

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pangan merupakan salah satu kebutuhan penting bagi kehidupan manusia. Kebutuhan terhadap konsumsi pangan akan terus meningkat dari tahun ke tahun seiring dengan pertumbuhan penduduk.

Memasuki era globalisasi ini, Indonesia masih mengalami masalah dalam hal gizi ganda, yaitu kekurangan gizi dan kelebihan gizi. Masalah gizi ganda ini terjadi pada masyarakat pedesaan maupun masyarakat kota. (Cahyadi, 2006 : 1). Berdasarkan hal tersebut, maka diperlukan sumber pengganti protein yang mudah dan murah. Salah satunya adalah kedelai.

Kedelai merupakan salah satu tanaman palawija yang menjadi sumber protein nabati bagi sejumlah besar penduduk Indonesia. Kedelai adalah tanaman berupa biji-bijian yang mengandung banyak manfaat (Lampiran 1).

Di antara banyaknya jenis kacang-kacangan, kedelai merupakan jenis kacang yang menjadi sumber protein, lemak, vitamin, mineral, dan serat yang paling baik (Cahyadi, 2006 : 12). Nilai protein kedelai akan memiliki mutu yang baik apabila difermentasi dan dimasak. Diantara kacang-kacangan yang lain, protein kedelai merupakan satu-satunya leguminosa yang mengandung semua asam amino esensial. Kedelai juga mengandung lemak jenuh yang rendah dan bebas terhadap kolesterol serta rendah nilai kalorinya. Kedelai juga dikenal sebagai tanaman yang paling rendah nilai kandungan racun kimia serta residu pestisidanya.

Saat ini kedelai tidak hanya digunakan sebagai pangan, tetapi juga sebagai pakan, bahan baku industri manufaktur dan olahan. Salah satu olahan kedelai yang sering dikonsumsi oleh masyarakat adalah tahu. Tahu merupakan makanan yang terbuat dari kacang kedelai yang difermentasikan dan diambil sarinya. Tahu berasal dari ekstrak protein yang telah digumpalkan dengan asam amino, ion kalsium, atau bahan penggumpal lainnya.

Tahu dikonsumsi secara luas oleh masyarakat Indonesia. Tahu adalah makanan rakyat, dengan kata lain makanan ini sudah sangat dikenal oleh seluruh lapisan masyarakat di pelosok negeri ini.

Berbeda dengan tempe yang merupakan asli dari Indonesia, tahu berasal dari China, seperti halnya kecap, tauco, dan bakpao. Tahu adalah berasal dari bahasa hokkian (Tauhu) yang secara harfiah berarti “kedelai yang difermentasikan”. Tahu pertama kali muncul di Tiongkok sejak zaman Dinasti Han, sekitar 2200 tahun yang lalu. Penemunya adalah Liu An, yang merupakan seorang bangsawan, cucu dari kaisar Han Gouzo, Liu Bang yang mendirikan Dinasti Han.

Tahu sudah begitu akrab dan sangat populer bagi masyarakat. Kepopuleran tahu tidak hanya sebatas pada rasa enak saja. Tetapi tahu sudah menjadi bahan utama masakan, dan juga dapat diolah menjadi aneka ragam makanan. Selain rasa yang enak, harga tahu juga murah dan terjangkau oleh daya beli masyarakat dari segala lapisan. Tingginya permintaan akan tahu menyebabkan terbukanya peluang pengembangan industri rumah tangga maupun industri berskala menengah dan besar untuk memproduksi bahan pangan tersebut.

Produk tahu juga memiliki peluang pasar yang cukup baik, khususnya di kota Padang (Lampiran 5). Produk tahu pada umumnya dapat diterima di pasar-pasar besar maupun pasar-pasar kecil. Oleh karena itu prospek pasar tahu terbuka baik. Hal ini terjadi karena produk tahu merupakan makanan yang populer dikalangan masyarakat.

Menurut Stanton dalam Perdana (2013 : 8), pemasaran adalah sebuah sistem dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, memberi harga, mempromosikan dan mendistribusikan jasa serta barang – barang pemuas pasar. Pentingnya melakukan penelitian tentang strategi pemasaran adalah agar perusahaan dapat membuat perencanaan pemasaran dalam proses pengambilan keputusan sehingga mampu mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan.

B. Rumusan Masalah

Pabrik Super Indra merupakan salah satu industri yang bergerak dibidang pengolahan kedelai menjadi tahu. Pabrik ini berlokasi di Jl. Kampung Koto No.5 RT/RW 01/01 Kel. Gurun Laweh, Kec. Nanggalo, Kota Padang, Sumatera Barat. Alasan pemilik memilih lokasi pabrik di sana adalah karena lebih dekat dengan sungai sehingga memudahkan untuk membuang limbah. Pabrik ini mulai berdiri

pada bulan Februari tahun 2001. Pada awal berdirinya, Pabrik Super Indra ini hanya beranggotakan 4 orang tenaga kerja. Namun seiring berjalannya waktu, dimulai dari tahun 2003, jumlah tenaga kerja bertambah. Kini, jumlah tenaga kerja yang bekerja di Pabrik Super Indra ini adalah 31 orang sehingga industri ini tergolong dalam industri menengah (Lampiran 2).

Kedelai yang digunakan untuk diolah menjadi tahu adalah kedelai impor dari Amerika. Sejak awal berdiri, pemilik sudah menggunakan kedelai impor Amerika ini. Beliau mendapatkan kedelai ini dari distributor kedelai yang berlokasi di KM 18 Bypass. Pemilik menyatakan lebih memilih menggunakan kedelai impor karena ketersediaan kedelai dalam negeri tidak mencukupi kebutuhan industri pangan sedangkan di luar negeri ketersediaan kedelai melimpah, yang mana kedelai termasuk komoditi tanaman pangan impor dalam jumlah yang besar (Lampiran 3).

Pada awal berdiri, pemilik mendistribusikan produknya ke Pasar Raya dan Pasar Pariaman. Memilih kota Pariaman, dikarenakan pasokan tahu di Pariaman kurang, sementara di Kota Padang berlimpah. Maka beliau berinisiatif mencari daerah luar kota Padang yang memiliki peluang pasar lebih besar.

Saat ini, pemilik mendistribusikan produk tahu tersebut ke beberapa pasar-pasar yang ada di Kota Padang, seperti Pasar Raya, Pasar Alai, Pasar Belimbing. Pabrik Super Indra ini memiliki kemampuan dalam memenuhi kebutuhan pasar sebab telah mampu memproduksi tahu dalam jumlah cukup besar (Lampiran 4). Tahu didistribusikan melalui pedagang pengecer di pasar-pasar tersebut. Sistem pembayaran yang dilakukan oleh pengecer adalah dengan cara konsinyasi. Tahu didistribusikan oleh para tenaga kerja kepada para pedagang pengecer dalam keadaan masih panas dan segar, kemudian para pedagang pengecer tersebut akan melakukan penyetoran uang apabila tahu telah habis terjual. Namun, selain memiliki pelanggan tetap di pasar, para pelanggan yang berlokasi di sekitar pabrik juga kerap mendatangi pabrik untuk melakukan pembelian secara langsung.

Harga tahu per batang adalah Rp 800/batang. Penetapan harga tahu per batang untuk pedagang pengecer dengan pelanggan yang melakukan pembelian langsung ke pabrik tidak memiliki perbedaan. Hal ini dikarenakan pedagang pengecer membeli dalam jumlah yang banyak sementara pelanggan yang melakukan

pembelian langsung ke pabrik tidak menyebabkan pihak pabrik mengeluarkan biaya transportasi dalam melakukan distribusi tahu.

Pabrik ini telah bertahan selama kurang lebih 14 tahun hingga saat ini. Pemilik selalu berusaha untuk tetap konsisten dalam memproduksi tahu, melakukan peremajaan alat-alat, serta menjadikan pelanggan seperti keluarga adalah beberapa usaha yang dilakukan demi mempertahankan usaha tersebut. Meskipun kini telah banyak pengusaha tahu yang tersebar di berbagai daerah, tetapi pabrik tersebut masih dapat mampu bertahan sampai sekarang.

Namun demikian, sebagai suatu usaha yang sedang bertumbuh dan berkembang, perusahaan tentunya tidak lepas dari masalah. Permasalahan yang terjadi seperti rendahnya kedisiplinan dalam sistem penyetoran dana penjualan tahu oleh pedagang pengecer. Adanya pedagang pengecer yang tidak membayar uang setoran kepada pemilik. Hal ini tentunya mendatangkan kerugian bagi Pabrik Super Indra itu sendiri dan tentunya menjadi ancaman bagi perusahaan untuk melakukan penjualan kembali kepada mereka. Selain itu, terkadang pabrik mengalami masalah yaitu tahu yang diproduksi tidak terjual seluruhnya dan menjadi sisa. Ini tentunya juga mendatangkan kerugian bagi perusahaan.

Namun disisi lain, perusahaan juga dituntut untuk mampu mempertahankan keberadaan pelanggannya agar tidak beralih kepada para pesaing serta harus mampu mengelola pemasaran dengan baik agar penjualan tahu menjadi lancar dan tidak terdapat sisa. Oleh sebab itu, perusahaan harus mengambil langkah yang tepat untuk mengatasi masalah tersebut. Pabrik Super Indra akan dapat mengatasi masalah yang demikian, jika mampu mengelola pemasaran dengan baik atau menyusun strategi pemasaran yang baru agar permasalahan itu tidak terjadi kembali. Dengan melakukan analisis terhadap faktor-faktor yang terdapat dalam lingkungan yang mempengaruhi strategi pemasaran, maka akan memberikan kesempatan untuk dapat meneliti faktor-faktor yang ada di lingkungan yang menjadi kendala ataupun yang memberikan peluang terhadap pelaksanaan strategi perusahaan, sehingga perusahaan dapat mengetahui serta menghindari resiko yang berhubungan dengan usahanya dan dapat memanfaatkan keuntungan dari peluang yang ada.

Berdasarkan uraian perumusan masalah diatas, maka muncullah pertanyaan penelitian yaitu : Apa strategi pemasaran yang dapat diterapkan pada Pabrik Super Indra agar dapat mengatasi permasalahan di atas?

Untuk itu penulis melakukan penelitian dengan judul “**Strategi Pemasaran Tahu Super pada Pabrik Super Indra di Kelurahan Gurun Laweh Kecamatan Nanggalo Kota Padang**”.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Mengidentifikasi faktor internal dan eksternal usaha tahu Pabrik Super Indra
2. Merumuskan strategi pemasaran tahu yang dapat dilakukan oleh Pabrik Super Indra.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat, baik bagi perusahaan maupun bagi penulis sendiri. adapun manfaatnya antara lain :

1. Bagi penulis, merupakan pengalaman praktis dan wadah dalam meningkatkan keterampilan dalam mengamati, menganalisis, dan melaporkan masalah-masalah strategi pemasaran di bidang agribisnis pertanian dan untuk memenuhi tugas akhir sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian pada Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Andalas
2. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu pertimbangan sebagai bahan informasi dan acuan dalam pengambilan kebijakan untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat bagi perusahaan.