

Analisis Pemasaran Usaha Tahu (Studi Kasus : Usaha Pak Dahri di Desa Pante Gajah Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen)

Business Marketing Analysis Tofu (Case Study: Mr. Dahri's Business in Pante Gajah Village, Peusangan District, Bireuen Regency)

Ayu Fitria¹✉, T. M. Nur²

Diterima: 1 Oktober 2024. Disetujui: 7 Oktober 2024. Dipublikasi: 15 Oktober 2024

ABSTRAK. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola saluran pemasaran tahu di Desa Pante Gajah Kabupaten Bireuen dan untuk mengetahui efisiensi pemasaran tahu di Desa Pante Gajah Kabupaten Bireuen. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dikombinasikan dengan kuantitatif. Sumber Data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Informan dalam penelitian ini adalah pemilik industri tahu yaitu pak Dahri. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan dokumentasi, wawancara dan observasi. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa saluran Pemasaran Tahu di Desa Pante Gajah Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen Sebanyak dua Saluran yaitu: saluran pemasaran I (produsen - pedagang pengecer - konsumen akhir), dan saluran II (produsen - Agen - pedagang pengecer - konsumen akhir). Saluran pemasaran Tahu yang memiliki tingkat nilai efisiensi yang sama antara saluran I dan saluran II yaitu saluran pemasaran I sebesar 10% dengan biaya pemasaran sebesar Rp.150/ptg dan nilai efisiensi saluran pemasaran II sebesar 10% dengan biaya pemasaran sebesar Rp.200/ptg.

Kata Kunci: pemasaran, pola pemasaran, tahu

ABSTRACT. This research aims to determine the pattern of tofu marketing channels in Pante Gajah Village, Bireuen Regency and to determine the efficiency of tofu marketing in Pante Gajah Village, Bireuen Regency. This research uses qualitative methods combined with quantitative. The data sources used are primary data and secondary data. The informant in this research is the owner of the tofu industry, namely Mr. Dahri. Data collection techniques in this research were carried out using documentation, interviews and observation. Based on the research results, it can be concluded that there are two channels for Tofu Marketing in Pante Gajah Village, Peusangan District, Bireuen Regency, namely: marketing channel I (producer - retailer - final consumer), and channel II (producer - agent - retailer - final consumer). Tofu marketing channels have the same level of efficiency value between channel I and channel II, namely marketing channel I of 10% with marketing costs of IDR 150/part and marketing channel II efficiency value of 10% with marketing costs of IDR 200/part.

Keyword: marketing, marketing patterns, Tofu

Pendahuluan

Indonesia merupakan negara agraris yang mayoritas masyarakatnya bekerja di sektor pertanian sebagai penopang kehidupan. Sektor pertanian di Indonesia meliputi subsektor perkebunan, subsektor tanaman pangan hortikultura, subsektor perikanan, subsektor peternakan dan subsektor kehutanan (Khanzanani, 2011).

Pembangunan sektor pertanian merupakan bagian penting dari pembangunan ekonomi secara keseluruhan. Tujuan perlu pembangunan tersebut didorong dengan kebijakan pertanian yang sesuai. Peningkatan peran sektor pertanian diperlukan strategi yang terencana dengan baik. Salah satu

kebijakan yang ditempuh adalah melalui kebijakan pengolahan pangan.

Industri pengolahan pangan merupakan industri yang bergerak dalam pengolahan hasil pertanian, baik nabati maupun hewani dapat diolah menjadi produk pangan olahan yang dapat dibuat dan dikembangkan dari sumber daya alam lokal. Indonesia memiliki banyak produk pangan yang diangkat dari jenis pangan berbahan baku lokal dan diolah secara modern ataupun masih menggunakan cara tradisional. Dengan berkembangnya produk lokal maka jumlah dan jenis produk pangan menjadi semakin banyak jumlahnya. (Soleh, 2013)

Bagi perekonomian Indonesia, kedelai memiliki peran besar karena merupakan sumber bahan baku yang utama bagi industri tahu, tempe, tauco, kecap dan pakan ternak. Kedelai memiliki kandungan gizi yang cukup tinggi, terutama protein dan mineral. Produk olahan kedelai merupakan sumber asupan gizi yang banyak diminati oleh masyarakat Indonesia karena secara ekonomis masih terjangkau. Meningkatnya

✉ 1. Aidil Amar
2. T. M. Nur

ayufitria234@gmail.com

¹Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Almuslim.

²Dosen Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Almuslim.

kesadaran masyarakat tentang pentingnya pemenuhan gizi bagi kesehatan, mendorong masyarakat untuk mengonsumsi produk-produk olahan kedelai (Salim, 2012).

Tahu yang baik adalah tahu yang tidak memiliki bau menyengat (bau asam atau formalin), lembut tetapi tidak hancur, tidak berlendir dan berwarna putih. Selain dapat diolah menjadi berbagai jenis makanan, tahu memiliki banyak manfaat untuk kesehatan karena terbuat dari kacang kedelai yang merupakan sumber protein nabati sumber vitamin A, B kompleks dan

Tabel 1. Luas tanam, Luas Panen dan Produksi kedelai dari Tahun 2018-2022 di Kabupaten Bireuen

No	Tahun	Luas tanam (Ha)	Luas panen (Ha)	Produksi (Ton)	Pertumbuhan (%)
1	2018	23.179	21.264	33.758	-
2	2019	18.288	15.827	30.141	-10,71
3	2020	22.657	18.013	30.141	0,0
4	2021	24.311	19.834	31.452	4,35
5	2022	17.125	12.447	26.438	-15,94
Rata-rata		21.112	17.477	30.386	5,58

Produksi di Kabupaten Bireuen mengalami peningkatan pada tahun 2021, akan tetapi pada tahun 2022 mengalami penurunan yang sangat signifikan, hal ini disebabkan karena kurangnya minat petani dalam berusaha tani kedelai. Kurangnya minat petani diakibatkan karena harga kedelai yang tidak stabil sehingga petani enggan dalam berusahatani kedelai.

Kebutuhan akan kedelai di Indonesia setiap tahun selalu meningkat seiring dengan pertambahan penduduk dan perbaikan pendapatan per kapita. pemenuhan kebutuhan akan kedelai yang merupakan bahan baku utama tempe dan tahu, 67,28% atau sebanyak 1,96 juta ton harus diimpor dari luar. Hal ini terjadi karena produksi dalam negeri tidak mampu mencukupi permintaan produsen tempe dan tahu. Oleh karena itu, diperlukan suplai kedelai tambahan yang harus diimpor karena produksi dalam negeri belum dapat mencukupi kebutuhan tersebut (Fuadi, 2017).

Kebutuhan kedelai di Kabupaten Bireuen juga selalu meningkat setiap tahun, kedelai digunakan untuk industri tahu dan tempe yang ada di seluruh Kabupaten Bireuen. Banyak masyarakat Bireuen menyukai tahu dan tempe sebagai lauk dan juga untuk makanan snack dan gorengan.

Pemasaran pada prinsipnya adalah aliran barang dari produsen ke konsumen. Aliran barang ini dapat terjadi karena adanya peran lembaga pemasaran. Peran lembaga pemasaran ini sangat tergantung dari sistem pasar yang berlaku dan

E, kalsium fosfor, magnesium dan zat besi. (Agnes Murdiati dan Amaliah, 2013)

Kabupaten Bireuen merupakan salah satu daerah yang cocok untuk dikembangkan tanaman kacang kedelai. Beberapa daerah di Kabupaten Bireuen sudah melakukan budidaya tanaman kedelai. Adapun luas panen dan produksi tanaman kedelai di Kabupaten Bireuen dapat dilihat pada tabel data perkembangan kedelai selama 5 tahun terakhir di bawah ini.

Tabel 1. Luas tanam, Luas Panen dan Produksi kedelai dari Tahun 2018-2022 di Kabupaten Bireuen

karakteristik barang yang dipasarkan. Oleh karena itu, dikenal istilah saluran pemasaran. Fungsi saluran pemasaran ini sangat penting, khususnya dalam tingkat harga di masing-masing lembaga pemasaran (Soekartawi, 2002).

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dikombinasikan dengan kuantitatif. Menurut Moleong (2017) penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai penelitian terkait. Dalam penelitian ini menggunakan dua jenis data yaitu sebagai berikut:

1. Data Primer

Pengamatan langsung dilakukan di industri tahu Pak Dahri Desa Pante Gajah dan wawancara manajemen risiko dilakukan dengan pemilik usaha sehingga dapat diketahui risiko-risiko yang dapat terjadi di industri tahu pak Dahri Di Desa Pante Gajah Kecamatan Peusangan serta sumber penyebab risiko.

2. Data Sekunder

Sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah buku, jurnal skripsi, internet, dan laporan resmi dari instansi yang memiliki

keterkaitan serta foto kegiatan selama berlangsungnya penelitian.

Hasil dan Pembahasan

Analisis Pemasaran

Analisis pemasaran adalah faktor yang sangat penting untuk keberhasilan perusahaan. Analisis pemasaran tahu merupakan praktik mengukur, mengelola, dan menganalisis kinerja pemasaran usaha tahu. Hal ini melibatkan proses dan teknologi yang memungkinkan usaha tahu menganalisis dan meningkatkan upaya pemasarannya. Jika usaha tahu dapat menjual lebih banyak produk yang sama, dengan kualitas yang sama, dengan harga yang lebih mahal maka usaha tahu tersebut relatif telah berhasil menggunakan sistem pemasaran yang efisien. Untuk lebih jelasnya tentang pemasaran tahu Pak Dahri di Desa Pante Gajah Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen dapat diuraikan sebagai berikut;

Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran atau disebut juga saluran distribusi dapat digambarkan sebagai suatu rute atau jalur. Saluran pemasaran yang digunakan harus menggunakan alat yang efisien untuk mencapai sasaran. Dalam usaha memperlancar arus barang dari produsen ke konsumen, maka salah satu faktor penting adalah memilih saluran pemasaran yang efektif dan efisien. Setelah tahu dihasilkan, produk dijual pada beberapa toko pengecer pada daerah penelitian, tepatnya di Desa Pante Gajah Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen. Gambar 2 terlihat saluran pemasaran tahu menjual kepada pedagang pengeceran dan kepada konsumen langsung. Perilaku pasar sebagai cara untuk mengkaji sistem pemasaran yang berlaku terhadap suatu produk, dapat diamati melalui cara pembayaran dan penetapan harga jual baik oleh pengusaha maupun pedagang.

Setelah melakukan pengolahan tahu, maka hal yang dilakukan adalah menyalurkan tahu. Pelaku pemasaran menggunakan saluran pemasaran yang menunjukkan bagaimana arus komoditi mengalir dari produsen ke konsumen akhir. Dari informasi yang diperoleh melalui wawancara dengan pemilik usaha tahu, saluran pemasaran Tahu di Desa Pante Gajah Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen terdiri dari 2 saluran pemasaran, yaitu:

1) Saluran I

Tabel 2. Fungsi-Fungsi Pemasaran yang Dilakukan Lembaga Pemasaran Tahu

Fungsi Pemasaran	Pengusaha	Pengecer
Fungsi Pertukaran		
1. Pembelian	Tidak	Ya
2. Penjualan	Ya	Ya
Fungsi Fisik		

Pada saluran pemasaran I, produsen memasarkan produk tahu melalui pedagang pengecer hingga produk sampai ke tangan konsumen. Bentuk saluran I ini membutuhkan banyak biaya untuk melakukan pemasaran tahu. Untuk lebih jelasnya tentang saluran pemasaran I produk tahu di Desa Pante Gajah Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen dapat dilihat pada bagan berikut;

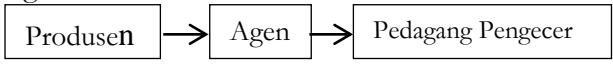


Gambar 1. Bagan Saluran Pemasaran 1

Pada saluran 1, penyaluran produk ke pedagang pengecer merupakan tanggung jawab dari produsen. Produsen mengantarkan langsung produk tahu ke pedagang pengecer di pasar Kutablang dan Peusangan

2) Saluran II

Pemasaran tahu pada saluran II melibatkan Agen dan Pedagang pengecer. Agen mengambil produk tahu langsung ke tempat produksi yang berada di Desa Pante Gajah Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen. Kemudian produk tahu di edarkan ke beberapa pedagang pengecer yang ada di pasar Batuphat dan pasar Kruenggeukuh. Untuk lebih jelasnya tentang pemasaran tahu pada saluran dapat dilihat pada bagan berikut;



Gambar 2. Bagan Saluran Pemasaran II

Dalam saluran pemasaran II ini, produsen hanya bertindak sebagai penyedia produk. Produk tahu tersebut disalurkan ke konsumen melalui beberapa lembaga pemasaran, yaitu agen, dan pedagang pengecer. Proses penyaluran produk tahu hingga pedagang pengecer pada saluran II menjadi tanggung jawab agen, kemudian produk tahu ditampung oleh pedagang pengecer yang kemudian dijual kepada konsumen.

Fungsi-fungsi pemasaran

Fungsi-fungsi pemasaran merupakan hal yang sangat penting dalam proses pemasaran tahu. Setiap lembaga pemasaran melakukan fungsinya untuk memperlancar penyampaian hasil produksi tahu dari produsen hingga sampai ke konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fungsi-fungsi yang dilakukan oleh pengusaha dan pedagang dapat dilihat tabel berikut.

1. Pengangkutan	Ya	Tidak
2. Pengemasan	Ya	Ya
Fungsi Fasilitas		
1. Penanggungan Resiko	Ya	Ya
2. Informasi Harga	Ya	Ya

Margin Pemasaran

Margin pemasaran ialah biaya yang dikeluarkan sehingga menimbulkan perbedaan harga yang didapat dari produsen dengan harga yang dikeluarkan dari konsumen. makin kecil pemasaran maka makin efisien cara pemasarannya. Margin pemasaran tahu merupakan selisih antara harga jual dan harga beli tahu pada pemasaran tahu di Desa Pante Gajah Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen.

Untuk mengetahui margin pemasaran tahu pada setiap saluran pemasaran maka tentunya yang penting diketahui adalah harga jual dan harga

Tabel 3. Biaya, Margin dan Efisiensi Pemasaran Tahu Pada Saluran Pemasaran, I dan II

No	Saluran	Lembaga pemasaran	Harga jual (Rp/potong)	Harga beli (Rp/potong)	Margin
I	Produsen		1000	-	
	Pengecer		1500	1000	500
	Konsumen		-	1500	
Total					
II	Produsen		1000	-	
	Agen		1500	1000	500
	Pedagang Pengecer		2000	1500	500
Total					

Sumber : Data primer diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 3 dapat dilihat bahwa pada saluran I, terdapat margin pemasaran dikarenakan produk tahu dipasarkan melalui pedagang pengecer kepada konsumen, sehingga adanya margin pemasaran. Margin pemasaran tahu terdapat pada saluran pemasaran I, yaitu sebesar Rp.500/potong. Pada saluran ini produsen yang mengantar langsung ke pedagang sehingga biaya transportasi dibebankan ke pihak produsen. Margin pemasaran tahu pada saluran pemasaran I dapat dihitung berdasarkan pada rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 M &= Pr - Pf \\
 &= Rp. 1500 - Rp. 1000 \\
 &= Rp. 500 /potong
 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan tersebut, Maka dapat diketahui bahwa margin pemasaran tahu yang dihasilkan dari saluran pemasaran I pada usaha tahu di Desa Pante Gajah Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen yaitu sebesar Rp.500/potong. Hal ini menunjukkan bahwa perbedaan harga dari produsen hingga tangan konsumen yaitu sebesar Rp. 500,-

Pada saluran II terdapat beberapa margin

beli setiap lembaga pemasaran yang terlibat. Harga yang diterima produsen sampai ke tangan konsumen masing-masing saluran tidak sama sehingga kondisi ini menyebabkan terjadinya perbedaan mulai dari segi harga, biaya, keuntungan, dan marjin pemasaran tahu pada usaha tahu di Desa Pante Gajah Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen. Untuk lebih jelasnya tentang margin pemasaran Tahu di Desa Pante Gajah Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen maka dapat dilihat pada tabel 3 berikut ini.

pemasaran yaitu pada tingkat agen terdapat nilai margin pemasaran sebesar Rp.500,-/potong, dan pada tingkat pedagang pengecer terdapat margin pemasaran sebesar Rp.500,-/potong. Produsen tidak membayar biaya transportasi dikarenakan agen secara langsung membeli ke produsen sehingga biaya yang dibeli lebih murah dan biaya transportasi dibebankan sepenuhnya kepada agen. Jumlah total margin pemasaran pada saluran II pemasaran tahu di Desa Pante Gajah Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen adalah Rp. 1.000,- Adapun perhitungan margin pemasaran saluran II dapat dilihat pada uraian berikut;

1) Margin tingkat agen

$$\begin{aligned}
 M &= Pr - Pf \\
 &= Rp. 1500 - Rp. 1000 \\
 &= Rp. 500 /potong
 \end{aligned}$$

2) Margin tingkat pedagang pengecer

$$\begin{aligned}
 M &= Pr - Pf \\
 &= Rp. 2000 - Rp. 1500 \\
 &= Rp. 500 /potong
 \end{aligned}$$

3) Margin total saluran pemasaran II

$$\begin{aligned}
 \sum M &= M1 + M2 \\
 &= 500 + 500
 \end{aligned}$$

= Rp. 500,-

Pada saluran II, harga produk tahu yang diterima konsumen yaitu Rp.2000,-/potong, sementara harga pada tingkat produsen adalah Rp.1.500,-/potong. Secara keseluruhan, selisih harga yang terjadi pada saluran II pemasaran produk tahu Desa Pante Gajah Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen adalah Rp.500,-/potong

Biaya Pemasaran

Biaya Pemasaran adalah biaya yang meliputi semua biaya yang terjadi saat produk selesai diproduksi dan disimpan dalam gudang sampai produk tersebut diubah kembali dalam bentuk uang tunai dengan melalui proses pemasaran. Dalam menyampaikan barang dari produsen ke konsumen akan dibutuhkan biaya pemasaran. Biaya pemasaran mencakup sejumlah pengeluaran yang dikeluarkan untuk keperluan pelaksanaan kegiatan yang berhubungan dengan penjualan hasil produksi dan jumlah pengeluaran oleh lembaga pemasaran serta keuntungan (profit) yang diterima lembaga pemasaran.

Biaya pemasaran tahu merupakan biaya yang dikeluarkan selama proses pemasaran

Keuntungan Pemasaran

Keuntungan adalah selisih harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima produsen setelah dikurangi dengan biaya pemasaran. Keuntungan merupakan harga yang dibayarkan kepada penjual pertama dan harga

berlangsung, mulai tahu di lepas dari tangan produsen hingga diterima oleh konsumen. Biaya pemasaran tersebut di tanggung oleh lembaga pemasaran yang terlibat berupa biaya transportasi, tenaga kerja, dan biaya kemasan. Untuk lebih jelasnya tentang biaya pemasaran Tahu di Desa Pante Gajah Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen dapat dilihat pada tabel 4 berikut ini:

Tabel 4. Biaya Pemasaran Tahu di Desa Pante Gajah Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen

No.	Saluran	Biaya (Rp/potong)
1	I	100
2	II	100

Sumber Data Primer diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 4 di atas dapat dilihat bahwa biaya pemasaran yang dikeluarkan pada saluran I lebih kecil dari biaya yang dikeluarkan pada saluran II. Biaya pemasaran yang dikeluarkan pada saluran 1 yaitu sebesar Rp.500/potong, sementara biaya pemasaran yang dikeluarkan pada saluran II yaitu Rp. 500/potong. Biaya penasaran pada saluran I meliputi biaya tenaga kerja, kemasan, mesin press, dan timbangan.

yang dibayar oleh konsumen setelah dikurangi dengan biaya pemasaran tahu. Keuntungan pemasaran tahu di Desa Pante Gajah Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen dapat dilihat pada tabel 5 berikut :

Tabel 5. Keuntungan Pemasaran Tahu di Desa Pante Gajah Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen

No	Saluran	Lembaga pemasaran	Harga jual	Harga beli	Margin	Biaya pemasaran	Keuntungan/potong (Rp)
1	I	Produsen	1000	-		100	
		Pengecer	1500	1000	500	50	
Total						150	350
2	II	Produsen	1000			100	
		Agen	1500	1000	500	50	
		Pengecer	2000	1500	500	50	
Total					1000	200	800

Berdasarkan Tabel 5 dapat dilihat bahwa keuntungan pemasaran yang paling tinggi diperoleh pada saluran I yaitu sebesar Rp. 350/ptg. Keuntungan tersebut lebih kecil dari keuntungan yang diperoleh pada saluran pemasaran II, yaitu mencapai Rp.800/ptg. Keuntungan tersebut diperoleh dari pengurangan nilai jual dengan jumlah biaya pemasaran yang dikeluarkan. Saluran II memperoleh keuntungan yang besar, hal ini dikarenakan banyaknya lembaga pemasaran yang terlibat menjual produk dengan harga tinggi dan biaya pemasaran yang dikeluarkan pada saluran II sehingga berpengaruh

terhadap keuntungan yang diperoleh.

Efisiensi Pemasaran

Setelah kegiatan produksi tahu dilakukan, maka tahu tersebut siap untuk dipasarkan. Pemasaran merupakan aktivitas penyaluran tahu dari produsen sampai ke tangan konsumen akhir. Seperti yang telah dilakukan sebelumnya, pemasaran produk tahu dilakukan dalam beberapa saluran, yaitu saluran pemasaran I dan saluran pemasaran II. Panjang pendeknya rantai atau saluran distribusi pemasaran inilah yang menentukan harga eceran di tingkat pedagang eceran serta tinggi rendahnya efisiensi pemasaran

yang dijalankan.

Untuk mendapatkan saluran distribusi pemasaran tahu di Desa Pante Gajah Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen yang paling efisien, harus dilihat saluran mana yang memiliki biaya - biaya pemasaran yang paling minimal. Dimana dari hasil penelitian pada usaha tahu di Desa Pante Gajah Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen menunjukkan bahwa saluran pemasaran I yang paling efisien karena biaya pemasaran yang dikeluarkan sangat sedikit bila dibandingkan saluran pemasaran II. Tingginya harga suatu produk atau komoditi dipasaran dapat disebabkan

oleh rantai distribusi pemasaran yang terlalu panjang.

Efisiensi saluran pemasaran tahu dilakukan dengan melihat persentase antara biaya pemasaran yang dikeluarkan dengan harga jual tahu. Semakin kecil nilai persentase tersebut maka semakin efisien saluran distribusi tersebut jika dibandingkan dengan saluran distribusi lainnya. Adapun nilai efisiensi masing-masing saluran pemasaran tahu di Desa Pante Gajah Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen dapat dilihat pada Tabel 6 berikut;

Tabel 6. Efisiensi Pemasaran Tahu di Desa Pante Gajah Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen

Saluran	Lembaga pemasaran	Harga jual	Harga beli	Margin	Biaya pemasaran/potong	Efisiensi pemasaran (%)
I	Produsen	1000	-		100	
	Pengecer	1500	1000	500	50	
	Total				150	10 %
II	Produsen	1000			100	
	Agen	1500	1000	500	50	
	Pedagang Pengecer	2000	1500	500	50	
Total				1000	200	10 %

Berdasarkan Tabel 6 dapat diketahui bahwa nilai efisiensi pemasaran Tahu pada saluran I nilainya sama dengan nilai efisiensi pada saluran II. Nilai efisiensi pemasaran pada saluran I sebesar 10%. Sementara itu, efisiensi pemasaran pada saluran II juga sebesar 10%. Efisiensi pemasaran dalam saluran pemasaran dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

1) Efisiensi Pemasaran Saluran 1

$$\begin{aligned} EPS &= \frac{TBP}{TNP} \times 100\% \\ &= \frac{150}{1500} \times 100\% \\ &= 10\% \end{aligned}$$

2) Efisiensi Pemasaran Saluran II

$$\begin{aligned} EPS &= \frac{TBP}{TNP} \times 100\% \\ &= \frac{200}{2000} \times 100\% \\ &= 10\% \end{aligned}$$

Berdasarkan kriteria efisiensi pemasaran, 0 - 33% Efisien, 34-67% = Kurang Efisien, dan 68-100% Tidak Efisien, maka dapat diketahui bahwa kedua saluran pemasaran produk tahu di Desa Pante Gajah Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen termasuk pemasaran yang efisien. Pemasaran yang paling efisien adalah pemasaran pada saluran I dengan nilai efisiensi 10%. Nilai tersebut termasuk ke dalam kriteria pemasaran yang efektif. Sedangkan nilai efisiensi pada saluran

II diperoleh sebesar 10% dan juga termasuk ke dalam kriteria efisien. Dengan demikian, maka saluran pemasaran tahu di Desa Pante Gajah Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen yang sangat menguntungkan adalah pemasaran saluran I.

Perhitungan efisiensi pemasaran tahu di Desa Pante Gajah Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen dimaksudkan untuk mengukur keberhasilan dalam memasarkan produk melalui beberapa saluran pemasaran. Keberhasilan dalam memasarkan produk tahu ini tergantung dari pola saluran pemasaran. Efisiensi pemasaran tahu merupakan salah satu aspek pemasaran dalam upaya meningkatkan peredaran tahu dari produsen ke konsumen. Dalam efisiensi pemasaran tahu dilihat adanya perbedaan harga yang diterima produsen sampai yang dibayarkan oleh konsumen akhir, serta kelayakan pendapatan yang diterima produsen terhadap produk tahu yang dihasilkan. Kegiatan pemasaran produk tahu akan melalui beberapa proses diantaranya pengumpulan, pengelompokan, pendistribusian termasuk pemilihan saluran pemasaran dimana akumulasi proses ini akan menimbulkan biaya, semakin rendah biaya pemasaran tahu di Desa Pante Gajah Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen yang ditimbulkan, maka sistem pemasaran akan semakin efisien, margin pemasaran semakin rendah. Margin pemasaran

yang rendah akan meningkatkan pendapatan produsen serta harga tahu yang relatif murah bagi konsumen.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian pada usaha Tahu di Desa Pante Gajah Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

- 1) Saluran Pemasaran Tahu di Desa Pante Gajah Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen Sebanyak dua Saluran yaitu: saluran pemasaran I (produsen - pedagang pengecer - konsumen akhir), dan saluran II (produsen - Agen - pedagang pengecer - konsumen akhir).
- 2) Saluran pemasaran Tahu yang memiliki tingkat nilai efisiensi yang sama antara saluran I dan saluran II yaitu saluran pemasaran I sebesar 10% dengan biaya pemasaran sebesar Rp.150/ptg dan nilai efisiensi saluran pemasaran II sebesar 10% dengan biaya pemasaran sebesar Rp.200/ptg.

REFERENSI

Arrosyad, M Iqbal, Sri Puji Astuti, Susta Dewi, Suciva Triabela, Tama Kulana Putra, Yupita, Yanuar Ferdiansyah, Rodini. 2022. Strategi Pemasaran Kerajinan Anyaman Bambu Berbasis Potensi Lokal Untuk Meningkatkan Perekonomian Di Desa Nyuruk. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Borneo*. Volume 6 Nomor 1 Tahun 2022 (p-ISSN: 2615-4323) (e-ISSN: 2579-9797)

Badan Pusat Statistik. 2019. Indikator Kesejahteraan Rumah Tangga 2019. Jakarta: BPS.

Badan Pusat Statistik. 2022. Indikator Kesejahteraan Rumah Tangga 2022. Jakarta: BPS.

Badan Pusat Statistik. 2022. Indikator Kesejahteraan Rumah Tangga 2003. Jakarta: BPS.

Berton E. L. Tobing, Donny Ivan Simatupang , Ricky Fransiscus Sinaga. 2021. Nilai Tambah Pengolahan Bambu Menjadi Tepas Bambu Dan Saluran Pemasaran. *Jurnal Methodagro*. Volume 7, Nomor 1, Januari – Juni 2021 ISSN: 2460-8351

Dillon, H. 2019. Pertanian Membangun Bangsa. Dalam Masroh, H. Antoji, dkk. Pertanian Mandiri: Pandangan Strategis Para Pakar untuk Kemajuan Pertanian Indonesia. Jakarta: PT Penebar Swadaya.

Diulio, Eugene. 2013. Teori Makro Ekonomi. Diterjemahkan oleh Rudy Sitompul. Jakarta: Erlangga.

Gorahe., Lusya Vivi, Fonny Waani, Femmy Tasik. 2021. Dampak Pandemi Covid 19 Terhadap Kesejahteraan Masyarakat di Desa Dalako Bembanehe Kecamatan Tatoareng Kabupaten Kepulauan Sangihe. *EKSEKUTIF ISSN : 2337 – 5736 Jurnal Volume 1 No. 1 Tahun 2021*

Ihsan Fuad. 2015. Dasar-Dasar Kependidikan. Jakarta. PT Rineka Cipta.

KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia). Kamus versi online/daring (Dalam Jaringan). di akses pada 5 September 2023.

Kurniawati, Titiek. 2015. Tingkat Kesejahteraan Pengrajin Bambu Di Desa Sendari, Kecamatan Mlati, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. *Skripsi*. Universitas negeri yogyakarta

Lexy J. Moleong, (2016). Metodologi Penelitian Kualitatif, Bandung, PT Remaja Rosdakarya

Putra, I. G. B. N., Jayawarsa, A. A. K., Maharani, I. A. D. P., & Setiyawan, P. A. (2021). Pemberdayaan Usaha Kerajinan Anyaman Bambu Karya Kelompok Usaha Ibu-Ibu “Sari Murni” Desa Landih, Dusun Buayang-Bangli. *International Journal of Community Service Learning*, 5(2), 136–144. <https://doi.org/10.23887/ijcsl.v5i2.34496>

Ratu Sekar Kemuning, 2017 *Analisis Efisiensi Ekonomi dan Tingkat Kesejahteraan Pengrajin Anyaman Bambu di Desa Banjarwatu Kecamatan Nusawungu Kabupaten Cilacap*. Skripsi thesis, Universitas Jenderal Soedirman

Sajogyo. 2017. Garis Kemiskinan dan Kebutuhan Minimum Pangan. Bogor: LPSP

Sen, Amartya. 2017. Why Health Equity?. *Journal Health Economics*, vol. 11 (8), pp. 659-666.

Singarimbun, Masri. 2015. Metode Penelitian Survei. Jakarta: LP3ES.

Soediyono Reksopratitno. 2018. Ekonomi Makro Pengantar Analisa Pendapatan Nasional. Yogyakarta: Liberty.

Sugiarto. 2018. Analisis Pendapatan, Pola

Konsumsi dan Kesejahteraan Petani Padi pada Basis Agroekosistem Lahan Sawah Irigasi di Pedesaan, diakses dari http://pse.litbang.deptan.go.id/ind/pdf/iles/MS_B6.pdf, pada tanggal 17 Desember 2013.

Sugiharto, Eko. 2015. Tingkat Kesejahteraan Masyarakat Nelayan Desa Benua Baru Ilir Berdasarkan Indikator Badan Pusat Statistik. *Jurnal EPP*, Vol. 4, No. 2.

Suryandari, Kadek Kharisma, Ida Bagus Darsana. 2018. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Dan Kesejahteraan Pengrajin Industri Kerajinan Anyaman Bambu Di Kecamatan Susut. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 7 [4] : 677-707 ISSN: 2303-0178 677

Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta

Suharto, Edi. 2015. Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat. Bandung: PT. Refika Pratama.

Sumardi, Mulyanto dan Hans Dieter Evers. 2017. Kemiskinan dan Kebutuhan Pokok. Jakarta: CV Rajawali Citra Press.

Supariasa, dkk. 2017. Penilaian Status Gizi. Jakarta : Penerbit Kedokteran EGC

Tamba, Haloman. 2017. Koperasi Teori dan Praktik. Jakarta: Erlangga.

Tarigan, Egia. 2021. *Analisis Tingkat Kesejahteraan Rumah Tangga Pengrajin Sapu Iruk (Studi Kasus: Desa Medan Sinembah, Kecamatan Tanjung Morawa, Kabupaten Deli Serdang)*. Skripsi. Universitas Medan Area. Medan

Titiek Kurniawati. 2015. Tingkat Kesejahteraan Pengrajin Bambu Di Desa Sendari, Kecamatan Mlati, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Skripsi. Universitas negeri yogyakarta

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2009 tentang Kesejahteraan Sosial,

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2009. Kesejahteraan Sosial. 16 Januari 2009. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 12, Jakarta