

ABSTRACT

MARKETING SYSTEM ANALYSIS OF BLACK PEPPER IN WEST LAMPUNG DISTRICT OF LAMPUNG PROVINCE

By

M. PANDU PRADYATAMA

This research aims to analyze the efficiency of black pepper marketing system in West Lampung Regency of Lampung Province. The research was conducted purposively in Fajar Bulan and Mutar Alam Village of Way Tenong Subdistrict, Sukajadi and Rigis Jaya Village of Air Hitam Subdistrict in October-December 2017. Farmer respondents and marketing agent respondents were taken by tracing marketing networks. Data analysis included analysis of marketing system efficiency by using S-C-P method. The results showed that the marketing system of black pepper in West Lampung Regency weren't efficient viewed by: (a) the market structure was an imperfect competition, (b) the market conduct showed pepper price determination by pepper buyers, but there's still negotiation system, there are 2 payment systems, that is cash and credit system, and (c) at the analysis of market performance: there were three marketing channels with marketing margin were relatively high, Ratio Profit Margin not spread evenly, and the elasticity of price transmission (E_t) was less than one, although producer share (PS) value were high (above 80%).

Key words : black pepper, efficiency, marketing system, S-C-P method

ABSTRAK

ANALISIS SISTEM PEMASARAN LADA HITAM DI KABUPATEN LAMPUNG BARAT PROVINSI LAMPUNG

Oleh

M. PANDU PRADYATAMA

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efisiensi sistem pemasaran lada hitam di Kabupaten Lampung Barat Provinsi Lampung. Penelitian ini dilakukan secara sengaja di Desa Fajar Bulan dan Desa Mutar Alam Kecamatan Way Tenong, serta Desa Sukajadi dan Desa Rigis Jaya Kecamatan Air Hitam pada bulan Oktober – Desember 2017. Responden petani dan lembaga pemasaran diperoleh dengan cara mengikuti alur dari saluran pemasaran yang terjadi. Analisis data yang dilakukan adalah analisis efisiensi sistem pemasaran dengan menggunakan metode S-C-P. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem pemasaran lada hitam di Kabupaten Lampung Barat tidak efisien dilihat dari sisi: (a) struktur pasar yang terjadi adalah pasar tidak bersaing sempurna, (b) perilaku pasar menunjukkan bahwa pembentukan harga lada ditentukan pembeli lada, tetapi tetap ada sistem negosiasi, terdapat 2 sistem pembayaran, yaitu sistem tunai dan kredit, serta (c) pada analisis keragaan pasar : terdapat 3 pola saluran pemasaran dengan marjin pemasaran cukup tinggi, *Ratio Profit Margin* (RPM) tidak menyebar merata, dan elastisitas transmisi harga (E_t) nilainya kurang dari satu, walaupun nilai pangsa produsen (PS) sudah diatas 80%.

Kata kunci : efisiensi, lada hitam, metode S-C-P, sistem pemasaran