merbau III Kecamatan Lubuk Pakam Kabupaten Deli Serdang)**

**MUHAMMAD ICKHSAN NURIANTO**

**184114026**

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis sistem mata rantai (jalur) pemasaran Cabai Merah di daerah penelitian.Untuk menganalisis margin pemasaran dan profit margin pada setiap lembaga pemasaran di masing-masing saluran pemasaran Cabai Merah di daerah penelitian. Untuk menganalisis tingkat efisiensi pemasaran Cabai Merah didaerah penelitian. Penelitian yang dilakukan ini berjenis penelitian kuantitatif dengan bentuk analisis dan subjek yang dijadikan sumber dalam penelitian ini adalah petani Cabai Merah. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder.Metode analisis data menggunakan adalah efisiensi pemasaran.Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran yang dapat memberikan petani keuntungan yang lebih besar adalah petani yang memasarkan Cabai Merah dengan menggunakan jalur pemasaran yang lebih singkat seperti saluran I PetanikePed. Pengumpul DesakePed. Pengecer dankeKonsumen. Margin pemasaran pada saluran pemasaran I sebesar Rp 5.000 terdapat pada pedagang pengumpul dengan profit Rp. 3.400/Kg dan sebesar Rp. 5.000/kg pada pedagang pengecer dengan profit sebesar Rp. 4.630/kg.Margin pemasaran pada saluran pemasaran II sebesar Rp 5.000 terdapat pada pedagang pengumpul dengan profit Rp 3.400/kg dan sebesar Rp.5.000/kg pada pedagang antar daerah dengan profit sebesar Rp.4.190 dan pada pedagang pengecer Rp. 10.000 dengan profit margin sebesar Rp. 9.630. Harga jual tertinggi ditetapkan pedagang pengecer kepada konsumen yaitu sebesar Rp. 50.000/kg pada saluran I. Sedangkan harga jual tertinggi ditetapkan pedagang pengecer kepada konsumen yaitu sebesar Rp. 60.000/kg pada saluran II.. Nilai efisiensi pemasaran pada saluran I sebesar 3,94 % pada saluran II sebesar 4,63 %, ini menunjukkan bahwa semua jalur pemasaran Cabai Merah pada daerah penelitian telah efisien. Namun saluran I merupakan saluran yang paling efisiendikarenakannilaiefisiensi yang paling kecilyaitu 3,94 % lebih kecil dari 50 % (3,94 % < 50%)

***Kata Kunci : Pemasaran, Cabai Merah, Margin, Pedagang***

******