

ANALISIS SALURAN DISTRIBUSI UNTUK PRODUK TAHU MURNI DI KEPULAUAN NIAS

ANALYSIS OF DISTRIBUTION CHANNELS FOR PURE TOFU PRODUCTS IN THE NIAS ISLANDS

Lusius Lucky Laskar Vandu Dakhi¹, Serniati Zebua², Yupiter Mendrofa³, Idarni Harefa⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Nias

Email: lusiuslucky30@gmail.com¹

Dikirim 6 Februari 2025, Direvisi 21 Maret 2025, Disetujui 30 Maret 2025

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis saluran distribusi produk tahu murni di Kepulauan Nias. Fokus utama penelitian ini adalah menganalisis distribusi, peran agen, dan tantangan yang dihadapi dalam mendistribusikan produk tahu murni. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran distribusi melibatkan berbagai agen di beberapa wilayah seperti Gunungsitoli, Telukdalam, dan wilayah lain di Kepulauan Nias. Tantangan utama yang dihadapi adalah infrastruktur yang terbatas, biaya distribusi yang tinggi, serta kurangnya koordinasi antara produsen dan agen distribusi. Solusi yang disarankan mencakup peningkatan komunikasi antara pihak-pihak yang terlibat, pengelolaan distribusi yang lebih efisien, dan perbaikan infrastruktur pendukung.

Kata kunci: : Saluran Distribusi, Produk Tahu Murni, Distribusi Produk, Agen Distribusi

Abstract: This study aims to analyze the distribution channels of pure tofu products in the Nias Islands. The primary focus is to identify distribution patterns, the roles of agents, and the challenges encountered in distributing pure tofu products. The research employs a qualitative approach with data collection techniques including in-depth interviews, direct observation, and documentation. The findings reveal that the distribution channels involve various agents in several areas such as Gunungsitoli, Telukdalam, and other regions in the Nias Islands. The main challenges include limited infrastructure, high distribution costs, and lack of coordination between producers and distribution agents. Suggested solutions include improving communication among stakeholders, implementing more efficient distribution management, and enhancing supporting infrastructure.

Keywords: Distribution Channels, Pure Tofu Products, Product Distribution, Distribution Agents

PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis, saluran distribusi memainkan peran penting dalam memastikan produk mencapai konsumen akhir dengan efektif dan efisien. Distribusi yang baik tidak hanya meningkatkan ketersediaan produk di pasar, tetapi juga membantu dalam memaksimalkan penjualan dan profitabilitas perusahaan. Tujuan suatu perusahaan adalah untuk mendapatkan laba yang besar, dalam hal ini perusahaan harus mampu untuk mendistribusikan dan memasarkan produknya secara merata (Winasis et al., 2022). Dalam pencapaian tujuan perusahaan tersebut, salah satu faktor yang penting adalah strategi distribusi karena distribusi merupakan kegiatan yang

memperlancar dan mempermudah penyaluran barang atau produk. Adanya saluran distribusi yang tepat akan berpengaruh pada minat beli konsumen, hal tersebut diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan (Nurlina & Sasari, 2022), hal ini distribusi yang efisien dan efektif sangat penting dalam industri makanan, khususnya produk tahu murni yang bersifat mudah rusak dan memerlukan penanganan khusus.

Selain itu, persaingan yang ketat dalam industri makanan mendorong produsen tahu murni untuk lebih kreatif dan inovatif dalam memasarkan produk mereka. Menurut Sumarwan (2022) pemasaran adalah suatu proses bagaimana mengidentifikasi kebutuhan konsumen kemudian memproduksi barang atau jasa

tersebut, sehingga terjadi transaksi atau pertukaran antara produsen dengan konsumen. Saluran distribusi yang efektif dapat menjadi keunggulan kompetitif yang signifikan. 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 (Weil, 2022). 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.

pulau nias merupakan salah satu kota yang berkembang pesat di provinsi sumatera utara. Dengan pertumbuhan ekonomi yang terus meningkat, kebutuhan akan produk pangan berkualitas juga semakin tinggi. Salah satu produk pangan yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan di gunung sitoli adalah tahu murni. Tahu, sebagai produk olahan kedelai, telah lama dikenal dan dikonsumsi oleh masyarakat indonesia karena nilai gizinya yang tinggi serta harganya yang terjangkau. Namun, untuk memaksimalkan potensi pasar, penting untuk memahami dan menganalisis saluran distribusi yang efektif dalam memasarkan produk tahu murni ini. Saluran distribusi merupakan elemen kunci dalam strategi pemasaran, karena saluran ini berperan dalam menyampaikan produk dari produsen ke konsumen akhir. Menurut Warren (2022), menerangkan bahwa saluran distribusi sebagai organisasi jaringan kerja yang terdiri dari agensi dan lembaga yang bersama-sama melakukan semua kegiatan yang diperlukan untuk menghubungkan produsen dengan pemakai untuk menyelesaikan tugas pemasaran. Efektivitas saluran distribusi dapat

menentukan keberhasilan produk di pasar, terutama dalam hal ketersediaan, jangkauan, dan kepuasan konsumen.

Sebagai salah satu pelaku usaha tahu di wilayah ini, ud tahu murni di kepulauan nias menghadapi berbagai tantangan dalam mengoptimalkan distribusi produknya ke berbagai daerah di kepulauan nias. Saluran distribusi yang digunakan melibatkan berbagai agen dan pengecer, yang masing-masing memiliki peran penting dalam memastikan ketersediaan produk di pasar. Namun, sejauh mana efektivitas dan efisiensi saluran distribusi yang diterapkan belum diketahui secara jelas. Hal ini mendorong perlunya analisis mendalam untuk mengevaluasi sistem distribusi yang ada serta mengidentifikasi peluang perbaikan untuk mendukung kinerja usaha.

Produk tahu murni, sebagai salah satu produk makanan olahan yang populer di kota gunung sitoli, 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. Oleh sebab itu, berdasarkan uraian latar belakang di atas, peneliti tertarik mengangkat judul “Analisis Saluran Distribusi Untuk Produk Tahu Murni Di Kepulauan Nias.”

METODOLOGI

Metode yang digunakan dipenelitian ini adalah Pendekatan kualitatif dimana Pendekatan kualitatif dapat digunakan untuk memahami Saluran Distribusi Dalam Memasarkan Produk Tahu Murni Di Nias. Sumber Data Penelitian ini yaitu Deskripsi hasil wawancara mendalam dengan Pimpinan Tahu Murni Di Kota Gunungsitoli, Karyawan, pelanggan dan pemangku kepentingan terkait untuk mendapatkan wawasan yang kaya mengenai pengalaman. Lebih lanjut Peneliti ini akan menggunakan model analisis data dari Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2020) dimana terdapat empat tahapan analisis data, yaitu Pengumpulan Data, Reduksi Data, Penyajian Data dan Verifikasi Data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Sistem Distribusi Produk Tahu di UD Tahu Murni, Kepulauan Nias

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sistem distribusi produk UD Tahu Murni di Kepulauan Nias guna memperluas jangkauan pasar serta memastikan aksesibilitas produk bagi konsumen lokal. Efektivitas distribusi menjadi faktor krusial dalam menjaga kualitas dan kesegaran tahu, mengingat sifatnya yang mudah rusak dan memerlukan penanganan cepat. Meskipun sistem distribusi yang saat ini diterapkan telah berjalan dengan baik, masih terdapat beberapa tantangan yang perlu diatasi guna meningkatkan efisiensi dan efektivitasnya. Distribusi produk melibatkan berbagai agen dan pengecer yang berperan dalam menyalurkan produk ke berbagai wilayah di Kepulauan Nias, seperti Telukdalam dan sekitarnya. Namun, kendala geografis berupa kepulauan, keterbatasan akses transportasi, serta ketergantungan pada kondisi cuaca menjadi hambatan utama dalam proses distribusi.

Efektivitas distribusi tahu merupakan faktor krusial dalam menjaga kualitas dan kesegaran produk, mengingat sifat bahan pangan ini yang mudah rusak. Selain itu, penanganan yang cepat dan tepat selama proses distribusi sangat diperlukan untuk meminimalkan risiko kerusakan produk. Meskipun sistem distribusi yang saat ini diterapkan telah berfungsi dengan baik, tantangan dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas tetap ada. Tahu memiliki umur simpan yang pendek dan sifat yang mudah rusak, sehingga sistem distribusinya harus dioptimalkan. Berbagai studi mengidentifikasi tantangan utama yang dihadapi dalam rantai distribusi tahu, termasuk masalah waktu pengiriman dan kondisi transportasi yang harus dapat menjaga kesegaran produk (Hikmah et al., 2024; Yanti & Prayitno, 2025). Waktu pengiriman yang terlalu lama dapat menyebabkan penurunan kualitas tahu yang signifikan. Kendaraan yang digunakan untuk distribusi harus mengakomodasi kondisi suhu dan kelembapan yang ideal, sehingga memastikan tahu tetap segar saat

sampai di tangan konsumen (Yanti & Prayitno, 2025; Zai, 2024). Keterbatasan infrastruktur transportasi di beberapa wilayah, seperti daerah terpencil, juga menjadi kendala yang menghambat efisiensi distribusi (Hikmah et al., 2024; Yanti & Prayitno, 2025). Banyak produsen tahu yang mulai mengadopsi teknologi untuk meningkatkan efisiensi distribusi mereka. Misalnya, algoritma prediksi omset penjualan dapat membantu pabrik dalam mengatur produksi dan manajemen persediaan, sehingga distribusi menjadi lebih efektif (Hermawan et al., 2025). Penggunaan sistem manajemen rantai pasokan yang tepat membantu dalam pengaturan jadwal distribusi dan pemilihan rute yang optimal (Semnasti, 2025).

Selain itu, pelatihan dalam keamanan pangan untuk pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) juga meningkatkan pemahaman mengenai pentingnya praktik pengolahan dan distribusi yang baik untuk menjaga kualitas tahu (Pratiwi et al., 2024). Penerapan strategi distribusi berbasis lokal, yang mempertimbangkan karakteristik pasar setempat dan infrastruktur yang ada, dapat memberikan hasil yang lebih baik dalam mempertahankan kesegaran tahu (Zai, 2024). Dalam menghadapi tantangan tersebut, beberapa langkah yang dapat diambil meliputi penguatan infrastruktur distribusi, pelatihan bagi para distributor, serta penggunaan teknologi informasi untuk memantau dan mengelola distribusi (Yanti & Prayitno, 2025; Hakim & Permatasari, 2025). Pembangunan infrastruktur yang memadai, seperti jalan dan fasilitas penyimpanan berpendingin, sangat penting bagi keberhasilan distribusi tahu (Zai, 2024; Pitriyawati et al., 2024). Pengelolaan logistik yang baik, dimulai dari perencanaan hingga pelaksanaan distribusi, akan menjadi kunci untuk mengatasi masalah yang muncul di sepanjang rantai pasokan ini (Pribadi et al., 2024). Seiring berkembangnya teknologi, penggunaan platform digital untuk memudahkan komunikasi antara produsen

dan distributor dapat membantu mengoptimalkan jalur distribusi dan meminimalkan risiko kerugian (Yanti & Prayitno, 2025; Damayanti et al., 2024).

Berdasarkan wawancara dengan pemilik UD Tahu Murni, Bapak Anton Zulkarnain Zebua, diketahui bahwa perusahaan ini menerapkan tiga jalur utama dalam sistem distribusinya. 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 guna memperluas jangkauan pasar ke daerah yang lebih jauh. Ketiga, produk juga didistribusikan melalui pengecer yang tersebar di berbagai pasar tradisional di Kepulauan Nias untuk memudahkan akses konsumen dalam memperoleh produk dalam jumlah kecil. Berikut disajikan penggalan wawancara dengan Pemilik Produk Tahu Murni (Bapak Anton Zulkarnain Zebua):

“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.”

Pendapat di atas sejalan dengan konsep strategi pemasaran menurut Kotler (2021), yang menekankan pentingnya segmentasi pasar dalam membedakan kelompok konsumen berdasarkan karakteristik dan kebutuhan mereka. Segmentasi pasar merupakan langkah dasar yang krusial dalam strategi pemasaran, yang bertujuan untuk mengidentifikasi dan

memahami kelompok konsumen berdasarkan karakteristik dan kebutuhan mereka. Dengan mengenali segmen-segmen pasar, perusahaan dapat merancang produk dan layanan yang lebih sesuai dengan harapan setiap kelompok, serta mengoptimalkan strategi pemasaran yang lebih efisien dan efektif. Segmentasi pasar membantu perusahaan untuk memfokuskan sumber daya dan upaya pemasaran pada segmen yang paling menjanjikan (Yosepha & Isyanto, 2024). Dalam konteks ini, penting untuk mengidentifikasi segmen pasar yang memiliki kebutuhan khusus yang belum terpenuhi oleh produk yang ada. Misalnya, dalam kajian tentang produk lokal, ditemukan bahwa pemahaman yang mendalam mengenai segmentasi pasar dapat membawa keuntungan signifikan dalam meningkatkan penjualan melalui pemasaran digital yang lebih terarah kepada kelompok-kelompok tertentu (Yosepha & Isyanto, 2024). Dengan demikian, perusahaan dapat menyesuaikan penawaran mereka dengan preferensi konsumen yang berbeda, sehingga meningkatkan minat beli.

Selanjutnya, segmentasi pasar memungkinkan pengembangan strategi pemasaran yang relevan dan sesuai dengan masing-masing kelompok konsumen. Penelitian menunjukkan bahwa dengan adanya segmentasi yang tepat, perusahaan dapat menciptakan posisi pasar yang lebih kuat melalui komunikasi yang menargetkan kebutuhan spesifik dari berbagai segmen (Furniawan et al., 2024). Misalnya, UMKM yang melakukan analisis segmentasi, targeting, dan positioning dapat merumuskan strategi pemasaran global yang fokus pada kualitas dan keberlanjutan produk mereka, sehingga dapat menarik pelanggan yang lebih sadar lingkungan (Furniawan et al., 2024; Putri et al., 2024). Pemahaman mengenai segmentasi pasar juga berkontribusi untuk meningkatkan loyalitas konsumen. Dalam industri makanan, kualitas produk dan layanan yang disesuaikan dengan preferensi masing-masing segmen konsumen dapat menumbuhkan kepuasan yang lebih tinggi,

dan akibatnya meningkatkan loyalitas (Tune, 2024). Dalam konteks ini, upaya untuk memahami variabel-variabel seperti gaya hidup dan nilai-nilai konsumen dalam setiap segmen menjadi sangat penting dalam menciptakan pengalaman yang optimal bagi pelanggan (Sormin & Mandataris, 2024; Maharani et al., 2024).

Hasil observasi mengonfirmasi bahwa UD Tahu Murni menerapkan strategi distribusi yang beragam untuk memastikan keterjangkauan produknya. Penjualan langsung kepada konsumen di Kota Gunungsitoli terbukti efektif dalam menjaga kesegaran produk, mengingat lokasi ini merupakan pusat perdagangan utama. Sementara itu, keberadaan agen distribusi di Telukdalam dan sekitarnya memainkan peran penting dalam memperluas cakupan pasar serta mengurangi hambatan logistik. Pengecer yang beroperasi di pasar tradisional di berbagai wilayah Kepulauan Nias juga turut mendukung ketersediaan produk bagi konsumen di berbagai lokasi. Dengan adanya beberapa jalur distribusi ini, perusahaan dapat memastikan bahwa produknya tetap tersedia bagi konsumen, meskipun terdapat tantangan dalam infrastruktur transportasi dan kondisi geografis.

Selanjutnya, dalam wawancara dengan Bapak Andi Firmansyah Harefa selaku pihak yang bertanggung jawab atas distribusi dan pengiriman, dijelaskan bahwa penjualan langsung kepada konsumen di Kota Gunungsitoli sangat efektif dalam menjaga kesegaran produk. Namun, metode ini memiliki keterbatasan jangkauan, terutama untuk daerah yang lebih jauh. Oleh karena itu, agen distribusi di Telukdalam dan sekitarnya memiliki peran penting dalam memperluas jangkauan pemasaran. Keberadaan agen lokal dapat mempersingkat waktu pengiriman dan mempercepat distribusi produk, meskipun tantangan transportasi sering kali menyebabkan peningkatan biaya distribusi. Berikut disajikan penggalan

wawancara dengan Bapak Andi Firmansyah Harefa:

“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.”

Evaluasi terhadap sistem distribusi ini selaras dengan teori Kotler dan Keller (2022), yang menekankan pentingnya mengukur efektivitas dan efisiensi saluran distribusi untuk memastikan relevansi dan daya saingnya di pasar. Mengukur efektivitas dan efisiensi saluran distribusi merupakan langkah krusial bagi perusahaan untuk memastikan relevansi dan daya saing di pasar. Dalam konteks ini, efektivitas saluran distribusi dapat dilihat sebagai kemampuan saluran untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan tepat waktu dan biaya yang wajar. Penelitian menunjukkan bahwa saluran distribusi yang efisien akan mendorong peningkatan volume penjualan dan kepuasan pelanggan, sehingga memberikan keuntungan kompetitif yang signifikan bagi perusahaan Zebua et al. (2025).

Salah satu pendekatan untuk mengukur efektivitas saluran distribusi adalah melalui analisis kinerja dan strategi pemasaran. Melalui pemahaman mendalam tentang efisiensi rantai pasok, perusahaan dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dalam sistem distribusi mereka.

Dengan demikian, mereka dapat melakukan perbaikan strategis yang diperlukan untuk meningkatkan hasil kinerja (Soekirman, 2024). Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan indikator kinerja yang tepat dalam sistem distribusi mampu mempercepat respons terhadap permintaan pasar, mengurangi biaya, serta memperbaiki kualitas layanan (Maulana & Pratiwi, 2024).

Dalam dunia yang semakin kompetitif, pentingnya terus-menerus mengevaluasi efektivitas saluran distribusi tidak bisa diabaikan. Penggunaan teknologi, seperti sistem pelacakan dan analisis berbasis data, dapat membantu dalam pemantauan dan evaluasi kinerja saluran distribusi secara real-time. Hal ini dapat meningkatkan transparansi dalam pengelolaan rantai pasok dan memfasilitasi penyesuaian yang cepat terhadap dinamika pasar (Maulana & Pratiwi, 2024). Jika perusahaan tidak aktif mengukur dan menilai efektivitas saluran distribusi mereka, mereka berisiko kehilangan pangsa pasar dan reputasi di pasaran.

Kemudian Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Gudang, Ibu Vina Anjeli Gulo, proses distribusi produk tahu murni dimulai dari tahap produksi di fasilitas khusus. Setelah tahu diproduksi, produk dikemas dengan standar kebersihan yang tinggi untuk menjaga kualitasnya. Proses pengemasan dilakukan dengan cepat karena tahu memiliki sifat mudah rusak. Setelah dikemas, produk didistribusikan melalui agen-agen yang tersebar di berbagai wilayah, termasuk di Telukdalam. Distribusi dilakukan menggunakan kendaraan yang sesuai guna memastikan produk tetap dalam kondisi optimal selama perjalanan. Agen distribusi bertanggung jawab menyalurkan produk ke pengecer di pasar tradisional maupun toko-toko lokal, yang kemudian menjualnya kepada konsumen akhir. Sepanjang rantai distribusi ini, kecepatan pengiriman menjadi faktor utama yang diperhatikan guna menjaga kesegaran produk. Lebih lanjut, Berdasarkan wawancara dengan

karyawan, Ibu Mamelia Zai, ditemukan bahwa agen yang terlibat dalam distribusi produk tahu murni di Kepulauan Nias meliputi pengecer di pasar tradisional, agen distribusi di Telukdalam, serta toko-toko kelontong di berbagai wilayah. Pengecer pasar bertanggung jawab langsung dalam penjualan kepada konsumen, sementara agen distribusi berperan dalam menjangkau wilayah luar Gunungsitoli untuk memastikan ketersediaan produk di daerah yang lebih jauh. Toko-toko kelontong berperan sebagai titik penjualan tambahan yang memungkinkan distribusi produk ke konsumen dalam skala yang lebih kecil, seperti rumah tangga. Keberadaan berbagai pihak dalam rantai distribusi ini menciptakan jaringan yang luas dan memastikan bahwa produk tetap terjaga kualitasnya serta dapat diakses oleh masyarakat di berbagai wilayah.

Hasil observasi menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap distribusi produk Tahu Murni di Kepulauan Nias umumnya positif. Produk ini tersedia di pasar tradisional dan toko-toko lokal, sehingga memudahkan konsumen dalam memperoleh tahu segar. Konsumen yang membeli langsung dari pengecer di pasar tradisional merasa puas dengan kualitas produk yang diterima. Namun, di daerah yang lebih jauh dari pusat distribusi, beberapa konsumen mengeluhkan keterbatasan ketersediaan serta penurunan kualitas produk akibat jarak pengiriman yang jauh. Beberapa konsumen berharap adanya peningkatan frekuensi distribusi serta penggunaan metode pengiriman yang lebih cepat atau dengan fasilitas pendingin agar kualitas tahu tetap terjaga hingga sampai ke tangan mereka.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa UD Tahu Murni telah menerapkan sistem distribusi yang cukup efektif dalam menjangkau konsumen di berbagai wilayah Kepulauan Nias. Namun, masih terdapat beberapa aspek yang perlu diperbaiki, seperti peningkatan infrastruktur transportasi, optimalisasi metode pengiriman, dan penerapan sistem

pendinginan guna mempertahankan kualitas produk selama proses distribusi. Dengan upaya perbaikan ini, diharapkan distribusi produk tahu dapat semakin efisien dan menjangkau lebih banyak konsumen dengan kualitas yang tetap terjaga.

2. Tantangan Dalam Sistem Distribusi Produk Tahu di UD Tahu Murni

Dalam analisis tantangan sistem distribusi produk tahu di UD Tahu Murni, sejumlah masalah krusial perlu dieksplorasi lebih lanjut. Salah satu tantangan yang dihadapi oleh banyak UMKM termasuk UD Tahu Murni adalah pengelolaan manajemen stok dan keberlanjutan dalam distribusi produk. Penelitian menunjukkan bahwa dalam manajemen sediaan, perusahaan perlu mengimplementasikan sistem yang efisien untuk memprediksi penjualan guna menghindari surplus atau kekurangan stok (Syahputro et al., 2024). Dalam konteks distribusi tahu, kontrol persediaan yang baik adalah esensial untuk memastikan bahwa produk selalu tersedia dalam kondisi terjamin dan segar, terutama mengingat umur simpan tahu yang relatif singkat (Harefa et al., 2024). Selanjutnya, masalah pemasaran dan distribusi juga menjadi tantangan terkini yang signifikan. Banyak UMKM kesulitan dalam membuka saluran distribusi yang efektif dan menjangkau konsumen akhir. Ditemukan bahwa strategi pemasaran yang tepat, termasuk pemanfaatan media digital, dapat meningkatkan jangkauan pasar produk tahu, yang semestinya dipertimbangkan dengan serius oleh UD Tahu Murni (Widiarma et al., 2024). Keterlibatan dalam platform e-commerce bisa menjadi langkah strategis untuk memperluas pasar produk tahu dan meningkatkan volume penjualan, yang dikaitkan dengan kebutuhan untuk mendigitalkan pemasaran di era modern (Khotimah, 2024).

Dari segi keuangan, tantangan lain yang tidak kalah penting adalah pengelolaan keuangan yang baik.

Pengelolaan yang buruk dapat menghambat perkembangan bisnis, serta mempengaruhi kemampuan untuk berinvestasi dalam infrastruktur distribusi yang lebih baik (Lindayani et al., 2024). Oleh karena itu, pelatihan untuk pengelolaan bisnis yang baik diperlukan untuk meningkatkan kemampuan manajerial pelaku UMKM (Widiarma et al., 2024). Mengingat bahwa UMKM sering kekurangan sumber daya, pelatihan yang fokus pada manajemen keuangan dan distribusi menjadi keharusan untuk meningkatkan kinerja (Fibrianto et al., 2024). Dalam hal sertifikasi pangan, terutama untuk produk makanan seperti tahu, sertifikasi halal dan keamanan pangan juga dapat menjadi faktor penting dalam mendukung distribusi yang lebih baik, karena konsumen saat ini semakin sadar akan pentingnya standar tersebut (Fibrianto et al., 2024). Oleh karena itu, perencanaan strategis untuk mendapatkan sertifikasi yang dibutuhkan akan membantu meningkatkan daya saing produk di pasar yang semakin kompetitif (Indrawati et al., 2024).

Berdasarkan wawancara dengan Ibu Leni Marlina Zai, yang bertanggung jawab atas penyimpanan produk, tantangan utama dalam distribusi tahu di Kepulauan Nias mencakup terbatasnya infrastruktur jalan, terutama di daerah pedalaman, yang menyebabkan keterlambatan pengiriman dan peningkatan biaya distribusi. Selain itu, faktor cuaca buruk dan ketergantungan pada transportasi laut juga turut memperlambat proses distribusi. Keterbatasan dalam sistem pendinginan selama pengiriman menjadi kendala lain yang berdampak pada kesegaran produk. Sementara itu, tingginya permintaan di pasar yang lebih jauh menambah tekanan terhadap kapasitas distribusi yang tersedia. Berikut disajikan penggalan wawancara dengan Ibu Leni Marlina Zai:

“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.”

Temuan ini sejalan dengan teori Warren J. Keegan (2022), yang menjelaskan bahwa saluran distribusi merupakan jaringan organisasi yang terdiri dari berbagai lembaga yang bekerja sama dalam menghubungkan produsen dengan konsumen akhir guna menyelesaikan tugas pemasaran. Distribusi dalam konteks pemasaran adalah jaringan organisasi yang terdiri dari berbagai lembaga yang bekerja sama untuk menghubungkan produsen dengan konsumen akhir. Proses distribusi ini melibatkan banyak langkah dan berbagai jenis lembaga yang memiliki peran penting dalam mengoptimalkan pengiriman barang dari titik produksi ke titik konsumsi. Menurut Haridah et al., manajemen rantai pasokan (Supply Chain Management) menjadi sangat penting karena struktur yang baik antara pemasok, produsen, distributor, dan pengecer dapat memastikan bahwa produk tersedia tepat waktu dan dalam kondisi yang baik untuk memenuhi permintaan konsumen (Haridah et al., 2024). Selain itu, CW et al. mencatat bahwa perdagangan yang terorganisir adalah kunci dalam membentuk saluran distribusi yang efisien, seperti dalam konteks distribusi beras di Indonesia, di mana struktur pasar menentukan harga dan aksesibilitas barang tersebut (CW et al., 2024). Saluran distribusi yang efisien juga berfungsi untuk memberikan nilai tambah dalam proses pemasaran. Hasan et al. menyoroti pentingnya menjalankan

berbagai fungsi pemasaran oleh lembaga-lembaga yang terlibat, di mana kehadiran banyak perantara dalam saluran distribusi dapat meningkatkan biaya pemasaran (Hasan et al., 2024). Di sisi lain, Rifaldi mencatat pentingnya efisiensi dalam pemeliharaan dan pengelolaan sumber daya dalam jaringan distribusi, terutama yang berkaitan dengan infrastruktur dan teknologi yang mendukung distribusi (Rifaldi, 2025).

Lebih lanjut, Berdasarkan hasil observasi penelitian, ditemukan bahwa distribusi produk Tahu Murni di Kepulauan Nias menghadapi berbagai tantangan signifikan, terutama dalam aspek infrastruktur, transportasi, dan biaya distribusi. Salah satu hambatan utama adalah kondisi infrastruktur jalan yang kurang memadai, terutama saat musim hujan. Jalan yang rusak dan berlumpur sering kali menyebabkan keterlambatan dalam proses pengiriman, sehingga produk tidak dapat sampai ke tujuan dalam waktu yang optimal. Selain itu, keterbatasan jumlah kendaraan angkutan yang dapat menjangkau daerah-daerah terpencil semakin memperumit proses distribusi, terutama mengingat sifat tahu yang mudah rusak dan memerlukan penanganan khusus.

Faktor lain yang menjadi kendala dalam distribusi adalah minimnya fasilitas penyimpanan yang memadai di beberapa titik distribusi. Ketiadaan tempat penyimpanan yang memenuhi standar dapat berdampak negatif terhadap kualitas produk sebelum sampai ke tangan konsumen. Selain itu, biaya transportasi yang cukup tinggi juga menjadi hambatan dalam distribusi produk ke daerah yang lebih jauh. Tingginya biaya operasional dan fluktuasi harga bahan bakar sering kali menyebabkan ketidakstabilan dalam distribusi, yang pada akhirnya mempengaruhi ketersediaan produk di pasar. Untuk mengatasi tantangan ini, strategi distribusi yang diterapkan mencakup pengelolaan stok yang efisien, pemantauan permintaan pasar, dan peningkatan komunikasi dengan agen serta

pengecer. Berdasarkan wawancara dengan Keuangan Ibu Ratna Sari Dewi Laoli, pengelola Tahu Murni menerapkan sistem pemantauan permintaan dan pengiriman secara berkala untuk memastikan produk selalu tersedia di setiap titik penjualan. Selain itu, kerja sama dengan agen distribusi terus diperkuat guna menjamin pasokan yang konsisten dan menghindari kekosongan stok di pasar.

Ketidakseimbangan antara permintaan dan pasokan juga menjadi tantangan dalam distribusi produk Tahu Murni, terutama di wilayah terpencil seperti Telukdalam. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Andi Firmansyah Harefa, lonjakan permintaan yang tiba-tiba sering kali tidak dapat diantisipasi, sehingga terjadi kekosongan stok di beberapa lokasi. Untuk mengatasi hal ini, pihak distributor berupaya meningkatkan frekuensi pengiriman serta memperkuat komunikasi dengan agen distribusi agar penyesuaian stok dapat dilakukan secara lebih cepat dan efisien. Berikut di sajikan penggalan wawancara kepada Bapak Andi Firmansyah Harefa:

“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.”

Kemudian, Pengecekan stok secara berkala juga menjadi langkah strategis dalam memastikan kelancaran distribusi. Berdasarkan wawancara dengan Kepala Gudang Ibu Vina Anjeli Gulo, pengecekan rutin dilakukan setiap minggu untuk mendeteksi permasalahan distribusi lebih awal serta memungkinkan penyesuaian

yang diperlukan guna menghindari kekosongan stok di pasar. Selain itu, UD Tahu Murni masih mengandalkan sistem manual dalam pemantauan ketersediaan produk, di mana staf gudang melakukan pencatatan harian terhadap stok bahan baku dan produk jadi. Meskipun sistem ini cukup efektif dalam skala kecil, rencana untuk beralih ke sistem berbasis perangkat lunak tengah dipertimbangkan guna meningkatkan efisiensi dan akurasi pencatatan stok. Berikut di sajikan penggalan wawancara kepada Ibu Vina Anjeli Gulo:

“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.”

Dalam hal perluasan distribusi, hasil observasi menunjukkan bahwa jangkauan distribusi Tahu Murni mencakup Kota Gunungsitoli dan beberapa daerah sekitar seperti Telukdalam serta pasar tradisional di Kepulauan Nias. Produk ini dipasok melalui agen lokal dan pengecer yang membantu memperluas akses ke konsumen. Namun, upaya untuk memperluas jangkauan distribusi menghadapi tantangan seperti infrastruktur jalan yang tidak memadai, waktu pengiriman yang panjang yang dapat mempengaruhi kesegaran produk, serta biaya distribusi yang tinggi. Oleh karena itu, strategi yang direncanakan mencakup peningkatan jumlah agen dan pengecer, optimalisasi sistem logistik dengan kendaraan berpendingin, serta pengembangan sistem penjualan online untuk menjangkau konsumen yang lebih luas.

Kendala lain yang diamati adalah terbatasnya sistem pendinginan selama proses distribusi. Mengingat tahu merupakan produk yang mudah rusak, diperlukan fasilitas penyimpanan yang memadai agar kualitasnya tetap terjaga hingga sampai ke tangan konsumen. Namun, kurangnya fasilitas pendinginan yang memadai mengakibatkan percepatan penurunan kualitas produk. Hal ini menjadi tantangan besar bagi pelaku usaha dalam mempertahankan standar mutu produk mereka. Di sisi lain, tingginya permintaan di pasar yang lebih luas semakin menambah tekanan terhadap sistem distribusi yang ada. Dengan keterbatasan infrastruktur dan transportasi, pelaku usaha harus mengoptimalkan strategi distribusi agar dapat memenuhi permintaan pasar tanpa mengorbankan kualitas produk. Oleh karena itu, diperlukan perbaikan sistem logistik serta infrastruktur guna meningkatkan efisiensi dan keberlanjutan distribusi tahu murni di Kepulauan Nias. Selain itu, Kendala utama dalam proses distribusi, sebagaimana diungkapkan oleh pemilik UD Tahu Murni, Bapak Anton Zulkarnain Zebua, meliputi buruknya infrastruktur jalan, terutama pada musim hujan yang sering menyebabkan keterlambatan pengiriman. Selain itu, terbatasnya ketersediaan kendaraan angkutan yang dapat menjangkau daerah terpencil serta minimnya fasilitas penyimpanan berpendingin menjadi tantangan tersendiri. Biaya transportasi yang tinggi dan ketidakpastian dalam jadwal pengiriman barang juga memperburuk permasalahan distribusi ini.

Dengan demikian, strategi yang diterapkan oleh UD Tahu Murni untuk memperluas jangkauan distribusi meliputi peningkatan kualitas produk, penetapan harga yang kompetitif, serta pemberian dukungan promosi dan pemasaran. Berdasarkan wawancara dengan karyawan, Bapak Nitolo Zebua, perusahaan juga membangun hubungan yang baik dengan agen dan pengecer melalui komunikasi yang efektif serta layanan purna jual yang

memadai. Untuk meningkatkan efisiensi logistik, UD Tahu Murni menerapkan penggunaan kendaraan berpendingin guna menjaga kualitas tahu selama proses distribusi. Strategi ini bertujuan agar produk tetap memiliki daya saing tinggi serta dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Berikut di sajikan penggalan wawancara kepada Bapak Nitolo Zebua:

”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.”

Lebih lanjut, Mekanisme pemesanan dan pengiriman produk tahu dilakukan melalui komunikasi langsung antara produsen dengan agen atau pengecer, sebagaimana dijelaskan oleh karyawan, Ibu Hasanudi Harefa. Pemesanan dilakukan melalui telepon atau pesan teks, kemudian produk diproses dan dikemas dengan standar kebersihan yang tinggi. Pengiriman dilakukan secara terjadwal menggunakan kendaraan pengantar yang telah ditentukan. Namun, terdapat perbedaan dalam sistem distribusi di beberapa wilayah. Di daerah Telukdalam, pengiriman membutuhkan pertimbangan lebih lanjut terkait akses jalan yang kurang memadai dan waktu tempuh yang lebih lama, sehingga memerlukan perencanaan distribusi yang lebih matang. Sementara itu, distribusi di wilayah pusat seperti Gunungsitoli lebih efisien karena akses jalan yang lebih baik dan jarak yang lebih dekat dari lokasi produksi.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun strategi distribusi Tahu Murni telah dirancang untuk memastikan ketersediaan produk di pasar, masih terdapat berbagai tantangan

yang perlu diatasi. Penguatan jaringan distribusi, peningkatan infrastruktur, serta optimalisasi sistem logistik menjadi langkah-langkah yang perlu diperhatikan guna meningkatkan efektivitas distribusi dan memastikan produk dapat sampai ke tangan konsumen dalam kondisi terbaik. Upaya perbaikan dalam sistem distribusi ini sejalan dengan teori distribusi yang dikemukakan oleh para ahli seperti Michael J. Etzel (2021), Suhardi Sigit (2021), dan Basu Swastha D.H (2021), yang menekankan bahwa saluran distribusi berperan sebagai perantara dalam proses penyaluran produk dari produsen hingga konsumen akhir, baik dalam aspek fisik maupun non-fisik.

B. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa perusahaan menerapkan berbagai strategi dalam mengatasi tantangan distribusi. Salah satu upaya yang dilakukan adalah melakukan evaluasi berkala terhadap jaringan distribusi yang telah terbentuk. Evaluasi ini mencakup analisis mendalam terhadap wilayah-wilayah yang mengalami kendala dalam memperoleh produk serta identifikasi faktor utama yang menyebabkan hambatan tersebut. Beberapa faktor yang diidentifikasi meliputi keterlambatan pengiriman, keterbatasan stok pada tingkat agen maupun pengecer, serta kondisi geografis yang kurang mendukung distribusi. Melalui pemahaman yang komprehensif terhadap akar permasalahan, perusahaan dapat merancang solusi yang lebih efektif guna memastikan distribusi produk berlangsung dengan optimal. Selain itu, hasil observasi menunjukkan bahwa perusahaan mengadopsi pendekatan proaktif dalam memperluas jaringan distribusi. Salah satu strategi yang diterapkan adalah mempererat kemitraan dengan agen dan pengecer agar proses penyaluran produk ke berbagai titik penjualan dapat berjalan lebih efisien. Dengan memperkuat kerja sama dengan mitra distribusi, perusahaan berupaya

menciptakan sistem yang lebih responsif terhadap dinamika permintaan pasar. Pendekatan ini menegaskan bahwa perusahaan tidak hanya berfokus pada aspek produksi, tetapi juga memberikan perhatian yang signifikan terhadap efektivitas distribusi produk agar dapat menjangkau konsumen secara lebih luas.

UD Tahu juga mempertimbangkan peningkatan frekuensi pengiriman sebagai salah satu strategi untuk memastikan ketersediaan produk di berbagai lokasi. Berdasarkan wawancara yang dilakukan, ditemukan bahwa perusahaan menyesuaikan jadwal pengiriman berdasarkan permintaan di lapangan. Jika suatu wilayah mengalami lonjakan permintaan, perusahaan segera menyesuaikan intensitas pengiriman guna mencegah kelangkaan stok di tingkat pengecer. Strategi ini memungkinkan perusahaan untuk mengurangi potensi keluhan pelanggan akibat keterbatasan ketersediaan produk di pasaran. Selain menyesuaikan frekuensi pengiriman, perusahaan juga secara aktif memperluas cakupan jaringan distribusi. Hal ini dilakukan melalui pembukaan peluang kerja sama dengan lebih banyak agen dan pengecer di berbagai daerah. Berdasarkan hasil observasi, perusahaan tidak hanya berfokus pada distribusi di kawasan perkotaan, tetapi juga mulai menjangkau wilayah-wilayah yang sebelumnya memiliki keterbatasan akses terhadap produk. Dengan strategi ini, perusahaan berupaya memperluas pangsa pasar serta meningkatkan aksesibilitas produk bagi masyarakat secara lebih luas.

Lebih lanjut, hasil wawancara mengungkapkan bahwa perusahaan menjadikan kepuasan pelanggan sebagai prioritas utama dalam operasional bisnisnya. Komitmen ini diwujudkan melalui berbagai inisiatif dalam menyempurnakan sistem distribusi. Setiap umpan balik yang diperoleh dari pelanggan dianggap sebagai peluang untuk melakukan perbaikan dan inovasi dalam mekanisme distribusi. Dengan demikian, perusahaan

tidak hanya berorientasi pada aspek profitabilitas, tetapi juga berupaya membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan melalui layanan yang lebih baik. Temuan penelitian ini juga menunjukkan bahwa perusahaan memiliki responsivitas yang tinggi dalam menangani keluhan pelanggan. Ketika terdapat laporan mengenai kendala dalam memperoleh produk, perusahaan segera melakukan analisis dan mengidentifikasi solusi yang paling tepat. Tingginya responsivitas ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki sistem pemantauan distribusi yang efektif, sehingga setiap permasalahan dapat segera dideteksi dan diselesaikan sebelum menimbulkan dampak yang lebih luas. Dengan adanya sistem yang responsif ini, konsumen merasa lebih dihargai dan meningkatkan tingkat kepercayaan mereka terhadap perusahaan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan menerapkan strategi distribusi yang bersifat dinamis dan adaptif. Evaluasi berkelanjutan, penguatan kemitraan dengan mitra distribusi, peningkatan frekuensi pengiriman, serta ekspansi jaringan distribusi merupakan langkah-langkah strategis yang diambil untuk memastikan ketersediaan produk di pasar. Pendekatan ini tidak hanya berkontribusi pada peningkatan kepuasan pelanggan, tetapi juga mendukung pertumbuhan bisnis perusahaan dalam jangka panjang. Fokus pada optimalisasi distribusi menunjukkan bahwa perusahaan memiliki pemahaman yang mendalam mengenai pentingnya keseimbangan antara produksi dan aksesibilitas produk di pasar, sehingga dapat mempertahankan daya saing dalam industri yang semakin kompetitif.

SIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

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.

B. 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

- Agustin, P., Nisya, B., Siwi, D., Idkolah, I., & Nurjaya, H. (2024). Penerapan balanced scorecard untuk implementasi strategi dan kontrol sistem di pt quadra mitra solusindo. *Jurnal Sosial Teknologi*, 4(1), 48-57. <https://doi.org/10.59188/journalsostech.v4i1.1131>
- Aseem, K. and Rachmawaty, R. (2024). Strategi pemasaran usaha gula aren di desa baturappe kecamatan biring bulu kabupaten gowa. *Indo-Fintech Intellectuals Journal of Economics and Business*, 4(5), 2568-2577. <https://doi.org/10.54373/ifiheb.v4i5.2164>
- Buana, D., Wijayani, W., Nabila, K., Zahra, A., Anugrah, R., Prayudha, A., ... & Astiani, S. (2024). Analisis jaringan rantai pasok (supply chain) kopi robusta. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri Terapan*, 3(2), 181-189. <https://doi.org/10.55826/jtmit.v3i2.371>
- CW, D., Wahyuni, E., & Kusnandar, H. (2024). Kinerja dan saluran pemasaran beras di kecamatan sebatik barat pulau sebatik. *J-Pen Borneo Jurnal Ilmu Pertanian*, 7(1).

- <https://doi.org/10.35334/jpen.v7i1.5161>
- Damayanti, N., Rosanti, A., Bhisma, V., & Fitri, A. (2024). Analisis dan desain manajemen stok makanan berbasis mobile. *Jati (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 8(3), 4086-4093.
<https://doi.org/10.36040/jati.v8i3.9764>
- Damayanti, N., Suprihanti, A., & Widowati, I. (2024). Analisis kinerja rantai pasok melon goden menggunakan pendekatan balanced scorecard (studi kasus pt villa tani indonesia). *Jurnal Mea (Media Agribisnis)*, 9(1), 74.
<https://doi.org/10.33087/mea.v9i1.225>
- Farradina, S., Mardatillah, A., Haris, A., & Ruzain, R. (2024). Pelatihan membuat handcraft untuk membangun jiwa kewirausahaan pada siswa sekolah dasar di pekanbaru, riau. *Jurnal Abdimas Ilmiah Citra Bakti*, 5(1), 131-146.
<https://doi.org/10.38048/jailcb.v5i1.2434>
- Fibrianto, K., Wirawan, N., Wulan, S., Miftachurrochmah, A., Larasati, T., Istianah, H., ... & Ariza, N. (2024). Sosialisasi dan pendampingan sertifikasi halal melalui sihalal pada umk makanan minuman di desa wonorejo kabupaten malang. *Jurnal Abmas Negeri*, 5(1), 60-68.
<https://doi.org/10.36590/jagri.v5i1.844>
- Furniawan, I., Miskiyya, E., Zakiyah, A., Faqeh, M., & Rozak, A. (2024). Analisis segmentation, positioning dan tergeting untuk merumuskan strategi pemasaran global pada umkm pt. landcofarm indonesia. *Journal of Social and Economics Research*, 6(1), 1090-1097.
<https://doi.org/10.54783/jser.v6i1.479>
- Hakim, B. and Permatasari, I. (2025). Perancangan mesin pemroses campuran berbasis quality function deployment untuk meningkatkan proses produksi. *Technologia Jurnal Ilmiah*, 16(1), 95.
<https://doi.org/10.31602/tji.v16i1.17030>
- Harefa, L., Mendrofa, Y., Harefa, I., & Zalukhu, Y. (2024). Analisis efektivitas marketing mix dalam menarik minat beli konsumen pada restoran grand kartika di kota gunungsitoli. *Jurnal Ilmiah Muqoddimah Jurnal Ilmu Sosial Politik Dan Hummaniora*, 8(2), 742.
<https://doi.org/10.31604/jim.v8i2.2024.745-753>
- Hartajanie, L., Wulandari, D., & Sitinjak, E. (2024). Packaging design dan manajemen kas akselerasi penetrasi pasar dan penjualan klaster pangan umkm sronдол kota semarang. *Jurnal Atma Inovasia*, 4(4), 126-131.
<https://doi.org/10.24002/jai.v4i4.8263>
- Hasan, F., Ihsannudin, I., & Destiarni, R. (2024). Margin dan efisiensi pemasaran cabe jamu di kabupaten sumenep. *Mimbar Agribisnis Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 10(1), 797.
<https://doi.org/10.25157/ma.v10i1.12556>
- Hasanah, A., Asriyatik, A., Wulandari, F., Fadiyah, N., & Azizah, N. (2024). Manajemen rantai pasokan pt. amerta indah otsuka (pasuruan). *pps*, 3(1), 611-621.
<https://doi.org/10.32806/pps.v3i1.319>
- Hermawan, R., Suarna, N., Ali, I., & Rohman, D. (2025). Optimasi prediksi omset penjualan pada pabrik olahan tahu menggunakan algoritma regresi linear. *Jurnal Informatika Dan Teknik Elektro Terapan*, 13(1).
<https://doi.org/10.23960/jitet.v13i1.5888>
- Hikmah, N., Rahmawati, R., Ningsih, R., Lisa, L., & Salim, M. (2024).

- Analisis kelayakan bisnis pengolahan tahu dan dampaknya terhadap pemasaran serta lingkungan di jambu hilir. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 82-94. <https://doi.org/10.36490/jmdb.v3i2.1480>
- Indrawati, I., Taridala, S., & Abdullah, W. (2024). Analisis permintaan jahe pada masa pandemi covid-19 di kota kendari. *Innovative Journal of Social Science Research*, 4(3), 355-370. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i3.10466>
- K., D., Syahlani, S., & Haryadi, F. (2024). The role of belantik in marketing bali cattle in bali province: a review. *Majalah Ilmiah Peternakan*, 27(1), 46. <https://doi.org/10.24843/mip.2024.v27.i01.p09>
- Khotimah, K. (2024). Perancangan aplikasi e-market place catering berbasis android. *Technologia Jurnal Ilmiah*, 15(2), 250. <https://doi.org/10.31602/tji.v15i2.14170>
- Kusuma, R., Hidayat, S., & Mubarokah, M. (2024). Persepsi dan harapan konsumen terhadap produk beras dalam kemasan di ud. sahabat tani kabupaten sidoarjo. *Mimbar Agribisnis Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 10(2), 3614. <https://doi.org/10.25157/ma.v10i2.15011>
- Maharani, C., Amir, I., & Wijayati, P. (2024). Pengaruh citra merek, promosi, dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada produk umkm bumbu rujak manis cak mimin. *Jurnal Ilmiah Respati*, 15(1), 94-115. <https://doi.org/10.52643/jir.v15i1.3643>
- Maulana, M. and Pratiwi, D. (2024). Penggunaan whatsapp bot dalam program pengabdian masyarakat: evaluasi efektivitas dan kepuasan pengguna. *jpim*, 1(1), 6-10. <https://doi.org/10.62759/jpim.v1i1.52>
- Pitriyawati, N., Wahyudi, W., Partama, A., Ginting, B., Wahyudi, I., & Batan, I. (2024). Kajian pustaka: dampak keracunan sianida terhadap kesehatan sapi dan langkah-langkah pencegahannya. *Indonesia Medicus Veterinus*, 13(3), 331-343. <https://doi.org/10.19087/imv.2024.13.3.331>
- Pratiwi, A., Sumiati, Y., Fatika, R., & Artamevia, M. (2024). Pelatihan keamanan pangan untuk pelaku umkm kecamatan tamansari, kabupaten bogor. *Jurnal Abdi Insani*, 11(4), 2231-2240. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v11i4.1998>
- Pribadi, M., Nurlaela, R., Achyari, I., & Sya'ban, M. (2024). Pengawasan mutu pangan : pencemaran dan pemalsuan yang sering terjadi pada produk pangan. *karimahtauhid*, 3(6), 7147-7156. <https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v3i6.13994>
- Putri, A., Firmialy, S., Putri, C., Albama, E., & Syafiera, R. (2024). Studi kelayakan bisnis untuk pengembangan produk deodoran organik roast relief. *Jmbi Unsrat (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 11(1), 128-145. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v11i1.54111>
- Rafi, M., Angkat, F., Alethea, G., & Dwipayana, A. (2024). Optimalisasi pemilihan rute dan moda pada proses distribusi produk yang kaitannya dengan biaya logistik. *BerkalaFSTPT*, 2(1), 162-171. <https://doi.org/10.19184/berkalafstpt.v2i1.899>
- Rifaldi, M. (2025). Efektivitas pemeliharaan suhu sutet 500kv dan sutet 150kv dengan metode

- thermography di pt. pln (persero) ultg cilegon. *Jurnal Informatika Dan Teknik Elektro Terapan*, 13(1). <https://doi.org/10.23960/jitet.v13i1.5817>
- Saragih, Y., Girsang, R., Purba, D., Simatupang, P., Sihite, T., Purba, F., ... & Saragih, E. (2024). Pendampingan penerapan digital marketing pada umkm super bakso indonesia pematang siantar. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sapangambe Manoktok Hitei*, 4(2), 188-193. <https://doi.org/10.36985/966xkn88>
- Sari, S. (2024). STRATEGI PEMASARAN PADA USAHA MIE AYAM SOSI DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN. *Inovasi Pembangunan : Jurnal Kelitbangan*, 12(01), 71-82. <https://doi.org/10.35450/jip.v12i01.499>
- Semnasti, D. (2025). Perencanaan supply chain management pada seneca coffe studio. *Waluyo Jatmiko Proceeding*, 1-7. <https://doi.org/10.33005/wj.v17i1.107>
- Soekirman, A. (2024). Meningkatkan efisiensi rantai pasok melalui penyedia logistik, transportasi intermoda, teknologi informasi, dan regulasi pemerintah. *Ranah Research Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 6(4), 476-483. <https://doi.org/10.38035/rj.v6i4.839>
- Sormin, S. and Mandataris, M. (2024). Pengaruh life style dan kualitas produk pada pengguna smartphone iphone terhadap kepuasan konsumen. *Co-Value Jurnal Ekonomi Koperasi Dan Kewirausahaan*, 15(3). <https://doi.org/10.59188/covalue.v15i3.4632>
- Sundari, S., Wijaya, J., & Andini, D. (2024). Kerangka regulasi dan keabsahan dalam manajemen rantai pasok dan saluran distribusi: studi sektor pertanian indonesia. *JoBM*, 2(1), 32-37. <https://doi.org/10.47134/jobm.v2i1.18>
- Syahputro, F., Wahyuni, F., & Prasetya, R. (2024). Sistem peramalan penjualan pada distributor makanan ringan berbasis website menggunakan single exponential smoothing di cv.wahyu utama abadi. *Jati (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 7(5), 2936-2943. <https://doi.org/10.36040/jati.v7i5.7565>
- Tune, M. (2024). Pengaruh strategi pemasaran terhadap kinerja perusahaan melalui sumber daya manusia pada perusahaan pangan. *Jurnal Sosial Dan Sains*, 4(2), 151-159. <https://doi.org/10.59188/jurnalsosains.v4i2.1229>
- Widiarma, I., Syahrenny, N., & Tegowati, T. (2024). Pelatihan pengelolaan bisnis umkm mamin dan kerajinan pada era digital di kelurahan mojo surabaya. *Reswara Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 175-182. <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v5i1.3766>
- Widiarma, I., Syahrenny, N., & Tegowati, T. (2024). Pelatihan pengelolaan bisnis umkm mamin dan kerajinan pada era digital di kelurahan mojo surabaya. *Reswara Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 175-182. <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v5i1.3766>
- Yanti, N. and Prayitno, J. (2025). Strategi efisiensi distribusi produk makanan ringan dalam menghadapi tantangan geografis di kabupaten lombok tengah. *Ekoma Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*,

- 4(2), 3719-3725.
<https://doi.org/10.56799/ekoma.v4i2.6805>
- Yosepha, S. and Isyanto, P. (2024). Strategi pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan produk lokal di era online. *Jurnal Buana Pengabdian*, 6(1), 23-32.
<https://doi.org/10.36805/jurnalbuanapengabdian.v6i1.6216>
- Zai, Y. (2024). Sosialisasi penerapan manajemen logistik untuk meningkatkan ketahanan pangan pada tingkat keluarga. *Jurnal Abdi Mercusuar*, 4(2), 066-075.
<https://doi.org/10.36984/jam.v4i2.554>
- Zebua, D., Mendrofa, Y., Zebua, E., & Harefa, I. (2025). Analisis saluran distribusi dalam meningkatkan volume penjualan produk di pt. indomarco adi prima kota gunungsitoli. *Jurnal Ilmiah Metadata*, 7(1), 194-204.
<https://doi.org/10.47652/metadata.v7i1.574>

Halaman Kosong