

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara agraris yang memiliki lahan pertanian luas dengan hasil yang melimpah sehingga memberikan sebuah peluang besar untuk masyarakat melakukan kegiatan usaha pertanian ataupun hal yang berkaitan dengan bidang pertanian. Sektor pertanian mempunyai peran yang penting bagi perkembangan dan pembangunan Indonesia. Salah satunya yaitu membantu meningkatkan perekonomian bangsa serta untuk memenuhi kebutuhan pangan, karena pangan adalah hal yang paling utama untuk keberlangsungan hidup suatu bangsa sehingga kebutuhan akan pangan haruslah selalu tersedia. Komoditas pertanian yang sering dijadikan sebagai bahan baku dalam proses produksi adalah kedelai (Hernawati & Meylani, 2019).

Kedelai merupakan komoditas terpenting ketiga setelah padi dan jagung, selain itu juga merupakan komoditas palawija yang kaya akan protein. Kedelai segar sangat dibutuhkan dalam industri pangan. Kebutuhan kedelai terus meningkat seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk dan kebutuhan bahan baku olahan pangan seperti tempe, tahu, kecap, susu kedelai, tauco dan lain sebagainya (Badan Litbang Pertanian, 2012). Kandungan zat yang ada di dalam kedelai adalah mangan, selenium, tembaga, kalium, fosfor, magnesium, zat besi, kalsium, vitamin B6, folat, vitamin B2, vitamin B1 dan vitamin K.

Berdasarkan dari data yang diambil pada Badan Pusat Statistik Kabupaten Jember, Kabupaten ini memiliki luas wilayah sebesar 3.293 Km² dengan luas lahan pertaniannya sebesar 124.027,77 hektar pada tahun 2021 dan mengalami peningkatan sebanyak 2.421,90 hektar atau 1,99% disbanding 2020 yang besar 121.605,87 hektar. Produksi kedelai mencapai 7.737.43 ton pada tahun 2021. Keadaan daerah yang subur mendukung penduduk Jember untuk menanam dan memproduksi kedelai.

Pemasaran merupakan ujung tombak dari suatu usaha. Hal ini karena tanpa pemasaran yang baik maka suatu usaha tidak akan bertahan lama. Pemasaran sangat

diperlukan dalam penyampaian produk dari produsen ke konsumen guna meningkatkan pendapatan perusahaan. Masalah yang dihadapi pada industri tahu di Jember salah satunya ada pada pemasaran. Dilihat dari produknya, tahu memiliki kelemahan yaitu kandungan airnya yang tinggi sehingga mudah rusak karena mudah ditumbuhi mikroba, tahu harus segera didistribusikan ke tangan konsumen agar kualitasnya tetap baik, tidak berjamur dan menghasilkan bau yang tidak sedap sehingga diperlukan suatu solusi agar produk tahu tetap terjamin kualitasnya ketika sampai di konsumen.

Tahu merupakan hasil dari olahan kacang kedelai yang dibuat melalui proses penghancuran kedelai menjadi bubur dengan cara difermentasikan dan diambil sarinya (Herdhiansyah dkk., 2022). Tahu mempunyai tekstur yang sangat lembut serta memiliki rasa dan aroma yang khas. Proses pembuatan tahu cukup rumit, dimulai dari proses perendaman kedelai hingga proses pemotongan. Proses ini membutuhkan waktu yang cukup lama kurang lebih 4 jam. Tahu perlu melalui proses perendaman dan didiamkan selama semalaman agar menghasilkan tahu yang lebih padat. Selain itu, biaya yang dibutuhkan untuk membuat tahu terbilang cukup mahal dan membutuhkan saluran pembuangan air yang memadai agar tidak terjadi pencemaran lingkungan.

UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) merupakan kategori bisnis skala kecil yang dipercaya mampu memberikan kontribusi terhadap perekonomian Indonesia (Hafsah, 2004). Usaha ini dimiliki oleh perseorangan, maupun badan usaha yang telah memenuhi syarat atau sebagai kriteria usaha mikro. UMKM dianggap mampu bertahan pada krisis dimana puluhan perusahaan besar mengalami perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah harus dijaga dan ditingkatkan setiap tahunnya sejalan dengan perkembangan perekonomian yang mengalami naik turun dalam beberapa tahun ke belakang. Melalui UMKM ini kacang kedelai dapat diolah menjadi suatu olahan yang dapat diterima oleh masyarakat. Salah satu produk olahan kedelai yang dapat diterima dan dikembangkan oleh masyarakat adalah produksi tahu.

UMKM Tahu Bang Sipul di Kecamatan Ambulu, Kabupaten Jember didirikan oleh bapak Saiful Hadi pada tahun 2008 di Dusun Sumberan RT 002/RW

017. Usaha ini diproduksi dan dipasarkan sendiri dengan dibantu oleh istrinya. Usaha ini juga memiliki visi dan misi terhadap UMKM nya sendiri visi yang dimiliki oleh UMKM tahu bang Sipul adalah "menjadi produsen tahu lokal dengan kualitas tinggi yang higienis, sehat dan bernutrisi serta dapat berkontribusi dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat sekitar" sedangkan misi dari UMKM tahu bang sipul yaitu "UMKM menggunakan bahan bahan dasar dengan kualitas bahan baku alami pilihan" dan " menyediakan produk tahu dengan Harga terjangkau bagi masyarakat" Usaha ini menghasilkan produk tahu putih dengan produksi harian sebanyak 10 press tahu, dimana setiap pressnya berisi 165 tahu dalam bentuk persegi. Kedelai yang dibutuhkan sebanyak 35-50 kg perhari merupakan hasil impor, sehingga dapat menghasilkan tahu yang berkualitas. Tahu Bang Sipul di pasarkan di daerah Ambulu mulai dari daerah Sumberan, karanganyar dan daerah jatian, dengan harga Rp. 5000/ jinah (isi 10 tahu) sedangkan untuk reseler Bang Sipul akan menjual Rp. 4000/jinah. Dalam 1 hari bang Sipul dapat memperoleh penghasilan sebesar Rp. 825.000.

Usaha UMKM Tahu Bang Sipul ini memiliki pesaing yang dapat mempengaruhi penjualan dan pemasarannya. Pesaing yang saat ini ditemukan pada UMKM ini adalah produk sejenis yang dibuka berada tidak jauh dari tempat produksi Tahu Bang Sipul. Usaha ini memiliki permasalahan dalam penjualan produk dan pemasarannya apalagi pada sumber daya manusia yang kurang memadai disana. Pemasaran yang dilakukan oleh Bang Sipul kurang beragam karena hanya berjualan secara tradisional atau keliling saja.

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Tahu Bang Sipul ini maka perlu adanya analisis dan identifikasi faktor internal dan eksternal untuk mendapatkan strategi pemasaran yang tepat agar usaha ini dapat berkembang pesat di era banyaknya pesaing. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dalam mengatasi permasalahan tersebut dengan mempertimbangkan aspek kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman perusahaan menggunakan analisis SWOT dan menggunakan analisis QSPM (*Quantitative Strategic Planing Matrix*) dengan judul "Strategi Pemasaran UMKM Tahu Bang Sipul di Ambulu Kabupaten Jember.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan sebelumnya, dapat dirumuskan masalah yang akan dibahas, yaitu:

1. Apa saja yang menjadi faktor internal dan faktor eksternal pada pemasaran UMKM Tahu Bang Sipul di Kecamatan Ambulu?
2. Alternatif strategi pemasaran apa yang harusnya diterapkan oleh Bang Sipul terhadap produk tahu?
3. Strategi apa yang seharusnya menjadi prioritas dalam pemasaran usaha UMKM Tahu Bang Sipul di Kecamatan Ambulu?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui dan menganalisa faktor internal dan faktor eksternal pada pemasaran UMKM Tahu Bang Sipul Kecamatan Ambulu.
2. Merumuskan alternatif strategi yang tepat pada pemasaran UMKM Tahu Bang Sipul Kecamatan Ambulu.
3. Menentukan prioritas strategi pemasaran UMKM Tahu Bang Sipul Kecamatan Ambulu.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan, manfaat yang didapat dari penelitian ini adalah memperoleh data yang berguna untuk:

1. Bagi Perusahaan
Sebagai sumber informasi mengenai strategi- strategi pemasaran yang dapat diterapkan oleh pelaku usaha.

2. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan referensi bagi peneliti selanjutnya yang tertarik mendalami strategi pemasaran pada suatu perusahaan agribisnis.

3. Bagi Peneliti

Menjadikan Untuk memperluas pengetahuan dan wawasan, meningkatkan kemampuan dalam mengidentifikasi masalah, menganalisis dan menemukan solusi bagi masalah tersebut.

4. Bagi pemerintah

Hasil penelitian dapat dijadikan bahan referensi untuk meningkatkan pemasaran dan penjualan di berbagai aspek pertanian khususnya yang mengelola hasil perkebunan komoditas kedelai.