

ABSTRAK

KERAGAAN PEMASARAN TAHU DI KOTA TASIKMALAYA PADA CV YAYA SUPENA DESA NAGROG KECAMATAN INDIHIANG TAHUN 2018

Oleh

**Faisal Hilmi A
NPM 145009018**

Dosen pembimbing

**Suprianto
Hj. Candra nuraini**

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Nagrog Kecamatan Indihiang Kota Tasikmalaya Provinsi Jawa barat. Dengan tujuan untuk mengetahui besarnya margin pemasaran, saluran pemasaran tahu dan fungsi pemasaran. Metode yang digunakan adalah metode studi kasus yang dilakukan pada industri tahu. Metode penarikan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah snowball sampling. Data yang digunakan dalam penelitian ini data primer dan sekunder. Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa besarnya margin pada pemasaran perkilogram tahu adalah sebesar Rp. 2.811,2 untuk pasar modern dan Rp. 1.234,57 untuk pasar tradisional. Biaya pemasaran tahu yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer pasar modern yaitu sebesar Rp 864,56/kg atau 10 persen dari harga beli. Biaya 90 persen dari harga beli adalah biaya pemasaran. Pada pasar modern biaya pemasaran yaitu sebesar Rp 1.946, 64/kg dan untuk keuntungan pemasaran pasar tradisional sebesar Rp. 420.68/kg. Keuntungan pemasaran yang besar terlihat pada pasar modern. hal ini dikarenakan nilai harga jual di pasar modern lebih tinggi dibandingkan dengan pasar tradisional. Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang di peroleh, produsen di harapkan tetap menjaga kebersihan kedelai karena akan mempengaruhi terhadap warna tahu, dan juga air yang dipakai untuk perebusan kedelai harus benar benar bersih. Bagi produsen tahu mampu lebih memperluas dalam pemasaran tahu ke pasar modern.

Kata kunci : Saluran Pemasaran, Fungsi Pemasaran, Tahu

ABSTRACT

KNOWLEDGE DIVERSITY KNOWS IN TASIKMALAYA CITY IN CV YAYA SUPENA DESA NAGROG INDIHIANG DISTRICT IN 2018

By

**Faisal Hilmi A
NPM 145009018**

**Supervisor :
Suprianto
Hj. Candra nuraini**

This research was conducted in Nagrog Village, Indihiang District, Tasikmalaya City, West Java Province. With the aim of knowing the size of marketing margins, marketing channels and marketing functions. The method used is a case study method conducted in the tofu industry. The sampling method used in this study is snowball sampling. The data used in this study are primary and secondary data. Based on the results of the analysis, it is known that the amount of margin in the marketing per kilogram program is Rp. 2,811.2 for the modern market and Rp. 1,234,57 for traditional markets. The cost of tofu marketing issued by modern market retailers is IDR 864.56 / kg or 10 percent of the purchase price. The cost of 90 percent of the purchase price is marketing costs. In the modern market, marketing costs are Rp. 1,946, 64 / kg and for traditional market marketing benefits of Rp. 420.68 / kg. The big marketing advantage is seen in the modern market. this is because the value of the selling price in the modern market is higher than the traditional market. Based on the results of the discussion and conclusions obtained, producers are expected to maintain soybean cleanliness because it will affect the color of the tofu, and also the water used for boiling soybeans must be completely clean. For tofu producers, they are able to expand in tofu marketing to modern markets.

Keyword : Marketing Channels, Marketing Functions, Tofu