

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertanian merupakan proses produksi yang menghasilkan bahan pangan, ternak serta produk-produk agroindustri dengan cara memanfaatkan sumberdaya alam, tumbuhan dan atau sumberdaya yang lain seperti modal, teknologi, manajemen, kelembagaan dan lain-lain (Mardikanto, 2007:5). Indonesia masih merupakan negara pertanian, artinya pertanian memegang peranan penting dari keseluruhan perekonomian nasional. Hal ini dapat ditunjukkan dari banyaknya penduduk atau tenaga kerja yang hidup atau bekerja pada sektor pertanian atau dari produk nasional yang berasal dari pertanian (Mubyarto, 1984:11).

Pangan mempunyai peranan yang sangat penting dalam kesehatan masyarakat, karena seluruh anggota masyarakat tanpa kecuali merupakan konsumen pangan. Faktor-faktor yang menentukan kualitas pangan dapat ditinjau dari beberapa aspek, diantaranya aspek kelezatan (cita rasa / *flavor*), kandungan zat gizi dalam pangan dan aspek kesehatan masyarakat. Terutama aspek kualitas yang bersifat alami dan yang secara efektif membimbing kita dalam mencapai kondisi sehat (Cahyadi, 2012:12).

Kedelai merupakan salah satu komoditas pangan. Kedelai merupakan bahan makanan yang mempunyai nilai gizi cukup tinggi. Di antara jenis kacang-kacangan, kedelai merupakan sumber protein, lemak, vitamin, mineral dan serat yang paling baik. Di dalam lemak kedelai terkandung beberapa fosfolipida penting, yaitu lestin, sepalin, dan lipositol (Cahyadi, 2012:12).

Melihat kepopuleran tanaman kedelai dan khasiatnya bagi tubuh dan kesehatan manusia, maka tidaklah aneh jika begitu banyak makanan olahan dari kedelai yang beredar di sejumlah toko dan supermarket, seperti tauco, kembang tahu dan lain-lain. Meski masyarakat sejak lama terbiasa mengkonsumsi makanan dari kedelai, namun masih banyak yang belum mengetahui dan menyadari bahwa kedelai

memiliki kegunaan yang sangat banyak. Jika dicermati dengan seksama, ternyata tanaman kedelai mampu menghasilkan sejumlah produk makanan atau minuman tertentu (Cahyadi, 2012:1).

Produk makanan yang dibuat dari bahan baku kedelai diantaranya adalah susu kedelai seperti susu sapi yang dibuat dari ekstrak kedelai. Kadar protein dan komposisi asam amino serta lemak dalam susu kedelai hampir sama dengan susu sapi, dimana komposisinya tergantung pada varietas kedelai dan cara pengolahannya. Kedelai yang bisa kita peroleh dalam bentuk tempe, tahu dan susu, selain mengandung protein juga mengandung zat besi, kalsium, vitamin A, B, B1, dan B2 yang lebih banyak dibandingkan dengan jenis kacang lainnya (Cahyadi, 2012:13).

Usaha susu kedelai adalah sebagai suatu usaha agroindustri. Dimana setiap pemilik usaha menjalankan usahanya harus memperhatikan siklus hidup usahanya. Untuk menjamin kelangsungan hidup suatu usaha, aspek pemasaran memang sangat penting. Bila mekanisme pemasaran berjalan dengan baik, maka semua pihak yang terlibat dapat diuntungkan (Soekartawi, 2003:111).

Menurut Assauri (2002:154) strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Dengan perkataan lain, strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah. Penentuan strategi pemasaran harus didasarkan atas analisis lingkungan dan internal perusahaan melalui analisa keunggulan dan kelemahan perusahaan, serta analisa kesempatan dan ancaman yang dihadapi perusahaan dari lingkungannya. Strategi pemasaran yang telah ditetapkan dan dijalankan harus dinilai kembali apakah sesuai dengan kondisi atau keadaan pada saat ini. Penilaian atau evaluasi ini menggunakan analisa keunggulan, kelemahan, kesempatan dan ancaman. Hasil penilaian digunakan sebagai dasar untuk menentukan apakah strategi yang sedang dijalankan perlu diubah,

sekaligus digunakan sebagai landasan untuk menyusun atau menentukan strategi yang akan dijalankan pada masa yang akan datang.

Jadi pentingnya strategi pemasaran dalam sebuah usaha sangat menentukan bagaimana perkembangan dan kelangsungan hidup suatu usaha, perumusan strategi pemasaran yang baik akan menjadikan sebuah usaha mampu bersaing dengan usaha lainnya terutama yang menghasilkan produk sejenis. Strategi pemasaran tersebut dapat dijadikan sebagai alat dalam pencapaian tujuan usaha dalam memenangkan persaingan. Pencapaian dalam memenangkan persaingan tersebut dapat dilakukan oleh setiap pihak usaha dengan memperhatikan semua variabel yang mendukung keberhasilan pemasaran usaha. Selain itu pentingnya perumusan strategi tersebut dapat meningkatkan kemampuan perusahaan dalam menguasai pasar. Strategi pemasaran yang baik tersebut juga perlu diterapkan pada sebuah industri olahan kedelai, agar usaha ini mampu memenangkan persaingan dan menguasai daerah pasar (Hutami,2014:3).

Menurut Kotler dalam Soerkatawi (2003:112) pada sistem perekonomian yang semakin maju dimana persaingan semakin meningkat, maka strategi pemasaran perlu terus dikembangkan agar mampu memenangkan persaingan tersebut. Strategi pemasaran yang baik tersebut perlu diterapkan pada usaha susu kedelai, agar usaha ini mampu memperluas pasar dan meningkatkan volume penjualan sehingga meningkatkan pendapatan usaha. Hal inilah yang melatarbelakangi peneliti untuk melakukan penelitian mengenai strategi pemasaran yang dapat diterapkan oleh pemilik usaha susu kedelai An Nabawi di Kota Padang.

B. Rumusan Masalah

Meningkatnya jumlah industri susu kedelai dapat menyebabkan terjadinya persaingan antara industri susu kedelai. Untuk mengatasi meningkatnya persaingan serta merebut konsumen dan peluang yang ada, dibutuhkan suatu strategi pemasaran yang tepat. Strategi pemasaran yang dirancang harus memperhatikan jenis produk yang dijual, kondisi lingkungan perusahaan serta kekuatan dan kelemahan yang dimiliki sehingga dapat meningkatkan pangsa pasar perusahaan.

Susu kedelai An Nabawi merupakan industri susu kedelai yang beralamat di Jalan Karang Gantiang, Ampang, Kuranji, Padang. Usaha susu kedelai An Nabawi berdiri pada tahun 2013 yang didirikan oleh bapak Hasrizel dan Ab Welang yang sekaligus merupakan pemilik usaha. Pada awalnya bapak Hasrizel sudah menjual susu kedelai sejak kuliah, kemudian setelah tamat kuliah beliau menjual susu kedelai dengan sistem bagi hasil bersama orang lain. Pada tahun 2013 barulah beliau berwirausaha mendirikan usaha susu kedelai An Nabawi dengan Bapak Ab Welang. Susu kedelai An Nabawi merupakan salah satu industri menengah (lampiran 1) yang memiliki tenaga kerja sebanyak 20 orang.

Pada usaha susu kedelai An Nabawi segala keputusan yang berkaitan dengan sistem produksi, keuangan dan pemasaran produk dilakukan oleh pemimpin usaha sekaligus pemilik usaha dengan mempertimbangkan tenaga kerja usaha ini. Produksi susu kedelai yang dilakukan pada hari biasa yaitu 600 bungkus, pada hari Minggu 700 bungkus dan pada saat cuaca hujan 300 bungkus. Perharinya produk yang bersisa sekitar 100 bungkus, apabila produknya sudah tidak baik maka dibuang dan dibagi ke tetangga apabila masih baik. Dalam menjalankan usaha susu kedelai An Nabawi ini tidak terlepas dari siklus bisnis, dimana perusahaan mengalami fluktuasi dalam berusaha (lampiran 2 dan 3), untuk volume penjualan tahun 2013 yaitu sebesar 153.400 bungkus, pada tahun 2014 yaitu menjadi 187.490 bungkus dan tahun 2015 yaitu 167.147 bungkus.

Usaha susu kedelai An Nabawi menggunakan bahan baku utamanya berupa kacang kedelai, gula, garam, *essence*, soda kue dan air. Banyaknya bahan baku yang digunakan untuk sekali proses produksi kacang kedelai 10 kg, gula 8 kg, garam ¼ kg, *essence* setengah botol untuk masing masing rasa, soda kue 1 ons dan air 7 galon. Proses produksi dilakukan setiap hari yaitu hari Senin-Minggu, proses produksi dimulai dari pukul 00.00-05.00 WIB.

Daerah pemasaran susu kedelai An Nabawi di sekitaran Kota Padang yaitu Air Manis, Air Pacah, Air Tawar, Tabing, Mata Air dan Pasar Baru. Hal yang mempengaruhi terjadinya peningkatan penjualan adalah pada saat hari Minggu dan

hal-hal yang mempengaruhi penurunan penjualan susu kedelai adalah saat hari hujan, saat bulan puasa (tidak melakukan produksi), akhir bulan, permintaan dan rasa.

Susu kedelai An Nabawi menjual produknya seharga Rp 3.000 dengan ukuran 250 ml, varian rasa yang dijual adalah jahe, original, *strawberry*, pandan dan coklat. Rasa yang lebih banyak yang terjual adalah original. Daya tahan produk apabila di letakan di luar adalah 1 hari dan apabila di simpan di kulkas dapat bertahan hingga 1 minggu.

Usaha susu kedelai An Nabawi belum melakukan kegiatan promosi secara gencar promosi yang dilakukan secara *personal selling*. Usaha susu kedelai An Nabawi menjaga kualitas dan rasa produk yang dihasilkannya. Apabila pelanggan membeli 10 bungkus susu kedelai akan diberi bonus 1 bungkus susu kedelai.

Dalam proses pemasarannya tidak semua produk susu kedelai An Nabawi selalu terjual habis. Oleh karena itu usaha susu kedelai An Nabawi ini harus berusaha mengatasi masalah penurunan volume penjualan dengan merumuskan strategi yang tepat untuk memasarkan produknya. Dengan perumusan strategi diharapkan dapat meningkatkan volume produksi dan penjualan pada usaha susu kedelai An Nabawi. Dalam sebuah perusahaan harus memperhatikan pemasaran produknya karena pemasaran merupakan faktor penentu terhadap besarnya volume penjualan produk yang dapat mempengaruhi perolehan keuntungan perusahaan. Hal ini juga berlaku pada usaha susu kedelai An Nabawi yang harus melakukan upaya meningkatkan pangsa pasar agar industri susu kedelai ini dapat bertahan dan menjadi industri susu kedelai yang digemari para konsumen. Perusahaan harus memilih dan menetapkan strategi yang berkaitan erat dengan jalannya usaha agar upaya untuk meningkatkan volume penjualan bisa tercapai.

Keberhasilan dari strategi pemasaran dilakukan bergantung pada kemampuan perusahaan dalam mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal. Dengan demikian, perusahaan dapat bertahan dan berkembang dalam industri. Dari kajian permasalahan tersebut selanjutnya dibuat strategi pemasaran yang dapat diterapkan usaha susu kedelai An Nabawi. Berdasarkan masalah di atas, maka dapat dirumuskan beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apa saja yang menjadi faktor internal dan eksternal pada usaha susu kedelai An Nabawi?
2. Strategi pemasaran seperti apa yang perlu diterapkan oleh pihak usaha susu kedelai An Nabawi?

Untuk itu penulis melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Pemasaran Susu Kedelai An Nabawi di Kota Padang”**

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi faktor internal dan eksternal pada usaha susu kedelai An Nabawi
2. Merumuskan strategi pemasaran yang dapat diterapkan oleh usaha susu kedelai An Nabawi

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pemilik usaha agar dapat menjadikannya sebagai bahan pertimbangan dalam menetapkan strategi pemasaran produknya secara efektif dan efisien dalam rangka pengembangan usaha di masa mendatang. Bagi peneliti sendiri adalah sebagai sarana untuk menerapkan teori dan ilmu yang telah di dapatkan selama perkuliahan serta diharapkan bisa memberikan informasi dan referensi bagi peneliti selanjutnya.