

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia adalah Negara yang memiliki banyak kekayaan alam serta lahan pertanian yang luas. Lahan pertanian di Indonesia cocok ditanami segala jenis tanaman sehingga menjadikan Indonesia sebagai negara agraris. Terdapat berbagai jenis lahan pertanian di Indonesia, seperti sawah ditanami padi dan menjadi tanaman pokok Indonesia, lahan tegalan dapat ditanami jagung, kedelai, maupun umbi-umbian, serta lahan perkebunan dapat ditanami kelapa sawit.

Dilihat dari segi ekonomi, kedelai yang sudah diolah akan meningkatkan nilai jualnya, apa bila hasil olahannya banyak dibutuhkan, permintaan akan kedelai pun akan meningkat. Hal ini akan sangat berpengaruh terhadap harga kedelai dan kesejahteraan petani dan penjual kedelai. dari segi kesehatan, hasil olahan kedelai lebih mudah untuk dicerna dan mengandung lebih banyak gizi yang berpengaruh pada kesehatan tubuh. Selain itu olahan kedelai banyak disukai oleh banyak orang.

Olahan Tahu Tempe merupakan industri makanan yang berbahan dasar kedelai, dalam hal ini membutuhkan sebuah strategi yang sesuai untuk menghadapi persaingan olahan Tahu Tempe yang lain. Dengan merumuskan strategi pemasaran merupakan kunci pokok dalam menentukan kemajuan suatu perusahaan serta salah satu cara yang dilakukan dalam meningkatkan pendapatan.

Membangun sebuah usaha tidak lepas dari masalah atau kendala yang akan muncul, maka dari itu sangat dibutuhkan strategi maupun promosi penjualan, dengan adanya promosi penjualan yang baik terus menerus akan berdampak pada peningkatan pendapatan masyarakat. Pendapatan tersebut akan berperan penting bagi kelangsungan hidup masyarakat. Sebaliknya, jika perusahaan tidak menjalankan promosi tidak efektif maka akan berdampak pada kelangsungan hidup perusahaan atau perusahaan akan bangkrut atau gulung tikar.

Di dunia pemasaran yang semakin maju kini banyak muncul usaha kecil dan menengah ke atas setelah terbangun, sehingga memicu persaingan pemasaran yang begitu ketat. Internet saat ini sedang mengubah pola persaingan di antara banyak perusahaan, karenanya menciptakan peluang-peluang baru dan secara bersamaan mempengaruhi cara perusahaan-perusahaan yang sudah mapan dalam melakukan bisnisnya secara tradisional.

Menurut W.J Santon sebagai mana dalam buku M. Mursid pemasaran meliputi keseluruhan sistem yang berhubungan dengan kegiatan-kegiatan usaha, yang bertujuan merencanakan, menentukan harga, sehingga mempromosikan, dan mendistribusikan barang-barang atau jasa yang akan memuaskan kebutuhan pembeli, baik yang aktual maupun potensial.

Empat kebijakan pemasarn yang sering disebut dengan bauran pemasaran yaitu produk, harga, tempat dan promosi untuk mencapaitujuan pemasaran, keempat unsur tersebut harus saling mendukung sehingga keberhasilan pemasaran dapat berhasil dan diikuti oleh kepuasan konsumen.

Persaingan dalam dunia bisnis menuntut setiap pemasaran untuk melaksanakan kegiatan pemasarannya dengan lebih efektif dan efisien. Kegiatan pemasaran tersebut membutuhkan konsep pemasaran yang mendasar sesuai dengan kepentingan pemasaran dan kebutuhan serta keinginan pelanggan.

Banyak industri Tahu Tempe yang berkembang dimasyarakat adalah industri rumah tangga dan industri kecil. Permasalahan pokok yang saat ini menghambat perkembangan industri kecil adalah faktor pertama pengaruh modal kerja yang sangat minim, factor kedua kenaikan harga bahan baku yang digunakan dalam pembuatan tahu tempe, faktor ketiga pemasaran untuk menyalurkan tahu tempe dari produsen ke konsumen pada industri kecil masih merupakan masalah. Dikarenakan kurangnya informasi pasar terkait pola permintaan konsumen. Tidak hanya mengenai itu kemampuan dalam strategi pemasaran dalam industri kecil sangat kurang atau tidak mengetahui produk yang sedang gencar di pasaran. Terkadang juga pengusaha tidak mampu menghasilkan produk dengan mutu yang sesuai dengan permintaan pasar dan selera pasar.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengembangan adalah proses, cara perbuatan mengembangkan. Pengembangan merupakan usaha yang terencana dari organisasi untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan pegawai. Pengembangan lebih di tekankan pada peningkatan pengetahuan untuk melakukan pekerjaan pada masa yang akan datang, yang dilakukan melalui pendekatan yang terintegrasi dengan kegiatan lain untuk mengubah perilaku kerja.

Pengembangan adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat melalui pemberian bimbingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan usaha-usaha kecil agar menjadi usaha yang mandiri dan tangguh.

Sedangkan menurut Mangkuprawira menyatakan bahwa Pengembangan merupakan upaya meningkatkan pengetahuan yang mungkin digunakan segera atau sering untuk kepentingan di masa yang akan datang. Pengembangan adalah setiap usaha memperbaiki pelaksanaan pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang, dengan memberikan informasi mempengaruhi sikap-sikap atau menambah kecakapan.

Merintis usaha merupakan pekerjaan yang mudah dan dapat dilakukan oleh siapapun, yang terpenting adalah keyakinan dan nilai yang untuk usaha mandiri, kemauan yang kuat untuk menjadi wirausaha saja tidak cukup. Kemampuan keberanian, dan kesempatan merupakan elemen yang lain yang harus diperkuat untuk menjadi wirausaha.

Salah satu usaha industri bagian makanan yang berada di Kabupaten TTU ialah usaha industri pengembangan Tahu Tempe yang berada di Kota Kefamenanu. Pembuatan Tahu Tempe mentah yang dikenal dengan pengrajin Tahu Tempe yang mengandalkan tahu mentah sebagai produk usaha. Pabrik Tahu di Kota Kefamenanu berdiri mulai dari tahun 2018 yang berlokasi di jalan Sasi Km 7.

Tahu dan Tempe merupakan makanan yang digemari masyarakat, baik masyarakat kalangan bawah hingga atas. Keberadaannya sudah lama diakui sebagai makanan yang sehat, bergizi dan harganya murah. Hampir di setiap Kota Indonesia di jumpai Tahu Tempe. Umumnya industri Tahu Tempe termasuk kedalam industri kecil yang dikelola oleh rakyat. Proses pembuatan Tahu dan Tempe masih sangat tradisional dan banyak memakai tenaga manusia.

Usaha pembuatan Tahu Tempe yang berlokasi di jalan Sasi Kefamenanu Km7 dan Km 6 merupakan salah satu usaha yang mengandalkan Tahu dan Tempe sebagai produknya, yang mana Tahu mentah diolah menjadi berbagai olahan makanan yang dapat dijadikan usaha oleh para konsumen maupun hanya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari menjadi daya tarik sendiri untuk usaha pembuatan tahu tempe tersebut.

Lokasi pembuatan tahu tempe yang jauh dari pasar membuat pekerja harus cepat bergerak untuk membeli persediaan bahan untuk membuat tahu tempe mentah. Produk tahu tempe mentah yang dihasilkan oleh usaha pengrajin tahu yang menjadi makanan favorit sebagian masyarakat karena tahu mentah dapat diolah menjadi berbagai olahan makanan seperti, tahu isi bakso, tahu bulat, dan lain-lain. Namun dikhawatirkan masyarakat bosan dengan makanan olahan tahu mentah.

Bahan baku dari pembuatan tahu tempe mentah ialah kacang kedelai yang hanya didapatkan dari daerah tertentu, menjadi masalah tersendiri saat terjadi gagal panen atau harga yang melambung. Namun perkembangan tersebut dirasa

masih kurang. Dalam tabel penjualan tahu tempe dapat lihat presentase peningkatan dan penurunan penjualan tahu tempe setiap bulan dari bulan 2019 sampai 2021.

Strategi pengembangan usaha yang dilakukan tersebut antara lain pengembangan produk, penetrasi pasar serta pengembangan pasar. Strategi tersebut dilakukan dengan tujuan untuk menambah jumlah konsumen memperluas pasar, meningkatkan kepuasan konsumen serta meningkatkan omset penjualan.

Pengembangan usaha adalah suatu cara atau proses memperbaiki pekerjaan yang akan datang dengan meningkatkan perluasan usaha serta kualitas dan kuantitas produksi dari pada kegiatan ekonomi dengan menggerakkan pikiran, tenaga dan badan untuk mencapai suatu tujuan.

Pendapatan usaha pengelolaan tahu tempe sangat tergantung pada harga jual produk dan biaya yang di keluarkan untuk memproduksi Tahu Tempe. Semakin tinggi harga jual produk dan semakin rendah biaya maka semakin tinggi pendapatan usaha.

**Tabel:1.1**

**Pendapatan tahu tempe 3 (tiga) tahun terakhir**

Bulan	Tahun		
	2019 ( Rp )	2020 ( Rp )	2021 ( Rp )
Januari	6.000.000	8.000.000	10.000.000
Februari	8.000.000	11.000.000	13.000.000
Maret	7.000.000	9.000.000	11.000.000
April	10.000.000	11.126.000	13.425.000
Mei	9.000.000	13.340.000	19.520.000
Juni	11.125.000	15.238.000	22.165.000
Juli	10.280.000	17.360.000	22.340.000
Agustus	10.360.000	16.550.000	22.290.000
September	11.340.000	17.570.000	23.045.000
Oktober	13.325.000	19.250.000	23.520.000
November	12.255.000	21.245.000	21.110.000
Desember	12.280.000	22.720.000	22.325.000
<b>Jumlah</b>	<b>120.965.000</b>	<b>180.399.000</b>	<b>223.955.000</b>

*Sumber: Olahan data primer, 2021*

Dari tabel pendapatan di atas bisa dilihat bahwa terjadi ke tidak stabilan pendapatan setiap tahun. Pada tahun 2019 menurun menjadi Rp 120.965.000 pada, tahun 2020 mengalami peningkatan sebesar Rp 180.399.000, sedangkan pada tahun 2021 kembali mengalami peningkatan pendapatan sebesar Rp 223.955.000

## 1.2 Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian terdahulu adalah suatu penelitian yang telah lebih dahulu dilaksanakan dan memiliki keterkaitan penelitian baru yang sedang dilaksanakan. Tujuan dicantumkannya penelitian terdahulu adalah untuk mengetahui kerangka teori dan keilmuan yang telah digunakan oleh peneliti terdahulu, agar penelitian yang dilaksanakan dapat melengkapi dan memperkaya penelitian yang telah dilaksanakan sebelumnya.

Nama	Gustina siriger,salman,lenawati
Judul penelitian	Strategi pengembangan usaha tahu rumah tangga
Tujuan	-Untuk mengetahui pengaruh kondisi lingkungan internal dan eksternal terhadap pengembangan tahu Untuk merekomendasikan strategi pengembangan yang dilakukan pengusaha tahu di kecamatan simpang kiri kota subul lussalam
Alat analisis	SWOT
Hasil analisis	Hasil penelitian dari metedologi deskriptis analisis SWOT dapat diperoleh nilai matrik dari factor internal 2,288 dan nilai matrik dari eksternal 2,162

Nama	Muhammad afridhal
Judul penelitian	Strategi pengembangan usaha roti tanjong di kecamatan samalanga kabupaten beriuen
Tujuan	Untuk merumuskan strategi yang tepat dalam pengembangan usaha,roti tanjang dikecamatan samalangan kabupaten beriuen



Alat analisis	SWOT dan Matriks SWOT
Hasil penelitian	Menunjukkan bahwa alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan usaha adalah perbaikan sarana dan prasaran produksi dan sumberdaya manusia, sedangkan prioritas strategi yang dapat di terapkan dalam pengembangan industry rumah tangga roti tanjung di kecamatan samalanga kabupaten bireuen berdasarkan analisis matriks QSP di dapatkan hasil bahwa perbaikan sarana prasarana produksi dan sumber daya manusia serta penanaman modal swasta akan hasil dengan adanya dukungan dari pemerintah.

Nama	Rendy indra susanto
Judul penelitian	Analisis strategi pengembangan bisnis pada PT. patrinsaka
Tujuan	Untuk mendefkripsikan kondisi lingkungan eksternal dan internal yang sedang terjadi di perusahaan serta menyusun strategi pengembangan bisnis bagi perusahaan
Alat analisis	SWOT
Hasil penelitian	Di simpulkan bahwa Strategi pengembangan bisnis yang paling tepat bagi perusahaan adalah strategi intensif, yaitu pengembangan pasar, penetrasi pasar dan pengembangan produk.

Sumber : Referensi untuk penelitian ini

Berdasarkan hasil penelitian dalam penentuan alternatif strategi pemasaran digunakan analisis SWOT dimana [S] adalah *strength* atau kekuatan, [W] adalah

*weakness* atau kelemahan, [O] adalah *opportunities* atau peluang dan [T] adalah *streats* atau ancaman dengan terlebih dahulu melakukan analisis terhadap faktor internal dan eksternal untuk mengidentifikasi faktor-faktor strategi yang menjadi kekuatan dan kelemahan dan serta peluang dan ancaman dalam memasarkan Tahu Tempe dipasaran. SWOT adalah metode perencanaan strategi yang di gunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*),kelemahan(*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau spekulasi bisnis.

- a. Kekuatan : Pengalaman usaha di bidang industry tahu tempe, hubungan yang baik antara pengusaha, saluran distribusi yang pendek, kualitas produk tahu tempe baik, kontinuitas produk terjamin.
- b. Kelemahan : Modal usaha terbatas, tingkat pendidikan yang masih rendah, tidak adanya keragaman produk, promosi terbatas, pengelolaan kurang higienis, belum malakukan pengawasan dan evaluasi secara baik, limbah belum dikelolah secara optimal.
- c. Peluang : Adanya perhatian dari pemerintah, adanya kepercayaan dari konsumen, kontinuitas bahan baku terjamin, pedang membantu memperluas pemasaran, perkembangan teknologi pengolahan pangan.
- d. Ancaman : Implementasi kebijakan/peraturan rendah, proses yang sulit untuk mendapatkan pinjaman modal dari dinas koperasi, adanya persaingan kualitas dan kunitas tahu tempe.

Menurut Chandler dalam buku Hasein Umar Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya. Dalam Buku Husain Umar. Menurut Laerved, Christensen, Andrew, dan Guth Strategi merupakan alat untuk menciptakan keunggulan bersaing, dengan demikian salah satu focus strategi adalah memutuskan bisnis tersebut harus ada atau tidak.

Strategi perusahaan adalah rencana jangka panjang yang telah di siapakan untuk mencapai misi perusahaan dan menghadapi berbagai kendala yang akan di masuki perusahaan. Strategi yang dimiliki oleh perusahaan harus konsisten dengan sasaran perusahaan dan dapat dicapai dengan sumber daya yang ada, atau yang diperkirakan akan ada serta memperhitungkan masalah-masalah peluang yang mungkin ada pada lingkungan.

Strategi dapat dikelompokkan menjadi 3 (tiga) jenis yaitu;

a) Strategi manajemen

Strategi manajemen meliputi strategi yang dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi makro, misalnya strategi pengembangan produk, penerapan harga, akuisis, pengembangan pasar dan sebagainya.

b) Strategi investasi

Strategi ini merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi. Misalnya perusahaan ingin melakukan strategi pertumbuhan yang agresif

atau berusaha melakukan penetrasi pasar, strategi bertahan, strategi pembangunan kembali divisi baru dan sebagainya.

c) Strategi bisnis

Strategi ini sering disebut strategi secara fungsional karena strategi berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen, misalnya strategi pemasaran, produksi atau operasional, distribusi, strategi organisasi dan strategi yang berhubungan dengan keuangan.

Dari uraian di atas maka masalah yang dihadapi adalah pendapatan yang tidak stabil. Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap pembuatan tahu tempe di kota kefamenanu, dengan judul penelitian:“*ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA TAHU TEMPE DI KOTA KEFAMENANU*”

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana strategi pengembangan usaha Tahu dan Tempe di kota Kefamenanu dalam meningkatkan omzet penjualan.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis strategi pengembangan usaha Tahu dan Tempe di Kota Kefamenanu dalam meningkatkan omzet penjualan.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu menambah dan mengembangkan wawasan, informasi, pemikiran, serta ilmu pengetahuan yang khusus berkaitan dengan strategi pengembangan usaha Tahu Tempe.

b. Manfaat Praktis

Manfaat praktis menjadi referensi untuk pengembangan usaha pabrik Tahu Tempe.