

**ANALISIS SALURAN PEMASARAN CABAI MERAH  
(*Capsicum annum L.*) DI DESA SIDODADI RAMUNIA  
KECAMATAN BERINGIN, KABUPATEN DELI SERDANG,  
SUMATERA UTARA**

**SKRIPSI**

**OLEH**



**SISKA WULANDARI  
NIM.1910221028**

**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
2026**

**ANALISIS SALURAN PEMASARAN CABAI MERAH  
(*Capsicum annum L.*) DI DESA SIDODADI RAMUNIA  
KECAMATAN BERINGIN, KABUPATEN DELI SERDANG,  
SUMATERA UTARA**

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi saluran pemasaran dan fungsi-fungsi pemasaran, serta menganalisis margin pemasaran, farmer's share, dan efisiensi pemasaran cabai merah (*Capsicum annum L.*) di Desa Sidodadi Ramunia, Kecamatan Beringin, Kabupaten Deli Serdang. Desa ini dipilih secara sengaja (purposive) sebagai lokasi penelitian karena merupakan sentra produksi cabai merah terbesar di wilayah tersebut. Data dikumpulkan dari 32 petani menggunakan metode survei (rumus Slovin) dan 15 lembaga pemasaran yang ditentukan melalui teknik snowball sampling. Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan terdapat tiga pola saluran pemasaran cabai merah di lokasi penelitian: Saluran I (Petani – Pedagang Pengecer – Konsumen), Saluran II (Petani – Pedagang Pengumpul – Pedagang Pengecer – Konsumen), dan Saluran III (Petani – Pedagang Pengumpul – Pedagang Besar – Pedagang Pengecer – Konsumen). Hasil analisis ekonomi menunjukkan bahwa persentase bagian harga yang diterima petani (farmer's share) tertinggi mencapai 90% terdapat pada saluran I, dengan margin pemasaran terkecil yaitu sebesar Rp7.000/kg dan margin pemasaran paling besar terdapat pada saluran III yaitu sebesar Rp.19.000/Kg. Saluran II merupakan saluran yang paling efisien dengan nilai Indeks Efisiensi Pemasaran terendah sebesar 0,41%, dan. Secara keseluruhan, ketiga saluran pemasaran di Desa Sidodadi Ramunia tergolong efisien karena nilai efisiensinya berada di bawah 50%. Penelitian ini merekomendasikan petani untuk mempertahankan kerja sama dengan pedagang pengumpul desa untuk menjaga stabilitas harga dan efisiensi distribusi.

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

# **Analysis of Red Chili (*Capsicum annum L.*) Marketing Channels in Sidodadi Ramunia Village, Beringin District, Deli Serdang Regency, North Sumatra**

## **Abstract**

This study aims to identify marketing channels and functions, as well as to analyze marketing margins, farmer's share, and the marketing efficiency of red chili (*Capsicum annum L.*) in Sidodadi Ramunia Village, Beringin District, Deli Serdang Regency. The location was selected purposively as it is the largest red chili production center in the region. Data were collected from 32 farmers using the survey method (Slovin formula) and 15 marketing agencies determined through the snowball sampling technique. Data analysis was conducted using descriptive qualitative and quantitative methods. The results indicate three patterns of red chili marketing channels in the study area: Channel I: Farmer – Retailer – Consumer, Channel II: Farmer – Collector – Retailer – Consumer, Channel III: Farmer – Collector – Wholesaler – Retailer – Consumer. Economic analysis shows that the highest farmer's share 90% is found in Channel I, which also has the smallest marketing margin of Rp. 7,000/kg, while the largest marketing margin is found in Channel III at Rp. 19,000/kg. Channel II is identified as the most efficient channel, with the lowest Marketing Efficiency Index of 0.41%. Overall, all three marketing channels in Sidodadi Ramunia Village are classified as efficient, as their efficiency values remain below 50%. This study recommends that farmers maintain cooperation with village collectors to ensure price stability and distribution efficiency.

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

