

ABSTRAK

Tanaman cabai merupakan salah satu sayuran buah yang memiliki peluang bisnis yang baik, besarnya kebutuhan dalam negeri maupun luar negeri menjadikan cabai sebagai komoditas menjanjikan. Tempat pelaksanaan penelitian ini yaitu di KWT Karang Lestari, Desa Sibang Kaja, Kecamatan Abiansemal, Kabupaten Badung. Penelitian ini berlangsung selama 3 bulan, mulai dari Oktober hingga Desember 2021. Tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah untuk mengetahui saluran pemasaran bibit tanaman cabai, mengetahui besar biaya pemasaran, margin pemasaran, *farmer share*, dan efisiensi saluran pemasaran bibit tanaman cabai di KWT Karang Lestari, Desa Sibang Kaja. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis margin pemasaran, *farmer share*, dan efisiensi pemasaran. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada dua saluran pemasaran bibit tanaman cabai di KWT Karang Lestari, Desa Sibang Kaja, yaitu : a) Saluran Pemasaran I : Produsen → Konsumen, b) Saluran Pemasaran II : Produsen → Pedagang Pengecer → Konsumen. Pada saluran pemasaran I tidak ada biaya pemasaran, margin pemasaran dan *farmer share*. Sedangkan pada saluran pemasaran II terdapat biaya pemasaran sebesar Rp. 500, dengan margin pemasaran sebesar Rp. 1.500 dan *farmer share* sebesar 57,14%. Efisiensi saluran pemasaran I yaitu 0% sedangkan efisiensi saluran pemasaran II yaitu 14,29%. Hal ini menunjukkan bahwa saluran pemasaran I lebih efisien dijalankan daripada saluran pemasaran II. Hal tersebut terjadi karena saluran pemasaran I tidak mengeluarkan biaya pemasaran.

Kata Kunci : Bibit Cabai, Saluran Pemasaran, Efisiensi Pemasaran



ABSTRACT

Chili plants are one of the fruit vegetables that have good business opportunities, the large domestic and foreign demand makes chili a promising commodity. The place for this research is at KWT Karang Lestari, Sibang Kaja Village, Abiansema District, Badung Regency. This research lasted for 3 months, from October to December 2021. The objectives to be achieved in this study were to determine the marketing channel for chili seeds, determine the marketing costs, marketing margins, farmer share, and the efficiency of the marketing channel for chili seeds in KWT Karang Lestari, Sibang Kaja Village. The data analysis method used is marketing margin analysis, farmer share, and marketing efficiency. The results of this study indicate that there are two marketing channels for chili seeds in KWT Karang Lestari, Sibang Kaja Village, namely : a) Marketing Channel I : Consumer → Producer, b) Marketing Channel II : Producer → Trader Retailer → Consumer. In marketing channel I there are no marketing costs, marketing margins and farmer share. While in the second marketing channel there is a marketing cost of Rp. 500, with a marketing margin of Rp. 1,500 and farmer share of 57.14%. The efficiency of marketing channel I is 0% while the efficiency of marketing channel II is 14.29%. This shows that marketing channel I is more efficiently run than marketing channel II. This happens because marketing channel I does not incur marketing costs.

Keywords : Chili Seeds, Marketing Channels, Marketing Efficiency

