

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Agroindustri mengacu pada pengolahan bahan baku yang berasal dari tumbuhan atau hewan. Definisi agroindustri dapat dilihat dari dua aspek utama yaitu sebagai industri yang bergantung pada bahan baku primer dari hasil pertanian dan sebagai tahap lanjutan dalam perkembangan industri. Agroindustri memainkan peran penting dalam pengembangan sektor pertanian. Kontribusi sektor agribisnis tercermin dalam peningkatan pendapatan bagi pelaku usaha, penciptaan lapangan kerja, peningkatan devisa, serta stimulasi pertumbuhan di industri-industri lain. Meskipun perannya sangat vital, pengembangan agroindustri masih menghadapi berbagai tantangan (Marsila, dkk. 2022).

Berbagai jenis komoditas diolah di seluruh Indonesia termasuk kedelai yang menjadi bahan baku utama industri tahu. Industri pengolahan kedelai sendiri merupakan salah satu sektor industri yang menyerap banyak tenaga kerja di Indonesia. Proyeksi produksi kedelai nasional di tahun 2025 berdasarkan proyeksi neraca kedelai Badan Pangan Nasional/National Food Agency (NFA), produksi kedelai diperkirakan mencapai 67,1 ribu ton. Sementara kebutuhan konsumsi selama setahun berada di angka 2,6 juta ton.

Kedelai mempunyai peranan yang sangat penting bagi masyarakat Indonesia terutama di Pulau Jawa, hal ini dapat dilihat dari adanya kenyataan bahwa sebagian besar masyarakat tidak dapat melepaskan diri dari bahan makanan yang berbahan baku kedelai. Kedelai memberikan manfaat yang signifikan dalam mendukung pertumbuhan dan menjaga kesehatan sel-sel tubuh. Kedelai dikenal sebagai sumber makanan yang kaya protein dan juga mengandung berbagai nutrisi penting lainnya, seperti karbohidrat dan mineral (Firnando, dkk. 2022).

Tahu Sumedang Jaya Rasa merupakan salah satu usaha agroindustri yang mengolah produk pertanian kedelai sebagai bahan baku agroindustri tahu yang berada di Jalan Jenderal Ahmad Yani, Desa Kertosari, Kecamatan Pakusari, Kabupaten Jember. Pemilik usaha Tahu Sumedang Jaya Rasa adalah bapak Armansidin, berasal dari Sumedang dan telah terjun ke dalam industri tahu sejak tahun 2004. Pemilik usaha memulai usahanya di Purwokerto, Jawa Tengah, dengan bergabung bersama saudaranya dalam usaha keluarga yang telah ada. Pemilik usaha merasakan bahwa potensi pasar untuk produk tahu Sumedang di Jawa Tengah saat itu tidak cukup mendukung untuk perkembangan usahanya. Bapak Arman Sidin memutuskan untuk membuka cabang baru di Kabupaten Jember pada bulan Mei 2014.

Bapak Armansidin berkomitmen untuk terus mengembangkan usaha ini, menjaga cita rasa autentik Tahu Sumedang, serta berkontribusi pada perekonomian lokal. Jumlah karyawan di usaha ini 7 orang yang terdiri dari 5 orang dibagian penggorengan tahu untuk dijual matang secara di lokasi usaha, 1 orang pada bagian produksi tahu, dan 1 orang dibagian pengantaran tahu mentah ke mitra penjualan. Proses produksi dilakukan setiap hari mulai pukul 3 pagi sampai pukul 11 siang. Penjualan tahu mentah sudah memiliki mitra penjualan yang berada di Kecamatan Sumbersari, Kaliwates dan Patrang Kabupaten Jember yang kemudian mitra menjual kembali dalam bentuk matang. Penjualan tahu matang dijual di lokasi usaha yang buka setiap pukul 7 pagi sampai habis dan memiliki 1 mitra penjualan yang biasanya mengambil untuk dijual di alun-alun Bondowoso.

Tahu Sumedang telah menjadi salah satu kuliner khas tidak hanya terkenal di daerah asalnya di Jawa Barat, tetapi juga telah menyebar hampir ke seluruh pelosok Indonesia. Keunikan Tahu Sumedang terletak pada teksturnya yang renyah di bagian luar namun lembut dan padat di bagian dalam, dengan rasa gurih yang lezat dan aroma khas kedelai. Ciri khas ini merupakan hasil dari proses pembuatan tradisional yang menggunakan bahan baku berkualitas tinggi dan air mineral alami yang memberikan sentuhan istimewa pada produk akhir. Penggunaan rempah-rempah rahasia yang telah

diwariskan secara turun-temurun juga memperkaya cita rasa unik yang sulit ditiru oleh daerah lain. Pengakuan resmi sebagai produk dengan Indikasi Geografis dari Jawa Barat semakin memperkuat posisi Tahu Sumedang sebagai warisan kuliner berbasis kearifan lokal yang bernilai ekonomi tinggi dan juga menjadi sumber kebanggaan bagi masyarakat setempat (Nugraha & Haryanto 2021).

Perbedaan tahu Sumedang dan tahu lokal yang utama terletak pada teksturnya. Tahu Sumedang cenderung berkulit tebal jika digoreng namun bagian dalamnya kopong dan lembut mirip dengan tahu pong. Tahu Sumedang lebih banyak dipasarkan dalam bentuk matang atau sudah digoreng karena teknik penggorengan tahu Sumedang sedikit berbeda dengan tahu lokal sehingga tidak semua orang dapat menghasilkan hasil penggorengan yang pas menyesuaikan tekstur tahu Sumedang yang mudah hancur saat dalam kondisi mentah. Namun untuk ketahanan tahu Sumedang ini hanya memiliki waktu maksimal dua hari untuk mencapai kadar basi. Sedangkan tahu lokal umumnya memiliki tekstur yang lebih padat, lembut secara merata dan tahan lama sehingga tahu ini lebih cocok dan sering diolah untuk bahan masakan lainnya dikarenakan tahu lokal dapat lebih mudah menyerap bumbu-bumbu saat dimasak.

Kegiatan pemasaran digital pada Tahu Sumedang Jaya Rasa masih kurang optimal serta mitra penjualan yang bekerjasama dengan Tahu Sumedang Jaya Rasa merupakan mitra penjualan lama yang bergabung sejak beberapa tahun usaha ini didirikan, sampai saat ini tidak ada lagi mitra penjualan yang bekerja sama baik dalam pembelian tahu mentah maupun matang. Keadaan ini disebabkan oleh kurangnya daya tarik konsumen pada tahu sumedang yang masih kalah dengan tahu lokal yang dapat diolah menjadi berbagai macam produk inovasi olahan lain. Tahu Sumedang Jaya Rasa dalam 3 tahun terakhir rata-rata menghasilkan omset Rp. 100.000.000/bulan belum terpotong biaya operasional. Omset Tahu Sumedang Jaya Rasa turun drastis pada tahun 2025, dikarenakan terdapat penutupan jalan antar lintas kabupaten yang mengakibatkan menurunnya tingkat penjualan.

Permasalahan ini dapat diminimalisir dengan menganalisis masalah utama pada kegiatan pengembangan usaha dan memberikan solusi yang dapat memperkenalkan keunggulan dari tahu sumedang dibandingkan dengan tahu lokal, sehingga dapat mengatasi dari kurangnya daya beli konsumen dan daya tarik pada pembelian produk. Berdasarkan permasalahan diatas peneliti ingin mengembangkan usaha agroindustri Tahu Sumedang Jaya Rasa menggunakan pendekatan metode *Business Model Canvas* (BMC). Menurut Lestari dan Sardanto (2021) *Business Model Canvas* dapat membantu pemilik usaha mengelola proses bisnis mereka meskipun proses tersebut belum sepenuhnya dioptimalkan dengan mencakup aspek-aspek seperti sumber daya, aktivitas utama, hubungan dengan mitra terkait, aliran pendapatan, dan pengeluaran yang diperlukan. Analisis pengembangan usaha menggunakan metode *Business Model Canvas* ini diharapkan membantu proses perkembangan Tahu Sumedang Jaya Rasa yang akan menunjukkan alat alternatif dan solusi untuk perkembangan usaha dengan alat analisis *Business Model Canvas* (BMC).

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diidentifikasi diatas, maka rumusan masalah yang menjadi fokus penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi usaha Tahu Sumedang Jaya Rasa berdasarkan penerapan 9 komponen *Business Model Canvas* (BMC)?
2. Bagaimana rancangan dan pemetaan pengembangan model bisnis Tahu Sumedang Jaya Rasa dengan penerapan *Business Model Canvas* (BMC)?
3. Bagaimana alternatif pengembangan usaha Tahu Sumedang Jaya Rasa berdasarkan *Business Model Canvas* (BMC)?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi dan menganalisis 9 komponen *Business Model Canvas* (BMC) pada Tahu Sumedang Jaya Rasa.
2. Memetakan dan menganalisis rancangan pengembangan model bisnis Tahu Sumedang Jaya Rasa dengan penerapan *Business Model Canvas* (BMC).
3. Merumuskan alternatif pengembangan usaha Tahu Sumedang Jaya Rasa berdasarkan *Business Model Canvas* (BMC).

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian, manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah akan mendapatkan perencanaan alternatif pengembangan usaha yang berguna:

1. Bagi Peneliti

Untuk mengetahui apakah penerapan *Business Model Canvas* (BMC) dapat berpengaruh dalam pengembangan usaha agroindustri Tahu Sumedang Jaya Rasa.

2. Bagi Perusahaan

Untuk memberikan referensi sebagai acuan atau alat untuk pengembangan usaha dalam mengambil kebijakan khususnya dalam menganalisis penerapan 9 komponen *Business Model Canvas* (BMC) untuk meningkatkan kualitas dan keunggulan produk serta mutu pelayanan.

3. Bagi Pihak Lain

Dapat dijadikan sebagai referensi dan penelitian lanjutan dengan menggunakan metode SWOT dan QSPM serta untuk acuan pengembangan usaha yang berguna untuk meningkatkan volume penjualan yang ditargetkan kepada konsumen.