**ABSTRAK**

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

**DI DESA SIPIONGOT KECAMATAN DOLOK KABUPATEN**

**PADANG LAWAS UTARA)**

**AHMAD RIZKI HIDAYAT SITOMPUL**

 **NIM : 194114013**

Saluran distribusi pemasaran pada cabai merah di mulai dari petani dan berakhir pada konsumen akhir. Anggota yang saling berhubungan selama kegiatan pemasaran produk berlangsung akan membentuk sebuah saluran distribusi. Semakin panjang saluran distribusi pemasaran maka semakin banyak biaya yang akan dikeluarkan dan semakin besar juga harga yang akan dibiayai oleh konsumen akhir serta akan membuat marjin keuntungan yang rendah, sebaliknya semakin pendek saluran distribusi pemasaran maka semakin sedikit lembaga yang terlibat sehingga harga yang akan di bayarkan oleh konsumen akan lebih kecil serta akan membuat marjin keuntungan yang tinggi. Fokus penelitian ini adalah bagaimana saluran pemasaran cabai merah dan bagaimana marjin pemasaran cabai merah di daerah penelitian Untuk menguji hipotesis yaitu diduga terdapat saluran pemasaran cabai merah di daerah penelitian. Diduga terdapat marjin pemasaran cabai merah di daerah penelitian. Berdasarkan analisis yang dilakukan 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. Margin pemasaran pada saluran pemasaran I sebesar Rp 5.000 terdapat pada pedagang pengumpul dengan profit Rp. 3.500/Kg dan sebesar Rp. 5.000/kg pada pedagang pengecer dengan profit sebesar Rp. 4.615/kg. Margin pemasaran pada saluran pemasaran II sebesar Rp 5.000 terdapat pada pedagang pengumpul dengan profit Rp 3.500/kg dan sebesar Rp.5.000/kg pada pedagang antar daerah dengan profit sebesar Rp.1.190 dan pada pedagang pengecer Rp. 10.000 dengan profit margin sebesar Rp. 2.615

Kata Kunci : Pemasaran, Profit Margin, Cabai Merah

