



ANALISIS SALURAN PEMASARAN INDUSTRI TAHU DIKECAMATAN DOLOK MASIHUL KABUPATEN SERDANG BEDAGAI

Henny Pratiwi^{1*}, Insan Fahmi²

^{1*}Politeknik LP31 Medan

²Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Sumatera Utara

*email koresponden : hennypratiwi78@gmail.com

DOI:<https://doi.org/10.62567/micjo.v1i4.294>

Article info:

Submitted: 21/08/24

Accepted: 18/10/24

Published: 30/10/24

Abstract

Under the guidance of Mr. Dedi Kusbiantoro, S.P., M.M. as chairman of the supervisory commission and Mrs. Hj. Henny Pratiwi, S.P., M.M. as a member of the advisory committee. The purpose of this study was to determine the pattern of tofu marketing channels, to analyze tofu marketing costs, profits and margins; and to analyze the level of economic efficiency of each tofu marketing channel in Dolok Masihul District, Serdang Bedagai Regency. The choice of research location was done purposively. The sample in this study were 19 respondents who owned the tofu industry. Field research was conducted from March 2022 to April 2022. The method used is marketing margin analysis to determine differences in price levels in marketing channels, this study also uses farmer's share analysis to determine marketing efficiency. The results of the study concluded that the fried tofu housing industry in Dolok Masihul District has 2 (two). In marketing channel I, the total marketing cost is Rp. 30/ptg, the total marketing profit for retailers is Rp. 303.33/ptg, and the marketing margin is Rp. 83.33/ptg. For marketing channel II there is no marketing fee. On stock farmers that marketing channels I and II are included in the efficient category.

Keywords: Tofu Industry, Marketing Efficiency, Marketing Channels

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pola saluran pemasaran tahu, untuk menganalisis biaya, keuntungan dan margin pemasaran tahu; serta untuk menganalisis tingkat efisiensi ekonomis dari masing-masing saluran pemasaran tahu di Kecamatan Dolok Masihul Kabupaten Serdang Bedagai. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*). Sampel dalam penelitian ini yaitu 19 responden pemilik industri tahu. penelitian lapangan dilakukan pada bulan Maret 2022 sampai April 2022. Metode yang digunakan yaitu analisis margin pemasaran untuk mengetahui perbedaan tingkat harga pada saluran pemasaran, penelitian ini juga menggunakan analisis *farmer's share* untuk mengetahui efisiensi pemasaran. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa industri perumahan tahu goreng di Kecamatan Dolok Masihul memiliki 2 (dua). Pada saluran pemasaran I total biaya pemasaran Rp.30/ptg, total keuntungan pemasaran untuk pedagang pengecer Rp.303,33/ptg, dan margin pemasaran Rp. 83,33/ptg. Untuk saluran pemasaran II tidak ada biaya pemasaran. Pada farmer share bahwa saluran pemasaran I dan II termasuk dalam kategori efisien.



Kata Kunci : Industri Tahu, Efisiensi Pemasaran, Saluran Pemasaran.

1. PENDAHULUAN

Kegiatan industri Indonesia sudah berkembang pada banyak bisnis baik industri skala rumah tangga, industri kecil dan industri skala besar. Sektor yang sesuai dengan industri ini yaitu agroindustri, karena didukung SDA pertanian yang dapat membentuk banyak produk olahan.

Kacang kedelai adalah salah satu bahan pangan berbasis nabati, yang kegunaannya telah banyak dipakai

masyarakat luas. Jenis kedelai yang sudah banyak digunakan yaitu kedelai hitam dan kedelai kuning. Tetapi diantara jenis kedelai tersebut, yang sering banyak dimanfaatkan untuk dibuat menjadi susu kedelai, tempe dan tahu adalah kedelai kuning.

Tahu merupakan bahan makanan yang banyak disukai dikalangan masyarakat, karena tahu memiliki rasa yang gurih dan memiliki tekstur yang lembut.

Tabel 1. Industri Tahu Rumah Tangga di Kecamatan Dolok Masihul Tahun 2021.

No	Nama Desa	Industri Tahu
1	Dolok Manampang	17
2	Pertambatan	1
4	Dolok Sagala	1
Jumlah		19

Sumber : Statistik Daerah Kecamatan Dolok Masihul 2021.

Dari Tabel diatas dapat diketahui jumlah industri tahu di Kecamatan Dolok Masihul terdapat 19 unit usaha rumahan, yang berada di 3 Desa, yaitu Desa Dolok Manampang sebanyak 17 industri tahu, Desa Pertambatan sebanyak 1 industri rumahan, dan Desa Dolok Sagala sebanyak 1 industri rumahan.

Efisiensi pemasaran adalah tolak ukur produktifitas proses pemasaran dengan membandingkan sumberdaya yang digunakan terhadap keluaran yang dihasilkan selama proses pemasaran.

Saluran pemasaran (*marketing channels*) merupakan dari sekelompok organisasi yang bergantung, mempunyai beragam fungsi serta terlibat dalam pembuatan produk atau jasa yang disediakan untuk digunakan atau dikonsumsi.

Pemasaran sangat diperlukan dalam menyalurkan hasil olahan kedelai dari produsen sampai konsumen. Maka hal inilah yang membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Analisis Saluran Pemasaran Tahu Di Kecamatan Dolok Masihul”

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Dolok Masihul, Kabupaten Serdang Bedagai, Provinsi Sumatera Utara. Penentuan lokasi ini dilakukan secara sengaja (*purposive*). Waktu penelitian dilakukan pada bulan Februari tahun 2022.

Analisis Data

Marjin Pemasaran

Marjin pemasaran adalah perbedaan harga pada tingkat konsumen dengan produsen. Adanya perbedaan tersebut dikarenakan ada keuntungan yang telah diambil dan biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran. Secara sistematis dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$M_p = P_r - P_f$$

Dimana :

M_p : Margin pemasaran

P_r : Harga tahu pada konsumen P_f : Harga pada produsen

Farmer's share

Farmer's share adalah besar bagian harga yang diterima oleh produsen. Secara sistematis dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$F_s = \frac{P_f}{P_r} \times 100 \%$$

Keterangan:

F_s = farmer's share

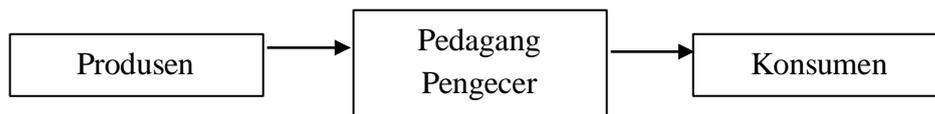
P_f = harga di tingkat produsen (Rp/kg) P_r = harga di tingkat konsumen (Rp/kg)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran tahu responden dalam penelitian ini yang berada di Kecamatan Dolok Masihul Kabupaten Serdang Bedagai Provinsi Sumatera Utara, terdiri dari 2 (dua) saluran yaitu :

Saluran Pemasara I



Gambar 1. Skema Saluran Pemasaran I

Saluran Pemasara II



Gambar 2. Skema Saluran Pemasaran II

Dari skema tersebut dapat dilihat saluran pemasaran II menunjukkan bahwasannya produsen hanya menjual hasil produksinya langsung pada konsumen tidak seperti saluran pemasaran I menggunakan pelaku pemasaran seperti pedagang pengecer, hal ini biasanya terjadi jika usaha tahu yang dijalankan produsen memiliki produksi berskala kecil, maka dapat langsung habis sampai pada konsumen.

Biaya Pemasaran dan Margin Pada Setiap Jalur Pemasaran Tahu

2. Biaya Pemasaran dan Margin Pemasaran Pada Saluran Pemasaran I Industri Tahu Rumah Tangga di Kecamatan Dolok Masihul Kabupaten Serdang Bedagai Tahun 2022.

Uraian	Jumlah ptg	Biaya (Rp/ptg)	Harga (Rp/ptg)	Share Margin (%)
Produsen				
Harga jual produsen	4		1.000	75,0C
	1		250,00	
Pedagang Pengecer				
Harga Beli pengecer	4		1.000	75,0C
	1		250,00	
Biaya Trasportasi		30		9,0C
Harga jual pengecer	3		1.000	
	1		333,33	
Margin pemasaran			83,33	
Penerimaan pengecer			303,33	90,9C
Konsumen				
Harga Beli	3		1.000	
	1		333,33	100,0C
Total Biaya		30		9,0C

Sumber : Analisis Data Primer Diolah 2022.

Dapat diketahui bahwa produsen ke pedagang pengecer dengan harga sebesar Rp.1.000/4 ptg atau dapat juga disebut dengan harga Rp.250/ptg. Margin pemasaran yang diperoleh pedagang pengecer yaitu sebesar Rp.83,33/ptg.

Sedangkan penerimaan pemasaran yang diperoleh pedagang pengecer yaitu sebesar Rp.303,33/ptg atau dengan share margin 90,99 %.

Adapun total biaya pemasaran yang dikeluarkan dalam saluran pemasaran sebesar Rp. 30/ptg yang didapat dhanya dari biaya transportasi pedagang pengecer dengan share margin sebesar 9,00 %.

Untuk saluran pemasaran yang ke II tidak memiliki biaya pemasaran karena saluran pemasaran langsung pada konsumen akhir.

Farmer's Share

Tabel 3. Farmer Share Saluran Pemasaran di Kecamatan Dolok Masihul Tahun 2022.

Saluran Pemasaran	Harga di produsen (Rp/ptg)	Harga di Pengecer (Rp/ptg)	Farmer's Share(%)
1	250	333,33	75,00
2	250	-	-

Sumber : Analisis Data Primer Diolah 2022.

Berdasarkan Tabel 3 tersebut dapat diketahui bahwa nilai farmer share pada saluran pemasaran I memiliki nilai farmer share sebesar 75,00 %, sedangkan pada saluran pemasaran II tidak memiliki nilai farmer's share karena pada saluran pemasaran II langsung pada konsumen akhir tanpa ada peranan pelaku pemasaran.

Efisiensi Pemasaran

Berdasarkan *farmer share* pada setiap jalur pemasaran industri tahu goreng rumah tangga diatas, maka dapat dihitung besarnya efisien pemasaran dari setiap saluran pemasaran berikut : **Saluran Pemasaran I :**

$$EP = (30/333,33).100\% = 9,00\%$$

Maka apabila saluran pemasaran 0-33 % maka saluran pemasaran efisien, jika saluran pemasaran 34 – 67 % maka saluran pemasaran kurang efisien. Jadi dari perhitungan saluran pemasaran I industri tahu goreng rumah tangga di Dolok Masihul nilai efisiensi pemasaran sebesar 9,00 %, maka dari itu efisiensi pemasaran saluran dinyatakan efisien.

Saluran Pemasaran II :

Pada saluran pemasaran II industri tahu rumah tangga di Kecamatan Dolok Masihul tidak menggunkan peran pelaku pemasaran seperti agen atau pengecer, tetapi langsung pada konsumen, maka dari itu saluran pemasaran ini dapat dikatakan sangat efisien.

4. KESIMPULAN

Saluran pemasaran industri tahu goreng rumah tangga di Kecamatan Dolok Masihul Kabupaten Serdang Bedagai Provinsi Sumatera Utara yaitu:

Saluran Pemasaran I : Produsen – Pedagang pengecer – Konsumen

Saluran Pemasaran II : Produsen – Konsumen

Pada saluran pemasaran I total biaya pemasaran Rp.30/ptg, keuntungan pemasaran untuk pedagang pengecer Rp.303,33/ptg, dan untuk margin Rp.83,33/ptg. Sedangkan Untuk saluran pemasaran II tidak ada biaya pemasaran.

Pada *farmer share* bahwa saluran pemasaran I dan II termasuk dalam kategori efisien.

5. DAFTAR PUSTAKA

Asmarantaka, 2014. Pemasaran Agribisnis (*Marketing*). IPB Press : Bogor.

Ahmad, S, Eko, W. 2017. Analisis Saluran Pemasaran Cabai Rawit. *Journal Viable Pertanian* : Vol. 5, No. 1.

Aziz, S, et-al. 2016. Analisis Saluran Pemasaran Keripik Ubi Kayu. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa. AGROINFO GALUH* : Vol. 2, No. 1.

Andriani, L. 2019. Strategi Pemasaran Usaha Tahu Dan Tempe. Skripsi. IAIN PALOPO.

Asniar, N. 2018. Analisis Biaya Pemasaran Dan Profitabilitas Berdasarkan Jenis Produk Pada PT. Kendari Bintang Lestari Cabang Baubau. *Jurnal Akuntansi Manajemen* : Vol. 1, No. 1.

Bamandhita, R. 2020. Kandungan Gizi Tempe Dan Tahu. Hello Health Group Pte.



- Dodi, A. Darmajana. 2012. Pengaruh Suhu Dan Waktu Perendaman Terhadap Bobot Kacang Kedelai Sebagai Bahan Baku Tahu. Balai Besar Pengembangan Teknologi Tepat Guna : LIPI.
- Gustina, S, et-al. 2014. Strategi Pengembangan Usaha Tahu Rumah Tangga. Jurnal Ilmu Pertanian : Vol. 19, No. 1.
- Narussalam, A, et-al. 2017. Analisis Saluran Pemasaran Tahu Bulat. Jurnal Ilmiah Mahasiswa. AGROINFO GALUH : Vol. 4, No. 2.
- Nasrum. 2014. Tingkat Kepuasan pedagang Pengecer Terhadap Pendapatan Harga Pedagang Grosir Ayam Buras Di Bulukumba. Skripsi. UIN Alauddin Makassar.
- Normin., Antara, M. 2016. Analisis Pendapatan Dan Pemasaran Tahu Pada Industri “AFIFAH” Di Kota Palu Sulawesi Tengah. Jurnal Ilmiah. Agrotekbis : 468 – 478.
- Setyo, S. 2016. Kacang Kedelai (*Glycine max L*). Universitas Brawijaya.
- Soekartawi, 2012. Saluran Dan Fungsi Pemasaran. Tata Niaga Agro Produk.
- Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. Alfabeta Bandung.
- Widaningrum, I. 2015. Teknologi Pembuatan Tahu Yang Ramah Lingkungan. Jurnal Dedikasi. Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Winandi, R. 2012. Pemasaran Agribisnis. Departmen Agribisnis. Fakultas Ekonomi Manajemen : Institut Pertanian Bogor.
- Winandi, R., et-al. 2017. Konsep Pemasaran Agribisnis. Jurnal Agribisnis Indonesia. Departmen Agribisnis : Hal. 151 – 172.
- Wahyudi, V. 2020. Analisis Pemasaran Wortel (*Daucus carota*). Skripsi. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Zulifah, Fadli. 2018. Analisis Pola Saluran Pemasaran Usaha Tempe Industri Rumah Tangga Di Kelurahan Guntung Pikat Kota Banjar Baru. Jurnal Ilmiah Mahasiswa. Al Ulum Sains Dan Teknologi :Vol. 2, No. 1.