

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri tahu di Indonesia memegang peranan strategis dalam perekonomian nasional, khususnya sebagai penyedia sumber protein nabati yang bernutrisi dan terjangkau. Seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya gaya hidup sehat, permintaan terhadap produk olahan kedelai, termasuk tahu, menunjukkan tren peningkatan yang signifikan. Menurut Kotler, Kartajaya, dan Setiawan (2021) dalam *Marketing 5.0: Technology for Humanity*, penerapan teknologi digital dalam strategi pemasaran menjadi elemen kunci untuk menghadapi persaingan pasar yang semakin kompleks. Kondisi ini mendorong produsen tahu untuk mengadopsi pendekatan inovatif dalam pemasaran produk mereka guna memenuhi ekspektasi konsumen modern.

Transformasi digital telah mengubah perilaku konsumen dalam mencari, memilih, dan memperoleh informasi mengenai produk. Digitalisasi tidak hanya mempengaruhi aspek komunikasi, tetapi juga memaksa perusahaan untuk mengintegrasikan saluran pemasaran tradisional dan digital secara sinergis. Chaffey dan Ellis-Chadwick (2020) dalam *Digital Marketing* menegaskan bahwa perusahaan yang mampu mengoptimalkan berbagai saluran pemasaran secara terpadu akan memiliki keunggulan kompetitif dalam merespons dinamika pasar. Hal ini sangat relevan bagi Pabrik Tahu Saudara Jaya Jember yang tengah menghadapi tantangan dalam penyesuaian strategi pemasaran di era digital.

Tantangan yang dihadapi Pabrik Tahu Saudara Jaya Jember tidak hanya berasal dari faktor eksternal, melainkan juga meliputi aspek internal seperti peningkatan inovasi produk, efisiensi operasional, dan peningkatan kualitas layanan kepada konsumen. Hollensen (2020) dalam *Marketing Management: A Relationship Approach* menyatakan bahwa segmentasi pasar yang tepat serta penetapan harga strategis merupakan fondasi penting dalam pengembangan keunggulan kompetitif. Oleh karena itu, analisis mendalam terhadap kondisi

internal pabrik tahu serta pemetaan peluang dan kendala yang ada menjadi sangat diperlukan untuk menyusun strategi pemasaran yang efektif.

Dalam menghadapi persaingan yang kian intens, perusahaan dituntut untuk menerapkan strategi pemasaran yang tidak hanya efektif secara komersial, tetapi juga beretika dan berkelanjutan. Menurut Solomon, Marshall, dan Stuart (2021), penerapan pendekatan pemasaran adalah penerapan yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan menciptakan nilai jangka panjang dan bertanggung jawab bagi perusahaan. Dengan demikian, penelitian ini diarahkan untuk mengkaji secara mendalam strategi pemasaran yang diterapkan oleh Pabrik Tahu Saudara Jaya Jember, sehingga diharapkan dapat memberikan kontribusi strategis bagi peningkatan daya saing produk tahu lokal di pasar yang semakin kompetitif.

Salah satu jenis usaha yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan adalah usaha produksi tahu. Usaha ini tergolong mudah dalam proses pengolahannya serta memiliki nilai gizi tinggi, karena kaya akan protein, kalsium, zat besi, serta rendah sodium, kolesterol, dan kalori. Pabrik tahu Saudara Jaya merupakan salah satu produsen tahu mentah yang berlokasi di Kecamatan Patrang, Kabupaten Jember. Pabrik ini didirikan oleh Bapak Sulihan pada tahun 1992 dan saat ini dikelola oleh Bapak Moh. Wahyudi. Dalam operasionalnya, pabrik ini memiliki 21 tenaga kerja. Dalam proses produksinya, bahan baku utama yang digunakan adalah kacang kedelai, yang diperoleh dari dua sumber, yaitu kedelai impor dan kedelai hasil produksi petani lokal. Pemilihan bahan baku ini bertujuan untuk memastikan kualitas tahu yang dihasilkan tetap terjaga sesuai dengan standar yang telah ditetapkan.

Proses produksi di Pabrik Tahu Saudara Jaya mampu menghasilkan sekitar 30 hingga 50 papan cetak tahu per hari. Setiap tiga papan cetak tahu berukuran 10 cm × 10 cm, dapat dihasilkan sekitar 100 potong tahu dengan ukuran 5,8 cm × 5,8 cm, yang dijual dengan harga Rp.500 per potong. Untuk memenuhi kebutuhan produksi selama satu bulan, pabrik ini memerlukan sekitar 50 hingga 70 kg kacang kedelai impor sebagai bahan baku utama. Pabrik Tahu Saudara Jaya berlokasi di Jalan Teratai 16 No. 12, Dusun Gebang Tengah, Kelurahan Gebang, Kecamatan Patrang, Kabupaten Jember. Kota Jember sendiri mengalami perkembangan pesat

dari tahun ke tahun, yang ditandai dengan semakin banyaknya industri pengolahan tahu yang bermunculan. Meskipun demikian, pola konsumsi masyarakat Jember tetap mempertahankan preferensi terhadap makanan yang memiliki cita rasa lezat namun tetap terjangkau, termasuk dalam memilih tahu sebagai salah satu makanan sehari-hari. Meningkatnya persaingan di industri tahu di Jember, Pabrik Tahu Saudara Jaya menghadapi beberapa tantangan utama. Lokasi pabrik yang berada di kawasan dengan banyak pesaing sejenis serta meningkatnya inovasi yang diterapkan oleh produsen lain menjadi faktor eksternal yang memengaruhi daya saing perusahaan. Oleh karena itu, strategi pemasaran dan inovasi produk menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan agar pabrik tetap mampu bersaing dan mempertahankan pangsa pasarnya.

Strategi pemasaran berperan sebagai instrumen utama dalam mencapai tujuan bisnis dan memenangkan persaingan pasar. Ketika strategi pemasaran diterapkan secara efektif, berbagai aspek seperti penetapan harga, promosi, dan distribusi dapat berjalan secara optimal, sehingga meningkatkan daya saing perusahaan. Pabrik Tahu Saudara Jaya telah beroperasi selama kurang lebih 33 tahun, saat ini belum menunjukkan perkembangan yang signifikan dalam pertumbuhan usahanya. Berdasarkan data penjualan tahu dari Januari hingga Desember 2024, jumlah penjualan mencapai 49.884 potong tahu, dengan tren penurunan yang mulai terjadi dalam enam bulan terakhir, terhitung sejak Juni hingga Desember 2024. Rincian jumlah penjualan setiap bulan dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut, yang menunjukkan pola fluktuasi serta tren penurunan yang terjadi dalam enam bulan terakhir.

Tabel 1.1 Rincian Penjualan

No	Bulan	Penjualan (Potong)	Keterangan
1	Januari	4.800	Stabil
2	Februari	5.000	Stabil
3	Maret	5.200	Stabil
4	April	5.400	Stabil
5	Mei	5.600	Stabil
6	Juni	4.900	Menurun
7	Juli	4.700	Menurun
8	Agustus	4.500	Menurun
9	September	4.300	Menurun
10	Oktober	4.100	Menurun
11	November	3.900	Menurun
12	Desember	3.384	Menurun
Total		49.884	

Sumber : Data Pabrik Tahu Saudara Jaya 2024

Seiring dengan meningkatnya jumlah produsen tahu di wilayah Jember, persaingan dalam industri ini semakin ketat, yang berdampak pada penurunan volume penjualan setiap bulan. Beberapa pesaing utama dalam industri tahu mentah di wilayah tersebut antara lain UD Jamhari, Pabrik Tahu Fatmawati, Balqis Tahu Susu, serta beberapa produsen lainnya. Kondisi ini menuntut Pabrik Tahu Saudara Jaya untuk merancang strategi yang lebih inovatif dalam meningkatkan kualitas produk serta menetapkan harga yang kompetitif agar tetap diminati oleh konsumen. Pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif, baik dari segi diferensiasi produk, inovasi, maupun perluasan jaringan pemasaran, menjadi langkah penting dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat.

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh Pabrik Tahu Saudara Jaya di Kecamatan Patrang, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengidentifikasi aspek manajerial pabrik tersebut, baik dari faktor lingkungan internal maupun eksternal. Penelitian ini menggunakan metode Analisis *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats* (SWOT) guna mengevaluasi kekuatan,

kelemahan, peluang, dan ancaman yang memengaruhi keberlangsungan usaha. Hasil analisis ini diharapkan dapat merumuskan alternatif strategi pemasaran yang sesuai dengan kondisi pabrik. Selain itu, penelitian ini juga menerapkan Analisis *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) untuk menentukan prioritas strategi yang paling efektif dalam pemasaran tahu di Pabrik Tahu Saudara Jaya, Kabupaten Jember.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, dapat muncul beberapa permasalahan yaitu:

1. Apa saja faktor internal dan faktor eksternal yang dapat menentukan pemasaran tahu di Pabrik Tahu Saudara Jaya?
2. Strategi apa yang dapat dilakukan untuk memasarkan tahu di Pabrik Tahu Saudara Jaya?
3. Prioritas strategi apa yang dilakukan untuk memasarkan tahu di Pabrik Tahu Saudara Jaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis faktor internal dan faktor eksternal yang dapat menentukan pemasaran tahu di Pabrik Tahu Saudara Jaya.
2. Menganalisis strategi yang dapat dilakukan untuk memasarkan tahu di Pabrik Tahu Saudara Jaya.
3. Menganalisis Prioritas strategi apa yang dilakukan untuk memasarkan tahu di Pabrik Tahu Saudara Jaya.

1.4 Manfaat Peneltian

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi semua pihak: akademis dapat menggunakannya sebagai referensi kepustakaan untuk mendapatkan informasi tentang pemasaran dan membantu mengembangkan ilmu pengetahuan di bidang ini. Produsen tahu juga akan menemukan manfaat dari penelitian ini dalam menentukan strategi pemasaran tahu yang paling efektif.