

ANALISIS EFEKTIVITAS SALURAN DISTRIBUSI GAS ELPIJI BERSUBSIDI DI KECAMATAN GUNUNGSITOLI (STUDI KASUS PT. TIARYASA ABADI PERKASA GEMILANG)

By ERISKA MENDROFA

²⁹
**ANALISIS EFEKTIVITAS SALURAN DISTRIBUSI GAS ELPIJI
BERSUBSIDI DI KECAMATAN GUNUNGSITOLI
(STUDI KASUS PT. TIARYASA ABADI PERKASA GEMILANG)**

SKRIPSI



Oleh :

ERISKA MENDROFA

NIM. 2320078

²
Diajukan Kepada :

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NIAS

T.A 2025/2026

14 BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saluran distribusi memainkan peran penting dalam dunia bisnis untuk memastikan bahwa produk mencapai pelanggan akhir dengan cepat dan efisien. Distribusi yang baik meningkatkan ketersediaan produk di pasar dan meningkatkan keuntungan perusahaan. Untuk mencapai tujuan mendapatkan laba yang besar, suatu perusahaan harus memiliki kemampuan untuk mendistribusikan dan memasarkan barang dan jasanya secara merata (W et al., 2022:2). Strategi distribusi merupakan komponen penting dalam mencapai tujuan perusahaan karena distribusi adalah proses yang memperlancar dan mempermudah penyebaran barang atau produk. Dengan menggunakan saluran distribusi yang tepat, konsumen akan lebih tertarik untuk membeli barang, yang pada gilirannya diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan (Nurlina & Sasari, 2022:23). Distribusi yang efisien dan efektif sangat penting dalam industri makanan, khususnya produk makanan ringan.

Selain itu, persaingan yang ketat dalam industri makanan mendorong produsen tahu murni untuk menjadi lebih inovatif dan kreatif dalam memasarkan barang mereka. Pemasaran, menurut Sumarwan (2022:17), adalah proses menentukan kebutuhan konsumen dan kemudian membuat barang atau jasa tersebut, sehingga terjadi transaksi atau pertukaran antara produsen dan konsumen. Saluran distribusi yang efisien dapat memberikan keunggulan yang signifikan dibandingkan dengan pesaing Anda. Menurut Wikipedia (2022:56), produsen adalah penghasil barang ataupun jasa dalam sebuah bidang, misalnya, keberhasilan distribusi tahu murni dapat dilihat dari seberapa baik produsen memahami pasar dan konsumen mereka, serta kemampuan mereka dalam menjalin kemitraan dengan distributor, pengecer,

dan platform e-commerce. Perubahan tren konsumsi dan gaya hidup masyarakat juga mempengaruhi saluran distribusi tahu murni. Konsumen modern cenderung lebih memilih kenyamanan dan kecepatan dalam berbelanja. produsen tahu murni perlu mempertimbangkan berbagai saluran distribusi, termasuk toko *ritel tradisional*, *supermarket*, dan *platform online*, untuk menjangkau konsumen yang lebih luas.

73 Salah satu kota yang berkembang pesat di Sumatera Utara adalah Pulau Nias. Dengan ekonomi yang terus berkembang, kebutuhan akan makanan berkualitas tinggi juga meningkat. Tahu murni adalah salah satu produk makanan yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan di Gunungsitoli. 60 Tahu, kedelai olahan telah lama dikenal dan dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia karena nilai gizinya yang tinggi dan harganya yang murah. Namun, untuk memaksimalkan potensi pasar, penting untuk memahami dan menganalisis saluran distribusi yang efektif dalam memasarkan produk tahu murni ini. 18 Salah satu bagian penting dari strategi pemasaran adalah jalur distribusi, yang berfungsi untuk menyampaikan barang dari produsen ke pelanggan akhir. 10 Saluran distribusi, menurut Warren J. Keegan (2022: 23), adalah jaringan agensi dan lembaga yang bekerja sama untuk melakukan semua tugas yang diperlukan untuk menyelesaikan tujuan pemasaran untuk menghubungkan produsen dengan pemakai. Keberhasilan produk di pasar dapat ditentukan oleh efektivitas saluran distribusi, terutama dalam hal ketersediaan, jangkauan, dan kepuasan pelanggan.

Produk Tahu Murni, sebagai salah satu produk makanan olahan yang populer di Kota Gunungsitoli, telah mengalami perkembangan dalam hal produksi dan pemasaran. Namun, dalam upaya untuk memperluas jangkauan pasarnya, Tahu Murni menghadapi tantangan dalam mengoptimalkan saluran distribusinya. Saluran distribusi yang digunakan selama ini cenderung tradisional, dimana produk didistribusikan langsung oleh produsen ke beberapa pasar lokal dan pedagang pengecer. Metode ini memiliki beberapa kelemahan, di antaranya adalah keterbatasan jangkauan distribusi, ketergantungan yang tinggi terhadap jaringan distribusi lokal, serta kurangnya

penetrasi pasar di area yang lebih luas. Selain itu, dengan saluran distribusi yang terbatas ini, Tahu Murni seringkali tidak dapat memenuhi permintaan yang meningkat pada momen-momen tertentu, seperti hari besar atau acara khusus, sehingga berpotensi kehilangan peluang penjualan yang signifikan. Situasi ini diperburuk dengan kurangnya strategi pemasaran yang terintegrasi dengan baik dalam saluran distribusi yang ada. Penggunaan teknologi yang minimal dan kurangnya kolaborasi dengan mitra distribusi potensial juga menjadi hambatan bagi pertumbuhan Tahu Murni di pasar yang lebih luas. Dengan hal ini kebutuhan mendesak untuk menganalisis dan mengembangkan saluran distribusi yang lebih efektif dan efisien, yang tidak hanya mampu meningkatkan jangkauan pasar tetapi juga memastikan kepuasan pelanggan melalui ketersediaan produk yang konsisten dan berkualitas.

Di Nias produk tahu murni masih menghadapi beberapa tantangan dalam hal distribusi. Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan infrastruktur dan transportasi yang dapat mempengaruhi kecepatan dan efisiensi distribusi produk dan Selain itu, pengetahuan dan kesadaran konsumen terhadap produk tahu murni juga perlu ditingkatkan melalui upaya pemasaran yang tepat.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, peneliti tertarik mengangkat judul “analisis efektivitas saluran distribusi gas elpiji bersubsidi di kecamatan gunungsitoli (studi kasus pt. Tiaryasa abadi perkasa gemilang).

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, fokus penelitian ini adalah analisis saluran distribusi produk tahu murni di Kepulauan Nias.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan fokus penelitian yang telah disebutkan di atas, pertanyaan penelitian atau rumusan masalah penelitian yang akan dijawab dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana analisis saluran distribusi produk tahu murni yang ada di Kepulauan Nias?
2. apa saja tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha dalam menggunakan saluran distribusi untuk produk tahu murni di kepulauan Nias?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui analisis saluran distribusi produk tahu murni yang ada di Kepulauan Nias
2. Untuk mengetahui tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha dalam menggunakan saluran distribusi untuk produk tahu murni di Kepulauan Nias

1.5 Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Bagi Penelitian,

Penelitian ini akan menambah literatur ilmiah tentang saluran distribusi khususnya pada industri makanan lokal seperti produk tahu murni. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi baru dalam pemahaman tentang distribusi produk di daerah tertentu, khususnya di Kota Gunungsitoli, dan menjadi referensi bagi peneliti lain yang tertarik pada topik ini.

b. Bagi Objek Penelitian,

Bagi pelaku usaha produk tahu murni di kepulauan Nias, penelitian ini diharapkan dapat membantu memahami lebih dalam tentang efektivitas saluran distribusi yang telah digunakan. Temuan penelitian dapat menjadi dasar untuk meningkatkan sistem distribusi yang lebih efisien dan strategis, sehingga dapat meningkatkan penjualan dan daya saing di pasar.

c. Bagi Universitas Nias,

Penelitian ini dapat meningkatkan reputasi akademik Universitas Nias dalam bidang penelitian bisnis dan distribusi produk lokal. Selain itu, hasil penelitian dapat menjadi materi ajar yang bermanfaat untuk program

studi terkait, serta menambah jumlah karya ilmiah yang dihasilkan oleh universitas.

9 BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Saluran Distribusi

2.1.1 Pengertian Distribusi

Implementasi adalah proses penerapan atau pelaksanaan suatu kebijakan, program, rencana, atau ide dalam praktik atau kehidupan sehari-hari. Ini mencakup tindakan konkret yang diambil untuk menjalankan atau mewujudkan sesuatu yang sebelumnya direncanakan atau diputuskan. Implementasi juga mencakup pemahaman dan penyesuaian terhadap aspek organisasi, sumber daya manusia, dan teknis yang diperlukan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan.

Menurut Mulyadi (2022:12), distribusi mengacu pada tindakan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dalam suatu keputusan. Tindakan ini berusaha untuk mengubah keputusan tersebut menjadi pola-pola operasional dan mencapai perubahan besar atau kecil sesuai dengan keputusan sebelumnya. Pada dasarnya, implementasi juga berarti mencari tahu apa yang seharusnya terjadi setelah program dilaksanakan.

Ekawati menyatakan, "bahwa definisi Distribusi secara eksplisit mencakup tindakan oleh individu/kelompok privat (swasta) dan publik yang langsung pada pencapaian serangkaian tujuan terus menerus dalam keputusan kebijakan yang telah ditetapkan sebelumnya" (Taufik dan Isril, 2022:136). Dalam bukunya "Implementasi Manajemen Berbasis Sekolah", Arinda Firdianti mengatakan bahwa "implementasi" secara sederhana berarti "pelaksanaan" atau "penerapan".

1.2.2 Tujuan Distribusi

Tujuan utama distribusi adalah untuk menerapkan rencana yang telah dirancang dengan cermat oleh individu atau kelompok dan untuk menguji dan mencatat prosedur penerapan rencana atau kebijakan.

Menurut Robert E. Quinn (2022:44), tujuan Distribusi terkait dengan transformasi organisasi yang sukses, di mana implementasi berfokus pada mengubah pola pikir, perilaku, dan budaya organisasi untuk mencapai visi dan misi yang diinginkan. Menurut Quinn, tujuan implementasi meliputi:

1. Mengubah pola pikir (mindset); Distribusi yang efektif melibatkan pergeseran pola pikir individu dan organisasi. Ini melibatkan mengidentifikasi dan mengatasi pola pikir yang tidak produktif atau kontraproduktif, serta menggantinya dengan pola pikir yang mendukung perubahan dan inovasi.
2. Mengubah perilaku; Distribusi sukses juga melibatkan perubahan perilaku individu dan kelompok. Ini mencakup mengidentifikasi perilaku yang perlu diubah atau dikembangkan untuk mendukung visi dan misi organisasi, dan mengambil langkah-langkah konkret untuk mengubah perilaku tersebut.
3. Mengubah budaya organisasi; Penyebaran yang efektif memerlukan perubahan budaya organisasi. Budaya organisasi terdiri dari nilai-nilai, norma, kebiasaan, dan praktik yang dianut oleh seluruh organisasi. Transformasi budaya melibatkan mengubah pola pikir, perilaku, dan sistem organisasi untuk menciptakan budaya yang mendukung inovasi, kerjasama, dan pertumbuhan.

1.2.3 Jenis-Jenis Distribusi

Menurut Winarno (2023: 101), Jenis-Jenis Distribusi adalah sebagai berikut :

1. Distribusi Kebijakan : Pada dasarnya, implementasi kebijakan adalah cara ³ suatu kebijakan dapat mencapai tujuannya. Kemudian dijelaskan bahwa penegakan kebijakan adalah alat manajemen hukum di mana berbagai aktor, organisasi, prosedur, dan teknik bekerja sama untuk melaksanakan kebijakan untuk mencapai tujuannya.
2. Implementasi Sistem atau Teknologi Informasi: Langkah-langkah yang diambil untuk menyelesaikan desain sistem yang disetujui,

menginstal, menguji, dan memulai sistem baru atau yang ditingkatkan disebut implementasi sistem. Tujuan penerapan sistem ini adalah sebagai berikut: a) Menyelesaikan desain sistem yang telah disetujui sebelumnya; b) Memverifikasi bahwa sistem baru dapat digunakan oleh pengguna; dan d) Memverifikasi bahwa transisi ke sistem baru berjalan dengan baik dengan perencanaan, pengawasan, dan pelaksanaan instalasi baru.

3. Implementasi Pendidikan: Implementasi pendidikan berarti segala sesuatu yang dilakukan dan diterapkan sesuai dengan program. Dengan demikian, pelaksanaan program juga harus melakukan apa yang direncanakan dalam program, karena jika apa yang dilakukan menyimpang dari yang direncanakan atau tidak dirancang, hal itu akan menyebabkan kesia-siaan antara perencana dan pelaksana program..
4. Implementasi Strategi: Ini adalah langkah keempat dalam proses manajemen strategi. Ini adalah saat Anda melaksanakan rencana strategis. Rencana pemasaran yang lebih baik untuk meningkatkan penjualan dan perangkat lunak manajemen tugas yang lebih baik untuk meningkatkan efisiensi tim internal adalah beberapa contohnya.
5. Implementasi Kebijakan Publik: Konsep dasar dari implementasi kebijakan publik mengacu pada tindakan yang diambil untuk mencapai tujuan yang ditetapkan dalam keputusan. Tahap ini merupakan tahap penting dalam keseluruhan siklus kebijakan publik.

62

2.2 Konsep Pemasaran

2.2.1 Pengertian Pemasaran

42

Pelatihan adalah proses untuk meningkatkan keterampilan, pengetahuan, dan kompetensi seseorang atau sekelompok orang dalam suatu bidang tertentu. Tujuan pelatihan adalah untuk meningkatkan kinerja, produktivitas, dan kemampuan seseorang atau kelompok dalam pekerjaan atau organisasi mereka.

Pemasaran, menurut Noe (2022:77), adalah suatu proses sistematis yang menggunakan pengetahuan, keterampilan, dan kompetensi untuk mengubah perilaku dan meningkatkan kinerja karyawan di tempat kerja tertentu. Pelatihan dapat diberikan dalam berbagai bentuk, seperti di kelas, online, praktik, satu lawan satu, atau berbasis proyek. Jenis keterampilan yang ingin dipelajari dan preferensi pembelajaran peserta dapat memengaruhi metode pelatihan yang dipilih.

Pelatihan dapat diberikan untuk mengetahui tren terbaru dalam industri atau bidang tertentu. Pelatihan juga dapat mencakup keterampilan teknis (seperti penggunaan mesin atau perangkat lunak khusus), keterampilan komunikasi, kepemimpinan, manajemen waktu, kerja tim, keterampilan interpersonal, dan banyak lagi.

2.2.2 Manfaat Pemasaran

Menurut Meyers (2022:90), manfaat dari Pemasaran adalah salah satu termasuk peningkatan efisiensi dan kualitas kerja, peningkatan motivasi dan kepuasan kerja, peningkatan adaptabilitas terhadap perubahan, dan peningkatan peluang karir. Selain itu, pelatihan juga dapat membantu organisasi dalam mengembangkan dan mempertahankan keunggulan kompetitif dengan meningkatkan kapabilitas dan kualifikasi tenaga kerja. Pelatihan yang efektif melibatkan perencanaan yang baik, pengembangan materi yang relevan, penyampaian yang interaktif dan menarik, serta evaluasi hasil pelatihan. Hal ini memungkinkan peserta pelatihan untuk memperoleh pengetahuan baru, mengasah keterampilan, dan mengaplikasikan pembelajaran mereka dalam situasi nyata.

2.2.3 Strategi Pemasaran

Pemasaran pelatihan adalah rencana dan pendekatan yang digunakan untuk mengembangkan pengetahuan, keterampilan, dan kompetensi individu atau kelompok dalam suatu organisasi.

Menurut Noe, Raymond A. (202:56), strategi pelatihan harus berfokus pada hasil, yaitu perubahan pada perilaku, pengetahuan, dan

keterampilan peserta. Ia menunjukkan betapa pentingnya mengidentifikasi kebutuhan pelatihan, merancang program yang sesuai, serta melibatkan peserta secara aktif dalam proses pembelajaran. Berikut adalah poin-poin penting yang dia tekankan dalam pandangannya:

1. Identifikasi kebutuhan pelatihan; Penting untuk mengidentifikasi dengan jelas kebutuhan pelatihan yang spesifik agar program pelatihan dapat ditujukan dengan tepat. Ini dapat dilakukan melalui evaluasi kinerja, survei kebutuhan, atau berdasarkan perubahan dalam pekerjaan atau teknologi.
2. Merancang program yang sesuai; Setelah kebutuhan pelatihan diidentifikasi, program pelatihan harus dirancang dengan seksama. Program harus disesuaikan dengan kebutuhan dan tujuan organisasi, serta mengintegrasikan metode pembelajaran yang efektif.
3. Melibatkan peserta secara aktif; Peserta pelatihan harus terlibat secara aktif dalam proses pembelajaran. Mereka harus diberikan kesempatan untuk berpartisipasi, berdiskusi, berlatih, dan menerapkan keterampilan yang dipelajari. Hal ini dapat meningkatkan pemahaman, keterlibatan, dan penerapan keterampilan dalam konteks kerja sebenarnya.

15

2.3 Konsep Produk

2.3.1 Pengertian Produk

28

Serangkaian sistem, perangkat lunak, dan perangkat keras yang digunakan untuk mengumpulkan, menyimpan, memproses, dan menyebarkan informasi disebut produk. Produk ini termasuk berbagai alat, seperti komputer, jaringan, perangkat keras, perangkat lunak, dan internet, yang memungkinkan pengguna memproses data menjadi informasi yang lebih bermakna. Menurut Haag dan Keen (2023:15), teknologi informasi mencakup perangkat lunak dan perangkat keras yang digunakan untuk mengelola dan menyebarkan data atau informasi serta

13

87

membantu dalam pekerjaan yang berkaitan dengan informasi dan pengolahan.

Gordon B. Davis (2022:9), "produk" mengacu pada teknologi yang digunakan untuk mengolah data, yang mencakup pengumpulan, penyusunan, penyimpanan, pemrosesan, dan manipulasi data dalam berbagai cara untuk menghasilkan informasi berkualitas tinggi. Teknologi ini sangat penting untuk proses pengambilan keputusan dalam berbagai industri bisnis.

Menurut Martin (2023:1), Produk berperan sebagai :

1. Pengumpulan Data - Memungkinkan pengumpulan data dari berbagai sumber secara cepat.
2. Penyimpanan - Menyimpan data dalam bentuk digital untuk kemudahan akses dan pengamanan.
3. Pemrosesan Data - Mengubah data mentah menjadi informasi yang berguna melalui analisis, kalkulasi, atau pemrograman.
4. Distribusi Informasi - Menyebarkan informasi kepada pihak-pihak yang membutuhkan melalui berbagai saluran komunikasi.

2.3.2 Fungsi-fungsi Produk

Menurut Gordon B. Davis (2022:12), Produk memiliki lima fungsi utama, yaitu:

1. Capture: Menangkap data atau informasi mentah yang dapat berupa teks, gambar, atau video dari berbagai sumber.
2. Processing: Memproses data menjadi informasi yang lebih bermakna. Fungsi ini melibatkan konversi, analisis, perhitungan, dan penyusunan data.
3. Storage: Menyimpan data dan informasi yang telah diproses agar bisa diakses dan digunakan di waktu mendatang.
4. Retrieval: Menemukan dan mengakses kembali informasi yang sudah disimpan ketika dibutuhkan.
5. Transmission: Mengirim dan menyebarluaskan informasi ke pengguna atau perangkat lain.

Menurut O'Brien dan Marakas (2023:22), Produk memiliki tiga fungsi penting:

1. Otomatisasi Proses Bisnis: Membantu mempercepat pekerjaan melalui penggunaan perangkat lunak dan aplikasi yang otomatis dalam mengelola data.
2. Pendukung Proses Pengambilan Keputusan: Menyediakan informasi yang akurat dan relevan untuk mempermudah manajemen dalam pengambilan keputusan.
3. Menyediakan Keunggulan Kompetitif: Membantu organisasi dalam membangun keunggulan kompetitif, misalnya, melalui strategi pemasaran yang lebih efektif atau layanan pelanggan yang lebih baik.

Menurut Martin dan Powell (2023:2), fungsi utama Produk adalah sebagai penghubung atau media yang mempercepat komunikasi dan memungkinkan distribusi informasi secara luas dan cepat. TI juga berfungsi sebagai pendukung dalam inovasi proses bisnis dan meningkatkan produktivitas kerja dengan cara:

1. Mengoptimalkan komunikasi: Mempercepat pertukaran informasi antarindividu atau antarorganisasi.
2. Meningkatkan efisiensi kerja: Membantu dalam pengelolaan data yang lebih terstruktur.
3. Memudahkan akses informasi: Memungkinkan pengguna untuk mendapatkan informasi dengan cepat kapan saja.

2.3.3 Manfaat Produk

Menurut Wetherbe (2023:5), produk meningkatkan pengambilan keputusan, efisiensi operasional, dan inovasi produk dan layanan. Teknologi Informasi memungkinkan organisasi untuk memproses sejumlah besar data, yang dapat membantu dalam memahami tren pasar dan perilaku konsumen. Menurut O'Brien dan Marakas (2023:14), menjelaskan bahwa Produk memberikan manfaat besar dalam meningkatkan produktivitas, mengurangi biaya, dan mempercepat

proses bisnis. Mereka juga mencatat bahwa TI membantu dalam meningkatkan kualitas komunikasi dan kolaborasi, terutama dalam organisasi yang memiliki lokasi yang tersebar.

Menurut Gordon B. Davis (2023:34), manfaat teknologi informasi yang mencakup berbagai aspek dalam kehidupan pribadi, organisasi, dan masyarakat:

1. Meningkatkan Efisiensi Operasional yaitu Teknologi informasi memungkinkan otomatisasi proses bisnis dan pekerjaan yang berulang. Dengan demikian, efisiensi operasional meningkat karena waktu dan biaya yang dikeluarkan berkurang, sementara ketepatan dan konsistensi proses meningkat.
2. Mempercepat Pengambilan Keputusan yaitu Teknologi informasi menyediakan akses terhadap data dan informasi secara real-time, yang membantu dalam pengambilan keputusan yang lebih cepat dan berbasis data. Sistem informasi manajemen, analisis data, dan sistem pendukung keputusan adalah contoh teknologi yang mendukung pengambilan keputusan.
3. Meningkatkan Komunikasi dan Kolaborasi yaitu Dengan teknologi informasi, komunikasi antarindividu dan kelompok menjadi lebih cepat dan efisien, bahkan dalam jarak jauh. E-mail, video conference, dan aplikasi perpesanan instan memungkinkan kolaborasi yang mudah, sehingga meningkatkan produktivitas dan memperkuat kerja tim.
4. Mempermudah Akses Informasi yaitu Teknologi informasi membuat informasi lebih mudah diakses dan tersebar luas melalui internet. Hal ini memungkinkan setiap orang untuk memperoleh pengetahuan dan informasi terkini dengan lebih mudah, baik untuk keperluan pribadi, pendidikan, atau profesional.
5. Mendorong Inovasi dan Pengembangan Produk yaitu Dalam dunia bisnis, teknologi informasi memfasilitasi pengembangan produk baru dan peningkatan kualitas layanan. Dengan dukungan analisis data, perusahaan dapat memahami kebutuhan konsumen,

menemukan tren baru, dan mengembangkan produk yang lebih sesuai dengan pasar.

6. Meningkatkan Keamanan Data dan Informasi yaitu Teknologi informasi memungkinkan penerapan sistem keamanan yang kuat untuk melindungi data dan informasi dari akses yang tidak sah. Teknologi enkripsi, firewall, dan otentikasi pengguna adalah contoh alat yang dapat membantu menjaga kerahasiaan dan keamanan data.
7. Mendukung Pendidikan dan Pembelajaran yaitu Teknologi informasi telah menciptakan metode baru dalam pendidikan, seperti e-learning, kuliah daring, dan modul digital. Hal ini memungkinkan akses pendidikan yang lebih luas, di mana siswa dapat belajar dari mana saja dan kapan saja.
8. Meningkatkan Daya Saing Organisasi yaitu Dengan memanfaatkan teknologi informasi, organisasi dapat menciptakan keunggulan kompetitif. Misalnya, dengan analisis data yang akurat, perusahaan dapat mengetahui preferensi pelanggan, mengidentifikasi pasar potensial, dan merancang strategi pemasaran yang lebih efektif.
9. Mendukung Pengelolaan Data yang Efisien yaitu Teknologi informasi memungkinkan pengelolaan data yang lebih efisien, mulai dari pengumpulan, penyimpanan, hingga analisis data. Dengan dukungan sistem database yang terintegrasi, organisasi dapat mengelola data dengan lebih baik dan menggunakannya untuk pengambilan keputusan yang lebih baik.
10. Meningkatkan Layanan Publik yaitu Dalam sektor pemerintahan, teknologi informasi dapat meningkatkan kualitas pelayanan publik melalui sistem informasi yang efisien. Contohnya, e-Government membantu masyarakat dalam mengakses layanan publik secara online, seperti pembayaran pajak, pengajuan dokumen, dan layanan administrasi lainnya.

2.3.4 Dampak Produk

Dampak Produk adalah pengaruh yang ditimbulkan oleh penggunaan teknologi informasi terhadap berbagai aspek kehidupan, baik dalam konteks individu, organisasi, maupun masyarakat luas. Teknologi informasi mencakup perangkat keras, perangkat lunak, jaringan, dan aplikasi yang memungkinkan proses pengumpulan, penyimpanan, pengolahan, dan penyebaran data serta informasi secara efisien. Menurut Kenneth dan Jane Laudon (2022:12), dalam bukunya *Management Information Systems*, teknologi informasi berperan besar dalam meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan kecepatan dalam proses bisnis. Mereka menjelaskan bahwa teknologi informasi membantu organisasi dalam merespon pasar secara lebih cepat dan meningkatkan daya saing. Namun, mereka juga menggarisbawahi potensi risiko yang timbul, seperti ancaman keamanan data dan privasi yang dapat berdampak buruk pada reputasi organisasi.

Menurut Stair dan Reynolds (2023:19), dalam *Principles of Information Systems* menyoroti bahwa teknologi informasi dapat meningkatkan produktivitas serta mendorong inovasi dalam organisasi. Mereka mencatat bahwa teknologi informasi memberi kemampuan pada perusahaan untuk merespon perubahan dengan lebih cepat. Namun, teknologi ini juga bisa menyebabkan tekanan kerja yang lebih tinggi dan mengancam keseimbangan hidup kerja bagi karyawan.

Menurut Prof. Dr. Sardjito (2022:76), dampak Produk secara positif adalah sebagai berikut :

1. Peningkatan Efisiensi dan Produktivitas: Teknologi informasi mempercepat proses kerja di berbagai sektor, termasuk bisnis, pemerintahan, dan pendidikan, dengan mengurangi waktu dan biaya yang dibutuhkan dalam operasional sehari-hari.
2. Kemudahan Akses Informasi: Internet dan perangkat teknologi memungkinkan akses cepat dan mudah ke berbagai informasi serta pengetahuan yang diperlukan dalam pembelajaran, pekerjaan, atau riset.

3. Peningkatan Kualitas Layanan: Teknologi informasi meningkatkan kualitas pelayanan di sektor kesehatan, perbankan, pendidikan, dan administrasi publik, membuat layanan lebih responsif dan transparan.
4. Inovasi Bisnis dan Produk: Teknologi memfasilitasi pengembangan produk dan layanan baru, serta menciptakan peluang bisnis dan lapangan kerja baru, terutama di bidang teknologi digital.
5. Komunikasi Global yang Cepat: Teknologi memungkinkan komunikasi yang cepat dan efektif, baik dalam hubungan pribadi maupun profesional, melalui email, media sosial, dan platform komunikasi lainnya.

Menurut Rhenald Kasali (2022:345), dampak utama Produk secara negatif adalah sebagai berikut :

1. Pengurangan Lapangan Kerja Tradisional: Otomasi dan digitalisasi sering menggantikan peran manusia di pekerjaan yang repetitif, berpotensi menyebabkan pengurangan lapangan kerja di sektor tertentu.
2. Ketergantungan Teknologi: Ketergantungan pada teknologi dapat membuat orang menjadi kurang produktif jika terjadi gangguan pada sistem atau peralatan, dan bisa mengurangi kemampuan untuk bekerja secara mandiri.
3. Masalah Keamanan dan Privasi: Ancaman seperti peretasan, malware, dan pencurian data meningkat, serta potensi pelanggaran privasi karena data pribadi banyak disimpan dan dibagikan secara online.
4. Dampak Sosial dan Psikologis: Penggunaan teknologi yang berlebihan, khususnya media sosial, dapat mengakibatkan masalah sosial dan psikologis, seperti isolasi, stres, dan kecanduan.
5. Kesenjangan Digital: Tidak semua orang memiliki akses yang sama terhadap teknologi informasi, yang dapat menciptakan

kesenjangan antara yang memiliki akses dan yang tidak, terutama di daerah terpencil.

25

2.4 Konsep Pelayanan Publik

2.4.1 Pengertian Pelayanan Publik

Pelayanan atau layanan Publik adalah tindakan atau proses memberikan bantuan, dukungan, atau kebutuhan kepada orang lain, kelompok, atau pelanggan untuk memenuhi permintaan, kebutuhan, atau keinginan mereka. Pelayanan bisa berupa tindakan fisik, komunikasi, atau pengaturan suatu hal yang bertujuan untuk memberikan manfaat atau kepuasan kepada penerima layanan. Menurut Philip Kotler: Pelayanan Publik adalah "setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, dan merupakan intangible dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun", menurut Philip Kotler (2023:22).

Menurut Leonard L. Berry, "pelayanan publik" didefinisikan sebagai interaksi manusia atau aktivitas yang didasarkan pada sistem yang bertujuan untuk memberikan manfaat kepada mereka yang menerima layanan. Menurut Valerie A. Zeithaml et al., "pelayanan publik" didefinisikan sebagai perbedaan antara persepsi pelanggan tentang harapan mereka sebelum menerima layanan dengan persepsi mereka setelah menerima layanan.

Pelayanan melibatkan interaksi atau aktivitas yang ditujukan untuk memberikan manfaat kepada penerima layanan. Pelayanan bersifat intangible dan tidak dapat dimiliki seperti produk fisik. Persepsi penerima layanan tentang pelayanan dapat berpengaruh pada tingkat kepuasan mereka. Oleh karena itu, pemberi layanan harus berusaha memberikan pelayanan yang baik dan sesuai dengan harapan pelanggan untuk mencapai kepuasan dan membangun hubungan positif dengan mereka.

2.4.2 Prinsip pelayanan Publik

Berdasarkan prinsip pelayanan publik, tatanan masyarakat terhadap stimulasi kebijakan pelayanan pemerintah (Ahmad Mustnir1,

Hariyanti Hamid (2022 :90), dibangun dari ¹⁵ 14 unsur yang dianggap “relevan”, valid, dan dapat diandalkan:

- ¹⁶ 1. Persyaratan pelayanan, yaitu persyaratan administratif dan teknis yang diperlukan untuk mendapatkan jenis pelayanan tertentu.
2. Kejelasan petugas pelayanan, yaitu keberadaan dan kepastian petugas yang memberikan pelayanan (nama, jabatan, dan kewenangan dan tanggung jawabnya).
- ² 3. Kedisiplinan petugas pelayanan, yaitu kesungguhan petugas dalam memberikan pelayanan terutama terhadap konsistensi waktu kerja sesuai ketentuan yang berlaku.
4. Tanggung jawab petugas pelayanan, yang menunjukkan wewenang dan tanggung jawab petugas dalam penyelenggaraan dan penyelesaian pelayanan.
5. Kemampuan petugas pelayanan, yang menunjukkan tingkat keahlian dan keterampilan yang dimiliki petugas dalam memberikan dan menyelesaikan pelayanan kepada masyarakat.
6. Kecepatan pelayanan, yang menunjukkan apakah pelayanan dapat diselesaikan dalam waktu yang ditetapkan oleh unit penyelenggaraan pelayanan..
7. Kesopanan dan keramahan petugas, yaitu sikap dan perilaku petugas dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat secara sopan dan ramah, serta saling menghargai dan menghormati, dan
8. Kewajaran biaya pelayanan, yaitu keterjangkauan masyarakat terhadap besarnya biaya yang ditetapkan oleh unit pelayanan. Kepastian biaya pelayanan, yaitu kesesuaian antara biaya yang dibayarkan yang telah ditetapkan.
9. Kepastian jadwal ⁴⁵ pelayanan, yang berarti pelayanan akan diberikan dalam waktu yang ditetapkan.
10. Kenyamanan lingkungan, yang berarti bahwa sarana dan prasarana pelayanan bersih, rapi, dan tertata dengan baik sehingga pelanggan merasa nyaman saat menerima layanan.

11. ³³Keamanan pelayanan, yang berarti bahwa unit penyelenggaraan pelayanan dan sarana dan prasarana yang digunakan memiliki tingkat keamanan lingkungan yang cukup.

Prinsip pelayanan publik masyarakat, menurut Robert K. Greenleaf (2023:12) ¹adalah:

1. Pelayanan sebagai tujuan: Seorang ¹pemimpin sejati mengutamakan pelayanan sebagai tujuan utama pekerjaannya. Selain memahami dan memenuhi kebutuhan orang lain, mereka berusaha membantu dan melayani masyarakat.
2. Mendengarkan dan Bersimpati: Pemimpin pelayan cenderung mendengarkan dengan aktif dan bersimpati dengan masalah dan kebutuhan klien mereka. Sebelum membuat keputusan, mereka berusaha untuk memahami pendapat orang lain.
3. Menciptakan lingkungan yang inklusif: Pemimpin pelayan bertanggung jawab untuk membuat masyarakat menjadi tempat ¹di mana setiap anggota merasa dihargai, didengar, dan didukung. Mereka mendukung keadilan dan kesetaraan..
4. Mendorong pertumbuhan dan pengembangan: Pemimpin pelayan berusaha untuk membantu anggota masyarakat berkembang secara pribadi dan profesional, mendukung pertumbuhan potensi individu dan kelompok.
5. Mengutamakan kepentingan masyarakat: Pemimpin pelayan ¹bertindak dengan jujur dan integritas untuk kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

Dengan mengintegrasikan kedua pandangan ini, pemimpin pelayan di sektor publik dapat menciptakan lingkungan yang inklusif, mendengarkan dan memahami kebutuhan masyarakat, dan berupaya memberikan pelayanan yang relevan, valid, reliable, serta sesuai dengan harapan masyarakat. Prinsip-prinsip ini akan berperan penting dalam

meningkatkan kepuasan masyarakat, membangun reputasi yang baik, dan mencapai kualitas pelayanan yang tinggi.

34

2.4.3 Asas pelayanan Publik

Untuk menjamin pelayanan yang berkualitas, adil, efisien, dan profesional, asas pelayanan adalah prinsip-prinsip atau pedoman yang menjadi dasar dalam memberikan layanan kepada masyarakat atau individu yang menerimanya.

52

Keputusan Menpan Nomor 63 tahun 2022 menetapkan prinsip-prinsip pelayanan publik, di antaranya:

1. Transparansi: Bersifat terbuka, artinya semua pihak yang membutuhkannya dapat mengaksesnya, dan informasinya harus cukup dan mudah dipahami.
2. Akuntabilitas: Semua pihak yang bertanggung jawab harus dapat dipertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
3. Kondosional: Sesuai dengan kemampuan penyedia dan diterima dengan mempertahankan prinsip efektifitas dan efesiensi. Partisipatif. Mendorong peran serta masyarakat dalam penyelenggaraan pelayanan publik dengan memperhatikan aspirasi, kebutuhan, dan harapan masyarakat.
4. Keseimbangan hak dan kewajiban: tidak diskriminatif dalam arti tidak membedakan berdasarkan ras, ras, agama, golongan, gender, atau status ekonomi. Hak dan kewajiban masing-masing pihak harus dipenuhi saat memberikan dan menerima pelayanan publik.
5. Menggarisbawahi pentingnya memberikan pelayanan publik yang transparan, akuntabel, kondisional, partisipatif, dan berkeadilan bagi semua pihak yang terlibat. Dengan menerapkan asas-asas pelayanan ini, diharapkan kualitas pelayanan publik dapat ditingkatkan dan kepuasan masyarakat dapat terpenuhi.

15

2.4.4 kualitas pelayanan Publik

Kualitas pelayanan mengacu pada sejauh mana layanan memenuhi atau melebihi harapan, kebutuhan, dan harapan pelanggan atau penerima layanan. Hal ini sangat penting karena dapat memengaruhi persepsi pelanggan terhadap penyedia layanan atau organisasi. Pelayanan yang baik dapat membuat pelanggan puas, menjadi lebih setia, dan membangun reputasi yang baik. Kotler & Keller (2022:143) mendefinisikan kualitas pelayanan publik sebagai kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap suatu kebutuhan. Sementara Philip Kotler (2022:45) mengatakan bahwa dalam konteks pelayanan publik, pendekatan berbasis data dan survei kepuasan masyarakat dapat dianggap sebagai alat untuk mendengarkan dan menanggapi kebutuhan dan harapan masyarakat terhadap apa yang diharapkan dari mereka tentang layanan publik..

Menurut Tjiptono (2020:22), hal-hal berikut harus dipertimbangkan saat menilai dan menentukan kualitas pelayanan publik:

1. Ketepatan waktu pelayanan, yang mencakup waktu tunggu dan waktu proses.
2. Akurasi pelayanan, yang mencakup bebas kesalahan.
3. Kesopanan dan keramahan dalam memberikan layanan. 4. Kemudahan mendapatkan layanan.
4. Kenyamanan dalam mendapatkan layanan.
5. Fitur pendukung lainnya..

Dua faktor utama, harapan layanan dan persepsi layanan, memengaruhi kualitas layanan publik. Jika jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan atau melampaui harapan masyarakat, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika itu melampaui harapan masyarakat, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai yang ideal. Sebaliknya berlaku (Tjiptono 2020).

Menurut David A. Garvin (2023:67), ⁸³ kualitas pelayanan Publik adalah sebagai berikut:

1. Kinerja (Performance): Sejauh mana produk atau layanan dapat melakukan fungsi-fungsi yang diinginkan dengan baik dan efektif.
2. Keandalan (Reliability): Tingkat kepercayaan dalam konsistensi kinerja produk atau layanan dari waktu ke waktu.
3. Daya Tahan (Durability): Lamanya masa pakai produk atau layanan sebelum mengalami penurunan kualitas atau kerusakan.
4. Kemudahan Pemeliharaan (Maintainability): Kemudahan dan kemampuan untuk memperbaiki atau memelihara produk atau layanan dengan biaya dan usaha minimal.
5. Estetika (Aesthetics): Penilaian terhadap tampilan visual atau estetika produk atau layanan, termasuk aspek desain dan presentasi.
6. Ciri-Ciri dan Fitur (Features): Ciri-ciri tambahan atau fitur yang menyediakan nilai tambah bagi pengguna.
7. Perceived Quality: Persepsi dan pandangan pengguna tentang kualitas produk atau layanan, yang dapat dipengaruhi oleh citra merek atau reputasi.
8. Layanan atau Dukungan (Serviceability): Kualitas dukungan pelanggan dan layanan purna jual yang diberikan untuk produk atau layanan tersebut.

2.5 ² Hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan Penelitian Saya
1	Aulia Rahman	2020	Analisis Saluran Distribusi Produk Makanan di	Distribusi produk makanan di Medan lebih	Fokus lokasi di Medan, produk

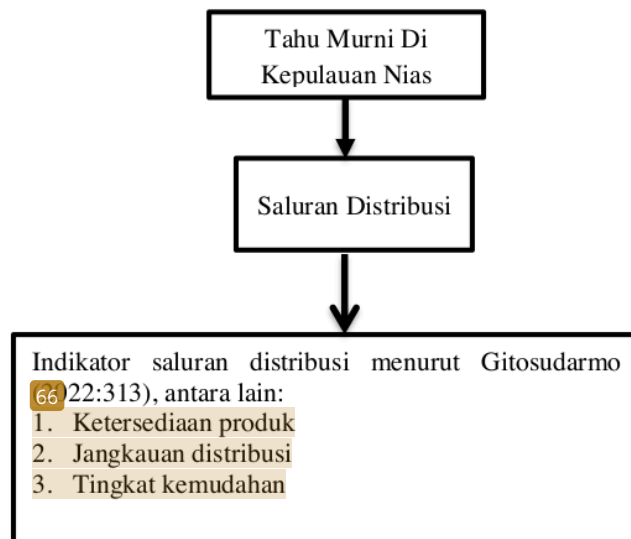
			Kota Medan	efektif melalui agen besar dan pengecer kecil	berbeda
2	Budi Santoso	2021	Studi Saluran Distribusi Produk Tahu di Surabaya	Penggunaan distributor lokal meningkatkan efisiensi pemasaran tahu	Fokus di Surabaya, variasi metode distribusi
3	Citra Puspita	2019	Analisis Efektivitas Saluran Distribusi Produk Olahan Kedelai	Saluran distribusi langsung ke konsumen lebih menguntungkan bagi produsen kecil	Produk berbeda, pendekatan distribusi langsung
4	Dedi Supriyadi	2020	Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Penjualan Produk Tahu di Jakarta	Saluran distribusi modern lebih efektif dibandingkan tradisional	Fokus lokasi di Jakarta, metode distribusi
5	Eka Sari	2020	Analisis Distribusi Produk Makanan Tradisional di Daerah Urban	Distribusi melalui pasar tradisional lebih menguntungkan dibandingkan	Produk berbeda, fokus pada pasar tradisional

				supermarket	
--	--	--	--	-------------	--

26 2.6 Kerangka Pemikiran

Menurut Sugiyono (2021:95), merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.

Untuk lebih memudahkan peneliti dalam melaksanakan penelitian ini, maka peneliti perlu merumuskan kerangka berpikir sebagai berikut:



Sumber: diolah penulis, 2024

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini berfokus pada analisis saluran distribusi dalam memasarkan produk Tahu Murni di Nias. “Tahu Murni” merupakan produk yang cukup populer di daerah ini, namun untuk memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan usahanya, sangat penting untuk memahami efektivitas saluran distribusi yang digunakan. Saluran distribusi memiliki peran krusial dalam memastikan produk dapat sampai ke konsumen dengan tepat waktu, dalam kondisi yang baik, dan dengan biaya yang efisien. Menurut Gitosudarmo

(2022:313),² ada beberapa indikator yang dapat digunakan untuk menilai efektivitas saluran distribusi. Salah satunya adalah ketersediaan produk. Dalam konteks Tahu Murni, hal ini berarti produk harus selalu tersedia di berbagai titik penjualan sesuai permintaan konsumen. Ketersediaan produk yang baik akan memastikan bahwa konsumen tidak mengalami kesulitan dalam menemukan produk,²⁰ yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas merek.

Selain ketersediaan produk, jangkauan distribusi juga merupakan indikator penting. Jangkauan distribusi mengacu pada seberapa luas area yang bisa dijangkau oleh produk. Untuk Tahu Murni di Nias, penting untuk tidak hanya berfokus pada distribusi di pusat kota tetapi juga menjangkau daerah-daerah sekitarnya. Dengan memperluas jangkauan distribusi, Tahu Murni dapat meningkatkan basis pelanggannya dan membuka peluang pasar baru. Indikator lain yang perlu dipertimbangkan adalah tingkat kemudahan. Ini berkaitan dengan bagaimana produk dapat diakses oleh konsumen secara mudah, baik melalui distribusi langsung di pasar tradisional, warung, atau melalui platform penjualan lainnya. Semakin mudah konsumen mendapatkan produk, semakin tinggi pula kemungkinan mereka untuk membeli dan menjadi pelanggan tetap.

Dalam kerangka ini, analisis terhadap saluran distribusi Tahu Murni di Nias akan difokuskan pada bagaimana ketiga indikator tersebut dapat dioptimalkan untuk meningkatkan efektivitas pemasaran dan distribusi produk. Dengan melakukan analisis yang mendalam, diharapkan dapat ditemukan strategi yang lebih efisien dan efektif untuk meningkatkan performa distribusi dan, pada akhirnya, pertumbuhan bisnis Tahu Murni.

14 BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian, menurut Moleong (2021:6), adalah rangkaian tindakan atau metode yang digunakan dalam penelitian, yang dimulai dengan perumusan masalah dan berakhir dengan pengambilan kesimpulan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengeksplorasi saluran distribusi dalam pemasaran produk Tahu Murni di Nias. Untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang pengalaman, penelitian ini melakukan wawancara mendalam dengan pimpinan Tahu Murni Kota Gunungsitoli, staf, pelanggan, dan pemangku kepentingan yang relevan.

3.1 Variabel Penelitian

Sugiono (2020:3) menyatakan bahwa variabel penelitian adalah atribut, sifat, atau nilai seseorang, objek, atau kegiatan yang berbeda yang dipilih oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan tentangnya. Berdasarkan permasalahan yang disampaikan, terdapat variabel tunggal adalah Saluran Distribusi Untuk Produk Tahu Murni Di Kepulauan Nias dengan indikator ketersediaan produk, jangkauan distribusi, tingkat kemudahan.

3.2 Lokasi dan Jadwal Penelitian

UD TAHU MURNI KOTA GUNUNGSITOLI Jln. Magiao, tuhemberua ulu, Kecamatan Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli City, North Sumatra Utara

Tabel 3.1
Jadwal Penelitian

Kegiatan	Jadwal																			
	Maret 2024				April 2024				Mei 2024				Juni 2024				Juli 2024			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Kegiatan Proposal Skripsi	■	■	■																	
Konsultasi kepada Dosen Pembimbing				■	■	■	■	■	■	■										
Pendaftaran Seminar Proposal Skripsi											■									
Persiapan Seminar												■								
Seminar Proposal Skripsi													■	■	■					
Persiapan Penelitian																■				
Pengumpulan Data																	■	■		
Penulisan Naskah Skripsi																		■	■	
Konsultasi Kepada Dosen Pembimbing																		■	■	■

Sumber : Olahan Penulis, 2024

3.4. Sumber Data

3.4.1. Data Primer

Menurut Umi Narimawati (2020;98), data primer didefinisikan sebagai data yang berasal dari sumber pertama atau asli. Data tidak tersedia dalam bentuk file-file atau terkompilasi. Ada keharusan bahwa data ini dikumpulkan melalui narasumber—dalam istilah teknis, responden—yaitu individu yang digunakan sebagai objek penelitian atau sebagai sumber informasi. Peneliti menggunakan data primer dari wawancara dengan pemimpin Tahu Murni di Kota Gunungsitoli, karyawan, dan pelanggan.

1.3.1 Data Sekunder

Data yang dikumpulkan dari sumber sebelumnya disebut sebagai data sekunder. Data yang tidak langsung diberikan kepada pengumpul data disebut data sekunder (Uma Sekaran 2021). Sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah catatan arsip atau catatan data pelanggan dalam memasarkan produk Tahu Murni di Nias, yang mendukung penelitian ini.

Tabel 3.2
Data informan

No	Nama	Jabatan
1	Anton Zulkarnain Zebua	Pemilik Produk Tahu Murni
2	Ratna Sari Dewi Laoli	Keuangan
3	Andi Firmansyah Harefa	Distribusi dan Pengiriman
4	Nita Harahap Harefa	Pemasaran
4	Leni Marlina zai	Penyimpanan Produk
5	Vina anjeli Gulo	Kepala Gudang
6	Mamelia zai	Karyawan
7	Nitolo Zebua	Karyawan
8	Hasanudi Harefa	Karyawan

Sumber : Data informan, 2024

3.5 Instrumen Penelitian

Sugiyono (2020) menjelaskan instrumen penelitian sebagai alat atau media untuk mengumpulkan data penelitian, seperti observasi, wawancara, kuesioner, dan studi dokumentasi. Instrument penelitian yang dapat digunakan untuk memasarkan produk Tahu Murni Nias melalui saluran distribusi Peneliti berfungsi sebagai alat sekaligus sebagai pengumpul data dalam penelitian ini. Untuk mempertahankan fokus penelitian, instrumen penelitian digunakan untuk mendukung metode pengambilan data dan merekam data selama penelitian.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut: "Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.

1. Observasi

Menurut John W. Creswell (2018:400), observasi adalah proses mengumpulkan data dengan mengamati orang, tempat, atau peristiwa secara langsung. Ini dapat dilakukan secara partisipan, yaitu dengan terlibat langsung dalam kegiatan yang diamati, atau secara nonpartisipasi, yaitu dengan mengamati dari luar tanpa terlibat langsung. Seseorang dapat menggunakan teknik ini untuk mengamati secara langsung peristiwa atau fenomena yang menjadi subjek penelitian. Saya melakukan observasi di Ud tahu murni kota gunungsitoli, jalan Magiao, tuhemberua ulu, kecamatan gunungsitoli, kota gunungsitoli, Sumatra Utara timur.

2. Wawancara

Menurut Sugiyono (2019:195), wawancara terstruktur adalah teknik pengumpulan data yang digunakan jika peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti informasi apa yang akan diperoleh. Wawancara ini dilakukan secara tatap muka dengan pemimpin Tahu Murni di Kota Gunungsitoli, karyawan, dan pelanggan.

3. Dokumentasi

Michael Buckland (2021:240), seorang pakar ilmu informasi dan perpustakaan, menciptakan istilah "rekayasa dokumentasi" dan menekankan pentingnya konteks informasi dalam dokumentasi. Semua hasil wawancara dan keterangan yang diberikan informan disimpan dalam dokumen ini. Contoh dokumentasi termasuk catatan tentang saluran distribusi dalam pemasaran Tahu Murni di Kota Gunungsitoli.

36

3.3 Teknik Analisis Data

Pada penelitian kualitatif, analisis data dilakukan saat pengumpulan data sedang berlangsung dan setelah pengumpulan data selesai dalam jangka waktu tertentu. Saat melakukan wawancara, peneliti harus menganalisis setiap tanggapan dari orang yang diwawancarai. Jika tanggapan mereka tidak memuaskan, peneliti akan melanjutkan pertanyaan sampai mereka mendapatkan data yang dianggap cukup. Peneliti akan menggunakan model analisis data yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman (Sugiyono, 2020: 132-142), yang melibatkan empat tahap analisis data, yang terdiri dari:

27

74

19

1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah bagian penting dari penelitian. Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data dapat dilakukan menggunakan teknik seperti wawancara, observasi, dokumentasi, dan triangulasi, dan proses pengumpulan data dapat berlangsung selama sehari-hari hingga berbulan-bulan. Ini menghasilkan data yang banyak dan beragam.

2. Reduksi Data

Setelah pengumpulan data, data harus dicatat dengan teliti dan rinci sebelum direduksi untuk membuat gambaran yang lebih jelas dan memudahkan peneliti untuk melanjutkan pengumpulan data pada tahap berikutnya atau mencari data yang relevan.

3. Penyajian Data

Setelah data direduksi, langkah berikutnya dalam analisis data adalah menampilkannya. Penyajian data dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan dengan membuat uraian singkat, bagan, diagram flowchart, hubungan antar kategori, dan metode lainnya. Tujuan penyajian data adalah untuk membuat orang lebih mudah memahami apa yang terjadi dan merencanakan tindakan selanjutnya berdasarkan apa yang mereka ketahui.

4. Kesimpulan Dan Verifikasi

Penarikan kesimpulan dan verifikasi adalah langkah terakhir dalam model analisis data Miles dan Huberman. Karena rumusan masalah dalam penelitian kualitatif tetap sementara dan berubah seiring dengan perkembangan penelitian lapangan, kesimpulan penelitian kualitatif mungkin atau mungkin tidak menjawab rumusan masalah. Penemuan penelitian kualitatif adalah hal baru yang belum pernah terjadi sebelumnya. Penemuan ini dapat berupa deskripsi atau gambaran tentang sesuatu yang sebelumnya tidak jelas sehingga menjadi jelas setelah penelitian. Hasil dari penelitian ini juga dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis, atau teori.

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

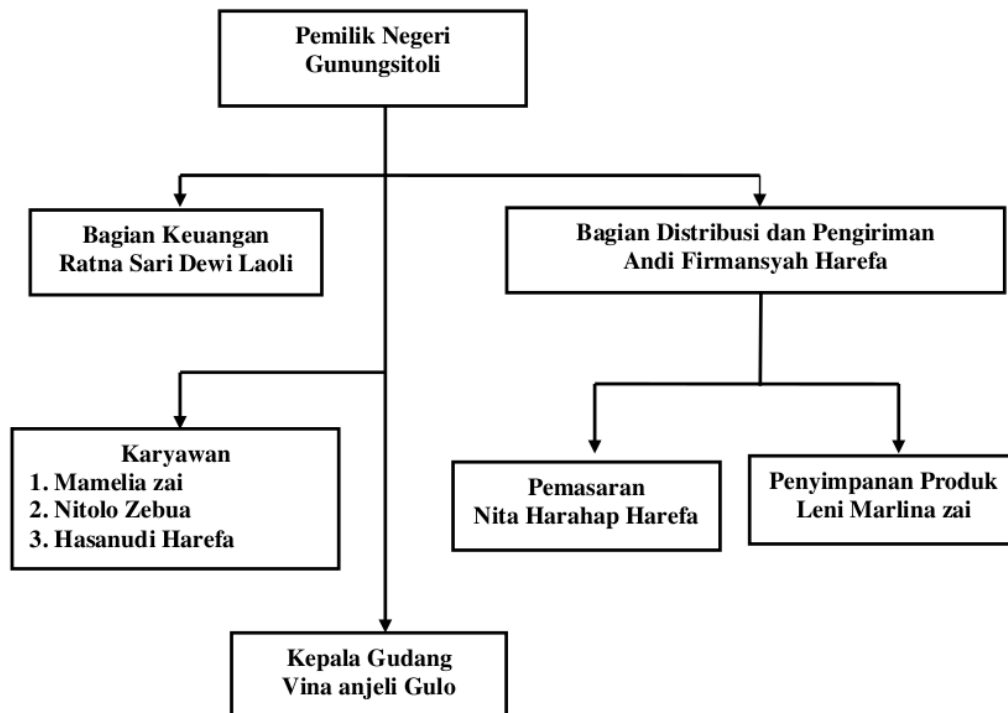
Visi

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 pt. tiaryasa abadi perkasa gemilang



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 menindaklanjuti
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. Pengambilan Keputusan Strategis : Menentukan strategi pemasaran produk tahu, seperti penetapan harga, wilayah pemasaran, dan metode promosi yang efektif.
2. Membangun Jaringan Kemitraan : Menjalin hubungan dengan agen, distributor, dan pelanggan utama untuk memperluas jangkauan pasar.
3. Monitoring dan Evaluasi Pemasaran ; Mengawasi pelaksanaan program pemasaran dan mengevaluasi efektivitas strategi yang digunakan.
4. Meningkatkan Brand Awareness : Mengarahkan upaya pemasaran untuk meningkatkan citra dan kesadaran masyarakat terhadap produk Tahu Murni.
5. Pengembangan Inovasi Pemasaran : Menyusun dan menerapkan inovasi pemasaran berbasis tren terkini untuk menarik konsumen baru.
6. Pelaksanaan Promosi : Melaksanakan aktivitas promosi produk, baik secara langsung (door-to-door) maupun melalui media digital.
7. Menjaga Hubungan dengan Pelanggan : Memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan, menerima pesanan, dan menangani keluhan pelanggan.

8. Distribusi Produk : Membantu pengiriman produk ke agen atau konsumen sesuai jadwal dan permintaan.
9. Pencatatan dan Pelaporan : Mendokumentasikan data penjualan, pelanggan, dan laporan kegiatan pemasaran kepada pemilik.
10. Pengumpulan Informasi Pasar : Melakukan survei untuk memahami kebutuhan pasar, tren, dan preferensi konsumen.
11. Pelaksanaan Program Diskon atau Penawaran Khusus : Menyusun dan menyebarluaskan informasi terkait diskon, promo, atau paket khusus yang ditentukan oleh pemilik.

5. Penyimpanan Produk

1. Pengawasan Proses Penyimpanan : Memastikan bahwa produk disimpan sesuai dengan standar operasional untuk menjaga kualitas tahu murni.
2. Penyediaan Fasilitas Penyimpanan : Menyediakan peralatan dan fasilitas penyimpanan yang memadai, seperti wadah kedap udara atau lemari pendingin.
3. Evaluasi dan Penilaian Kinerja : Mengevaluasi kinerja karyawan dalam proses penyimpanan dan memberikan arahan untuk peningkatan.
4. Pemeliharaan Standar Kebersihan : Memastikan area penyimpanan selalu bersih, sesuai standar sanitasi produk pangan.
5. Pengelolaan Produk di Tempat Penyimpanan : Menata produk tahu sesuai dengan prosedur untuk mempermudah pengambilan dan menjaga kualitas.
6. Pemantauan Kondisi Produk : Secara rutin memeriksa kualitas produk yang disimpan, termasuk memastikan suhu dan kebersihan penyimpanan.

7. Pengelompokan Produk : Melakukan pengelompokan produk berdasarkan tanggal produksi untuk memprioritaskan distribusi produk yang lebih dulu diproduksi.
8. Laporan Stok Penyimpanan : Menyusun laporan stok tahu di gudang untuk memastikan ketersediaan produk dalam kondisi optimal.
9. Pemeliharaan Kebersihan Area : Menjaga kebersihan ruang penyimpanan untuk mencegah kontaminasi dan kerusakan produk.

6. Kepala Gudang

1. Mengelola seluruh aktivitas operasional gudang guna memastikan kelancaran proses penyimpanan, distribusi, dan ketersediaan barang sesuai dengan kebutuhan perusahaan.
2. Pengelolaan Stok Barang : Memantau dan mengontrol persediaan barang di gudang agar sesuai dengan kebutuhan produksi dan distribusi.
3. Melakukan pencatatan stok secara berkala dan melaporkan kepada manajemen.
4. Penerimaan dan Pengiriman Barang : Mengawasi proses penerimaan bahan baku atau barang jadi dari pemasok.
5. Mengatur proses pengiriman barang ke pelanggan atau agen distribusi sesuai dengan jadwal yang ditentukan.
6. Pengaturan Tata Letak Barang : Menyusun tata letak penyimpanan barang di gudang agar mudah diakses dan aman dari kerusakan.
7. Menjamin kebersihan dan keamanan area gudang.

8. Supervisi dan Koordinasi : Mengawasi kinerja karyawan gudang untuk memastikan setiap tugas dilaksanakan sesuai prosedur.
9. Berkoordinasi dengan bagian produksi dan distribusi untuk memenuhi kebutuhan operasional.
10. Administrasi dan Dokumentasi : Memastikan kelengkapan dokumen terkait barang masuk dan keluar.
11. Melakukan audit stok secara berkala dan menyelesaikan selisih yang ditemukan dalam pencatatan.
12. Keamanan dan Keselamatan : Mengawasi penerapan prosedur keselamatan kerja di gudang.
13. Menjaga keamanan barang dan aset yang ada di gudang dari risiko kehilangan atau kerusakan.
14. Penyelesaian Masalah : Menangani kendala operasional gudang seperti kerusakan barang, keterlambatan pengiriman, atau kekurangan stok dengan solusi yang cepat dan efektif.

7. Karyawan

1. Membantu kelancaran proses produksi tahu dari awal hingga selesai.
2. Menjaga kebersihan dan kerapian area kerja.
3. Menjalankan aktivitas distribusi produk sesuai jadwal dan rute yang ditentukan
4. Melayani pelanggan dengan baik dan menjaga hubungan profesional.
5. Memastikan bahan baku yang digunakan cukup dan sesuai dengan standar kualitas.
6. Mendukung kegiatan pemasaran melalui promosi dan pengemasan yang menarik.

7. Membantu proses pencatatan administrasi produksi dan penjualan.
8. Produksi: Mengolah bahan baku menjadi produk tahu yang berkualitas, Memastikan setiap tahapan proses produksi berjalan sesuai prosedur, Mengawasi kualitas produk sebelum dikemas.
9. Distribusi: Mengantarkan produk ke pelanggan atau agen distribusi tepat waktu, Menjaga keamanan dan keutuhan produk selama proses pengiriman.
10. Kebersihan: Menjaga sanitasi di area produksi untuk memastikan produk higienis, Membersihkan peralatan produksi setelah digunakan,
11. Pelayanan Pelanggan: Menangani keluhan pelanggan dengan sikap profesional, Memberikan informasi terkait produk kepada pelanggan.
12. Pendukung Administrasi: Membantu pencatatan harian terkait jumlah produksi, penjualan, dan stok., Menginformasikan kebutuhan bahan baku kepada pemilik.
13. Keamanan: Memastikan area kerja aman dari risiko kecelakaan kerja, Menjaga aset perusahaan, seperti bahan baku dan peralatan, dari kerusakan atau kehilangan.

9

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.

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. Menurut teori Kotler (2021:76), ada beberapa jenis strategi pemasaran yang berbeda. Yang pertama adalah segmentasi pasar, yang juga dikenal sebagai "market segmentation". Ini berarti memecah pasar ke dalam kelompok konsumen yang berbeda dengan kebutuhan dan atribut yang berbeda.

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. Menurut teori Kotler dan Keller (2022: 110), evaluasi ini sangat penting untuk memastikan bahwa saluran distribusi yang ada tetap relevan dan dapat sepenuhnya memenuhi kebutuhan pasar.

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.

18 Saluran distribusi adalah jalur yang dilalui oleh produk dari produsen ke konsumen. Saluran distribusi dapat didefinisikan sebagai jaringan organisasi yang bertanggung jawab 76 untuk menyalurkan produk dan menunjukkan status kepemilikan produsen kepada konsumen akhir, menurut beberapa ahli (Etzel, 2021). Saluran distribusi memainkan peran penting dalam menghubungkan produsen dengan pembeli dan memastikan arus barang secara fisik dan non-fisik berjalan lancar.

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. Warren J. Keegan (2022: 23) mendukung 40 gagasan ini dengan menggambarkan saluran distribusi sebagai jaringan agensi dan lembaga yang bekerja sama untuk melakukan semua tugas yang diperlukan untuk menghubungkan produsen dengan pemakai dalam upaya pemasaran.

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. ⁶Adanya saluran distribusi yang tepat akan berpengaruh pada minat beli konsumen, Ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan (Nurlina & Sasari, 2022:23) karena distribusi yang efektif dan efisien sangat penting dalam industri makanan, terutama untuk produk tahu murni yang mudah rusak dan membutuhkan perawatan khusus.

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. Warren I. Keegan (2022: 23) menggambarkan saluran distribusi sebagai jaringan agensi dan lembaga yang bekerja sama untuk melakukan semua tugas yang diperlukan untuk menghubungkan produsen dengan pemakai untuk menyelesaikan tujuan pemasaran. Ide ini sejalan dengan konsep ini.

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), yang menyebutkan bahwa ada beberapa metode distribusi. Salah

satunya adalah strategi untuk mendistribusikan barang dagangan mereka ke berbagai toko dan distributor. Strategi ini sangat cocok untuk produk kebutuhan sehari-hari.

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. Menurut teori Charles Lamb (2021:56), variabel yang memengaruhi pilihan saluran distribusi dikelompokkan sebagai berikut: Produk yang lebih kompleks dan mahal cenderung mendapatkan manfaat dari saluran pemasaran yang lebih pendek.

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. Untuk meningkatkan penjualan dan menjalin hubungan dengan pelanggan, strategi ini melibatkan positioning, targeting, dan segmentasi pasar (Kotler dan Armstrong, 2022:72).

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. Menurut para ahli seperti Michael J. Etzel (2021), Suhardi Sigit (2021), dan Basu Swastha D.H (2021), konsep ini sejalan dengan definisi saluran distribusi, yang mencakup berbagai organisasi yang terlibat dalam proses pengiriman barang dari produsen ke pelanggan akhir. Dua komponen utama saluran distribusi adalah fisik dan non-fisik.

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, Teori Michael J. Etzel (2021) menggambarkan saluran distribusi sebagai kelompok organisasi yang bekerja untuk mengirimkan produk dari produsen ke pemakai.

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, Teori ini sejalan dengan teori uhardi Sigit (2021), yang menekankan bahwa saluran distribusi adalah perantara antara penjual dan pembeli yang digunakan untuk mengirimkan barang.

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. Teori Sigit (2021) dan Basu Swastha D.H (2021) menggambarkan saluran distribusi sebagai jalur di mana barang pergi dari produsen ke perantara dan akhirnya ke konsumen.

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, Saluran distribusi digambarkan dalam teori Zikmund dan Babin (2022) sebagai jaringan organisasi yang saling bergantung untuk melakukan tugas logistik untuk memenuhi kebutuhan konsumsi.

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, Teori ini sejalan dengan teori Tjiptono (2022) yang menyatakan bahwa saluran distribusi terdiri dari berbagai pihak yang melakukan tugas yang diperlukan untuk mengirimkan barang dari penjual ke konsumen akhir.

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, Teori ini sesuai dengan teori Oentoro (2021), yang

menjelaskan bahwa tujuan distribusi adalah ²⁰ untuk memperlancar dan mempermudah ⁸ penyampaian barang dari produsen kepada pembeli dengan mempertimbangkan ⁸ jenis, jumlah, harga, lokasi, dan waktu yang diperlukan.

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 Saluran distribusi terdiri dari berbagai organisasi, menurut Suhardi Sigit (2021), ¹⁸ yang berfungsi untuk menghubungkan produk dari produsen ke pengguna akhir.

Hasil wawancara ¹⁸ 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, Teori Basu Swastha D.H. (2021) mendefinisikan saluran distribusi sebagai jalur di mana barang dikirim dari produsen ke pembeli..

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), yang mengatakan bahwa agen dan pengecer tertentu mendistribusikan produk, yang memungkinkan perusahaan untuk memperoleh kontrol yang lebih baik dan mencapai cakupan pasar yang lebih besar.

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.

47
BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dengan selesainya tugas akhir dengan judul “**Analisis Saluran Distribusi Untuk Produk Tahu Murni Di Kepulauan Nias**” dapat di ambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Saluran distribusi produk tahu murni di Kepulauan Nias mencakup beberapa tahapan distribusi yang melibatkan agen, pengecer, dan distributor yang tersebar di wilayah-wilayah utama di Nias, seperti Gunungsitoli, Telukdalam, dan wilayah lainnya. Saluran ini memiliki pola distribusi yang beragam, baik melalui penjualan langsung ke konsumen maupun melalui perantara. Faktor-faktor seperti jarak distribusi, kondisi infrastruktur, dan biaya distribusi sangat memengaruhi kelancaran dan efektivitas saluran distribusi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha tahu murni memanfaatkan distribusi lokal untuk menjangkau konsumen dengan cara yang lebih efisien, meskipun keterbatasan dalam jangkauan pasar masih menjadi kendala.
2. Tantangan utama yang dihadapi pelaku usaha tahu murni dalam menggunakan saluran distribusi di Kepulauan Nias mencakup kondisi infrastruktur yang kurang memadai, seperti jalan yang rusak dan akses yang terbatas ke daerah pedalaman. Selain itu, biaya transportasi yang tinggi serta fluktuasi permintaan pasar juga menjadi kendala yang cukup signifikan. Tantangan ini memengaruhi keberlanjutan distribusi produk, terutama pada saat permintaan tinggi namun akses distribusi terhambat. Pelaku usaha juga mengalami kendala dalam menjaga kualitas produk selama proses distribusi, mengingat tahu merupakan produk yang mudah rusak dan memerlukan penanganan khusus.

5.2 Saran

1. Untuk meningkatkan efektivitas saluran distribusi, pelaku usaha sebaiknya memperluas kerja sama dengan lebih banyak agen atau distributor lokal yang dapat menjangkau wilayah-wilayah terpencil di Kepulauan Nias. Hal ini akan membantu memperluas jaringan distribusi dan mempermudah akses konsumen terhadap produk tahu murni.
2. Diharapkan adanya dukungan dari pemerintah daerah dalam menyediakan infrastruktur transportasi yang lebih baik, seperti perbaikan akses jalan dan fasilitas pendukung lainnya, guna memperlancar proses distribusi. Bantuan dalam bentuk pelatihan manajemen distribusi juga akan membantu pelaku usaha mengelola tantangan distribusi secara lebih efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- American Heart Association. (2022). Rekomendasi Tahu sebagai Sumber Protein Rendah Lemak. New York: American Heart Association Press.
- Basu Swastha, D. H. (2021). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Liberty.
- Buckland, Michael. (2021). Rekayasa Dokumentasi dan Konteks Informasi dalam Dokumentasi (Edisi ke-2). New York: Academic Press.
- Creswell, John W. (2018). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (Edisi ke-5). California: Sage Publications.
- Daryanto. (2021). Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Etzel, Michael J. (2021). Dasar-Dasar Pemasaran. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Greger, M. (2021). How Not to Die. New York: Flatiron Books.
- Harold McGee. (2022). Tahu: Sejarah dan Proses Produksi. New York: Scribner.
- Harvard Medical School. (2021). Konsumsi Produk Kedelai dan Kesehatan Jantung. Cambridge: Harvard University Press.
- Keegan, W. J. (2022). Saluran distribusi sebagai organisasi jaringan kerja. Jakarta: Penerbit ABC.
- Keller, K. (2020). Strategi Pemasaran. New York: Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). Marketing Management (13th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2022). Prinsip-Prinsip Pemasaran (15th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. (2021). Marketing Management (15th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Lamb, Charles W. (2021). Marketing: Pengantar Pemasaran. Jakarta: Salemba Empat.

- McGee, H. (2022). *The Tofu Chronicles*. San Francisco: Chronicle Books.
- Moleong, L.J. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- National Institutes of Health (NIH). (2022). *Efek Isoflavon dalam Tahu pada Kesehatan*. Bethesda: NIH Publications.
- Narimawati, Umi. (2020). *Metodologi Penelitian: Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif (Edisi ke-2)*. Bandung: Pustaka Setia.
- Nurlina, & Sasari, L. (2022). *Efektivitas Saluran Distribusi dalam Meningkatkan Penjualan Produk*. Yogyakarta: Penerbit Universitas XYZ.
- Oentoro, B. (2021). *Manajemen Distribusi*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Porter, M. E. (2021). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: Free Press.
- Rauf, M., et al. (2021). *Strategi Pemasaran: Konsep dan Implementasi*. Surabaya: Penerbit Universitas Surabaya.
- Sekaran, Uma. (2021). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach (Edisi ke-7)*. New York: John Wiley & Sons.
- Simamora, B. (2022). *Saluran Distribusi: Konsep dan Implementasi*. Bandung: Penerbit ITB.
- Stanton, W. J. (2022). *Fundamentals of Marketing*. New York: McGraw-Hill.
- Suhardi, S. (2021). *Distribusi Produk*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Sumarwan, U. (2022). *Proses pemasaran dan identifikasi kebutuhan konsumen*. Bandung: Penerbit DEF.
- Suprpti. (2021). *Tahu dan Proses Produksinya*. Jakarta: Penerbit Kanisius.
- Suprpti, A. (2022). *Proses pembuatan tahu dari kacang kedelai*. Yogyakarta: Penerbit GHI.

- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2021). Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Tjiptono, F. (2021). Strategi Pemasaran (4th ed.). Yogyakarta: Andi.
- W, dkk. (2021). Strategi Distribusi dan Pemasaran Produk. Jakarta: Penerbit ABC.
- Weil, A. (2022). Healthy Aging: A Lifelong Guide to Your Well-Being. New York: Knopf.
- Wikipedia. (2022). Produsen dalam industri makanan. Diakses dari <https://www.wikipedia.org>.
- Winasis, H., Rahmat, S., & Setiawan, D. (2022). Saluran distribusi dalam pemasaran produk. Surabaya: Penerbit JKL.

ANALISIS EFEKTIVITAS SALURAN DISTRIBUSI GAS ELPIJI BERSUBSIDI DI KECAMATAN GUNUNGSITOLI (STUDI KASUS PT. TIARYASA ABADI PERKASA GEMILANG)

ORIGINALITY REPORT

18%

SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	j-innovative.org Internet	323 words — 3%
2	123dok.com Internet	145 words — 1%
3	repository.radenintan.ac.id Internet	90 words — 1%
4	repository.uin-suska.ac.id Internet	80 words — 1%
5	www.gramedia.com Internet	77 words — 1%
6	jurnal.um-tapsel.ac.id Internet	41 words — < 1%
7	digilib.unikom.ac.id Internet	39 words — < 1%
8	www.pekerjadata.com Internet	39 words — < 1%
9	www.scribd.com Internet	37 words — < 1%

10	anzdoc.com Internet	35 words — < 1%
11	text-id.123dok.com Internet	35 words — < 1%
12	www.ejournal.ip.fisip-unmul.ac.id Internet	34 words — < 1%
13	repository.stiesia.ac.id Internet	33 words — < 1%
14	docplayer.info Internet	30 words — < 1%
15	repository.ub.ac.id Internet	29 words — < 1%
16	adoc.pub Internet	28 words — < 1%
17	jurnal.stiabengkulu.ac.id Internet	28 words — < 1%
18	repository.eka-prasetya.ac.id Internet	28 words — < 1%
19	digilib.uinkhas.ac.id Internet	27 words — < 1%
20	www.coursehero.com Internet	27 words — < 1%
21	repository.uir.ac.id Internet	25 words — < 1%

22	www.kompas.com Internet	25 words — < 1%
23	www.neliti.com Internet	25 words — < 1%
24	johannessimatupang.wordpress.com Internet	23 words — < 1%
25	repositori.usu.ac.id Internet	23 words — < 1%
26	repository.stipjakarta.ac.id Internet	23 words — < 1%
27	Sandiya Desti Ayunisyah, Hendra Harmi, Lukman Asha. "Peran Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Perilaku Organisasi Di SDN 125 Rejang Lebong", Al-Madrasah: Jurnal Pendidikan Madrasah Ibtidaiyah, 2022 Crossref	22 words — < 1%
28	dedyzakaria.blogspot.com Internet	22 words — < 1%
29	www.e-jurnal.stie-ibek.ac.id Internet	22 words — < 1%
30	library.binus.ac.id Internet	21 words — < 1%
31	eprint-sendratasik, Puji Lestari. "EKSISTENSI TARI RONGGENG BUGIS DI SANGGAR PRINGGADHING PLUMBON CIREBON", Thesis Commons, 2018 Publications	20 words — < 1%
32	etheses.iainponorogo.ac.id Internet	20 words — < 1%

33	eprints.undip.ac.id Internet	19 words — < 1%
34	repository.unhas.ac.id Internet	19 words — < 1%
35	eprints.uad.ac.id Internet	18 words — < 1%
36	id.scribd.com Internet	18 words — < 1%
37	Fatoni Achmad, Yulia Novita Sari, Dhanang Suwidagdhho, Nurlian Doofa, Mulyanti Muin. "Strategi Guru Dalam Pelaksanaan Bimbingan Dan Konseling Pada Anak Autis Di SLB TKLB Negeri Ternate", G-Couns: Jurnal Bimbingan dan Konseling, 2024 Crossref	17 words — < 1%
38	etd.iain-padangsidempuan.ac.id Internet	17 words — < 1%
39	beritasaya.com Internet	16 words — < 1%
40	core.ac.uk Internet	16 words — < 1%
41	eprints.polsri.ac.id Internet	16 words — < 1%
42	Ni Putu Rani Artha Mevia Dewi, Eka Putri Suryantari, Putu Aristya Adi Wasita. "PENGARUH PARTISIPASI PEMAKAI SISTEM INFORMASI, KEMAMPUAN TEKNIK PERSONAL, DAN PROGRAM PELATIHAN PADA KINERJA SISTEM INFORMASI AKUNTANSI (SIA) DI LEMBAGA	15 words — < 1%

43	eprints.walisongo.ac.id Internet	15 words — < 1 %
44	lummatun.com Internet	14 words — < 1 %
45	petrussamo.wordpress.com Internet	14 words — < 1 %
46	repository.politeknikyakpermas.ac.id Internet	13 words — < 1 %
47	pt.scribd.com Internet	12 words — < 1 %
48	sip-spse.kalselprov.go.id Internet	12 words — < 1 %
49	tofeedev.com Internet	12 words — < 1 %
50	accurate.id Internet	11 words — < 1 %
51	laurelhollomanonline.com Internet	11 words — < 1 %
52	digilib.unila.ac.id Internet	10 words — < 1 %
53	media.neliti.com Internet	10 words — < 1 %

55 Ahmad Naufal Gumilang, Muh Nur Islam Nurdin. 9 words — < 1%
"Manifestasi Karakter Peserta Didik melalui
Metode Pendidikan Al-Hadits pada Mata Pelajaran Pendidikan
Agama Islam", Nusantara: Jurnal Pendidikan Indonesia, 2024
Crossref

56 Nur Jernih Delpi Karianita Zebua, Eliyunus 9 words — < 1%
Waruwu, Dedy Setiawan Zebua, Yupiter Mendrofa.
"Implementasi Sistem Pencatatan Laporan Persediaan Barang
Berbasis Digital di Satuan Polisi Pamong Praja Kota
Gunungsitoli", Tuhenori: Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 2024
Crossref

57 Wahyu Hidayat, Dwi Rezky Anandari Sulaiman, Sri 9 words — < 1%
Riski Wulandari. "PKM Peningkatan Kognitif dan
Motivasi Belajar Anak Tunagrahita SLB-C Makassar Dengan
Camtouch Interactive Whiteboard", Panrannuangku Jurnal
Pengabdian Masyarakat, 2024
Crossref

58 journal.uinjkt.ac.id 9 words — < 1%
Internet

59 konsultasiskripsi.com 9 words — < 1%
Internet

60 ml.scribd.com 9 words — < 1%
Internet

61 repositori.umrah.ac.id 9 words — < 1%
Internet

62 repository.ar-raniry.ac.id 9 words — < 1%
Internet

63	repository.uinbanten.ac.id Internet	9 words — < 1%
64	repository.uma.ac.id Internet	9 words — < 1%
65	takterlihat.com Internet	9 words — < 1%
66	www.ejournal.stei.ac.id Internet	9 words — < 1%
67	www.esdm.go.id Internet	9 words — < 1%
68	www.inspirasi-usaha.com Internet	9 words — < 1%
69	Salsabilla Puspa Rianty, Angga Nadiyanto Prastian. "Analisis Kualitas Pelayanan Dalam Upaya Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Sari Ater Kamboti", JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi), 2024 Crossref	8 words — < 1%
70	artikelpendidikan.id Internet	8 words — < 1%
71	blog.advan.id Internet	8 words — < 1%
72	daffayusya.wordpress.com Internet	8 words — < 1%
73	digilib.itb.ac.id Internet	8 words — < 1%

74	doku.pub Internet	8 words — < 1%
75	eprints.unm.ac.id Internet	8 words — < 1%
76	etd.uinsyahada.ac.id Internet	8 words — < 1%
77	hasnaizzati.wordpress.com Internet	8 words — < 1%
78	id.cc-inc.org Internet	8 words — < 1%
79	issuu.com Internet	8 words — < 1%
80	jurnal.untag-sby.ac.id Internet	8 words — < 1%
81	repository.uinjkt.ac.id Internet	8 words — < 1%
82	weboworld.com Internet	8 words — < 1%
83	www.kajianpustaka.com Internet	8 words — < 1%
84	www.researchgate.net Internet	8 words — < 1%
85	www.slideshare.net Internet	8 words — < 1%

86

Indah Rahmadani, Suryono Efendi. "PENGARUH SELF EFFICACY, KOMPETENSI DAN PENGEMBANGAN KARIR TERHADAP KINERJA KARYAWAN MELALUI MOTIVASI KERJA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PT. CIPTA ORION METAL", Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING), 2024

Crossref

6 words — < 1%

87

repository.iainpurwokerto.ac.id

Internet

6 words — < 1%

EXCLUDE QUOTES	OFF	EXCLUDE SOURCES	OFF
EXCLUDE BIBLIOGRAPHY	ON	EXCLUDE MATCHES	OFF
