

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia merupakan negara yang mempunyai kekayaan alam yang melimpah serta lahan pertanian yang luas. Dengan iklim tropis dan tanah yang subur, lahan pertanian di Indonesia cocok ditanami segala jenis tanaman sehingga menjadikan Indonesia sebagai negara agraris. Sebagian besar penduduknya berprofesi sebagai petani sehingga memiliki potensi besar dalam pengembangan agroindustri. Industri yang paling potensial dikembangkan adalah industri yang berbahan baku produk pertanian.

Pengembangan industri sebagai bentuk pembangunan pertanian dimaksudkan tidak hanya untuk meningkatkan produksi pertanian, tetapi juga untuk meningkatkan pendapatan dan kualitas hidup masyarakat. Salah satu bentuk pengembangan pertanian adalah pengembangan industri dengan cara melakukan usaha agroindustri. Dalam usahanya harus berkembang kedepannya melalui strategi pemasaran yang optimal.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:72), strategi pemasaran adalah serangkaian logika pemasaran dimana sebuah usaha (bisnis) tertentu mengharapkan untuk mendapatkan nilai lebih dan keuntungan dari hubungannya dengan pelanggan atau konsumen. Berhasil tidaknya usaha (bisnis) terletak pada kemampuan manajer dalam mengantisipasi kesempatan dan kemungkinan pasar dimasa yang akan datang. Oleh karena itu, strategi pemasaran merupakan aspek penting dalam pengembangan usaha.

Maraknya gaya hidup sehat dengan mengkonsumsi bahan pangan sumber protein salah satunya yakni kedelai. Kedelai merupakan bahan pangan yang sangat populer di dalam kalangan masyarakat. Dilihat dari segi ekonomi, kedelai yang sudah diolah akan meningkat nilai jualnya sehingga dapat mensejahterakan masyarakat. Dan dari segi kesehatan, hasil olahan kedelai lebih mudah untuk dicerna dan mengandung lebih banyak gizi yang berpengaruh pada kesehatan tubuh.

Kabupaten Jember dikenal sebagai salah satu daerah penghasil tanaman pangan terbesar di Indonesia. Kabupaten Jember merupakan salah satu kabupaten yang menjadi produksi komoditas tanaman pangan yaitu kedelai. Hal inilah yang menjadikan Kementerian Pertanian Republik Indonesia mengandalkan Kabupaten Jember sebagai salah satu daerah penghasil kedelai dalam pembangunan tanaman pangan secara nasional karena meningkatnya permintaan kedelai lokal yang saat ini banyak ditanam oleh petani di Kabupaten Jember.

Hasil olahan kedelai yang banyak berkembang di masyarakat adalah tahu. Tahu merupakan produk olahan kedelai yang tinggi protein, sedikit karbohidrat, dan mempunyai nilai gizi yang sangat baik. Masyarakat Indonesia cukup menggemari tahu untuk dikonsumsi karena tahu memiliki cita rasa yang nikmat, bergizi dan memiliki harga yang cukup terjangkau. Sebagai makanan rakyat, tahu mudah dijumpai di pasaran dan dapat dimasak dengan aneka cara seperti digoreng, dibacem, atau bahkan hanya direbus. Tahu biasanya dijadikan lauk pengganti daging sebagai sumber protein atau sebagai cemilan. Adapun Tahu ini memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan dan dapat menjadi peluang bagi salah satu produsen tahu di Kabupaten Jember yaitu UD.Tahu Uap Barokah.

UD.Tahu Uap Barokah merupakan suatu usaha yang mengolah bahan mentah yaitu kedelai menjadi tahu sehingga memiliki nilai tambah untuk mendapatkan keuntungan. Usaha ini beralamat di Jalan Argopuro Dusun Glagasan Rowotamtu, Kecamatan Rambipuji, Kabupaten Jember. Dusun ini merupakan kampung tahu dimana sebagian besar penduduknya juga sebagai produsen tahu. Bapak Saikhu Anwar merupakan pemilik UD. Tahu Uap Barokah yang didirikan sekitar lebih dari 30 tahun. UD. Tahu Uap Barokah ini memiliki dua jenis produk yakni tahu dan tempe. Usaha ini mengolah 2½ kwintal kedelai setiap harinya menjadi 60 bak atau 12000 potong tahu dan 1000 bungkus tempe. Namun, usaha ini memiliki keunggulan pada produk tahunya dimana dalam proses produksinya menggunakan Ketel Uap (*Steam Boiler*). Yang membedakan tahu ini yaitu tahu tidak berbau sangit dan warna tahu lebih putih dari biasanya.

Selama ini strategi pemasaran yang diterapkan UD.Tahu Uap Barokah adalah memasarkan tahu pada agen atau pemasok tahu di wilayah Kabupaten

Jember dan Lumajang. Seiring berjalannya waktu, UD. Tahu Uap Barokah semakin dikenal masyarakat dan memiliki permintaan tahu yang cukup tinggi. Namun, ada beberapa permasalahan yang dihadapi usaha tahu ini yakni harga bahan baku kedelai yang tidak stabil dan adanya pesaing produk sejenis. Dalam hal ini, harga kedelai tidak stabil yaitu mulai dari Rp. 8.600 hingga Rp. 12.200. Sedangkan usaha yang memproduksi produk sejenis yakni UD. Jamhari dan UD. Tahu Ja-Im. Hal tersebut terjadi akibat kondisi pandemi COVID-19 saat ini dimana akan berpengaruh terhadap produksi tahu dan pemasarannya. Jika pemasaran yang dilakukan masih kurang atau belum maksimal, maka penjualan akan mengalami penurunan.

Permasalahan diatas perlu diterapkan strategi pemasaran yang tepat pada UD. Tahu Uap Barokah dengan menggunakan analisis SWOT dan matriks QSPM. Analisis SWOT guna menganalisis faktor internal yakni peluang dan ancaman serta faktor eksternal yakni kekuatan dan kelemahan yang dapat merumuskan strategi pemasaran berdasarkan kondisi usaha tahu ini. Sedangkan matriks QSPM untuk menentukan strategi pemasaran yang menjadi prioritas utama pada UD. Tahu Uap Barokah.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk mengambil judul “Strategi Pemasaran Tahu Pada UD. Tahu Uap Barokah di Kecamatan Rambipuji Kabupaten Jember” guna menentukan strategi pemasaran yang tepat diterapkan UD. Tahu Uap Barokah dalam menghadapi kondisi saat ini dan persaingan cukup ketat dengan menggunakan analisis SWOT dan matriks QSPM yang menganalisis faktor internal dan eksternal yang mendukung dan yang tidak dalam mencapai tujuan tersebut.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Faktor-faktor apa saja yang menjadi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) pada pemasaran

tahu pada UD. Tahu Uap Barokah di Kecamatan Rambipuji Kabupaten Jember?

2. Bagaimana alternatif strategi pemasaran tahu yang tepat pada UD. Tahu Uap Barokah di Kecamatan Rambipuji Kabupaten Jember?
3. Prioritas strategi apakah yang sesuai dalam pemasaran tahu UD. Tahu Uap Barokah di Kecamatan Rambipuji Kabupaten Jember?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Menganalisis faktor yang menjadi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) pada pemasaran tahu UD. Tahu Uap Barokah di Kecamatan Rambipuji Kabupaten Jember.
2. Merumuskan alternatif strategi pemasaran tahu yang tepat pada UD. Tahu Uap Barokah di Kecamatan Rambipuji Kabupaten Jember.
3. Menentukan prioritas strategi pemasaran tahu yang sesuai pada UD. Tahu Uap Barokah di Kecamatan Rambipuji Kabupaten Jember.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti  
Penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai bagaimana mengidentifikasi dan menganalisis masalah, serta menentukan strategi pemasaran yang tepat bagi permasalahan tersebut.
2. Bagi Perusahaan  
Sebagai sumber informasi dan bantuan pemikiran kepada UD. Tahu Uap Barokah mengenai strategi – strategi pemasaran yang dapat diterapkan oleh perusahaan dalam proses pemasaran tahu sehingga mampu bersaing secara kompetitif di pasaran.

### 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai bahan informasi dan tambahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian yang sama dan ingin mendalami tentang strategi pemasaran bagi suatu perusahaan.