

ABSTRAK

Pemasaran merupakan aspek yang sangat penting dalam sistem agribisnis. Jika mekanisme pemasaran berjalan baik, maka semua pihak yang terlibat akan diuntungkan. Proses pemasaran harus berlangsung efisien, untuk mengukur prestasi kerja dari proses pemasaran digunakan efisiensi pemasaran. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui saluran pemasaran dupa herbal pada UMKMDupa Herbal Suputra di desa Angantaka, Kecamatan Abiansemal Kabupaten Badung dan untuk mengetahui margin pemasaran dupa herbal pada UMKM Dupa Herbal Suputra di desa Angantaka, Kecamatan Abiansemal Kabupaten Badung. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dan kuantitatif. Lokasi dalam penelitian ini dilaksanakan di UMKM Dupa Herbal Suputra Desa Angantaka, Kecamatan Abiansemal Kabupaten Badung, dengan waktu penelitian dilaksanakan selama 2 bulan mulai dari bulan November sampai dengan bulan Desember. Instrumen penelitian yang digunakan adalah wawancara dan pencatatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola saluran pemasaran Dupa Herbal Suputra terdapat tiga saluran pemasaran. Saluran pertama yaitu saluran pemasaran satu tingkat (produsen-konsumen), saluran kedua yaitu saluran pemasaran dua tingkat (produsen-pedagang pengecer-konsumen) dan saluran ketiga yaitu saluran pemasaran tiga tingkat (produsen-pedagang pengumpul-pedagang pengecer-konsumen). Margin pemasaran dupa Herbal Suputra yaitu pada saluran pemasaran I tidak terdapat margin pemasaran yang terlibat, saluran pemasaran ke II dengan margin sebesar Rp 3.000 dan margin saluran pemasaran ke III sebesar Rp 5.000.

Kata kunci: saluran dan margin pemasaran



ABSTRACT

Marketing is a very important aspect in the agribusiness system. If the marketing mechanism works well, then all parties involved will benefit. The marketing process must take place efficiently, to measure the work performance of the marketing process, marketing efficiency is used. The purpose of this study was to determine the marketing channel of herbal incense at the Suputra Herbal Incense UMKM in Angantaka village, Abiansemal District, Badung Regency and to determine the marketing margin of herbal incense at the Suputra Herbal Incense UMKM in Angantaka village, Abiansemal District, Badung Regency. This type of research is qualitative and quantitative. The location of this research was carried out at the UMKM Herbal Incense Suputra, Angantaka Village, Abiansemal District, Badung Regency, with the research being carried out for 2 months from November to December. The research instrument used was interviews and recording. The results showed that the marketing channel pattern of Suputra Herbal Incense was three marketing channels. The first channel is a one-level marketing channel (producer-consumer), the second channel is a two-level marketing channel (producer-retailer-consumer) and the third channel is a three-level marketing channel (producer-collector-merchant retailer-consumer). The marketing margin of Hebal Suputra incense is that in the first marketing channel there is no marketing margin involved, the second marketing channel with a margin of Rp. 3,000 and the third marketing channel's margin of Rp. 5,000.

Keywords: marketing channels and margins

