

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Sejarah UD Tahu Murni Kota Gunungsitoli

UD Tahu Murni didirikan pada tahun 1995 oleh Bapak Ahmad Syahputra, seorang pengusaha lokal yang memiliki visi untuk memperkenalkan produk tahu berkualitas di Kota Gunungsitoli. Pada awalnya, usaha ini dimulai dari skala kecil, dengan produksi tahu yang dilakukan secara manual di sebuah rumah produksi sederhana di daerah perkotaan. Produk tahu yang dihasilkan oleh UD Tahu Murni memiliki cita rasa yang khas, karena menggunakan bahan baku alami dan tanpa bahan pengawet, yang pada waktu itu menarik perhatian masyarakat sekitar.

Dengan meningkatnya permintaan dan popularitas produk tahu yang dihasilkan, pada tahun 2000 UD Tahu Murni memperluas skala produksinya dan mulai memasok produk ke pasar-pasar tradisional di sekitar Kota Gunungsitoli. Selama bertahun-tahun, usaha ini semakin berkembang dan menjadi salah satu pemasok tahu utama di Pulau Nias, berkat komitmennya pada kualitas dan keaslian produk.

Memasuki era modern, UD Tahu Murni terus berinovasi dalam meningkatkan proses produksinya dengan menggunakan peralatan yang lebih modern, namun tetap mempertahankan metode tradisional yang

membuat rasa tahunya tetap terjaga. Usaha ini juga mulai menjalin kerja sama dengan agen distribusi di beberapa wilayah, yang membuat distribusi produk tahu semakin luas, mencakup wilayah Telukdalam dan sekitarnya. Hingga kini, UD Tahu Murni telah menjadi salah satu merek tahu yang dipercaya oleh masyarakat Nias karena kualitasnya yang konsisten, serta terus berupaya untuk berinovasi dalam menghadirkan produk tahu yang sehat dan lezat.

4.1.2 Visi Misi UD Tahu Murni Kota Gunungsitoli

Visi

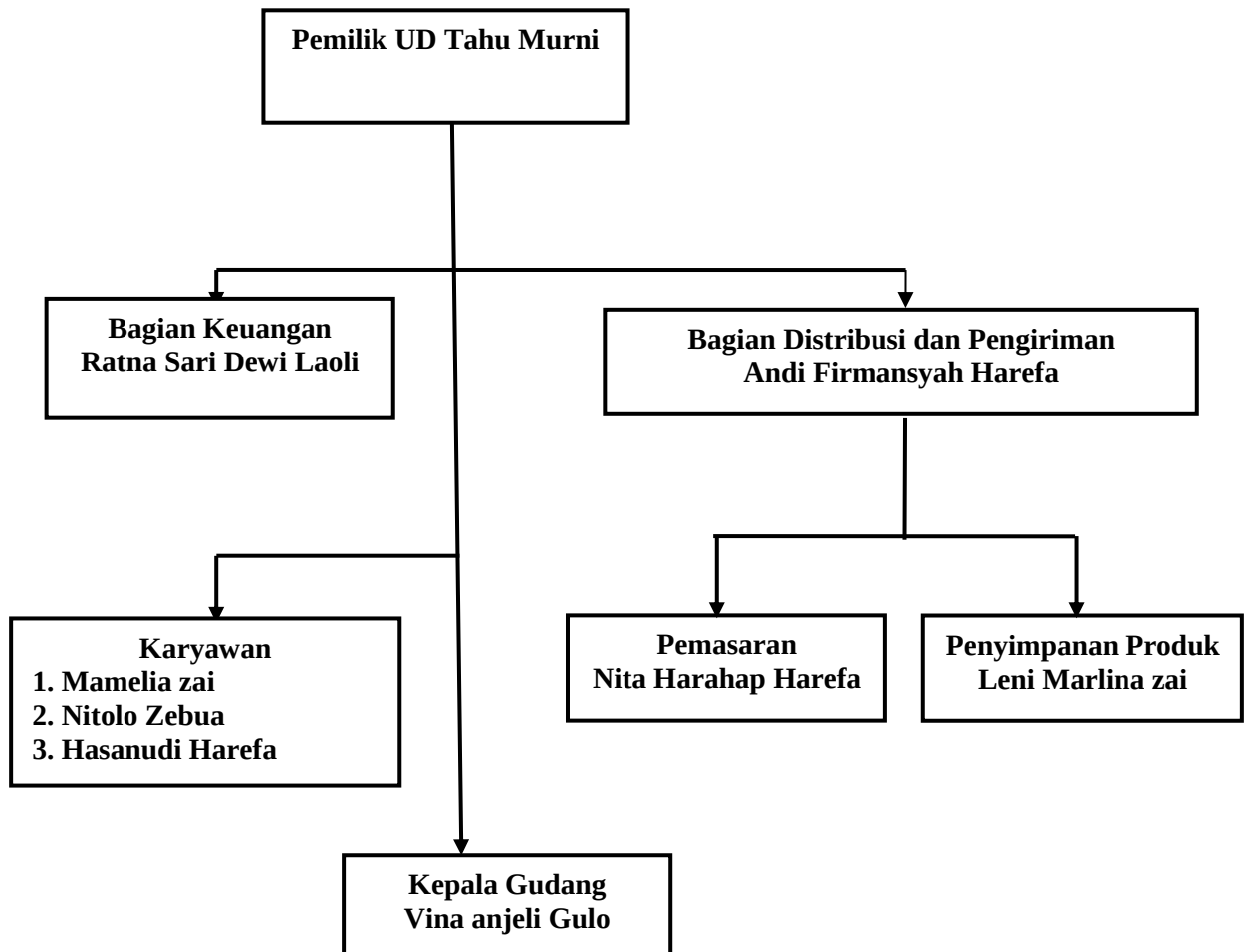
Menjadi produsen tahu terkemuka di Pulau Nias yang dikenal akan kualitas, cita rasa, dan keasliannya, serta berkontribusi dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui produk pangan yang sehat dan bernutrisi.

Misi

1. Menghasilkan produk tahu berkualitas tinggi dengan bahan baku pilihan dan proses produksi yang higienis dan terstandar.
2. Mempertahankan cita rasa asli tahu yang alami tanpa bahan pengawet, sehingga aman dan sehat untuk dikonsumsi oleh masyarakat.
3. Meningkatkan jangkauan pemasaran dengan memperluas jaringan distribusi, baik di dalam maupun luar wilayah Nias.

4. Menciptakan inovasi produk yang beragam sesuai dengan kebutuhan dan selera konsumen, tanpa meninggalkan tradisi dan metode produksi khas.
5. Memberdayakan masyarakat lokal melalui penciptaan lapangan kerja dan pelatihan, guna meningkatkan kemampuan dan kesejahteraan mereka.
6. Mengedepankan layanan yang ramah dan responsif terhadap masukan pelanggan untuk menjaga kepercayaan dan kepuasan konsumen.

4.1.3 Stuktur Organisasi UD Tahu Murni Kota Gunungsitoli



Gambar 4.1 Struktur Organisasi UD Tahu Murni Dikota Gunungsitoli.

4.1.4 Tugas Pokok dan Fungsi Pemilik dan Karyawan UD Tahu Murni Dikota Gunungsitoli.

1. Pemilik UD Tahu Murni

1. Bertanggungjawab dan memimpin UD Tahu Murni Dikota Gunungsitoli
2. Memimpin kegiatan usaha secara keseluruhan.

3. Menetapkan langkah-langkah pokok dalam melaksanakan kebijakan.
4. Melihat laporan stok barang pada UD Tahu Murni .
5. Membaca dan menganalisis laporan bisnis dan menindaklanjutinya
6. Bertanggung jawab atas seluruh kegiatan yang dipimpinnya.

2. Bagian Keuangan

1. Pembukuan Keuangan : Melakukan pencatatan setiap transaksi keuangan harian, termasuk pemasukan dan pengeluaran perusahaan, agar laporan keuangan selalu up-to-date dan transparan.
2. Pengelolaan Kas : Mengelola arus kas masuk dan keluar, memastikan ketersediaan dana untuk operasional sehari-hari, serta menjaga saldo kas yang optimal.
3. Penyusunan Laporan Keuangan : Menyusun laporan keuangan secara berkala, seperti laporan laba rugi, neraca, dan arus kas. Laporan ini penting untuk analisis kinerja keuangan bisnis.
4. Pembayaran Gaji dan Insentif : Mengelola pembayaran gaji karyawan, insentif, dan bonus sesuai kebijakan perusahaan, serta memastikan pembayaran dilakukan tepat waktu.
5. Pengelolaan Hutang dan Piutang : Mengatur dan memonitor hutang yang dimiliki perusahaan serta piutang dari pelanggan

atau mitra bisnis, termasuk penagihan piutang agar kas tetap lancar.

6. Anggaran dan Perencanaan Keuangan : Menyusun anggaran keuangan untuk berbagai kebutuhan perusahaan, mengontrol penggunaan anggaran, serta melakukan evaluasi agar penggunaan dana lebih efisien.

3. Bagian Distribusi dan Pengiriman

1. Pengaturan Distribusi :Mengatur dan memastikan distribusi produk tahu murni berjalan lancar ke seluruh wilayah pemasaran di Kepulauan Nias, termasuk memastikan ketersediaan produk sesuai permintaan pasar.
2. Koordinasi Pengiriman : Mengawasi dan berkoordinasi dengan tim pengiriman untuk memastikan produk dikirim tepat waktu dan dalam kondisi baik, termasuk memilih rute terbaik dan menjaga ketepatan jadwal.
3. Pengelolaan Stok untuk Distribusi : Memantau stok tahu murni yang siap didistribusikan untuk memastikan produk cukup dan kualitas terjaga sebelum sampai ke tangan konsumen.
4. Penanganan Kendala Distribusi : Mengatasi dan menyelesaikan masalah yang terjadi dalam proses distribusi, seperti keterlambatan atau kendala transportasi, agar distribusi tetap efisien.

4. Pemasaran

1. Merespons Kebutuhan Pelanggan

Tugas divisi pemasaran tak hanya sekedar menciptakan strategi dan melaksanakannya, tapi lebih kepada merespons kebutuhan dan keinginan pelanggan. Tugas divisi ini adalah memperhatikan apa yang ada di pasar dan mengidentifikasi masalah yang mungkin dialami pelanggan perusahaan.

Misalnya dengan memberikan informasi tentang produk dan layanan baru. Kemudian meminta umpan balik lewat survei atau wawancara setelah meluncurkan produk atau layanan.

Hasil survei ini berguna untuk membantu memahami perasaan pelanggan tentang produk tersebut. Selain itu, tugas pemasaran adalah menjalin komunikasi dengan klien untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan.

2. Melakukan dan Mengelola Kampanye Pemasaran

Salah satu tugas pemasaran adalah melakukan kampanye pemasaran. Kampanye ini bisa dilakukan dengan cara mempromosikan produk atau layanan baru hingga meningkatkan moral karyawan.

Tim pemasaran bertanggung jawab untuk mengelola berbagai kampanye pemasaran dan inisiatif perusahaan. Manajer pemasaran diharapkan terbiasa dengan semua aspek proses pemasaran mulai dari pengembangan ide melalui riset konsumen hingga peluncuran produk.

3. Mengawasi Vendor dan Agen

Pemasaran juga bertanggung jawab untuk mengawasi pekerjaan vendor dan agen dari luar perusahaan. Sangat penting bagi manajer divisi pemasaran mengawasi pekerjaan vendor sehingga mereka tidak menyimpang dari rencana yang telah disepakati atau gagal memenuhi harapan pelanggan.

4. Memantau dan Mengelola Media Sosial

Salah satu tugas pemasaran adalah mendesain konten media sosial dan mengawasi konten yang diposting di akun medsos perusahaan. Pemasaran dituntut bekerja sama untuk memastikan merek (brand) produk terwakili dengan benar setiap saat.

Media sosial pun bisa dimanfaatkan tim divisi pemasaran untuk mendapatkan umpan balik, komentar, ide dan saran dari pelanggan. Sehingga perusahaan bisa mengetahui bagaimana mereka bisa meningkatkan produk dan layanan mereka sesuai keinginan pelanggan.

5. Mengawasi Tren dan Mengawasi Persaingan

Pemasaran tak melulu soal analisis dan sintesis informasi, tapi juga mengawasi tren dan aktivitas pesaing. Tak hanya itu divisi pemasaran juga harus mampu menganalisis tren

dan aktivitas pesaing, dan memprioritaskan delegasi tugas untuk tim.

6. Memproduksi Materi Pemasaran dan Promosi

Tak kalah penting divisi pemasaran juga bertanggung jawab untuk membuat dan mendistribusikan materi promosi produk dan layanan perusahaan. Pemasaran biasanya juga membuat barang-barang promosi (merchandise) berupa pena, buku catatan, cangkir, dan lainnya dengan logo perusahaan yang bisa digunakan sebagai hadiah atau pameran.

5. Penyimpanan Produk

1. Bertanggung Jawab Atas Bongkar Muat

Aktivitas di penyimpanan produk tidak lepas dari kegiatan bongkar muat. Adapun yang bertanggung jawab atas kegiatan tersebut yaitu bagian staf itu sendiri.

Job desk staf penyimpanan produk meliputi pencatatan dan pengawasan pada setiap barang yang dibongkar muat. Pencatatannya barang berdasarkan pada jumlah, nama, jenis, nama pengirim atau penerima, hingga waktu pengiriman.

2. Menandatangani Surat Penerimaan

Selain melakukan pencatatan dan pengawasan bongkar muat di gudang, staf penyimpanan produk juga bertugas

menandatangani surat penerimaan. Surat penerimaan ini bisa dari produsen, eksportir, dan lain-lain.

Semua proses tentunya harus dilakukan sesuai dengan prosedur yang sudah ditentukan dari Toko. Selain itu, jenis surat yang bisa ditandatangani oleh staf penyimpanan produk hanya yang berkaitan dengan aktivitas di gudang dan jika memang diperlukan saja.

3. Melakukan Pengecekan di Gudang

Satu lagi job desk penyimpanan produk adalah melakukan pengecekan barang di gudang. Dalam hal ini, penyimpanan produk akan memeriksa kualitas dan kuantitas yang di dalam gudang. Mulai dari ruang penyimpanan, pembongkaran, atau ruang lainnya di dalam gudang.

Mereka harus memastikan bahwa tersebut sesuai dengan data yang sudah ada atau belum. Tujuannya juga memastikan kondisi dan jumlah untuk pencatatan dan pelaporan secara berkala.

4. Menyiapkan Pengiriman dan Penyimpanan

Tugas penyimpanan produk lainnya adalah menyiapkan pengiriman dan penyimpanan barang. Mulai dari persiapan alamat tujuan, kelengkapan administrasi, penghitungan barang, packing barang, hingga pengangkutan. Semua ini termasuk dalam kegiatan operasional gudang..

6. Kepala Gudang

1. Membuat perencanaan

Pada setiap planning yang di bahas disini adalah mulai dari perolehan barang, penyimpanan barang hingga pendistribusian barang secara cepat dan kembali kepada konsumen. untuk staff kepala gudang harus membuat planning terlebih dahulu agar pekerjaan tersebut dapat dilakukan dengan benar tanpa adanya kesalahan dan kendala.

2. Menjadi pemimpin

Ini adalah menjadi tugas yang penting, karena memang untuk seorang kepala gudang juga adalah seorang pemimpin untuk karyawan bawahannya. agar menjadi pemimpin yang baik bagi staff dan karyawan, karena ini merupakan hal yang sangat bagus untuk menjadi salah satu contoh dan panutan yang baik bagi staff karyawan yang bekerja dengan kamu.

3. Melakukan hal yang tercatat dalam SOP

Mulai dari pemeriksaan barang, pengecekan barang harus diawasi dengan sangat teliti dan tentunya memakai standart SOP ketika akan melakukan hal tersebut agar tidak melanggar dari aturan yang sudah di rencanakan dan harus dilaksanakan dengan baik sesuai dengan perintah.

4. Tugas Tambahan Kepala Gudang

Memastikan tujuan barang dan barang yang ada lokasi agar sama, di cek kembali setiap akhir bulan. Setiap barang masuk, yang belum ada tujuan pengirimannya, segera di update setelah barang tersusun dengan rapi.

7. Karyawan

1. Menyambut pelanggan yang datang

Tugas pertama karyawan adalah menyambut pelanggan yang datang ke toko. Mereka wajib memasang ekspresi ramah agar pelanggan merasa nyaman ketika memasuki toko maupun kedai. Berikan senyuman dan obrolan yang sopan sehingga toko kamu memiliki kesan yang baik sejak pertama kali pelanggan masuk.

2. Memberi pelayanan terbaik kepada pelanggan

pembeli harus mendapatkan pelayanan terbaik agar mereka merasa dihargai sehingga terdorong untuk membeli produk jualan. serta memberikan pelayanan, karyawan wajib memiliki komunikasi yang baik sehingga bisa melayani berbagai macam jenis pembeli. Selain itu, shopkeeper juga harus paham semua informasi yang berkaitan dengan toko, termasuk soal stok barang maupun promo.

3. Menjawab pertanyaan pelanggan

Terkait tugas di atas, yang tak kalah penting ialah menjawab pertanyaan pelanggan. karyawan wajib bisa menjawab semua

pertanyaan dari pembeli, baik secara langsung maupun melalui media sosial seperti WhatsApp misalnya.

4. Menjaga kebersihan dan keamanan toko

Tugas dan tanggung jawab keempat dari shopkeeper adalah menjaga kebersihan dan keamanan toko. Shopkeeper bertanggung jawab menata kembali barang yang telah dilihat pembeli, menjaga kebersihannya, serta keamanannya. Toko atau kedai yang bersih dan aman tentu menjadi poin positif bagi pembeli.

5. Menyampaikan informasi promo

Membagikan informasi promo juga menjadi tugas dan tanggung jawab karyawan karena bagaimana pun pembeli menyukai hal ini.

4.2 Pembahasan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis saluran distribusi UD Tahu Murni di Kepulauan Nias dalam rangka memperluas jangkauan produk dan memastikan keterjangkauan oleh konsumen lokal. Distribusi produk yang efektif sangat penting untuk mempertahankan kesegaran tahu, mengingat tahu adalah produk yang mudah rusak dan memerlukan penanganan cepat. Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis saluran distribusi produk tahu murni di Kepulauan Nias, dapat disimpulkan bahwa sistem distribusi yang diterapkan saat ini sudah berjalan dengan baik, namun masih terdapat beberapa tantangan yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan efektivitas dan

efisiensi distribusi. Saluran distribusi melibatkan beberapa agen dan pengecer yang berperan penting dalam menyebarkan produk ke berbagai wilayah di Kepulauan Nias, seperti Telukdalam, dan sekitarnya. Namun, kondisi geografis yang terdiri dari banyak pulau, akses transportasi yang terbatas, dan ketergantungan pada cuaca menjadi kendala utama dalam proses distribusi.

Peneliti telah mewawancarai beberapa Informan terkait dengan Analisis Saluran Distribusi Untuk Produk Tahu Murni Di Kepulauan Nias:

Hasil wawancara dengan Pemilik Produk Tahu Murni Bapak Anton Zulkarnain Zebua mengatakan bahwa:

“Iya, UD Tahu Murni di Kepulauan Nias menggunakan tiga saluran distribusi utama, yang Pertama, produk dijual langsung kepada konsumen melalui toko dan pasar tradisional di Kota Gunungsitoli. Kedua, UD Tahu Murni bekerja sama dengan agen distribusi di wilayah Telukdalam dan sekitarnya untuk memperluas jangkauan ke area yang lebih jauh. Ketiga, produk didistribusikan melalui pengecer di pasar-pasar tradisional di seluruh Kepulauan Nias, sehingga konsumen dapat lebih mudah mengakses tahu dalam jumlah kecil. (wawancara pada hari Rabu, 6 November 2024).

Kesimpulannya UD Tahu Murni menggunakan tiga saluran distribusi utama: penjualan langsung di toko dan pasar tradisional, agen di Telukdalam, dan pengecer di pasar seluruh Kepulauan Nias. Konsep ini sesuai teori Kotler (2021:76), bentuk- bentuk strategi pemasaran terdiri dari: Segmentasi Pasar

(Market Segmentation): Memecah pasar ke dalam kelompok-kelompok konsumen yang berbeda dengan kebutuhan dan karakteristik berbeda.

Hasil observasi menunjukkan bahwa UD Tahu Murni di Kepulauan Nias menerapkan beberapa saluran distribusi utama dalam memasarkan produknya. Produk tahu dijual langsung kepada konsumen melalui toko dan pasar tradisional di Kota Gunungsitoli, yang menjadi pusat aktivitas perdagangan di wilayah tersebut. Selain itu, UD Tahu Murni juga menjalin kerja sama dengan agen distribusi yang beroperasi di wilayah Telukdalam dan sekitarnya, sehingga jangkauan pemasaran dapat diperluas hingga ke daerah yang lebih jauh. Produk tahu ini juga tersedia melalui pengecer yang beroperasi di berbagai pasar tradisional di seluruh Kepulauan Nias, sehingga memudahkan konsumen untuk memperoleh tahu dalam jumlah kecil sesuai kebutuhan mereka. Observasi ini menguatkan temuan bahwa distribusi produk tidak hanya bergantung pada satu jalur, melainkan memanfaatkan berbagai jaringan untuk memastikan ketersediaan tahu bagi masyarakat di berbagai lokasi.

Hasil wawancara dengan Distribusi dan Pengiriman Bapak Andi Firmansyah Harefa mengatakan bahwa:

“Iya, perlu diketahui bahwa saluran distribusi langsung ke konsumen dinilai cukup efektif untuk menjangkau pelanggan di sekitar Kota Gunungsitoli, terutama karena konsumen dapat membeli produk dalam kondisi segar, namun terkadang jangkauannya terbatas dan kurang efisien untuk daerah yang lebih jauh hal ini sebenarnya

saluran melalui agen di Telukdalam dan sekitarnya membantu memperluas jangkauan produk ke wilayah yang lebih luas dimana agen lokal mempermudah pendistribusian dan meminimalkan waktu pengiriman, sehingga produk dapat sampai dengan cepat meskipun tantangan transportasi sering kali membuat biaya distribusi meningkat. (wawancara pada hari Rabu, 6 November 2024)”

Kesimpulannya Saluran distribusi langsung efektif untuk pasar lokal, tetapi terbatas untuk wilayah jauh, di mana agen di Telukdalam memperluas jangkauan meski biaya distribusi meningkat. Evaluasi Saluran Distribusi Evaluasi saluran distribusi bertujuan untuk mengukur efektivitas dan efisiensi dari saluran yang digunakan dalam mendistribusikan produk. Konsep ini sesuai teori Kotler dan Keller (2022: 110), evaluasi ini penting dilakukan untuk memastikan bahwa saluran distribusi yang ada masih relevan dan dapat memenuhi kebutuhan pasar secara optimal.

Berdasarkan hasil observasi dalam penelitian ini, ditemukan bahwa saluran distribusi langsung kepada konsumen di Kota Gunungsitoli memiliki efektivitas yang cukup tinggi, terutama dalam memastikan produk dapat dinikmati dalam kondisi segar. Konsumen di wilayah ini cenderung lebih memilih untuk membeli langsung karena kemudahan akses dan kualitas produk yang lebih terjaga. Namun, pendekatan ini memiliki keterbatasan dalam hal jangkauan, terutama untuk wilayah yang lebih jauh dari pusat produksi. Untuk mengatasi keterbatasan tersebut, keberadaan agen di daerah seperti Telukdalam dan sekitarnya memainkan peran penting dalam memperluas cakupan distribusi. Agen lokal berkontribusi dalam

memperlancar proses pendistribusian dengan mengurangi hambatan logistik, memastikan produk dapat sampai ke konsumen lebih cepat. Meskipun demikian, tantangan dalam transportasi tetap menjadi faktor yang perlu diperhatikan, karena kondisi geografis dan infrastruktur di beberapa wilayah sering kali menyebabkan peningkatan biaya distribusi. Dengan adanya jaringan agen ini, distribusi menjadi lebih efisien, meskipun tetap ada tantangan dalam menjaga keseimbangan antara biaya dan kecepatan pengiriman.

Hasil wawancara dengan Pemasaran Ibu Nita Harahap Harefa mengatakan bahwa:

“Iya, persepsi konsumen terhadap saluran distribusi produk Tahu Murni di Kepulauan Nias umumnya positif, terutama terkait ketersediaan produk di pasar tradisional dan toko-toko lokal yang mudah dijangkau di mana konsumen merasa puas dengan kualitas dan kesegaran tahu, terutama ketika dibeli dari pengecer di pasar setempat. Namun, beberapa konsumen di wilayah yang lebih jauh dari pusat distribusi, seperti di daerah pedalaman, mengeluhkan keterbatasan ketersediaan dan kualitas produk yang kadang berkurang akibat perjalanan yang jauh, mereka berharap adanya peningkatan frekuensi distribusi dan penggunaan metode pengiriman yang lebih cepat atau berpendingin agar produk tetap segar hal ini secara keseluruhan, konsumen merasa saluran distribusi sudah baik, tetapi ada ruang untuk peningkatan di aspek aksesibilitas dan ketahanan produk. (wawancara pada hari Rabu, 6 November 2024).”

Kesimpulannya Konsumen umumnya puas dengan ketersediaan dan kesegaran produk, namun di daerah jauh mengeluhkan kualitas yang menurun dan menginginkan distribusi lebih sering dengan pengiriman berpendingin. Saluran distribusi adalah jalur yang dilalui oleh produk dari produsen ke konsumen. Berdasarkan pendapat beberapa ahli, saluran distribusi dapat diartikan sebagai jaringan lembaga yang bertanggung jawab untuk menyalurkan produk dan status kepemilikannya dari produsen ke konsumen akhir konsep ini sesuai (Ettel, 2021). Saluran distribusi penting dalam menghubungkan produsen dengan konsumen dan memfasilitasi kelancaran arus barang secara fisik dan non-fisik.

Berdasarkan hasil observasi dalam penelitian ini, persepsi konsumen terhadap saluran distribusi produk Tahu Murni di Kepulauan Nias umumnya menunjukkan respons yang positif. Produk ini tersedia di pasar tradisional dan toko-toko lokal, sehingga memudahkan konsumen dalam memperoleh tahu segar dengan kualitas yang memadai. Konsumen yang membeli langsung dari pengecer di pasar setempat merasa puas dengan kesegaran dan kualitas produk yang diterima. Namun, dalam observasi lebih lanjut, ditemukan bahwa terdapat kendala di beberapa wilayah yang lebih jauh dari pusat distribusi, khususnya di daerah pedalaman. Konsumen di daerah ini mengeluhkan keterbatasan ketersediaan produk serta penurunan kualitas tahu akibat perjalanan distribusi yang cukup jauh. Beberapa konsumen berharap adanya peningkatan frekuensi distribusi serta penggunaan metode pengiriman yang lebih cepat atau dengan fasilitas berpendingin agar produk tetap dalam kondisi segar saat sampai ke tangan mereka. Secara keseluruhan, hasil

observasi menunjukkan bahwa meskipun saluran distribusi produk Tahu Murni sudah berjalan dengan baik dan memenuhi kebutuhan konsumen di sebagian besar wilayah, masih terdapat ruang untuk perbaikan dalam aspek aksesibilitas dan ketahanan produk selama proses distribusi.

Hasil wawancara dengan Penyimpanan Produk Ibu Leni Marlina zai mengatakan bahwa:

“iya, tantangan utama yang dihadapi oleh pelaku usaha dalam menggunakan saluran distribusi untuk produk tahu murni di Kepulauan Nias antara lain terbatasnya infrastruktur jalan, terutama di daerah pedalaman, yang menyebabkan pengiriman produk menjadi lambat dan biaya distribusi tinggi, Selain itu, cuaca buruk dan ketergantungan pada transportasi laut juga memperlambat distribusi kemudian lagi keterbatasan dalam sistem pendinginan selama pengiriman membuat kesegaran tahu mudah terpengaruh, sementara tingginya permintaan di pasar yang jauh menambah tekanan pada saluran distribusi yang ada. (wawancara pada hari Rabu, 6 November 2024).

Kesimpulannya Tantangan utama adalah infrastruktur jalan yang buruk, cuaca buruk, ketergantungan pada transportasi laut, dan kurangnya sistem pendinginan yang mempengaruhi kesegaran produk. Konsep ini sesuai teori menurut Warren J. Keegan (2022 : 23), menerangkan bahwa saluran distribusi sebagai organisasi jaringan kerja yang terdiri dari agensi dan lembaga yang bersama-sama melakukan semua kegiatan yang diperlukan

untuk menghubungkan produsen dengan pemakai untuk menyelesaikan tugas pemasaran.

Berdasarkan hasil observasi penelitian, ditemukan bahwa para pelaku usaha menghadapi berbagai tantangan dalam mendistribusikan produk tahu murni di Kepulauan Nias. Salah satu kendala utama yang diidentifikasi adalah keterbatasan infrastruktur jalan, terutama di wilayah pedalaman. Kondisi jalan yang kurang memadai menyebabkan proses pengiriman menjadi lambat dan berdampak pada meningkatnya biaya distribusi. Selain itu, faktor cuaca turut menjadi hambatan yang signifikan. Curah hujan yang tinggi serta kondisi laut yang tidak menentu sering kali menghambat transportasi, terutama bagi distributor yang bergantung pada jalur laut untuk mengirimkan produk mereka ke berbagai daerah. Ketergantungan pada transportasi laut ini membuat distribusi menjadi tidak menentu dan terkadang mengalami keterlambatan yang cukup panjang.

Kendala lain yang diamati adalah terbatasnya sistem pendinginan selama proses distribusi. Tahu sebagai produk yang mudah rusak membutuhkan penanganan khusus agar tetap segar saat sampai di tangan konsumen. Namun, kurangnya fasilitas pendinginan menyebabkan produk lebih cepat mengalami penurunan kualitas. Hal ini menjadi tantangan besar bagi para pelaku usaha dalam menjaga standar mutu produk mereka. Di sisi lain, tingginya permintaan di pasar yang lebih jauh semakin menambah tekanan terhadap sistem distribusi yang ada. Dengan kondisi infrastruktur dan transportasi yang terbatas, pelaku usaha harus berupaya keras untuk memenuhi kebutuhan pasar sambil tetap mempertahankan kualitas produk.

Semua faktor ini menunjukkan bahwa distribusi tahu murni di Kepulauan Nias masih menghadapi berbagai hambatan yang perlu mendapatkan perhatian lebih lanjut untuk meningkatkan efisiensi dan keberlanjutannya.

Hasil wawancara dengan Kepala Gudang Ibu Vina anjeli Gulo mengatakan bahwa:

“Iya, proses distribusi produk Tahu Murni dimulai dari produsen yang memproduksi tahu di fasilitas produksi kemudian setelah diproduksi, produk langsung dikemas dengan standar kebersihan yang tinggi. Tahu kemudian didistribusikan melalui agen distribusi yang ada di wilayah sekitar, seperti Telukdalam, menggunakan kendaraan yang sesuai kemudian agen tersebut menjual tahu kepada pengecer di pasar atau toko-toko lokal kemudian lagi pengecer lalu menjual tahu kepada konsumen akhir artinya sepanjang proses ini, penting untuk memastikan bahwa pengiriman dilakukan dengan cepat untuk menjaga kesegaran tahu, mengingat produk ini mudah rusak. (wawancara pada hari Rabu, 6 November 2024).”

Kesimpulannya Proses distribusi dimulai dari produksi dan pengepakan, diikuti oleh pengiriman melalui agen dan pengecer, dengan pentingnya pengiriman cepat untuk menjaga kesegaran produk. Adanya saluran distribusi yang tepat akan berpengaruh pada minat beli konsumen, hal tersebut diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan (Nurlina & Sasari, 2022 :23), hal ini distribusi yang efisien dan efektif sangat penting dalam

industri makanan, khususnya produk tahu murni yang bersifat mudah rusak dan memerlukan penanganan khusus.

Berdasarkan hasil observasi penelitian, proses distribusi produk Tahu Murni diawali dari tahap produksi yang dilakukan di fasilitas khusus. Setelah tahu diproses, produk segera dikemas dengan standar kebersihan yang tinggi untuk menjaga kualitasnya. Proses pengemasan ini dilakukan dengan cepat karena tahu merupakan produk yang mudah rusak jika tidak ditangani dengan baik. Setelah dikemas, tahu kemudian didistribusikan melalui agen-agen yang tersebar di berbagai wilayah, termasuk di Telukdalam. Distribusi dilakukan menggunakan kendaraan yang sesuai untuk memastikan tahu tetap dalam kondisi baik selama perjalanan. Agen-agen ini berperan penting dalam menyalurkan produk ke pengecer yang berada di pasar tradisional maupun toko-toko lokal. Pengecer selanjutnya menjual tahu langsung kepada konsumen akhir. Sepanjang rantai distribusi ini, faktor kecepatan pengiriman menjadi hal utama yang diperhatikan, mengingat tahu memiliki sifat mudah rusak dan perlu dikonsumsi dalam waktu yang relatif singkat. Oleh karena itu, semua pihak yang terlibat dalam distribusi berupaya memastikan bahwa produk sampai ke tangan konsumen dalam kondisi segar dan layak konsumsi.

Hasil wawancara dengan Karyawan Ibu Mamelia zai mengatakan bahwa:

“Iya, agen yang terlibat dalam distribusi produk Tahu Murni di Kepulauan Nias melibatkan pihak-pihak seperti pengecer lokal di pasar tradisional, agen distribusi daerah Telukdalam, dan toko-toko

kelontong di kota artinya pengecer di pasar bertanggung jawab menjual produk secara langsung kepada konsumen, sementara agen distribusi di Telukdalam membantu menjangkau wilayah-wilayah luar Gunungsitoli, memastikan produk tersedia di tempat yang lebih jauh dimana toko-toko kelontong menjadi titik penjualan tambahan, menyebarkan produk tahu ke konsumen di area lebih kecil, menjangkau rumah tangga yang membutuhkan produk dalam jumlah terbatas artinya disini setiap pihak berperan penting dalam memperluas jaringan distribusi dan memastikan produk sampai ke konsumen dengan kualitas yang baik. (wawancara pada hari Rabu, 6 November 2024).”

Kesimpulannya Agen distribusi dan pengecer berperan penting dalam menyebarkan produk, menjangkau wilayah lebih luas, dan memastikan kualitas tetap terjaga. Konsep ini sesuai dengan teori Warren J. Keegan (2022 : 23), menerangkan bahwa saluran distribusi sebagai organisasi jaringan kerja yang terdiri dari agensi dan lembaga yang bersama-sama melakukan semua kegiatan yang diperlukan untuk menghubungkan produsen dengan pemakai untuk menyelesaikan tugas pemasaran.

Hasil observasi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa distribusi produk Tahu Murni di Kepulauan Nias melibatkan berbagai pihak yang memiliki peran penting dalam menjaga kelancaran rantai pasok. Pengecer lokal di pasar tradisional berperan sebagai titik akhir dalam distribusi, langsung menjual produk kepada konsumen. Keberadaan mereka memastikan bahwa tahu dapat dengan mudah diakses oleh masyarakat, terutama di pusat-

pusat perdagangan yang ramai. Selain itu, agen distribusi di Telukdalam memiliki peran strategis dalam memperluas jangkauan produk ke wilayah-wilayah di luar Gunungsitoli. Dengan adanya agen ini, produk Tahu Murni dapat mencapai daerah yang lebih jauh, memungkinkan distribusi yang lebih luas dan merata. Agen ini juga membantu menjaga ketersediaan produk di berbagai titik penjualan sehingga tidak terjadi kelangkaan di pasar.

Toko-toko kelontong turut menjadi bagian dari jaringan distribusi dengan berfungsi sebagai titik penjualan tambahan. Keberadaan toko-toko ini sangat penting dalam memastikan produk dapat diakses oleh konsumen dalam skala lebih kecil, seperti rumah tangga yang membutuhkan tahu dalam jumlah terbatas. Dengan adanya distribusi yang menyebar hingga ke toko-toko kelontong, konsumen yang berada di lingkungan perumahan atau desa tetap dapat memperoleh produk dengan mudah tanpa harus pergi ke pasar tradisional. Dari hasil observasi ini, dapat disimpulkan bahwa setiap pihak dalam rantai distribusi memiliki peran yang saling melengkapi. Keberadaan pengecer, agen distribusi, dan toko kelontong menciptakan jaringan distribusi yang luas, memastikan bahwa produk Tahu Murni tetap terjaga kualitasnya dan dapat menjangkau berbagai lapisan masyarakat di Kepulauan Nias.

Hasil wawancara dengan Karyawan Bapak Nitolo Zebua mengatakan bahwa:

“Iya, strategi yang dilakukan untuk memperluas jangkauan distribusi di Kepulauan Nias meliputi peningkatan kualitas produk dan konsistensi pengiriman tepat waktu artinya untuk menarik lebih

banyak agen atau pengecer, UD Tahu Murni menawarkan harga yang kompetitif dan margin keuntungan yang menarik, serta memberikan dukungan promosi dan pemasaran. Selain itu, perusahaan membangun hubungan yang kuat dengan agen dan pengecer melalui komunikasi yang baik dan pelayanan purna jual yang memadai, upaya peningkatan efisiensi logistik, seperti pengiriman dengan kendaraan berpendingin, juga memastikan produk tetap dalam kondisi baik sampai ke konsumen. (wawancara pada hari Rabu, 6 November 2024).

Kesimpulannya Strategi termasuk peningkatan kualitas produk, harga kompetitif, promosi, hubungan yang baik dengan agen, dan efisiensi logistik melalui kendaraan berpendingin. Konsep ini sesuai dengan teori Oentoro (2021:22), menyebutkan bahwa ada beberapa metode-metode distribusi yaitu: Strategi yang digunakan untuk menempatkan produk dagangannya pada banyak retailer atau pengecer serta distributor serta distributor di berbagai tempat, teknik ini sangat cocok digunakan untuk produk kebutuhan sehari-hari.

Berdasarkan hasil observasi penelitian, strategi yang diterapkan oleh UD Tahu Murni dalam memperluas jangkauan distribusi di Kepulauan Nias berfokus pada beberapa aspek utama. Salah satu yang menjadi perhatian utama adalah peningkatan kualitas produk serta menjaga konsistensi dalam pengiriman agar selalu tepat waktu. Hal ini dilakukan untuk memastikan produk tetap dalam kondisi terbaik saat sampai ke tangan konsumen. Untuk menarik lebih banyak agen dan pengecer, perusahaan menawarkan harga

yang kompetitif dengan margin keuntungan yang menarik. Selain itu, dukungan promosi dan pemasaran turut diberikan agar produk semakin dikenal di pasaran. Dalam membangun jaringan distribusi yang lebih luas, UD Tahu Murni juga menekankan pentingnya hubungan yang baik dengan para agen dan pengecer. Komunikasi yang efektif serta pelayanan purna jual yang memadai menjadi bagian dari upaya ini guna meningkatkan loyalitas mitra bisnis mereka.

Dari segi logistik, efisiensi terus diupayakan agar proses distribusi berjalan dengan optimal. Salah satu langkah yang diterapkan adalah penggunaan kendaraan berpendingin dalam pengiriman, yang bertujuan untuk menjaga kualitas tahu hingga sampai ke tujuan. Dengan strategi yang menyeluruh ini, perusahaan berusaha memastikan bahwa produk tetap memiliki daya saing di pasar Kepulauan Nias serta mampu menjangkau lebih banyak konsumen.

Hasil wawancara dengan Karyawan Ibu Hasanudi Harefa mengatakan bahwa:

“Iya, mekanisme pemesanan dan pengiriman produk tahu kepada agen atau pengecer dilakukan melalui komunikasi langsung, baik via telepon atau pesan teks, dengan agen atau pengecer yang sudah terdaftar, setelah pesanan diterima, produk tahu diproduksi dan dikemas dengan hati-hati untuk menjaga kesegarannya, kemudian pengiriman dilakukan secara terjadwal menggunakan kendaraan pengantar yang mengantarkan produk ke titik distribusi. Kemudian

Perbedaan terjadi di wilayah distribusi, seperti di daerah Telukdalam, yang memerlukan pengiriman dengan lebih banyak pertimbangan terkait akses jalan dan waktu tempuh, sementara di wilayah pusat seperti Gunungsitoli, pengiriman lebih cepat dan lebih terjangkau. (wawancara pada hari Kamis, 7 November 2024).

Kesimpulannya Pemesanan dilakukan melalui komunikasi langsung, dengan pengiriman yang terjadwal dan perhatian khusus pada akses jalan di daerah tertentu. Konsep ini sesuai teori Charles Lamb (2021:56), faktor-faktor yang mempengaruhi dalam pemilihan saluran distribusi dikelompokkan sebagai berikut : Produk yang lebih kompleks dibuat khusus dan mahal cenderung mendapatkan manfaat dari saluran pemasaran yang lebih pendek.

Berdasarkan hasil observasi penelitian, mekanisme pemesanan dan pengiriman produk tahu kepada agen atau pengecer dilakukan secara langsung melalui komunikasi via telepon atau pesan teks. Agen atau pengecer yang telah terdaftar akan mengajukan pesanan, kemudian pihak produsen segera memproses produksi dan pengemasan dengan cermat untuk menjaga kesegaran produk. Setelah itu, pengiriman dilakukan secara terjadwal menggunakan kendaraan pengantar yang telah ditentukan untuk mengantarkan produk ke berbagai titik distribusi. Perbedaan dalam proses distribusi terlihat jelas di beberapa wilayah. Di daerah Telukdalam, pengiriman memerlukan pertimbangan lebih lanjut terkait akses jalan yang lebih menantang dan waktu tempuh yang lebih lama, sehingga diperlukan perencanaan yang lebih matang. Sementara itu, untuk wilayah pusat seperti Gunungsitoli, proses distribusi dapat dilakukan dengan lebih cepat dan biaya

yang lebih terjangkau karena akses jalan yang lebih baik dan jarak yang relatif lebih dekat dari lokasi produksi.

Hasil wawancara dengan Pemilik Produk Tahu Murni Bapak Anton Zulkarnain Zebua mengatakan bahwa:

“Iya, kendala yang sering dihadapi dalam proses distribusi ke wilayah-wilayah di Nias, terutama di daerah yang lebih jauh seperti Telukdalam, meliputi infrastruktur jalan yang buruk, terutama saat musim hujan, yang menyebabkan keterlambatan pengiriman, selain itu, terbatasnya kendaraan angkutan yang dapat menjangkau daerah terpencil dan kurangnya fasilitas penyimpanan yang memadai untuk produk yang mudah rusak seperti tahu juga menjadi tantangan kemudian biaya transportasi yang tinggi dan tidak teratur dalam pengiriman barang juga memperburuk masalah distribusi ini. (wawancara pada hari Kamis, 7 November 2024).”

Kesimpulannya Kendala utama adalah infrastruktur jalan yang buruk, terbatasnya kendaraan angkutan, kurangnya fasilitas penyimpanan, dan biaya transportasi tinggi. Strategi ini mencakup segmentasi pasar, targetting, dan positioning, yang dirancang untuk meningkatkan penjualan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan (Kotler dan Armstrong, 2022:72).

Berdasarkan hasil observasi penelitian, ditemukan bahwa proses distribusi produk tahu murni di Kepulauan Nias, khususnya ke daerah-daerah yang lebih jauh seperti Telukdalam, menghadapi berbagai kendala yang cukup signifikan. Salah satu tantangan utama adalah kondisi infrastruktur

jalan yang kurang memadai, terutama saat musim hujan. Jalan yang rusak dan berlumpur sering kali menghambat kelancaran pengiriman, menyebabkan keterlambatan barang sampai ke tujuan. Selain itu, keterbatasan kendaraan angkutan yang mampu menjangkau daerah-daerah terpencil juga menjadi kendala tersendiri. Minimnya akses transportasi ini berdampak pada tidak lancarnya distribusi, terutama untuk produk yang memiliki daya tahan terbatas seperti tahu. Ketiadaan fasilitas penyimpanan yang memadai di beberapa titik distribusi semakin memperparah situasi, karena tahu merupakan produk yang mudah rusak dan memerlukan penanganan khusus agar tetap dalam kondisi baik saat sampai ke konsumen.

Faktor lain yang turut memperburuk kondisi distribusi adalah biaya transportasi yang cukup tinggi. Pengiriman barang ke wilayah-wilayah tertentu sering kali tidak teratur akibat tingginya ongkos operasional serta fluktuasi harga bahan bakar dan jasa angkutan. Ketidakteraturan ini berpotensi mengganggu ketersediaan stok di pasar, sehingga konsumen di daerah terpencil kesulitan mendapatkan produk dalam kondisi segar dan tepat waktu. Secara keseluruhan, permasalahan infrastruktur, transportasi, dan biaya distribusi yang tinggi menjadi hambatan utama dalam penyaluran produk tahu murni ke berbagai wilayah di Kepulauan Nias. Kondisi ini menunjukkan perlunya upaya perbaikan baik dalam aspek sarana transportasi maupun pengelolaan sistem distribusi agar produk dapat tersalurkan dengan lebih efisien dan merata.

Hasil wawancara dengan Keuangan Ibu Ratna Sari Dewi Laoli mengatakan bahwa:

“Iya, untuk memastikan produk Tahu Murni selalu tersedia di setiap titik penjualan, kami melakukan pengelolaan stok yang efisien dan menjalin komunikasi rutin dengan agen dan pengecer kemudian kami memonitor permintaan di setiap pasar dan memastikan pengiriman tepat waktu. Selain itu, kami bekerja sama dengan agen distribusi untuk menjamin pasokan yang konsisten dan menjaga ketersediaan produk di toko-toko lokal dan pasar. Sistem pemesanan yang terorganisir juga membantu meminimalisir kekosongan stok. (wawancara pada hari Kamis, 7 November 2024).”

Kesimpulannya Pengelolaan stok efisien melalui komunikasi rutin dengan agen dan pengecer, serta pemantauan permintaan dan pengiriman tepat waktu. Saluran distribusi berfungsi sebagai jembatan antara produsen dan konsumen. Konsep ini sesuai dengan definisi saluran distribusi menurut para ahli seperti Michael J. Etzel (2021), Suhardi Sigit (2021), dan Basu Swastha D.H (2021) mencakup serangkaian lembaga yang terlibat dalam proses menyalurkan produk dari produsen hingga sampai ke konsumen akhir. Saluran distribusi memiliki dua aspek utama: fisik dan non-fisik.

Berdasarkan hasil observasi penelitian, dapat ditemukan bahwa strategi distribusi produk Tahu Murni dilakukan dengan pendekatan yang terorganisir dan efisien. Pengelolaan stok menjadi perhatian utama dalam memastikan ketersediaan produk di setiap titik penjualan. Untuk itu, komunikasi yang rutin dengan agen dan pengecer terus dijalin guna memonitor permintaan pasar dan menyesuaikan pengiriman agar tetap tepat waktu. Selain itu, kerja sama dengan agen distribusi menjadi faktor penting

dalam menjamin pasokan yang konsisten. Dengan sistem pemesanan yang terorganisir, kekosongan stok dapat diminimalisir sehingga produk selalu tersedia di toko-toko lokal maupun pasar. Upaya ini menunjukkan bahwa distribusi produk tidak hanya bergantung pada ketersediaan barang, tetapi juga pada koordinasi yang baik antara produsen, agen, dan pengecer dalam menjaga kelancaran pasokan.

Hasil wawancara dengan Distribusi dan Pengiriman Bapak Andi Firmansyah Harefa mengatakan bahwa:

“Iya, pernah terjadi beberapa kali di beberapa lokasi, terutama di pasar-pasar yang jauh dari pusat produksi, kadang-kadang permintaan tiba-tiba meningkat, dan distribusi tidak dapat mengejar kebutuhan, sehingga produk tahu murni habis di tempat-tempat tertentu, seperti di Telukdalam atau daerah pedesaan yang akses distribusinya terbatas hal ini kami selalu berusaha untuk meminimalisir hal tersebut dengan meningkatkan frekuensi pengiriman dan menjalin komunikasi yang lebih baik dengan agen distribusi. (wawancara pada hari Kamis, 7 November 2024).”

Kesimpulannya Kekosongan stok kadang terjadi karena lonjakan permintaan, terutama di daerah jauh, namun upaya peningkatan frekuensi pengiriman sedang dilakukan, Konsep ini sesuai teori Michael J. Etzel (2021) mengartikan saluran distribusi sebagai serangkaian lembaga yang melakukan kegiatan untuk menyalurkan produk dari produsen ke konsumen akhir atau pemakai.

Berdasarkan hasil observasi penelitian, ditemukan bahwa distribusi produk tahu murni di beberapa lokasi masih menghadapi kendala, terutama di pasar-pasar yang berlokasi jauh dari pusat produksi. Salah satu tantangan utama yang sering terjadi adalah ketidakseimbangan antara permintaan dan pasokan, terutama ketika terjadi lonjakan permintaan secara tiba-tiba. Dalam beberapa kasus, seperti di wilayah Telukdalam dan daerah pedesaan dengan akses distribusi yang terbatas, stok produk tahu murni sering kali habis sebelum permintaan dapat terpenuhi sepenuhnya. Fenomena ini menunjukkan bahwa distribusi produk masih memerlukan penyesuaian agar lebih responsif terhadap fluktuasi pasar. Untuk mengatasi kendala tersebut, pihak distributor telah berupaya meningkatkan frekuensi pengiriman ke daerah-daerah yang sering mengalami kekurangan stok. Selain itu, komunikasi dengan para agen distribusi juga diperkuat agar informasi mengenai kebutuhan pasar dapat diterima lebih cepat dan langkah-langkah strategis dapat segera diambil. Upaya ini diharapkan mampu meminimalisir kejadian serupa di masa mendatang serta memastikan ketersediaan produk tahu murni di seluruh wilayah pemasaran.

Hasil wawancara dengan Distribusi dan Pengiriman Bapak Andi Firmansyah Harefa mengatakan bahwa:

“Iya, kami melakukan pengecekan stok setiap minggu di setiap titik distribusi untuk memastikan ketersediaan produk dan menghindari kekosongan di pasar, pengecekan ini juga membantu kami mengidentifikasi masalah distribusi lebih cepat dan melakukan

penyesuaian jika diperlukan. (wawancara pada hari Kamis, 7 November 2024)."

Kesimpulannya Pengecekan stok rutin dilakukan setiap minggu untuk memastikan ketersediaan produk dan mendeteksi masalah distribusi, Konsep ini sesuai teori uhardi Sigit (2021) menekankan bahwa saluran distribusi adalah perantara-perantara antara penjual dan pembeli yang digunakan dalam pemindahan barang.

Berdasarkan hasil observasi dalam penelitian ini, ditemukan bahwa pengecekan stok dilakukan secara rutin setiap minggu di setiap titik distribusi. Hal ini bertujuan untuk memastikan ketersediaan produk agar tidak terjadi kekosongan di pasar. Selain itu, pengecekan berkala ini juga menjadi langkah strategis dalam mengidentifikasi permasalahan distribusi lebih cepat, sehingga pihak yang bertanggung jawab dapat segera melakukan penyesuaian jika diperlukan. Dalam praktiknya, kegiatan ini menjadi bagian penting dalam menjaga kelancaran alur distribusi serta memastikan bahwa kebutuhan pasar tetap terpenuhi.

Hasil wawancara dengan Pemasaran Ibu Nita Harahap Harefa mengatakan bahwa:

"Iya, UD Tahu Murni menggunakan sistem manual untuk memantau ketersediaan produk, di mana staf gudang melakukan pencatatan harian terhadap stok bahan baku dan produk jadi. Selain itu, pengelola juga mengandalkan komunikasi rutin antara manajer produksi dan distribusi untuk memastikan ketersediaan produk cukup

dan menghindari kehabisan stok di pasar artinya sistem ini efektif dalam skala kecil, meskipun ada rencana untuk beralih ke sistem berbasis software di masa depan guna meningkatkan efisiensi dan akurasi. (wawancara pada hari Kamis, 7 November 2024).”

Kesimpulannya UD Tahu Murni menggunakan sistem manual untuk memantau stok, dengan rencana untuk beralih ke sistem berbasis software di masa depan. Konsep ini sesuai teori uhardi Sigit (2021) Basu Swastha D.H (2021) mengartikan saluran distribusi sebagai jalur yang dilalui arus barang dari produsen ke perantara dan akhirnya sampai ke konsumen.

Berdasarkan hasil observasi di lapangan, UD Tahu Murni masih mengandalkan sistem manual dalam memantau ketersediaan produk. Proses pencatatan dilakukan secara harian oleh staf gudang yang bertanggung jawab mencatat stok bahan baku serta produk jadi. Selain itu, koordinasi antara manajer produksi dan distribusi juga menjadi faktor penting dalam menjaga kelancaran pasokan produk di pasar. Komunikasi rutin antara kedua pihak dilakukan untuk memastikan ketersediaan produk tetap terjaga dan mencegah terjadinya kehabisan stok. Sistem ini terbukti cukup efektif dalam skala usaha kecil, meskipun memiliki keterbatasan dalam hal kecepatan dan akurasi pencatatan. Oleh karena itu, pengelola UD Tahu Murni memiliki rencana untuk mengadopsi sistem berbasis software di masa mendatang guna meningkatkan efisiensi dan akurasi dalam pengelolaan stok.

Hasil wawancara dengan Penyimpanan Produk Ibu Leni Marlina zai mengatakan bahwa:

“Iya, jangkauan distribusi produk Tahu Murni saat ini mencakup Kota Gunungsitoli dan beberapa daerah sekitar seperti Telukdalam dan pasar-pasar tradisional di wilayah Kepulauan Nias, produk dipasok melalui agen lokal dan pengecer yang membantu memperluas akses ke konsumen di wilayah tersebut. (wawancara pada hari Jumat, 8 November 2024).”

Kesimpulannya Jangkauan distribusi mencakup Gunungsitoli, Telukdalam, dan pasar tradisional di Kepulauan Nias melalui agen lokal dan pengecer, Konsep ini sesuai dengan teori Zikmund dan Babin (2022) menyebutkan saluran distribusi sebagai jaringan institusi yang saling bergantung untuk melaksanakan fungsi logistik demi memenuhi kebutuhan konsumsi.

Hasil observasi menunjukkan bahwa distribusi produk Tahu Murni telah menjangkau berbagai wilayah di Kepulauan Nias, dengan fokus utama di Kota Gunungsitoli serta daerah sekitarnya seperti Telukdalam dan sejumlah pasar tradisional. Distribusi ini dilakukan melalui jaringan agen lokal dan pengecer yang berperan dalam memperluas akses produk ke konsumen. Keberadaan agen-agen tersebut mempermudah penyaluran produk ke berbagai titik penjualan, memastikan ketersediaan di pasar yang lebih luas. Selain itu, sistem distribusi yang diterapkan juga memungkinkan produk tetap segar saat sampai ke tangan konsumen, mengingat tahu merupakan produk yang memiliki daya tahan terbatas. Observasi ini mengonfirmasi bahwa strategi distribusi yang diterapkan cukup efektif dalam menjangkau pasar

yang lebih luas, meskipun masih terdapat tantangan dalam hal efisiensi rantai pasokan dan keberlanjutan distribusi ke daerah yang lebih jauh.

Hasil wawancara dengan Kepala Gudang Ibu Vina anjeli Gulo mengatakan bahwa:

“Iya, tantangan utama yang kami hadapi dalam memperluas jangkauan distribusi ke wilayah yang lebih luas adalah masalah infrastruktur yang kurang memadai, terutama akses jalan yang terbatas di beberapa daerah, Selain itu, waktu pengiriman yang panjang bisa mempengaruhi kesegaran produk, mengingat tahu adalah produk yang mudah rusak kemudian juga biaya distribusi yang tinggi juga menjadi kendala, terutama untuk daerah yang jauh dari pusat produksi. (wawancara pada hari Jumat, 8 November 2024)”.

Kesimpulannya Jangkauan distribusi mencakup Gunungsitoli, Telukdalam, dan pasar Tantangan dalam memperluas distribusi termasuk masalah infrastruktur, waktu pengiriman yang mempengaruhi kesegaran produk, dan biaya distribusi yang tinggi, Konsep ini sesuai dengan teori Tjiptono (2022) menyatakan bahwa saluran distribusi terdiri dari serangkaian partisipan yang melakukan fungsi yang diperlukan untuk menyampaikan produk dari penjual ke pembeli akhir.

Dalam hasil observasi penelitian terkait distribusi produk tahu murni di Kepulauan Nias, ditemukan bahwa salah satu tantangan utama dalam memperluas jangkauan distribusi adalah keterbatasan infrastruktur. Akses

jalan yang masih kurang memadai di beberapa daerah menjadi kendala utama dalam pendistribusian, terutama ke wilayah-wilayah yang lebih terpencil. Kondisi ini menyebabkan proses pengiriman memerlukan waktu yang lebih lama, yang berpotensi mempengaruhi kualitas dan kesegaran tahu sebagai produk yang mudah rusak. Selain hambatan infrastruktur, faktor lain yang menjadi tantangan dalam distribusi adalah biaya pengiriman yang tinggi, terutama untuk daerah yang jauh dari pusat produksi. Biaya distribusi yang besar ini disebabkan oleh berbagai faktor, seperti jarak tempuh yang jauh, kebutuhan alat transportasi khusus, serta biaya tambahan untuk menjaga kualitas produk selama perjalanan. Semua hambatan ini memberikan dampak terhadap efektivitas distribusi, sehingga diperlukan strategi yang lebih optimal agar produk dapat tetap terjaga kualitasnya dan sampai ke tangan konsumen dalam kondisi terbaik.

Hasil wawancara dengan Karyawan Ibu Mamelia zai mengatakan bahwa:

"Ya, kami berencana untuk memperluas jangkauan distribusi Tahu Murni ke daerah-daerah yang lebih jauh di Kepulauan Nias dan luar daerah, dengan menggandeng lebih banyak agen dan pengecer, kami juga mempertimbangkan untuk meningkatkan sistem logistik dengan kendaraan berpendingin untuk menjaga kualitas produk, serta mengembangkan penjualan online untuk menjangkau konsumen yang lebih luas." (wawancara pada hari Jumat, 8 November 2024)."

Kesimpulannya rencana memperluas distribusi mencakup penggandaan agen, peningkatan logistik dengan kendaraan berpendingin, dan penjualan online, Konsep ini sesuai dengan teori Oentoro (2021) menjelaskan bahwa distribusi bertujuan untuk memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dari produsen kepada konsumen, dengan mempertimbangkan jenis, jumlah, harga, tempat, dan waktu yang dibutuhkan.

Hasil observasi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pelaku usaha Tahu Murni di Kepulauan Nias memiliki visi untuk memperluas jangkauan distribusi produk mereka ke wilayah yang lebih luas, termasuk daerah-daerah di luar Kepulauan Nias. Dalam upaya mencapai tujuan tersebut, strategi yang direncanakan mencakup peningkatan jumlah agen dan pengecer, sehingga distribusi dapat dilakukan lebih efektif dan menjangkau lebih banyak konsumen. Selain itu, untuk memastikan kualitas produk tetap terjaga selama proses distribusi, pelaku usaha mempertimbangkan penggunaan kendaraan berpendingin. Hal ini menjadi aspek penting mengingat tahu merupakan produk yang mudah rusak jika tidak ditangani dengan baik. Dengan adanya sistem logistik yang lebih baik, diharapkan produk tetap dalam kondisi optimal hingga sampai ke tangan konsumen. Tidak hanya melalui jalur distribusi konvensional, pelaku usaha juga melihat peluang dalam pengembangan penjualan online. Langkah ini bertujuan untuk memperluas pasar dan memberikan kemudahan bagi konsumen dalam mendapatkan produk tanpa harus datang langsung ke lokasi penjualan. Dengan demikian, transformasi dalam strategi distribusi ini diharapkan mampu meningkatkan

daya saing usaha serta memperluas pangsa pasar Tahu Murni di Kepulauan Nias dan sekitarnya.

Hasil wawancara dengan Karyawan Bapak Nitolo Zebua mengatakan bahwa:

"Iya, konsumen di Kota Gunungsitoli dan sekitarnya cukup mudah mendapatkan produk Tahu Murni karena tersedia di pasar tradisional dan beberapa toko lokal, Namun, untuk konsumen di daerah lebih jauh, seperti Telukdalam, distribusi melalui agen masih terbatas dan memerlukan waktu lebih lama dimana keterbatasan infrastruktur transportasi menjadi tantangan dalam menjangkau daerah terpencil dengan lebih cepat dan efisien. (wawancara pada hari Jumat, 8 November 2024)."

Kesimpulannya konsumen di wilayah jauh menghadapi keterbatasan akses distribusi yang disebabkan oleh buruknya infrastruktur transportasi, Konsep ini sesuai dengan teori Suhardi Sigit (2021) menyatakan bahwa saluran distribusi adalah serangkaian lembaga yang mengalirkan produk dari produsen ke konsumen akhir.

Hasil observasi penelitian menunjukkan bahwa distribusi produk Tahu Murni di Kota Gunungsitoli dan sekitarnya relatif mudah dijangkau oleh konsumen. Produk ini tersedia di pasar tradisional serta beberapa toko lokal, sehingga masyarakat dapat memperolehnya tanpa kesulitan yang berarti. Namun, kondisi berbeda terjadi bagi konsumen di daerah yang lebih jauh, seperti Telukdalam. Distribusi ke wilayah ini masih menghadapi berbagai

kendala, terutama dalam hal ketersediaan agen yang terbatas serta waktu pengiriman yang lebih lama. Salah satu faktor utama yang mempengaruhi keterbatasan distribusi ini adalah kondisi infrastruktur transportasi yang belum memadai. Jalan yang kurang baik dan jarak tempuh yang cukup jauh menjadi tantangan tersendiri bagi proses distribusi, mengakibatkan produk tidak dapat dijangkau dengan cepat dan efisien. Hal ini berdampak pada keterlambatan pasokan, yang berpotensi mempengaruhi ketersediaan produk di daerah-daerah terpencil. Dengan adanya kendala tersebut, perlu adanya upaya strategis untuk meningkatkan distribusi, seperti memperluas jaringan agen di wilayah yang lebih jauh atau mengoptimalkan jalur transportasi agar produk dapat lebih cepat sampai ke tangan konsumen. Observasi ini mengindikasikan bahwa keberlanjutan distribusi yang lebih luas dan efisien menjadi tantangan utama dalam pemasaran produk Tahu Murni, khususnya di luar Kota Gunungsitoli.

Hasil wawancara dengan Karyawan Bapak Hasanudi Harefa mengatakan bahwa:

“Iya, kami menggunakan saluran distribusi langsung melalui toko lokal, agen distribusi di daerah sekitar, dan pengecer di pasar tradisional, dengan cara ini, konsumen bisa dengan mudah membeli produk tahu di lokasi yang dekat dengan mereka, sementara agen dan pengecer membantu menjangkau wilayah yang lebih luas dan kami juga memastikan kualitas produk tetap terjaga dengan distribusi yang teratur. (wawancara pada hari Jumat, 8 November 2024).”

Kesimpulannya saluran distribusi meliputi toko lokal, agen distribusi, dan pengecer di pasar tradisional untuk menjangkau konsumen di berbagai wilayah, Konsep ini sesuai dengan teori Basu Swastha D.H. (2021) mendefinisikan saluran distribusi sebagai jalur yang dilalui oleh arus barang dari produsen ke konsumen.

Berdasarkan hasil observasi penelitian, distribusi produk tahu di Kepulauan Nias dilakukan melalui saluran distribusi yang bervariasi untuk memastikan jangkauan yang lebih luas dan kemudahan akses bagi konsumen. Produsen menggunakan pendekatan distribusi langsung melalui toko-toko lokal yang tersebar di berbagai wilayah. Selain itu, agen distribusi berperan dalam menyalurkan produk ke berbagai daerah sekitar, sementara pengecer di pasar tradisional menjadi titik distribusi penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Dari hasil pengamatan, distribusi dilakukan secara teratur guna menjaga kualitas produk tetap dalam kondisi optimal saat sampai ke tangan konsumen. Dengan strategi ini, produk tahu menjadi lebih mudah diperoleh oleh masyarakat di lokasi terdekat, sekaligus memberikan keuntungan bagi para agen dan pengecer dalam memperluas cakupan pasar. Kegiatan distribusi yang dilakukan juga menunjukkan adanya koordinasi yang baik antara produsen, agen, dan pengecer untuk memastikan pasokan tetap tersedia dan terjaga mutunya.

Hasil wawancara dengan Distribusi dan Pengiriman Bapak Andi Firmansyah Harefa mengatakan bahwa:

“Iya, kami sangat menghargai setiap masukan dari konsumen, jika ada keluhan mengenai kesulitan mendapatkan produk, kami segera mengevaluasi saluran distribusi kami dan bekerja sama dengan agen atau pengecer untuk memastikan produk dapat lebih mudah dijangkau dan kami juga akan mempertimbangkan peningkatan frekuensi pengiriman dan memperluas jaringan distribusi agar produk tersedia di lebih banyak lokasi artinya bagi kami kepuasan konsumen adalah prioritas utama kami, dan kami berkomitmen untuk memberikan solusi yang cepat dan efektif. (wawancara pada hari Jumat, 8 November 2024).”

Kesimpulannya UD Tahu Murni berkomitmen untuk mengevaluasi dan meningkatkan saluran distribusi berdasarkan masukan konsumen, dengan fokus pada kepuasan pelanggan, Konsep ini sesuai dengan teori Oentoro (2021), di mana produk ditempatkan melalui agen dan pengecer yang dipilih, memungkinkan perusahaan untuk memperoleh cakupan pasar yang lebih besar dengan kontrol yang lebih baik.

Berdasarkan hasil observasi penelitian, ditemukan bahwa perusahaan sangat memperhatikan umpan balik dari konsumen, khususnya terkait ketersediaan produk di pasaran. Dalam wawancara yang dilakukan, pihak perusahaan menyatakan komitmennya untuk segera mengevaluasi saluran distribusi jika ditemukan adanya kesulitan dalam mendapatkan produk. Langkah yang diambil meliputi kerja sama lebih erat dengan agen maupun pengecer guna memastikan produk lebih mudah dijangkau oleh konsumen. Selain itu, perusahaan juga mempertimbangkan untuk meningkatkan

frekuensi pengiriman serta memperluas jaringan distribusi. Upaya ini bertujuan agar produk dapat tersedia di lebih banyak lokasi, sehingga konsumen tidak mengalami kendala dalam memperoleh produk yang mereka butuhkan. Dari hasil observasi, terlihat bahwa perusahaan menempatkan kepuasan konsumen sebagai prioritas utama dan berusaha memberikan solusi yang cepat serta efektif dalam mengatasi permasalahan distribusi. Berdasarkan hasil observasi penelitian, ditemukan bahwa perusahaan memiliki perhatian yang tinggi terhadap masukan dari konsumen, terutama dalam hal aksesibilitas produk di pasaran. Dalam wawancara yang dilakukan, pihak perusahaan menegaskan bahwa setiap keluhan yang disampaikan oleh konsumen akan menjadi bahan evaluasi bagi mereka untuk meningkatkan efektivitas sistem distribusi yang telah berjalan. Perusahaan menyadari bahwa ketersediaan produk di berbagai lokasi sangat penting untuk menjaga kepuasan pelanggan dan mempertahankan loyalitas mereka terhadap merek.

Dari hasil penelitian, dapat dilihat bahwa perusahaan menerapkan berbagai strategi dalam mengatasi kendala distribusi. Salah satu langkah yang diambil adalah melakukan evaluasi berkala terhadap jaringan distribusi yang telah ada. Evaluasi ini mencakup peninjauan ulang terhadap wilayah-wilayah yang mengalami kesulitan dalam mendapatkan produk, serta mengidentifikasi penyebab utama dari permasalahan tersebut. Misalnya, keterlambatan pengiriman, kurangnya stok di tingkat agen atau pengecer, serta faktor geografis yang menghambat distribusi. Dengan memahami penyebab permasalahan, perusahaan dapat menyusun solusi yang tepat sasaran guna memastikan bahwa produk dapat sampai ke tangan konsumen dengan lebih

efisien. Selain itu, hasil observasi juga menunjukkan bahwa perusahaan memiliki pendekatan yang proaktif dalam memperluas jaringan distribusinya. Salah satu strategi yang diterapkan adalah menjalin kerja sama yang lebih erat dengan agen dan pengecer, sehingga mereka dapat lebih optimal dalam menyalurkan produk ke berbagai titik penjualan. Dengan memperkuat hubungan dengan para mitra distribusi, perusahaan berusaha untuk menciptakan sistem yang lebih responsif terhadap kebutuhan pasar. Hal ini juga mencerminkan bahwa perusahaan tidak hanya berfokus pada produksi semata, tetapi juga memperhatikan bagaimana produk mereka dapat sampai ke konsumen dengan cara yang paling efektif. Perusahaan juga mempertimbangkan peningkatan frekuensi pengiriman sebagai solusi untuk memastikan ketersediaan produk di berbagai lokasi. Berdasarkan wawancara yang dilakukan, ditemukan bahwa perusahaan berusaha untuk menyesuaikan jadwal pengiriman dengan permintaan di lapangan. Jika ditemukan bahwa suatu wilayah mengalami peningkatan permintaan yang tinggi, maka perusahaan akan segera menyesuaikan frekuensi pengiriman guna menghindari kekosongan stok di tingkat pengecer. Dengan cara ini, perusahaan dapat meminimalkan potensi keluhan dari konsumen yang kesulitan mendapatkan produk dalam waktu yang dibutuhkan.

Selain strategi peningkatan frekuensi pengiriman, perusahaan juga secara aktif memperluas jaringan distribusi mereka. Hal ini dilakukan dengan membuka peluang kerja sama dengan lebih banyak agen dan pengecer di berbagai wilayah. Dari hasil observasi, terlihat bahwa perusahaan tidak hanya berfokus pada daerah perkotaan, tetapi juga mulai menjangkau wilayah-

wilayah yang sebelumnya belum banyak tersentuh oleh distribusi produk mereka. Dengan langkah ini, perusahaan berharap dapat memperluas pasar serta memastikan bahwa produk mereka lebih mudah diakses oleh berbagai lapisan masyarakat. Selanjutnya, berdasarkan hasil wawancara, terlihat bahwa perusahaan menjadikan kepuasan konsumen sebagai prioritas utama dalam operasional bisnisnya. Komitmen ini tercermin dalam berbagai langkah yang mereka ambil untuk mengatasi kendala distribusi. Setiap masukan yang diterima dari konsumen dianggap sebagai peluang untuk melakukan perbaikan dan inovasi dalam sistem distribusi. Dengan demikian, perusahaan tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata, tetapi juga berusaha untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan melalui pelayanan yang lebih baik.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa perusahaan memiliki respons yang cepat dalam menangani keluhan pelanggan. Ketika ada laporan mengenai sulitnya mendapatkan produk, perusahaan segera melakukan analisis dan mencari solusi yang paling tepat. Respons yang cepat ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki sistem monitoring yang baik terhadap distribusi produknya, sehingga setiap masalah dapat segera diidentifikasi dan ditangani sebelum berdampak lebih luas. Dengan adanya sistem yang responsif ini, konsumen merasa lebih dihargai dan mendapatkan kepercayaan lebih terhadap perusahaan. Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan memiliki strategi distribusi yang dinamis dan fleksibel. Dengan melakukan evaluasi berkelanjutan, memperkuat kerja sama dengan mitra distribusi, meningkatkan frekuensi pengiriman, serta

memperluas jaringan distribusi, perusahaan berusaha untuk memastikan bahwa produk mereka dapat selalu tersedia di pasar. Langkah-langkah ini tidak hanya berkontribusi pada peningkatan kepuasan pelanggan, tetapi juga mendukung pertumbuhan bisnis perusahaan dalam jangka panjang. Perhatian terhadap distribusi yang optimal menunjukkan bahwa perusahaan memahami pentingnya menjaga keseimbangan antara produksi dan aksesibilitas produk di pasaran, sehingga dapat terus bersaing dalam industri yang semakin kompetitif.

4.3 Analisis Pembahasan

a. Berdasarkan perbandingan dengan teori dengan hasil yakni:

1. Teori Oentoro (2021): Penelitian ini menunjukkan bahwa distribusi produk tahu murni di Kepulauan Nias berjalan sesuai dengan teori Oentoro. Proses distribusi memperlancar pengiriman barang dari produsen ke konsumen, dengan mempertimbangkan faktor fisik (seperti pengiriman barang) dan non-fisik (seperti informasi yang disampaikan kepada konsumen). Oleh karena itu, hasil penelitian ini mengonfirmasi pentingnya kedua aspek tersebut dalam distribusi produk tahu murni.
2. Teori Michael J. Etzel & Suhardi Sigit (2021): Hasil penelitian ini juga sesuai dengan teori saluran distribusi oleh Sigit, yang menekankan pentingnya perantara dalam distribusi barang dari produsen ke konsumen. Di Kepulauan Nias, saluran distribusi produk tahu murni melibatkan agen dan pengecer yang berfungsi sebagai perantara dalam memindahkan barang dari produsen ke konsumen, terutama di daerah

pedesaan. Hal ini memperlihatkan kesesuaian antara teori dan praktik distribusi yang ada di wilayah tersebut.

3. Teori Kotler & Keller serta Daryanto (2021): Penelitian ini juga sejalan dengan teori pemasaran yang diungkapkan oleh Kotler dan Keller serta Daryanto. Saluran distribusi produk tahu murni telah berhasil memenuhi kebutuhan konsumen dengan cara yang efisien dan memberikan nilai tambah kepada konsumen. Hal ini mencerminkan pemahaman bahwa saluran distribusi yang efektif dan efisien dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta memberikan nilai bagi produsen dan konsumen.
4. Kesesuaian dengan teori Kotler & Keller serta Daryanto: Walaupun terdapat perbedaan dalam kompleksitas saluran distribusi di daerah pedesaan, hal ini menunjukkan bahwa implementasi teori dapat disesuaikan dengan kondisi lokal. Di wilayah Kepulauan Nias, variasi dalam saluran distribusi adalah bagian dari penyesuaian dengan kondisi dan kebutuhan lokal, namun tetap selaras dengan teori pemasaran yang ada.
5. Teori Farel (2022): Penelitian ini juga menunjukkan kesesuaian dengan teori Farel, yang menekankan efisiensi teknis dan alokatif dalam distribusi. Efisiensi teknis tercapai melalui pengelolaan biaya distribusi dan tenaga kerja yang efektif, sementara efisiensi alokatif tercapai melalui pengoptimalkan penggunaan perantara untuk menurunkan biaya dan mempercepat distribusi. Hasil penelitian ini mengonfirmasi bahwa penggunaan saluran distribusi yang efisien dan

efektif dapat menurunkan biaya dan meningkatkan kecepatan distribusi produk tahu murni.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa saluran distribusi produk tahu murni di Kepulauan Nias berjalan sesuai dengan teori-teori yang ada, dengan adanya penyesuaian terhadap kondisi lokal yang mempengaruhi implementasi distribusi di daerah pedesaan. Saluran distribusi yang digunakan dapat menghasilkan distribusi yang efisien, baik dari sisi biaya maupun waktu, serta mampu memenuhi kebutuhan konsumen dengan cara yang efektif.

b. Perbandingan penelitian terdahulu dengan hasil penelitian :

- a) Hasil yang didapatkan dari penelitian ini sejalan dengan temuan Aulia Rahman (2020), yang menunjukkan bahwa distribusi produk tahu murni di Kepulauan Nias lebih efektif melalui penggunaan agen dan pengecer kecil, serupa dengan saluran distribusi yang ditemukan pada produk makanan di Kota Medan. Hal ini menunjukkan pentingnya peran perantara lokal dalam memastikan produk sampai ke konsumen dengan efisien.
- b) Hasil yang didapatkan dari penelitian ini sejalan dengan temuan Budi Santoso (2021) yang menunjukkan bahwa penggunaan distributor lokal dalam saluran distribusi produk tahu murni di Kepulauan Nias meningkatkan efisiensi pemasaran. Dengan melibatkan distributor lokal, distribusi produk menjadi lebih cepat dan biaya distribusi dapat ditekan, sehingga memenuhi kebutuhan pasar dengan lebih efektif.

- c) Hasil yang didapatkan dari penelitian Dedi Supriyadi (2020) menunjukkan bahwa saluran distribusi modern lebih efektif dibandingkan saluran distribusi tradisional dalam meningkatkan penjualan produk tahu di Jakarta. Penelitian ini mengungkapkan bahwa saluran distribusi modern, seperti penggunaan retail modern atau platform online, lebih efisien dalam menjangkau konsumen dan mempercepat distribusi produk, yang pada akhirnya meningkatkan volume penjualan.
- d) Berdasarkan hasil penelitian Eka Sari (2020) tentang "Analisis Distribusi Produk Makanan Tradisional di Daerah Urban," dapat disimpulkan bahwa distribusi melalui pasar tradisional lebih menguntungkan dibandingkan supermarket. Hal ini disebabkan oleh biaya distribusi yang lebih rendah, hubungan langsung dengan konsumen yang lebih erat, serta fleksibilitas dalam penentuan harga yang menguntungkan bagi produsen dan pengecer di pasar tradisional.

Kesimpulan dari kelima temuan penelitian ini adalah bahwa saluran distribusi yang efektif sangat bergantung pada karakteristik pasar dan lokasi. Di Kepulauan Nias, distribusi produk tahu murni lebih efisien melalui agen dan pengecer kecil, sejalan dengan penelitian Aulia Rahman (2020) dan Budi Santoso (2021) yang menekankan peran distributor lokal dalam meningkatkan efisiensi pemasaran. Sementara itu, di Jakarta, saluran distribusi modern terbukti lebih efektif dalam meningkatkan penjualan, seperti yang ditemukan oleh Dedi Supriyadi (2020). Di sisi lain, Eka Sari (2020) menunjukkan bahwa distribusi

melalui pasar tradisional dapat lebih menguntungkan daripada supermarket di daerah urban, karena biaya distribusi yang lebih rendah dan hubungan langsung dengan konsumen. Secara keseluruhan, saluran distribusi yang tepat harus mempertimbangkan kondisi lokal dan karakteristik pasar untuk memaksimalkan efisiensi dan efektivitas pemasaran.