

**ANALISIS PEMASARAN TAHU BULAT
(Studi Kasus pada Perusahaan Kamasesa di Desa Muktisari
Kecamatan Cipaku Kabupaten Ciamis)**

**MARKETING ANALYSIS OF ROUNDED TOFU
(Case Study of Kamasesa Company in Muktisari Village
Cipaku Subdistrict Ciamis Regency)**

PIRMAN RAMDAN GIFARI^{1*}, DINI ROCHDIANI², AGUS YUNIAWAN ISYANTO¹

¹Fakultas Pertanian Universitas Galuh

²Fakultas Pertanian Universitas Padjadjaran

*Email: ramdangifari@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Saluran pemasaran tahu bulat pada Perusahaan Kamasesa di Desa Muktisari Kecamatan Cipaku Kabupaten Ciamis, (2) Besarnya biaya, marjin dan keuntungan pemasaran tahu bulat pada Perusahaan Kamasesa di Desa Muktisari Kecamatan Cipaku Kabupaten Ciamis, dan (3) Besarnya bagian harga yang diterima produsen (*producer's share*) tahu bulat pada Perusahaan Kamasesa dari harga eceran. Penelitian dilaksanakan dengan menggunakan studi kasus. Data yang diperoleh terdiri atas data primer dan sekunder. Responden penelitian ini sebanyak 25 orang yang terdiri atas 1 orang produsen, 7 orang pedagang besar dan 17 orang pedagang pengecer. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Terdapat satu saluran pemasaran tahu bulat, yaitu: produsen pedagang besar pedagang pengecer konsumen, (2) Biaya pemasaran Rp 51,64 per butir, marjin pemasaran Rp 300,00 per butir, dan keuntungan pemasaran Rp 248,36 per butir, dan (3) Bagian harga yang diterima produsen (*Producer's Share*) sebesar 40 persen.

Kata kunci: Pemasaran, Tahu Bulat, *Producer's share*

ABSTRACT

This study aims to determine: (1) Round tofu marketing channel at the Kamasesa Company in Muktisari Village, Cipaku District, Ciamis Regency, (2) The amount of costs, margins and profit of tofu marketing at the Kamasesa Company in Muktisari Village, Cipaku District, Ciamis Regency, and (3)) The amount of the share price received by the producer (producer's share) of tofu in the Kamasea Company from the retail price. Research carried out by using case studies. The data obtained consisted of primary and secondary data. The respondents of this study were 25 people consisting of 1 producer, 7 wholesalers and 17 retailers. The results showed that: (1) There was one tofu marketing channel, namely: producers wholesalers retailers consumers, (2) marketing costs Rp 51.64 per item, marketing margin Rp 300.00 per item, and profits marketing Rp. 248.36 per item, and (3) Share of the price received by the producer (Producer's Share) of 40 percent.

Keywords: Marketing, Rounded Tofu, Producer's share

PENDAHULUAN

Pembangunan pertanian mempunyai tujuan untuk meningkatkan hasil dan mutu produksi pertanian, memperluas lapangan pekerjaan, meningkatkan taraf hidup petani, meningkatkan devisa negara serta menunjang kegiatan industri. Kegiatan industri di Indonesia telah berkembang di berbagai usaha baik industri skala rumah tangga, industri kecil, dan industri skala besar. Sektor yang sesuai dengan industri tersebut adalah agroindustri karena didukung oleh sumber daya alam pertanian yang mampu menghasilkan berbagai produk olahan. Agroindustri merupakan suatu sistem pengolahan secara terpadu antara sektor pertanian dengan sektor industri sehingga akan diperoleh nilai tambah dari hasil pertanian tersebut (Saragih, 2004).

Industrialisasi pertanian dikenal dengan nama agroindustri dimana agroindustri dapat menjadi salah satu pilihan strategis dalam menghadapi masalah dalam upaya peningkatan perekonomian masyarakat di perdesaan serta mampu menciptakan kesempatan kerja bagi masyarakat yang hidup di perdesaan. Sektor industri pertanian merupakan suatu sistem pengelolaan secara terpadu antara sektor pertanian dengan sektor industri guna mendapatkan

nilai tambah dari hasil pertanian. Agroindustri merupakan usaha untuk meningkatkan efisiensi sektor pertanian hingga menjadi kegiatan yang sangat produktif melalui proses modernisasi pertanian. Modernisasi di sektor industri dalam skala nasional dapat meningkatkan penerimaan nilai tambah sehingga pendapatan ekspor akan lebih besar (Saragih, 2004).

Menurut Soekartawi (2005), agroindustri adalah perusahaan yang memproses bahan nabati (berasal dari tanaman) atau hewani (yang dihasilkan oleh hewan). Mangunwidjaja dan Sailah (2009) menyatakan bahwa proses yang dilakukan merupakan pengubahan dan pengawetan melalui perlakuan fisik dan kimiawi, pengemasan, penyiapan dan distribusi. Produk agroindustri ini dapat merupakan produk akhir yang siap dikonsumsi atau digunakan oleh manusia ataupun sebagai bahan baku industri lain.

Menurut data dari Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UMKM Kabupaten Ciamis (2018), salah satu agroindustri yang potensial dikembangkan di Kabupaten Ciamis adalah agroindustri tahu bulat karena didukung oleh ketersediaan bahan baku utama yang mudah didapat. Agroindustri tahu bulat telah lama diusahakan dan

terdapat 22 unit usaha tahu bulat yang tersebar di 8 kecamatan dan sebagian besar agroindustri tahu bulat berada di Desa Muktisari Kecamatan Cipaku Kabupaten Ciamis yaitu sebanyak 11 unit. Daftar perusahaan, alamat dan jumlah produksi

dari agroindustri tahu bulat di Desa Muktisari Kecamatan Cipaku Kabupaten Ciamis dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Daftar Perusahaan, Alamat dan Jumlah Produksi Tahu Bulat di Desa Muktisari Kecamatan Cipaku Kabupaten Ciamis Tahun 2018

No	Nama Perusahaan	Alamat	Lama Berdiri (tahun)	Jumlah Produksi (ton/minggu)
1	Putra Galuh	Buniasih	11	4
2	Patrol	Buniasih	12	9
3	Kamasesa	Buniasih	15	8
4	Songkha	Buniasih	14	10
5	Panji Surya	Buniasih	9	3
6	Putra Mandiri	Buniasih	7	2
7	Langgeng jaya	Buniasih	7	3
8	Obama	Warung Jarak	9	4
9	Macakal	Warung Jarak	8	5
10	Asian	Cijoho	12	10
11	Cahaya Dinar	Cijoho	7	6
Jumlah				64

Sumber: Desa Muktisari, 2019

Tabel 1 menunjukkan bahwa perusahaan Kamasesa merupakan perusahaan yang memproduksi tahu bulat paling lama dibandingkan dengan perusahaan lain, yaitu 15 tahun; dan merupakan perusahaan yang pertama kali memproduksi tahu bulat di Kabupaten Ciamis.

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mengetahui: (1) Saluran pemasaran tahu bulat pada Perusahaan Kamasesa di Desa Muktisari Kecamatan Cipaku Kabupaten Ciamis, (2) Besarnya biaya, marjin dan keuntungan pemasaran

tahu bulat pada Perusahaan Kamasesa di Desa Muktisari Kecamatan Cipaku Kabupaten Ciamis, dan (3) Besarnya bagian harga yang diterima produsen (*producer's share*) tahu bulat pada Perusahaan Kamasesa dari harga eceran.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan pada perusahaan tahu bulat Kamasesa di Desa Muktisari Kecamatan Cipaku Kabupaten Ciamis mulai bulan Januari 2019 sampai bulan Mei 2019. Data yang digunakan terdiri atas data primer dan sekunder.

Pengumpulan data primer dilakukan melalui penggunaan metode *interview/* wawancara langsung terhadap responden secara terstruktur. Pengumpulan data sekunder dilakukan melalui studi pustaka dan pencarian data ke dinas/instansi terkait, dalam hal ini ke Disperindagkop dan UMKM Kabupaten Ciamis, dan Kantor Desa Muktisari.

Teknik penarikan sampel perusahaan dalam penelitian ini dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*), yaitu pada perusahaan tahu bulat Kamasesa dengan pertimbangan merupakan perusahaan yang paling lama berdirinya dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan tahu bulat lainnya di Desa Muktisari Kecamatan Cipaku Kabupaten Ciamis. Menurut Sugiyono (2007), *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu yang dipandang dapat memberikan data secara maksimal. Sampel lembaga pemasaran ditentukan dengan menggunakan *snowball sampling*. Menurut Sugiyono (2007), *snowball sampling* adalah teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian membesar. Ibarat bola salju menggelinding yang lama-lama menjadi besar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Saluran Pemasaran Tahu Bulat

Pemasaran tahu bulat pada perusahaan Kamasesa di Desa Muktisari Kecamatan Cipaku Kabupaten Ciamis melalui satu saluran pemasaran, dimana pelaku pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran dari produsen ke tangan konsumen adalah pedagang besar dan pedagang pengecer. Pemasaran tahu bulat di sekitar wilayah Demak, Boyolali, Solo, Bandung, Semarang, Jepara dan Pangandaran. Jumlah tahu bulat yang dipasarkan sebanyak 150.000 butir tahu bulat per hari dalam keadaan mentah.

Marjin, Biaya, dan Keuntungan Pemasaran Tahu bulat

Produsen menjual tahu bulat kepada pedagang besar dengan harga Rp 200,00 per butir dengan cara diantar oleh produsen. Pedagang besar yang memiliki kios menjual kembali tahu bulat Rp 300,00 per butir kepada pedagang pengecer dengan cara diambil sendiri oleh pedagang pengecer, dan pedagang pengecer yang menjualnya secara keliling dengan menggunakan mobil dengan harga Rp 500,00 setelah digoreng.

Marjin yang diperoleh pedagang besar adalah Rp 100,00 per butir, biaya yang dikeluarkan untuk biaya

pengangkutan adalah Rp 3,20 per butir, tanpa menggunakan biaya transportasi karena tahu bulat diantar langsung oleh produsen dan keuntungan yang didapat adalah Rp 96,80 per butir.

Marjin yang diperoleh pedagang pengecer adalah Rp 200,00 per butir, biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer untuk biaya transportasi adalah Rp 11,57 per butir, biaya pengolahan adalah Rp 12,65 per butir, biaya sewa mobil adalah Rp 11,57 per butir, dan untuk biaya kemasan adalah Rp 48,44 per butir, keuntungan yang didapatkan oleh pedagang pengecer adalah Rp 151.56 per butir. Volume beli 150.000 butir yang dijual ke tempat yang berbeda yaitu Demak, Boyolali, Solo, Bandung, Semarang, Jepara, dan Pangandaran. Untuk lebih jelasnya bisa dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Marjin, Biaya dan Keuntungan Pemasaran Tahu bulat pada Perusahaan Kamasesa di Desa Muktisari Kecamatan Cipaku Kabupaten Ciamis

No	Lembaga Pemasaran	Rp/butir
1	Produsen	
	Harga Jual	200,00
2	Pedagang Besar	
	Harga Beli	200,00
	Harga Jual	300,00
	Marjin	100,00
	Biaya:	
	- Pengangkutan	3,20
	Jumlah Biaya	3,20
Keuntungan	96,80	
3	Pedagang Pengecer	
	Harga Beli	300,00
	Harga Jual	500,00
	Marjin	200,00
	Biaya:	
- Transportasi	11,57	

- Pengolahan	12,65
- Sewa mobil	11,57
- Kemasan	12,65
Jumlah Biaya	48,44
Keuntungan	151,56
Marjin Total	300,00
Biaya Total	51,64
Keuntungan Total	248,36

***Producer's Share* atau Persentase Bagian Harga yang Diterima Produsen**

Menurut Angipora (2002), *producer's share* merupakan perbandingan harga yang diterima produsen dengan harga yang dibayarkan konsumen kemudian dikali seratus persen. Untung dan ruginya para produsen tidak ditentukan oleh besar dan kecilnya nilai *producer's share*, tetapi dipengaruhi oleh harga produk dan biaya produksi yang dikeluarkan.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa harga jual tahu bulat di produsen adalah Rp 200,00 per butir, di pedagang besar Rp 300,00 per butir, dan di pedagang pengecer Rp 500,00 per butir; sehingga besarnya *producer's share* adalah 40,00%. Nilai *producer's share* sebesar 40,00% menunjukkan bahwa besarnya bagian harga yang diterima produsen adalah 40 persen dari harga yang dibayarkan oleh konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

- 1) Terdapat satu saluran pemasaran tahu bulat sampai ke tangan konsumen akhir, yaitu: produsen pedagang besar pedagang pengecer konsumen.
- 2) Saluran pemasaran tahu bulat melibatkan dua lembaga pemasaran, yaitu pedagang besar dan pedagang pengecer. Besarnya total margin pemasaran adalah Rp 300,00 per butir dengan total biaya pemasaran Rp 51,64 per butir sehingga total keuntungan pemasaran Rp 248,36 per butir.
- 3) Besarnya bagian harga yang diterima produsen (*producer's share*) pada saluran pemasaran tahu bulat masing-masing adalah 40 persen.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka disarankan perusahaan Tahu Bulat

Kamasesa untuk memperluas jaringan pemasaran produk tahu bulat, misalnya melalui media cetak dan online.

DAFTAR PUSTAKA

- Angipora. 2002. *Dasar-dasar Pemasaran, Edisi Kedua*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Desa Muktisari Kecamatan Cipaku Kabupaten Ciamis. 2019. *Daftar Perusahaan, Alamat dan Jumlah Produksi Tahu Bulat di Desa Muktisari Kecamatan Cipaku Kabupaten Ciamis Tahun 2018*. Ciamis.
- Disperindagkop dan UMKM Kabupaten Ciamis. 2019. *Potensi Industri di Kabupaten Ciamis Tahun 2018*. Ciamis.
- Mangunwidjaja, D. dan Sailah, T. 2009. *Pengantar Teknologi Pertanian*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Saragih, B. 2004. *Membangun Pertanian dalam Perspektif Agrobisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Soekartawi. 2005. *Agroindustri dalam perspektif Sosial Ekonomi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: CV Alfabet.