

# **BAB 1. PENDAHULUAN**

## **1.1 Latar Belakang**

Indonesia merupakan negara agraris dengan sebagian besar penduduk bekerja di bidang pertanian yang memiliki sumber daya alam melimpah dan beraneka ragam. Salah satu hasil pertanian yang dapat dikembangkan untuk dijadikan sebagai bahan yang dapat dikonsumsi serta di distribusikan yaitu kacang kedelai. Kacang kedelai merupakan bahan pangan yang memiliki kandungan protein serta gizi yang sangat baik untuk dikonsumsi. Selain itu, kacang kedelai juga memiliki prospek yang baik untuk dikembangkan. Namun, meskipun Indonesia merupakan negara agraris dan sebagian besar penduduk bekerja di bidang pertanian produksi kacang kedelai yang dihasilkan belum mampu memenuhi permintaan pasar khususnya pada pabrik tahu.

Salah satu usaha yang berpotensi untuk dikembangkan yaitu usaha produksi tahu, karena usaha ini merupakan usaha dengan proses pengolahan yang sangat mudah dan kaya akan protein, kalsium, zat besi, rendah sodium serta kolesterol dan kalori. Pabrik tahu UD Saudara Jaya merupakan produsen penghasil tahu mentah dan tahu goreng yang ada di Kecamatan Patrang Kabupaten Jember. Pabrik tahu ini didirikan oleh Bapak Sulihan sejak tahun 1992 dan saat ini pabrik tahu UD Saudara Jaya di kelola oleh Bapak Moh. Wahyudi dan memiliki 15 pekerja, diantaranya 9 pekerja bagian produksi yang terbagi menjadi 5 pekerja berada di bagian tahu mentah dan 4 pekerja berada di bagian tahu goreng, 2 pekerja dibagian pemasaran, 1 pekerja dibagian manajerial, 2 pekerja dibagian keuangan dan 1 pekerja di bagian distribusi. Bahan baku yang digunakan dalam proses pembuatan tahu ini adalah kacang kedelai impor dan dari petani lokal.

Proses produksi pada pabrik tahu UD Saudara Jaya dapat menghasilkan kurang lebih 30-50 papan cetak tahu /bulan, untuk tahu yang dihasilkan dari 3 papan cetak tahu dengan ukuran 10 x10 dapat menghasilkan tahu sebanyak 100 buah dengan ukuran tahu 5.8cm x 5.8cm dengan harga jual tahu Rp 400 per satuannya.

Bahan baku yang digunakan selama 1 bulan produksi kurang lebih 50-70 kg kacang kedelai impor. Pabrik tahu UD Saudara Jaya terletak di jalan Teratai 16 No12, Dusun Gebang Tengah, Kelurahan Gebang, Kecamatan Patrang, Kabupaten Jember. Tahun ke tahun, kota Jember menjadi kota yang terus berkembang dengan banyaknya usaha produksi tahu yang bermunculan. Walaupun kota Jember terus berkembang namun kebiasaan yang dimiliki oleh masyarakat Jember untuk mengonsumsi makanan tetaplah sama yaitu memilih rasa enak namun tetap murah, termasuk dalam mengonsumsi tahu. Melihat persaingan dengan banyaknya pabrik tahu di Jember, dan lokasi pabrik tahu UD Saudara Jaya yang tepat berada di daerah yang memiliki pesaing sejenis, serta banyaknya pabrik tahu yang menggunakan inovasi, menjadi faktor permasalahan yang dihadapi oleh pabrik tahu UD Saudara Jaya.

Strategi pemasaran dapat dijadikan sebagai alat dalam pencapaian sebuah tujuan usaha dalam memenangkan persaingan, apabila strategi pemasaran berjalan dengan baik maka penetapan harga, promosi dan distribusi dapat dicapai dengan baik. Di sisi lain pabrik tahu UD Saudara Jaya sudah berdiri kurang lebih 32 tahun dan belum menunjukkan perkembangan signifikan terhadap kemajuan usahanya. Data penjualan tahu UD Saudara Jaya pada bulan Januari 2023 – Desember 2023 sebesar 49.884 /biji tahu, penurunan penjualan ini terjadi pada enam bulan terakhir terhitung dari bulan Juni – Desember. Seiring berkembangnya usaha setiap bulan hasil penjualan mengalami penurunan dari volume penjualan produk, hal ini disebabkan oleh adanya persaingan. Beberapa pabrik yang menjual produk sejenis seperti UD Jamhari, pabrik tahu Fatmawati, Balqis Tahu Susu dan beberapa pesaing lainnya. Berdasarkan beberapa pesaing yang menjual produk tahu mentah menyebabkan produsen harus berfikir lebih untuk menghasilkan produk tahu yang berkualitas dan harga yang mudah dijangkau oleh konsumen.

Berdasarkan permasalahan yang dialami oleh pabrik tahu UD Saudara Jaya di Kecamatan Patrang maka penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi aspek manajemen pabrik tahu UD Saudara Jaya di Kecamatan Patrang, baik dari lingkungan internal maupun eksternal dengan menggunakan metode analisis

*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats* (SWOT) sehingga dapat menghasilkan alternatif strategi pemasaran yang sesuai, serta menggunakan analisis *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) untuk menetapkan prioritas strategi yang tepat dalam pemasaran tahu mentah di UD Saudara Jaya Kabupaten Jember.

## **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 kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam strategi pemasaran pada pabrik tahu UD Saudara Jaya di Kecamatan Patrang Kabupaten Jember?
2. Bagaimana alternatif strategi pemasaran yang tepat dalam menerapkan pemasaran produk tahu yang diproduksi oleh UD Saudara Jaya?
3. Bagaimana strategi prioritas yang dipilih dan sesuai untuk diterapkan dalam pemasaran produk tahu yang diproduksi oleh pabrik tahu UD Saudara Jaya?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang dapat diperoleh adalah sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) pada pabrik tahu UD Saudara Jaya.
2. Merumuskan alternatif strategi pemasaran produk tahu pada pabrik tahu UD Saudara Jaya.
3. Menentukan strategi prioritas pemasaran yang tepat untuk meningkatkan penjualan produk tahu yang diproduksi oleh pabrik tahu UD Saudara Jaya.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah dan tujuan yang telah disampaikan di atas, maka peneliti diharapkan memberikan manfaat diantaranya :

1. Bagi Peneliti

Manfaat penelitian ini bagi penulis adalah untuk menambah wawasan dan pengetahuan terkait strategi pemasaran yang tepat bagi pelaku usaha serta sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan atau memperoleh gelar sarjana terapan pada Program Studi Manajemen Agroindustri.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat membantu pelaku usaha untuk mengetahui faktor-faktor internal dan eksternal sebagai evaluasi guna meningkatkan penjualan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi dan sumber pengetahuan untuk peneliti-peneliti selanjutnya tentang strategi pemasaran.