

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Industri pengolahan merupakan salah satu industri penyumbang dalam perekonomian di Indonesia. Salah satu aspek pengolahan yang dapat dikembangkan adalah industri usaha kecil berupa industri pangan. Industri usaha kecil pangan menjadi daya tarik bagi beberapa kalangan untuk menjadi ladang mencari rezeki karena dapat menjadi bisnis yang berkelanjutan. Selain menjadi kebutuhan, pengolahan merupakan hal yang penting dalam produksi suatu bisnis usaha. Industri pangan merupakan suatu industri yang keberadaannya selalu dibutuhkan. Seiring waktu, dunia industri pangan mengalami perkembangan yang sangat pesat dalam dunia usaha. Hal ini banyak terlihat dari unit-unit usaha yang semakin beragam bentuknya dengan inovasi dan ciri yang menjadi keunggulan dalam setiap pesaing. Dengan adanya persaingan dalam dunia industri pangan yang semakin ketat maka setiap produsen harus mampu mendapatkan pasar yang lebih luas pemasarannya agar usaha tersebut berkelanjutan sesuai dengan perusahaan ingin capai.

Berdasarkan Rangkuti (2016) menyatakan bahwa suatu perusahaan dapat mengembangkan strategi agar dapat mengatasi ancaman eksternal dan merebut peluang yang ada. Analisis perumusan dan evaluasi strategi tersebut disebut perencanaan strategis. Perencanaan strategis bertujuan agar perusahaan dapat melihat secara objektif kondisi-kondisi internal dan eksternal.

Strategi pemasaran merupakan usaha yang dilakukan produsen untuk tetap bisa mempertahankan usahanya demi keberlancaran dan tetap mampu bersaing dalam dunia industri dalam jangka waktu yang panjang serta dapat meraih pasar yang lebih luas dan menyuluruh. Dalam mencapai pasar yang lebih luas produsen harus mampu menentukan strategi mana yang di ambil secara tepat untuk menjadi pacuan dalam dunia bisnis agar tidak kalah saing dan tetap mampu

menciptakan pangsa pasar yang luas. Salah satu usaha di bidang agroindustri yang berkembang di masyarakat adalah olahan kedelai sebagai bahan dasar pembuatan tahu.

Tahu adalah gumpalan protein kedelai yang di peroleh dari penyairan kedelai yang telah di giling dengan penambahan air (Sarwono dan Saragih, (2001:2). Banyaknya konsumen yang membeli tahu untuk kebutuhan rumah tangga, sehingga tahu sangat di gemari oleh semua kalangan masyarakat untuk perbaikan gizi, karena tahu memiliki kandungan protein nabati terbaik dengan kandungan yang di milikinya yaitu asam amino yang lengkap dan memiliki daya cerna yang tinggi yaitu sebesar (85%-98%) (Widaningrum, 2015).

Di Kabupaten Jember terdapat berbagai macam usaha yang bergerak di bidang industri pengolahan bahan makanan. Pabrik tahu Uwins merupakan usaha di bidang pengolahan tahu yang terletak pada kelurahan Gebang kecamatan Patrang Kabupaten Jember. Pabrik tahu Uwins memproduksi olahan dari bahan mentah menjadi barang jadi dan siap di pasarkan ke konsumen. Usaha produksi pabrik tahu memiliki kapasitas produksi perhari 1,5 kwintal atau 150 kg. Pabrik ini mulai berdiri sejak tahun 2004 dan memiliki berbagai kendala internal maupun eksternal dalam proses pemasaran usahanya.

Pabrik tahu Uwins merupakan usaha tahu rumah tangga. 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 produksinya karena banyaknya pesaing pada usaha sejenis, selain itu adanya kendala pada bagian pemasaran adalah tidak adanya karyawan di bidang perniagaan yang menyebabkan jangkauan pasar yang 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, oleh karena itu produsen harus mampu merumuskan strategi yang tepat untuk mengatasi permasalahan tersebut agar usaha pabrik tahu Uwins dapat

terus berkelanjutan dan meningkatkan pangsa pasar yang lebih luas di tengah persaingan produk tahu.

Sehubungan dengan permasalahan di atas, terkait dengan pemasaran usaha tahu pabrik Uwins maka di perlukan strategi dalam mengambil tindakan untuk mengatasi permasalahan diatas, agar usaha tersebut tetap berkelanjutan. Salah satu analisis yang di gunakan adalah analisis SWOT dan analisis QSPM untuk menetapkan prioritas strategi dalam mengembangkan pemasaran usaha pabrik tahu Uwins.

1.2 Rumusan Masalah

Pabrik tahu Uwins merupakan usaha rumah tangga tahu di Jember. Pabrik tahu Uwins berencana mengembangkan pemasaran usahanya untuk jangka panjang pasar yang lebih luas. Tetapi mengalami kendala, salah satunya karena kekurangan pekerja pada bagian bidang Pemasaran. Dengan maksud penelitian ini merumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apa saja faktor internal dan eksternal yang berpengaruh terhadap pemasaran usaha pabrik tahu Uwins?
2. Bagaimana alternatif-alternatif strategi pemasaran yang tepat untuk pemasaran usaha pabrik Uwins?
3. Apa strategi prioritas yang tepat untuk dapat di terapkan pada pabrik tahu Uwins?

1.3 Tujuan

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang berpengaruh pada usaha pemasaran pabrik tahu Uwins.
2. Untuk merumuskan alternatif–alternatif apa saja yang tepat untuk pemasaran usaha pabrik tahu Uwins.
3. Untuk menentukan prioritas strategi yang tepat untuk pemasaran usaha pabrik tahu Uwins.

1.4 Manfaat

Berdasarkan tujuan yang telah ditetapkan maka manfaat penelitian adalah sebagai berikut :

1. **Bagi Unit Pabrik Tahu Uwins**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu pabrik tahu Uwins untuk mengevaluasi dan mengkomunikasikan strategi terkait penerapan alternatif strategi yang tepat guna pemasaran usahanya dengan menggunakan analisis SWOT.

2. **Bagi Akademik**

Penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai strategi pemasaran yang tepat untuk diterapkan pada suatu perusahaan.

3. **Bagi Penulis**

Untuk menambah pengetahuan dan wawasan penulis dalam menerapkan beberapa teori yang diperoleh dalam perkuliahan.

4. **Bagi Pihak Lain**

Sebagai bahan referensi bagi pihak-pihak yang akan melaksanakan penelitian lebih lanjut tentang analisis strategi pemasaran dengan menggunakan analisis SWOT dan QSPM.