

ABSTRAK

Usaha keripik *crispy* pare secara mandiri dilakukan oleh U.D Ratu Wiguna yang berlokasi di Desa Padangsambian, Kecamatan Denpasar Barat, Kota Denpasar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran keripik *crispy* pare, biaya pemasaran dan margin pemasaran pada U.D Ratu Wiguna di Desa Padangsambian Kecamatan Denpasar Barat Kota Denpasar. Penelitian ini dilakukan pada awal bulan Oktober sampai akhir bulan November 2021. Penentuan responden menggunakan metode *Snowball* dengan jumlah responden sebanyak 11 orang yang terdiri dari 1 orang pemilik usaha (produsen), 6 orang pedagang pengecer dan 4 orang konsumen. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis kuantitatif. Sumber data yg digunakan data primer dan data sekunder. Teknik pengambilan data melalui observasi, wawancara, studi dokumentasi dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Saluran Pemasaran Keripik *Crispy* Pare pada U.D Ratu Wiguna terdiri dari dua saluran pemasaran yaitu: Saluran pemasaran I melalui Produsen (*Home Industry*) → Konsumen sedangkan saluran pemasaran II melalui Produsen (*Home Industry*) → Pedagang Pengecer → Konsumen. Biaya pemasaran dan margin pemasaran Keripik *Crispy* Pare pada U.D Ratu Wiguna di Desa Padangsambian Kecamatan Denpasar Barat, Kota Denpasar yaitu pada saluran pemasaran I tidak ada biaya pemasaran yang dikeluarkan sedangkan pada saluran pemasaran II sebesar Rp 826/pcs, tidak terdapat margin pemasaran pada saluran I sedangkan margin pemasaran pada saluran II sebesar 4.000/pcs. Namun dapat disarankan kepada produsen keripik *crispy* pare agar mampu menjaga kualitas dan kuantitas produksi sehingga dapat bersaing di pasaran, disamping itu pula produsen harus kreatif dalam variasi rasa keripik *crispy* pare, supaya produk yang dihasilkan produsen lebih bervariasi guna menarik perhatian konsumen yang lebih luas. Disamping itu pula perlu disarankan kepada lembaga pemasaran maupun produsen harus lebih aktif dalam mencari informasi – informasi pasar, misalnya dengan mengetahui adanya kenaikan harga, supaya bisa digunakan sebagai acuan dalam memasarkan produk keripik *crispy* pare sekaligus dapat meningkatkan pendapatan.

Kata Kunci : *Biaya pemasara, Keripik crispy pare, Margin pemasaran, Saluran pemasaran.*

ABSTRACT

The bittermelon crispy chips business was independently carried out by U.D Ratu Wiguna located in Padangsambian Village, West Denpasar District, Denpasar City. This study aims to determine the marketing channels for bittermelon crispy chips, marketing costs and marketing margins at U.D Ratu Wiguna in Padangsambian Village, West Denpasar District, Denpasar City. This research was conducted from October to November 2021. Determination of respondents using the Snowball method with a total of 11 respondents consisting of 1 business owner (producer), 6 retailers and 4 consumers. The data analysis method used is descriptive analysis and quantitative analysis. Sources of data used primary data and secondary data. Data collection techniques through observation, interviews, documentation studies and literature studies. The results showed that the bittermelon crispy chips marketing channel at U.D Ratu Wiguna consisted of two marketing channels, namely : Marketing channel I through Producers (Home Industry) → Consumers while marketing channel II through Producers (Home Industry) → Retailers → Consumers. Marketing costs and marketing margins for Crispy Pare chips at UD Ratu Wiguna in Padangsambian Village, West Denpasar District, Denpasar City, namely in marketing channel I there are no marketing costs incurred while in marketing channel II it is Rp. 826/pcs, there is no marketing margin on channel I while marketing margin on channel II is 4.000/pcs. However it can be suggested to the producers of bitter gourd chips to be able to maintain the quality and quantity of production so that they can compete in the market, besides that producers must be creative in variations in the taste of bittermelon crispy chips, so that the products produced by producers are more varied in order to attract wider consumer attention. Besides that, it is also necessary to suggest to marketing agencies and producers to be more active in seeking market information, for example by knowing about price increases, so that they can be used as a reference in marketing bittermelon crispy chips and at the same time increasing income.

Keyword : Marketing Costs, Bittermelon Crispy Chips, Marketing Margins, Marketing Channels.