

RINGKASAN

Strategi Pemasaran Produksi Tahu Rumah Tangga Pada Pabrik Tahu Uwins Di Kelurahan Gebang Kecamatan Patrang Kabupaten Jember, Shofi Nur'Aini, NIM D41160447, Tahun 2020, 54 hlm., Jurusan Manajemen Agribisnis, Program Studi Manajemen Agroindustri, Politeknik Negeri Jember, Ariesia Ayuning Gemaputri, S.Pi, MP. (Dosen Pembimbing).

Pabrik Tahu Uwins merupakan usaha tahu Rumah Tangga yang mulai berdiri sejak tahun 2004. Pabrik tahu Uwins memproduksi olahan dari bahan mentah menjadi barang jadi dan siap di pasarkan ke konsumen, dalam menjalankan usaha ini produsen tentu berharap tetap mampu berkembang dan bersaing dengan kompetitornya, sehingga penjualan dapat terus meningkat. Ada beberapa hal yang belum di lakukan dengan maksimal yaitu adanya kendala dari segi pemasaran, dan sistem manajemen yang masih sederhana. Dan juga memiliki keterbatasan dalam meningkatkan kapasitas produksi karena banyaknya pesaing pada usaha sejenis, selain itu adanya kendala pada bagian pemasaran adalah tidak adanya karyawan di bidang perniagaan yang menyebabkan jangkauan pasar terbatas. Pabrik tahu uwins memiliki tujuan perusahaan yaitu mendapatkan pasar yang luas dan menyeluruh di seluruh daerah Jember tetapi memiliki kendala di bagian pemasaran karena kurangnya karyawan di bagian perniagaan, kurangnya karyawan di bagian perniagaan menyebabkan pasar terbatas.

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang berpengaruh terhadap pemasaran usaha pabrik tahu Uwins, (2) merumuskan alternatif-alternatif apa saja yang tepat untuk pemasaran usaha pabrik tahu Uwins, (3) menentukan prioritas strategi yang tepat untuk pemasaran usaha pabrik tahu Uwins.

Alat analisis yang digunakan adalah Matriks IFE, Matriks EFE, Matriks IE, Matriks SWOT, Matriks QSPM dan yang menjadi responden untuk memberikan data penilaian adalah pemilik usaha hal ini dikarenakan responden tersebut terlibat secara langsung dalam kegiatan pabrik tahu Uwins dan mengetahui tentang

faktor-faktor internal dan eksternal perusahaan, serta salah satu dosen Politeknik Negeri Jember sebagai pakar yang mengerti tentang strategi pemasaran.

Berdasarkan hasil identifikasi faktor internal terdapat beberapa kekuatan, antara lain : (1) kemudahan dalam melakukan pembayaran secara kredit, (2) Harga kompetitif, (3) Kualitas terjaga, (4) Tanpa penggunaan bahan pengawet, (5) Lokasi dekat dengan pusat kota, (6) Sarana Produksi dimanfaatkan secara optimal, (7) Bahan baku kedelai untuk pembuatan tahu didapatkan dengan mudah, (8) Modal usaha menggunakan modal pribadi. Serta terdapat beberapa kelemahan, antara lain : (1) Daya simpan tahu pendek, (2) Kapasitas produksi yang masih terbatas, (3) Wilayah distribusi masih terbatas, (4) Persediaan bahan bakar terbatas (kayu bakar), (5) Melakukan pencatatan kurang maksimal, (6) Harga kedelai fluktuatif, (7) Perusahaan tidak memiliki tenaga kerja yang handal di bagian pemasaran, (8) Tenaga kerja pengganti di bagian di produksi sulit dicari.

Sedangkan pada faktor eksternal terdapat beberapa peluang, antara lain : (1) Pendapatan masyarakat Jember meningkat, (2) Bertambahnya jumlah penduduk di Jember, (3) Gaya hidup masyarakat yang mengutamakan bahan makanan yang sehat dan alami, (4) Budaya masyarakat Jember makan tahu sebagai lauk pauk, (5) Sikap Positif dari masyarakat Jember. Dan terdapat beberapa ancaman, antara lain : (1) Pemadaman listrik sewaktu-waktu, (2) Terdapat usaha pesaing yang sejenis, (3) Pesaing memiliki kapasitas produksi yang besar di banding pabrik tahu Uwins.

Pada penelitian ini yang dilakukan dengan menggunakan matriks SWOT terdapat 6 strategi yang tepat untuk pemasaran usaha pabrik tahu Uwins, diantaranya : dua strategi SO, antara lain : (1) Menjaga kualitas produk dan memberi harga yang kompetitif dengan memanfaatkan pendapatan masyarakat Jember, (2) Diversifikasi produk untuk memperluas pangsa pasar. Terdapat satu strategi WO, antara lain : (1) Meningkatkan kapasitas produksi dengan memanfaatkan bertambahnya jumlah penduduk di Jember. Terdapat dua strategi ST, antara lain : (1) Menggunakan modal pribadi untuk menambah mesin *generator set* untuk mengatasi pemadaman listrik sewaktu-waktu, (2) Mempertahankan kualitas produk secara optimal untuk mampu bersaing dan

mendapatkan pasar yang luas. Terdapat satu strategi WT, antara lain : (1) Memperkerjakan pekerja yang handal untuk meningkatkan kapasitas produksi agar dapat bersaing dengan para pesaing.

Dari 6 alternatif strategi yang didapatkan akan diperoleh satu strategi prioritas yaitu Mempertahankan kualitas produk secara optimal untuk mampu bersaing dan mendapatkan pasar yang luas dengan nilai skor total sebesar 4,420.

