

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor pertanian dan industri merupakan sektor yang paling terkait satu sama lain. Pertanian sebagai bahan baku, sedangkan industri mengelolah hasil pertanian untuk memperoleh nilai tambah. Industri kecil yang mengolah hasil-hasil pertanian (agroindustri) tahan terhadap dampak krisis ekonomi merupakan salah satu alternatif dalam membangun kembali perekonomian Indonesia. Industri kecil mampu menciptakan lapangan kerja, bagi masyarakat sekitar perusahaan, juga dapat menciptakan nilai tambah bagi produk pertanian khususnya pangan. Menurut Astuti (2017:156), Pengadaan pangan merupakan hal penting dalam kecukupan gizi dan tingkat ekonomi keluarga. Dengan demikian, penyediaan pangan menjadi prioritas dalam membantu keluarga petani dan masyarakat pedesaan dalam mengembangkan kecukupan gizi dan perekonomiannya.

Salah satu industri pengolahan yang banyak dijalankan adalah industri berbasis kedelai. Industri ini dapat dimulai dengan modal awal yang relatif kecil, teknologi sederhana dan tidak membutuhkan keahlian tinggi. Salah satu produk pangan hasil olahan kedelai yang sudah cukup dikenal di Indonesia adalah tahu. Selain harganya yang terbilang cukup murah, tahu merupakan bahan pangan yang mengandung asam amino paling lengkap yang setara dengan daging, itu sebabnya tahu mempunyai protein nabati yang berkualitas sangat baik. Selain menjadi makanan pelengkap yang enak, tahu juga memiliki kandungan nilai gizi yang tinggi. Untuk memenuhi permintaan akan tahu di Kabupaten Jember tidak cukup hanya melakukan peningkatan pengembangan produksinya saja, tetapi juga perlu didukung dari aspek pemasarannya juga. Menurut Kotler dan Amstrong (2008:5) pemasaran sebagai proses membangun hubungan pelanggan yang menguntungkan, dimana target pasarnya untuk menarik pelanggan dengan menjanjikan keunggulan nilai serta menjaga menjaga dan menumbuhkan pelanggan yang ada dengan memberikan kepuasan. Kesimpulannya, pemasaran sebagai proses pengenalan produk kepada orang-orang yang dijadikan target

pemasaran dan menawarkan pertukaran yang bernilai sesuai dengan manfaat yang diberikan oleh produk.

Usaha rumah tangga industri tahu di Kabupaten Jember adalah bukan lagi hal yang dianggap baru di kalangan masyarakat Jember. Dikarenakan penduduk terdahulu telah melakoni beragam jenis usaha rumah tangga industri di Kabupaten Jember khususnya tahu, bahkan berdasarkan data yang saya dapatkan di lokasi penelitian ini tercatat ada beberapa jenis usaha rumah industri tahu dan usaha industri tahu.

Berdasarkan data yang saya dapatkan dari lokasi penelitian ini menurut Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Jember, 2010. tercatat terdapat 51 lokasi penghasil usaha tahu di Kecamatan Patrang dengan hasil produksi sebesar 200-250 Kg/Hari (Mirnawati,2023). Wilayah Kecamatan Patrang merupakan wilayah yang memiliki potensi untuk pengembangsn produk agroindustri tahu. Usaha tahu banyak digemari masyarakat di indonesia termasuk di Kabupaten Jember, selain karena proses pengolahannya yang mudah, tahu juga merupakan makanan yang sangat merakyat dan dapat dijangkau oleh semua kalangan masyarakat. Salah satu yang memiliki industri tahu di Kecamatan Patrang adalah UD. Tahu Jamhari.

Perusahaan industri tahu di Kabupaten Jember salah satunya yaitu UD. Tahu Jamhari yang berada di Jalan Kenanga VIII, Dusun Darwo Timur, Desa Gebang, Kecamatan Patrang, Kabupaten Jember. Bapak Jamhari merupakan pemilik usaha tahu UD. Tahu Jamhari yang berdiri sejak tahun 2002, Kemudian berpindah kepemilikan kepada Bapak Maris sebagai pengelola produksi dan Bapak Arifin sebagai pengelola pemasaran pada tahun 2017 selaku anak dari Bapak Jamhari. UD. Tahu Jamhari merupakan usaha tahu yang menjual dua jenis produk yaitu tahu mentah dan tahu goreng.

Dalam proses produksi tahu UD.Tahu Jamhari bahan baku utama yang dipakai adalah biji kedelai impor. Pemasok bahan baku UD. Tahu Jamhari merupakan pemasok tetap yang berada di daerah Kecamatan Patrang yaitu di Desa Gebang dan Desa Trunojoyo. Pembelian bahan baku kedelai oleh UD. Tahu Jamhari dilakukan setiap hari sebesar 400-500 kg. Tahu yang diproduksi oleh UD.

Tahu Jamhari sebanyak 120 ember tahu mentah, dimana setiap satu ember tahu di jual dengan harga RP. 70.000. Satuan ember yang digunakan oleh UD Tahu Jamhari yaitu ember yang berukuran 25 kg atau seperti ember kaporit yang berukuran besar dan juga 1600 bungkus tahu ecer dengan Rp. 2.000. Namun, usaha ini memiliki keunggulan pada produk tahunya dimana pada proses fermentasinya menggunakan teknik yang berbeda dengan yang lain. Oleh sebab itu, hasil dari tahu fermentasi tersebut tidak berbau kedelai, memiliki aroma khas panda, warna tahu lebih putih dari biasanya dan bisa bertahan selama 6 hari dalam suhu terbuka.

Pemasaran tahu mentah UD. Tahu Jamhari dijual di pasar Tanjung, pemasok atau agen tahu di wilayah Kabupaten Jember, dan juga banyak konsumen yang datang langsung ke lokasi untuk membeli tahu di UD. Tahu Jamhari. Pendistribusian dilakukan dengan menggunakan kendaraan bermotor roda 3. Produk tahu mentah juga disalurkan pada pedagang-pedagang tahu yang datang langsung ke lokasi. Pemasaran tahu mentah UD. Tahu Jamhari masih belum terlalu luas sampai keluar kota Kabupaten Jember. Sedangkan adanya pesaing usaha yang memproduksi produk sejenis yakni UD. Saudara Jaya dan UD. Tahu Ja-im yang berlokasi dekat dengan UD. Tahu Jamhari akan mempengaruhi pada sistem produksi tahu dan pemasarannya. Jika pemasaran yang dilakukan belum optimal, maka penjualan akan mengalami penurunan.

Melihat dari permasalahan yang ada maka diperlukan strategi pemasaran yang tepat pada UD. Tahu Jamhari dengan menggunakan analisis SWOT dan matriks QSPM supaya sistem pemasaran pada industri tahu di Kabupaten Jember dapat berjalan dengan baik. Analisis SWOT dapat digunakan untuk menganalisis faktor internal seperti peluang dan ancaman dan juga faktor eksternal seperti kekuatan dan kelemahan yang dapat merumuskan strategi pemasaran berdasarkan kondisi tahu UD. Tahu Jamhari. Sedangkan matriks QSPM digunakan untuk menentukan prioritas strategi yang tepat dalam pemasaran tahu UD. Tahu Jamhari.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian tertarik untuk mengambil judul "Strategi Pemasaran Tahu Pada UD. Tahu Jamhari di Kecamatan Patrang

Kabupaten Jember” untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat yang dapat diterapkan pada UD. Tahu Jamhari dalam menghadapi terhambat nya penjualan karena adanya pesaing dari produk sejenis dan permasalahan pendistribusian yang belum meluas keluar kota Kabupaten Jember dengan menggunakan analisis SWOT dan matriks QSPM yang mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung tujuan yang belum tercapai.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan diatas, maka diperoleh rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apa saja yang menjadi faktor-faktor utama kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada pemasaran produk tahu UD. Tahu Jamhari.
2. Bagaimana alternatif strategi pemasaran yang tepat dalam menerapkan pemasaran tahu pada UD. Tahu Jamhari di Kecamatan Patrang Kabupaten Jember.
3. Prioritas Strategi apa yang dapat diterapkan dalam pemasaran tahu pada UD. Tahu Jamhari di Kecamatan Patang Kabupaten Jember.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan tujuan dari penelitian Strategi Pemasaran Tahu pada UD. Tahu Jamhari di Kecamatan Patrang Kabupaten Jember adalah:

1. Mengidentifikasi dan Menganalisis faktor internal seperti peluang dan ancaman serta faktor eksternal seperti kekuatan dan kelemahan pada pemasaran tahu UD. Tahu Jamhari di Kecamatan Patrang Kabupaten Jember.
2. Merumuskan alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam pemasaran tahu di UD. Tahu Jamhari.
3. Menentukan prioritas strategi yang tepat dalam menerapkan aspek pemasaran tahu pada UD. Tahu Jamhari di Kecamatan Patrang Kabupaten Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah dikemukakan diatas, maka diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi pengusaha tahu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan mengenai strategi pemasaran industri tahunya,serta menjadi informasi dan bantuan pemikiran pada UD. Tahu Jamhari dalam menerapkan strategi pemasaran yang tepat bagi permasalahan tersebut.
2. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan menambah wawasan dan pengetahuan terkait bagaimana melakukan identifikasi, analisis, mengkaji masalah serta menentukan strategi pemasaran yang tepat bagi perusahaan dan merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian di Jurusan Manajemen Agribisnis Program Studi Manajemen Agroindustri Politeknik Negeri Jember.
3. Bagi pihak lain, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan informasi dan referensi penelitian selanjutnya.
4. Bagi pemerintah daerah setempat, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan atau pertimbangan dalam menyusun suatu kebijakan di sektor industri khususnya sub sektor industri pangan.