

ABSTRAK

PEMASARAN LADA *LAMPONGSCHE DISTRICTEN* TAHUN 1911-1925

Oleh

RIZKY PAHLEVI

Perkebunan menjadi salah satu aspek penting dalam perkembangan perekonomian Pemerintah Kolonial Belanda khususnya pada abad 20. Pada Tahun 1911-1925 terdapat permasalahan pemasaran lada *Lampongsche Districten*, diantaranya ketidaksesuaian *bill of lading* yang terjadi pada Tahun 1911 di New York, terjadi Perang Dunia I yang menyebabkan perubahan politik ekonomi masyarakat Eropa, dan terjadi perang antara Turki dan Inggris yang menyebabkan fluktuasi pemasaran lada. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi pemasaran lada *Lampongsche Districten* Tahun 1911-1925. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode historis yang meliputi heuristik merupakan tahap pengumpulan sumber. Kritik merupakan tahap menguji ontensititas sumber. Interpretasi merupakan tahap menginterpretasikan. Tahap terakhir adalah historiografi yang merupakan tahap penulisan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik dokumentasi, dan teknik studi pustaka. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis data historis. Hasil dari penelitian ini mengidentifikasi bahwa terdapat empat komponen dalam pemasaran lada *Lampongsche Districten*, yaitu produk, harga, tempat (distribusi), dan promosi. Keempat komponen tersebut seperti produk yang berupa lada *peper nigrum*, harga lada *Lampongsche Districten* yang mengalami fluktuasi, tempat yang terdiri dari Rotterdam, Amsterdam, dan London, dan promosi berupa iklan dalam koran yang dikeluarkan Pemerintah Kolonial Belanda seperti *Advertentie Masbode* yang diterbitkan pada 31 Oktober Tahun 1914.

Kata Kunci: Pemasaran Lada, *Lampongsche Districten* Tahun 1911-1925.

ABSTRACT

MARKETING PEPPER LAMPONG DISTRICTS

YEARS 1911-1925

By

RIZKY PAHLEVI

Plantations became an important aspect in the economic development of the Dutch Colonial Government, especially in the 20th century. In 1911-1925 there were problems with pepper marketing. Lampong Districts, including inconsistencies bill of lading which occurred in 1911 in New York, World War I occurred which caused changes in the political economy of European society, and occurred the war between Türkiye and England which caused fluctuations in pepper marketing. The aim of this research is to identify pepper marketing Lampong Districts 1911-1925. The method used in this research is a historical method which includes heuristics as a source collection stage. Criticism is the stage of testing the authenticity of the source. Interpretation is the interpreting stage. The final stage is historiography which is the writing stage. The data collection techniques used in this research are documentation techniques and library study techniques. The data analysis technique used is historical data analysis technique. The results of this research identified that there are four components in pepper marketing Lampong Districts, namely product, price, place (distribution), and promotion. These four components are like products in the form of pepper black pepper, the price of pepper Lampong Districts which experienced fluctuations, places consisting of Rotterdam, Amsterdam and London, and promotions in the form of advertisements in newspapers issued by the Dutch Colonial Government such as Advertisement Masbode which was published on October 31 1914.

Keywords: Pepper Marketing, Lampong Districts 1911-1925.