

**ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN CABAI MERAH
(*Capsicum annum L.*) DI NAGARI BATAGAK KECAMATAN
SUNGAI PUA KABUPATEN AGAM**

SKRIPSI

Oleh



**SONIA BLENSKY
2110221018**

**Pembimbing I : Hasnah, S.P., DipAgEc., M.Ec., Ph.D.
Pembimbing II : Rian Hidayat, S.P., M.M.**

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2025**

ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN CABAI MERAH (*Capsicum annum L.*) DI NAGARI BATAGAK KECAMATAN SUNGAI PUA KABUPATEN AGAM

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan saluran pemasaran dan fungsi-fungsi pemasaran oleh masing-masing lembaga pemasaran yang terlibat serta menganalisis efisiensi pemasaran cabai merah di Nagari Batagak, Kecamatan Sungai Pua, Kabupaten Agam. Metode yang digunakan adalah metode survey dengan analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat empat saluran pemasaran yang diteliti, yaitu saluran I : petani - pedagang pengecer (Pasar Padang Lua) - konsumen akhir, saluran II : petani - pedagang pengecer (Pasar Bawah Bukittinggi) - konsumen akhir, saluran III : petani - pedagang pengumpul (Pasar Padang Lua) - pedagang pengecer (Pasar Padang Lua) - konsumen akhir, saluran IV : petani - pedagang pengumpul (Pasar Padang Lua) - pedagang besar (Pasar Bawah Bukittinggi) - pedagang pengecer (Pasar Bawah Bukittinggi) - konsumen akhir. Fungsi pemasaran yang dilakukan petani, pedagang pengumpul, pedagang besar, dan pedagang pengecer cabai merah terdiri dari fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas. Penelitian ini mengidentifikasi empat saluran pemasaran cabai merah, dengan saluran I dan III sebagai saluran yang paling efisien berdasarkan volume penjualan. Saluran pemasaran yang paling efisien dengan volume penjualan kecil adalah saluran I dengan nilai EP sebesar 3,38%, *farmer's share* sebesar 86,13%, dan margin sebesar Rp 5.916,67/Kg. Sedangkan saluran pemasaran yang paling efisien dengan volume penjualan besar adalah saluran III dengan nilai EP sebesar 3,61%, *farmer's share* sebesar 82,36%, dan margin sebesar Rp 7.583,33/Kg. Pasar yang diteliti dalam penelitian ada dua, yaitu Pasar Padang Lua dan Pasar Bawah Bukittinggi. Untuk kategori pasar tujuan yang paling efisien adalah Pasar Padang Lua, karena pasar ini lebih dekat sehingga biaya pemasaran yang dikeluarkan juga lebih rendah.

Kata kunci: Cabai Merah, Efisiensi, *Farmer's Share*, Margin, dan Pemasaran

**ANALYSIS MARKETING EFFICIENCY OF RED CHILI
(*Capsicum annum L.*) IN NAGARI BATAGAK SUNGAI PUA
DISTRICT AGAM REGENCY**

Abstract

This study aims to describe the marketing channels and functions of each related marketing institution and analyze the marketing efficiency of red chili in Nagari Batagak, Sungai Pua District, Agam Regency. The method used is a survey method with qualitative and quantitative descriptive analysis. This study identified four marketing channels for red chili in Nagari Batagak, namely channel I: farmers - retailers (Pasar Padang Lua) - end consumers, channel II: farmers - retailers (Pasar Bawah Bukittinggi) - end consumers, channel III: farmers - intermediary traders (Pasar padang Lua) - retailers (Pasar Padang Lua) - end consumers, channel IV: farmers - intermediary traders (Pasar padang Lua) - wholesalers (Pasar Bawah Bukittinggi) - retailers (Pasar Bawah Bukittinggi) - end consumers. The marketing functions carried out by farmers, intermediary traders, wholesalers, and retailers of red chili consist of exchange functions, physical functions, and facility functions. Moreover, based on sales volume, the study found that channels I and III are the most efficient channels. The most efficient marketing channel with small sales volume is channel I with EP value of 3.38%, farmer's share of 86.13%, and margin of Rp 5,916.67/Kg. On the other hand, the most efficient marketing channel with large sales volume is channel III with an EP value of 3.61%, farmer's share of 82.36%, and a margin of Rp 7,583.33/Kg. There are two markets studied in the research, namely Pasar Padang Lua and Pasar Bawah Bukittinggi. The study found that Pasar Padang lua is more efficient market destination for red chili from Nagari Batagak, due to its closer location led to significantly lower marketing costs.

Keywords: Red Chili, Efficiency, Farmer's Share, Margin, and Marketing