

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Kedelai merupakan komoditas yang cukup penting di dalam kelompok tanaman pangan yang ada di Indonesia setelah padi dan jagung. Kedelai yang mengandung kandungan protein yang sangat tinggi sangatlah berperan sebagai sumber protein nabati yang berguna dalam peningkatan gizi masyarakat, disisi lain protein nabati yang didapatkan dari kedelai memiliki harga yang relatif murah dan juga aman. Dalam 100g kedelai saja kandungan protein nabati yang bisa didapatkan mencapai 36g juga karena sifat kedelai yang multi guna maka kebutuhan kedelai setiap tahunnya terus meningkat.

Menurut data kementerian pertanian yang di lansir oleh BALITKABI (Balai Penelitian Aneka Kacang dan Umbi) produksi kedelai nasional memiliki trend yang cenderung meningkat terlihat dari rata rata produksi kedelai nasional pada tahun 2011-2013 mencapai angka 824,81 ribu ton meningkat sebesar 934,58 ribu ton pada tahun 2016-2017 atau naik sebesar 109,77 ribu ton (13,31%). Tidak hanya produksi kedelai yang memiliki trend cukup meningkat tetapi produktivitas kedelai juga meningkat. Pada periode 2011-2013 14,23 kuintal/hektar meningkat menjadi 15,42 kuintal/hektar pada periode 2014-2016.

Hal ini dapat menjadi peluang baik bagi pelaku usaha yang akan menggunakan kedelai sebagai bahan baku mengingat kedelai dapat dijadikan produk turunan yang cukup bervariasi. Akan tetapi persaingan di dunia Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) semakin hari semakin ketat karena perkembangan teknologi dan informasi yang tumbuh dengan pesat membuat pelaku usaha saat ini sangat ketat dalam persaingan usaha. Dengan kondisi yang seperti ini perusahaan atau Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dituntut agar dapat mengembangkan usahanya dengan menggunakan alternatif strategi yang

bisa di dapatkan dari menganalisis faktor faktor internal ataupun juga faktor faktor eksternal yang dimiliki oleh perusahaan itu sendiri. Dimana diharapkan dengan perusahaan atau Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dapat menentukan alternatif startegi dalam mengembangkan usahanya yang nantinya guna dapat bersaing dan bahkan dapat memperluas pasar dari perusahaan atau Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) itu sendiri. Salah satu bentuk nyata dalam persaingan tersebut terdapat pada usaha susu kedelai.

Susu adalah salah satu bahan makan yang cukup lengkap kandungan gizinya, karena di dalam susu terkandung beberapa zat yang itu semua berguna untuk memenuhi kebutuhan gizi manusia. Dengan semakin banyaknya permintaan pasar akan susu hewani maka harga susu menjadi melambung tinggi sehingga banyak dari konsumen yang tidak mampu untuk membeli susu sapi. Oleh karena itu orang memulai untuk mencari alternatif pengganti dari susu hewani yang memiliki kandungan gizi hampir sama dengan susu hewani dan akhirnya ditemukanlah susu nabati yang bahan bakunya dari kedelai.

Selain untuk konsumsi pribadi susu kedelai juga sangat prospek apabila dijadikan sebuah ladang usaha. Seperti yang di lakukan oleh produsen susu kedelai madu (SKM) yang ada di kecamatan Sumbersari Jember. SKM ini merupakan produk susu kedelai yang mulai berdiri sejak tahun 2009 dan hingga saat ini UMKM ini memiliki pekerja sebanyak 32 orang. Dan juga memiliki market share yang cukup luas, terbukti bisa dilihat dengan adanya produk dari SKM pada setiap pasar ataupun pada kantin kantin sekolah. Produksi dari SKM ini mempunyai tren yang cukup positif bisa dilihat dari jumlah produksi SKM pada tahun 2016 sejumlah 5.209.215 bungkus dan meningkat sebesar 6.593.160 bungkus pada tahun 2017 atau naik sebesar 1.383.945 (26.58%). Akan tetapi salah satu masalah yang cukup berat yang harus di hadapi oleh produsen SKM adalah banyaknya pesaing yang mulai bermunculan dengan kemasan yang lebih menarik, kurangnya promosi, dan sulitnya untuk melebarkan pangsa pasarnya.

Oleh karena itu produsen SKM haruslah mampu membuat alternatif startegi yang dapat dilakukan guna mempertahankan kelangsungan hidup dari UMKM ini. Perlu adanya peningkatan peningkatan pada sektor produksi, pemasaran, dan

promosi dalam rangka meningkatnya volume penjualan dari SKM dan mengembangkan usahanya secara efektif dan efisien. Berdasarkan pertimbangan diatas, peneliti sangat tertarik untuk meneliti tentang strategi pengembangan usaha terhadap usaha susu kedelai madu (SKM) ini.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, maka peneliti mengambil beberapa rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apa saja faktor faktor eksternal dan internal yang menjadi peluang dan ancaman serta kekuatan dan kelemahan perusahaan ?
2. Bagaimana alternatif strategi yang sesuai pada perusahaan untuk mengembangkan usaha susu kedelai madu ?
3. Bagaimana prioritas strategi yang sesuai pada perusahaan untuk mengembangkan usaha susu kedelai madu ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun untuk tujuan penelitian dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Menganalisa faktor faktor Eksternal dan Internal yang menjadi peluang dan ancaman, maupun kekuatan dan kelemahan bagi perusahaan.
2. Merekendasikan alternatif strategi yang sesuai bagi perusahaan untuk mengembangkan usaha susu kedelai madu.
3. Merekendasikan prioritas startegi yang sesuai bagi perusahaan untuk mengembangkan usaha susu kedelai madu.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini nantinya bermanfaat bagi peneliti untuk mengimplementasikan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang manajemen startegik. Bagi perusahaan dapat digunakan sebagai landasan/acuan untuk rekomendasi alternatif strategi dalam pengembangan usaha susu kedelai madu.