

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor pertanian memiliki peran yang penting bagi perkembangan dan pembangunan Indonesia, salah satunya yakni membantu meningkatkan perekonomian bangsa dan untuk memenuhi kebutuhan pangan, karena pangan merupakan hal yang paling utama untuk keberlangsungan hidup suatu bangsa sehingga kebutuhan akan pangan haruslah selalu tersedia. Indonesia adalah negara agraris yang memiliki lahan pertanian luas dengan hasil yang melimpah sehingga memberikan sebuah peluang besar untuk masyarakat melakukan kegiatan usaha pertanian ataupun hal lain yang berkaitan dengan bidang pertanian.

Komoditas pertanian yang banyak digunakan sebagai bahan baku dalam kegiatan produksi salah satunya adalah kedelai. Kedelai termasuk kedalam jenis kacang-kacangan yang mempunyai prospek yang menjanjikan untuk dikembangkan karena memiliki kandungan protein yang tinggi yaitu sebesar 35-38% dengan kandungan lemak pada biji kedelai \pm 20%. Kedelai juga mengandung serat, vitamin dan mineral (Khamidah dan Istiqomah, 2012:46).

Menurut Atman (2014:3) Kedelai dapat diolah dan dimanfaatkan sebagai bahan pangan seperti tahu, tempe, kecap, susu kedelai, tauco, snack, dan lain-lain. Biji kedelai juga dapat diolah menjadi tepung kedelai. Produk olahan kedelai terdiri dari dua kelompok yaitu produk makanan non fermentasi dan fermentasi. Contoh produk hasil olahan non fermentasi tradisional yang terkenal adalah tahu dan kembang tahu, sedangkan fermentasi tradisional adalah tempe dan kecap. Contoh produk hasil olahan non fermentasi modern adalah tepung kedelai, daging tiruan, minyak kedelai, dan susu kedelai. Contoh produk fermentasi modern antara lain yoghurt kedelai atau disebut juga soyoghurt dan keju kedelai.

Seiring berjalannya waktu, industri susu sari kedelai meningkat, mulai dari produsen persusahaan besar ternama hingga *home industry* yang dijalankan perorangan sudah berkembang pesat. Terbukti dengan banyaknya merk susu sari kedelai yang beredar dipasaran dengan berbagai macam harga dan kualitas. Banyaknya merk susu kedelai dipasaran tentunya memiliki dampak yang nyata

bagi produsen susu sari kedelai terlebih yang menjalankan usaha perorangan. Dapat disimpulkan bahwa produsen susu kedelai saat ini sedang menghadapi persaingan yang cukup ketat. Sebuah perusahaan produsen susu sari kedelai harus mampu mempertahankan posisinya dipasaran agar produknya tetap diminati dan tidak ditinggalkan oleh pelanggan. Perusahaan tentunya harus terus memperbaiki kualitas produk, melakukan pemasaran yang baik juga perlu dilakukan agar tidak terjadi penurunan penjualan sehingga perusahaan tetap memperoleh keuntungan yang optimal. Pemasaran yang baik dapat terjadi jika strategi pemasaran yang dilakukan sudah tepat.

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. Strategi pemasaran merupakan aspek penting dalam pengembangan usaha. Cara yang saat ini banyak digunakan dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat untuk tetap mempertahankan atau meningkatkan daya saing dengan mempertimbangkan lingkungan internal maupun eksternal perusahaan serta perusahaan harus mampu mengetahui kekuatan dan kelemahan pesaing agar terciptanya peluang sehingga dapat mengantisipasi ancaman dari luar yang mungkin terjadi.

UD. Alami Jaya merupakan salah satu produsen susu sari kedelai beralamat di Desa Gunggungan Lor Kecamatan Pakuniran Kabupaten Probolinggo yang telah berdiri selama 6 tahun. Produk lain dari UD. Alami Jaya yakni tempe yang baru berjalan 2 tahun. Karena tempe yang diproduksi tergolong masih baru dan kapasitas produksi tempe UD. Alami Jaya juga masih sedikit sehingga produk susu sari kedelai lebih memenuhi syarat untuk dijadikan objek penelitian. Produk susu sari kedelai UD. Alami Jaya menggunakan bahan baku kedelai yang berkualitas tinggi sehingga memiliki cita rasa yang tidak dapat ditemukan pada produk susu sari kedelai lain. Saat ini UD. Alami Jaya mengalami kendala penurunan jumlah produksi dikarenakan pemasaran pada 1 tahun terakhir

kurang maksimal. Setahun sebelumnya dalam sehari UD. Alami Jaya mampu memproduksi 600 botol per hari, tetapi tahun ini hanya memproduksi sekitar 400 hingga 450 botol saja, sehingga tidak dapat mencapai target penjualan yang telah ditetapkan yang menyebabkan keuntungan yang diperoleh tidak optimal. Penurunan penjualan susu sari kedelai pada UD. Alami Jaya dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti bertambahnya jumlah pesaing produk sejenis, dimana ada 3 pesaing sejenis yaitu produk susu kedelai UKM susu kedelai “king soya”, UKM susu kedelai “soyaku”, susu kedelai “AA”. Faktor lain adalah produk yang dihasilkan tidak tahan lama dan kurang dilakukannya kegiatan promosi pemasaran, dimana promosi yang dilakukan UD. Alami Jaya hanya mengandalkan promosi mulut ke mulut dan menggunakan aplikasi WhatsApp saja sehingga masih sangat terbatas. Diharapkan pemasaran susu sari kedelai UD. Alami Jaya mengalami peningkatan dan bisa lebih baik lagi dengan menemukan serta merencanakan strategi pemasaran yang baik bagi perusahaan sehingga bisa berpengaruh pada meningkatnya keuntungan yang diperoleh UD. Alami Jaya.

Upaya atau cara dalam menemukan dan merencanakan strategi pemasaran, terdapat banyak macam alat analisis yang bisa digunakan, salah satunya adalah analisis SWOT dan dilanjutkan dengan metode QSPM. Analisis SWOT sendiri adalah alat analisis yang mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman (Rangkuti 2014:63). Analisis QSPM bertujuan untuk menentukan alternatif strategi terbaik yang menjadi prioritas utama yang akan direkomendasikan kepada UD. Alami Jaya.

1.2 Rumusan masalah

1. Faktor - faktor apa saja yang menjadi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*) pada pemasaran susu kedelai di UD. Alami Jaya?
2. Bagaimanakah alternatif strategi pemasaran susu sari kedelai yang diproduksi UD. Alami Jaya?

3. Strategi apakah yang menjadi prioritas dalam pemasaran susu sari kedelai UD. Alami Jaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui dan menganalisis faktor apa saja yang menjadi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) pada pemasaran susu sari kedelai UD. Alami Jaya di Kecamatan Pakuniran Kabupaten Probolinggo.
2. Merumuskan alternatif strategi pemasaran susu sari kedelai yang tepat pada UD. Alami Jaya di Kecamatan Pakuniran Kabupaten Probolinggo.
3. Menentukan dan menjelaskan prioritas strategi pemasaran susu sari kedelai yang sesuai pada UD. Alami Jaya di Kecamatan Pakuniran Kabupaten Probolinggo.

1.4 Manfaat Penelitian

Penulisan skripsi dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, hasil penelitian bermanfaat untuk menambah wawasan dan pembelajaran tentang satrategi pemasaran pada usaha susu sari kedelai pada UD. Alami Jaya di Kecamatan Pakuniran Kabupaten Probolinggo.
2. Bagi perusahaan, hasil penelitian dapat dijadikan dasar pertimbangan dalam upaya meningkatkan jumlah penjualan produk susu sari kedelai pada UD. Alami Jaya di Kecamatan Pakuniran Kabupaten Probolinggo.
3. Bagi pembaca, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber informasi dan refrensi penelitian.