

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Sektor industri kecil merupakan komponen utama dalam pembangunan perekonomian nasional yang tidak saja mampu meningkatkan perekonomian, tetapi juga mampu menyerap tenaga kerja, serta mampu meningkatkan pendapatan masyarakat. Salah satu industri yang termasuk industri kecil adalah industri pangan yang menghasilkan bahan makanan, seperti tahu. Industri tahu dapat digolongkan sebagai jenis usaha yang termasuk dalam industri kecil karena usaha tersebut berskala kecil, baik modal, maupun tenaga kerjanya.

Banyaknya industri pangan yang ada di Provinsi Gorontalo pada tahun 2011 adalah 4.562 unit usaha, dengan jumlah tenaga kerja sebesar 10.078 orang, serta nilai investasi sebesar Rp. 28 milyar. Dimana industri yang bergerak pada pengolahan tahu berjumlah 83 unit usaha, dengan jumlah tenaga kerja 200 orang, serta jumlah investasi sebesar Rp. 590 juta (Dikopperindag Provinsi Gorontalo, 2011).

Kabupaten Gorontalo merupakan sentra industri tahu yang ada di Provinsi Gorontalo. Pada tahun 2011 industri tahu yang tersebar di Kabupaten Gorontalo berjumlah 33 unit usaha dengan jumlah tenaga kerja 86 orang dan investasi lebih dari Rp. 413 juta. Adapun Kecamatan yang memiliki jumlah industri, tenaga kerja, dan nilai investasi terbesar adalah Kecamatan Boliyohuto yaitu 12 unit usaha, 30 orang tenaga kerja dan investasi sebesar Rp. 116 juta lima ratus ribu. Sedangkan, Kecamatan yang memiliki jumlah industri, tenaga kerja dan nilai investasi terendah yaitu Kecamatan Bongomeme yaitu satu unit usaha, dua orang tenaga kerja dan investasi sebesar Rp. 10 juta. Jika dibandingkan antara banyaknya jumlah industri dengan nilai investasi Kecamatan Telaga memiliki nilai investasi yang tertinggi yaitu terdapat empat unit usaha dengan nilai investasi sebesar Rp. 82 Juta (Dikopperindag Kabupaten Gorontalo, 2011).

Tahu merupakan makanan hasil olahan dari kedelai yang diolah menjadi produk baru yang memiliki nilai lebih. Sejak dahulu tahu telah dikenal oleh seluruh lapisan masyarakat, baik itu dari golongan ekonomi menengah bahkan sampai pada golongan ekonomi menengah keatas. Tahu merupakan makanan hasil olahan yang memiliki peranan penting dalam penyediaan bahan pangan, khususnya penyediaan sumber protein. Makanan yang terbuat dari sari pati kedelai yang dipadatkan itu merupakan sumber protein yang mencukupi kebutuhan gizi masyarakat.

Pada masa sulit seperti sekarang ini, dimana harga kebutuhan pokok naik begitu tajam makanan tahu dapat menjadi pilihan. Tahu sangat berperan dalam mensiasati kebutuhan gizi terutama protein sebagai pengganti susu, daging, dan telur yang harganya relatif lebih mahal. Apabila konsumsi masyarakat pada tahu meningkat, maka akan berdampak pada meningkatnya permintaan pasokan tahu dari pabrik tahu, daya serap tenaga kerja tentunya juga akan meningkat.

Kegiatan pemasaran merupakan hal yang sangat penting dalam setiap usaha, karena melalui pemasaran akan menyebabkan barang akan bergerak hingga sampai ketangan konsumen. Dalam pemasaran komoditi pertanian memerlukan peran dari lembaga-lembaga pemasaran untuk menyalurkan barang dari produsen hingga sampai ketangan konsumen, dengan cara melaksanakan fungsi-fungsi pemasaran. Fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh setiap lembaga pemasaran adalah berbeda, yang disebabkan oleh berbedanya komoditi-komoditi pertanian yang dipasarkan baik dari kualitas dan harga. Setiap komoditi memerlukan penanganan yang berbeda.

Banyaknya lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran komoditi pertanian akan mempengaruhi panjang pendeknya saluran pemasaran dan besarnya biaya pemasaran. Besarnya biaya pemasaran akan menjadikan perbedaan harga antara petani, produsen dengan konsumen, sehingga akan menyebabkan harga yang diterima produsen menjadi semakin kecil dan semakin mengindikasikan sebagai sistem pemasaran yang tidak efisien. Pemasaran yang efektif sangat dibutuhkan dalam memasarkan tahu, salah satu faktor yang menentukan adalah tingkat harga dan stabilitas harga. Semakin tinggi harga tahu,

pengusaha tahu akan termotivasi untuk meningkatkan produksinya. Untuk mencapai hal tersebut tidak cukup hanya dengan meningkatkan produktivitas tahu, harus diikuti usaha penyempurnaan/perbaikan dalam bidang pemasaran. Memperbesar nilai yang diterima petani/produsen, memperkecil biaya pemasaran dan terciptanya harga jual dalam batas kemampuan daya beli konsumen merupakan perbaikan bidang pemasaran yang bertujuan memperbesar tingkat efisiensi pemasaran.

Pemasaran merupakan hal penting dalam pengembangan industri yang bergerak dalam pengolahan pangan terutama tahu. Tahu merupakan produk olahan hasil pertanian yang umumnya cepat rusak karena tahu memiliki kandungan air yang tinggi sehingga akan mudah ditumbuhi mikroba. Proses penyaluran tahu dari produsen ke konsumen akan semakin lancar jika didukung oleh sistem pemasaran yang baik, dimana tidak ada pihak-pihak yang akan dirugikan. Namun dalam banyak kenyataan masih sering dijumpai kelemahan dalam mengembangkan produk-produk pertanian yang salah satunya disebabkan oleh kurang perhatiannya terhadap masalah-masalah pemasaran.

Oleh karena itu penelitian mengenai Analisis Efisiensi Pemasaran Tahu sangat penting untuk dilakukan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang di atas yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah

1. Bagaimana sistem pemasaran tahu di Kecamatan Telaga, Kabupaten Gorontalo?
2. Bagaimana tingkat efisiensi pemasaran tahu pada setiap saluran pemasaran di Kecamatan Telaga, Kabupaten Gorontalo?

### **1.3 Tujuan**

Tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Mengidentifikasi sistem pemasaran tahu di Kecamatan Telaga, Kabupaten Gorontalo.
2. Menganalisis tingkat efisiensi pemasaran tahu pada setiap saluran pemasaran di Kecamatan Telaga, Kabupaten Gorontalo.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Bagi pengrajin tahu : diharapkan dapat memberikan tambahan informasi sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan kegiatan pemasaran.
2. Bagi peneliti : diharapkan penelitian ini dapat berguna dalam memahami kegiatan pemasaran dan menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan dengan gejala-gejala yang terjadi dimasyarakat.
3. Bagi pemerintah : diharapkan hasil penelitian ini menjadi masukan bagi pemerintah yang berperan sebagai lembaga yang mengawasi dan memberikan kebijakan-kebijakan yang dapat mendukung upaya pemasaran khususnya pemasaran tahu di Kecamatan Telaga, Kabupaten Gorontalo.

### **1.5 Batasan Penelitian**

Penelitian ini hanya menganalisis kegiatan pemasaran tahu dilihat dari sistem pemasaran yang meliputi saluran pemasaran, lembaga-lembaga apa saja yang terlibat dan fungsi yang dilakukan oleh lembaga-lembaga tersebut dalam kegiatan pemasaran tahu. Analisis yang digunakan adalah margin pemasaran, bagian harga yang diterima produsen (*producer's share*) rasio keuntungan dan biaya, efisiensi operasional serta elastisitas transmisi harga. Dari hasil analisis tersebut dapat diidentifikasi bagaimana efisiensi pemasaran tahu di Kecamatan Telaga, Kabupaten Gorontalo.