

BAB I

PENDAHULUAN

Bab ini berisikan tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan.

1.1 Latar Belakang

Kedelai merupakan komoditas pertanian yang sangat dibutuhkan di Indonesia baik sebagai bahan makanan manusia, pakan ternak, bahan baku industri, maupun bahan penyegar. Kedelai mengandung kadar protein 40% dan lemak 10% – 15%. Sampai saat ini kedelai masih merupakan bahan pangan sumber protein nabati yang paling murah sehingga tidak mengherankan bila total kebutuhan kedelai untuk pangan mencapai 95% dari total kebutuhan kedelai di Indonesia. Saat ini, Indonesia merupakan negara produsen kedelai ke enam terbesar di dunia setelah Amerika Serikat, Brasil, Argentina, Cina, dan India (Astawan, 2003). Produksi kedelai Indonesia tahun 2012-2018 dapat dilihat pada **Tabel 1.1**.

Tabel 1.1 Produksi Kedelai Indonesia Tahun 2012-2018 (Sumber: Kementerian Pertanian, 2018)

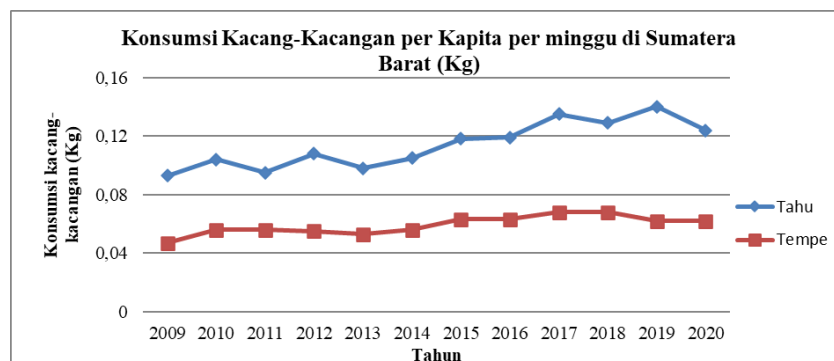
Tahun	Produksi Kedelai (ton)
2012	843.153
2013	779.992
2014	954.997
2015	963.183
2016	859.653
2017	528.728
2018	928.528

Pada **Tabel 1.1** dapat dilihat bahwa produksi kedelai mengalami pertumbuhan yang positif. Pada tahun 2017 sempat mengalami penurunan produksi, namun pada tahun 2018 kembali mengalami kenaikan yang signifikan. Produksi kedelai pada tahun 2015 merupakan produksi kedelai paling besar yaitu sebanyak 963.183 ton.

Kedelai dapat diolah menjadi berbagai macam olahan makanan dan minuman, seperti tahu, tempe, kecap, tauco, dan susu kedelai. Sekitar 88% kedelai di Indonesia diolah menjadi tahu dan tempe. Tahu dan tempe sering dijadikan sebagai lauk – pauk karena rasanya yang enak. Selain itu tahu dan tempe merupakan salah satu makanan yang digemari dan mudah untuk dicari dan didapatkan seperti di pasar tradisional, Swalayan dll (Ramadhani, *et all*, 2021).

Konsumsi tahu dan tempe masyarakat Indonesia sangat besar. Hal ini dikarenakan harganya yang murah, mudah didapatkan, rasanya yang enak, dan gizinya yang tinggi. Dalam 100 gram tempe terkandung energi 150 kal, protein 14 gram, lemak 7,7 gram, karbohidrat 9,1 gram, serat 1,4 gram, kalsium 517 mg, natrium 7 mg, dan fosfor 202 mg sedangkan dalam 100 gram tahu terkandung energi 80 kal, protein 10,9 gram, lemak 4,7 gram, karbohidrat 0,8 gram, serat 0,1 gram, kalsium 223 mg, natrium 2 mg, dan fosfor 183 mg (HelloSehat, 2020).

Konsumsi tahu dan tempe di provinsi Sumatera Barat dapat dilihat pada **Gambar 1.1**.



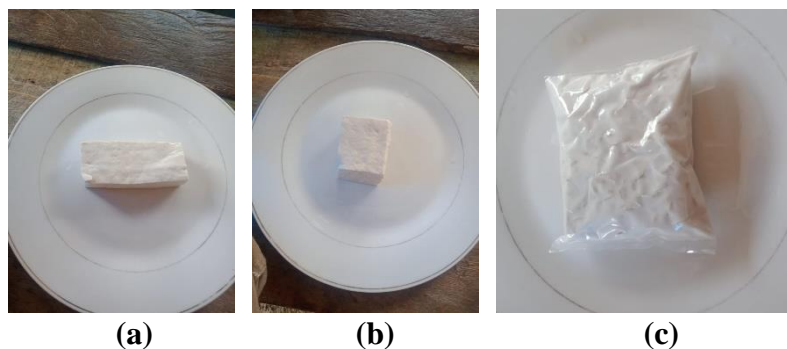
Gambar 1.1 Konsumsi Kacang-Kacangan di Sumatera Barat (Sumber: BPS provinsi Sumatera Barat, 2022)

Pada **Gambar 1.1** dapat dilihat bahwa konsumsi masyarakat Sumatera Barat akan tahu dan tempe sangat besar. Terjadi penurunan dan peningkatan setiap tahun. Penurunan konsumsi yang terjadi tidak terlalu besar dibandingkan dengan peningkatan konsumsi.

Pabrik tahu dan tempe di Kabupaten Tanah Datar cukup banyak, salah satunya yaitu IKM Tahu-Tempe Arbai yang berada di Jorong Koto Kaciak, Nagari Pangian, Kecamatan Lintau Buo. IKM Tahu-Tempe Arbai termasuk dalam skala Industri Kecil Menengah. IKM Tahu-Tempe Arbai mulai beroperasi sejak tahun 2000. IKM Tahu-Tempe Arbai dijalankan oleh keluarga Bapak Arbai selaku pendiri Industri Kecil Menengah ini.

IKM Tahu-Tempe Arbai dalam menjalankan aktifitasnya melibatkan 5 orang tenaga kerja yang terdiri dari 1 orang pemilik, 2 orang pekerja di dapur produksi dan 2 orang yang bertugas memasarkan hasil produksi ke pasar. Sumber Daya Lahan yang dimiliki oleh IKM Tahu-Tempe Arbai yaitu 1 dapur produksi dan 1 gudang penyimpanan. Dalam proses pemasaran IKM Tahu-Tempe Arbai memiliki 1 unit mini *truck*.

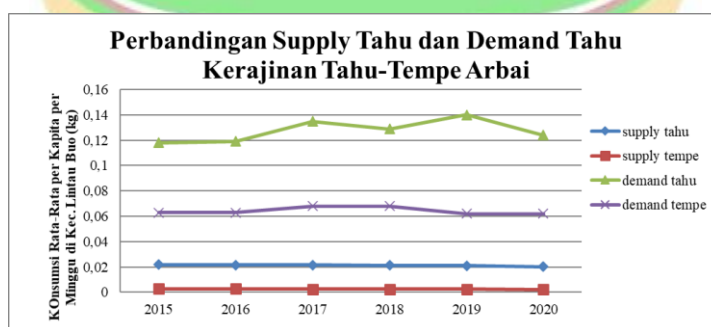
IKM Tahu-Tempe Arbai memproduksi 1 jenis produk tempe yang berdimensi 9x10 cm dan dua jenis produk tahu dengan ukuran 10x4x2 cm dan ukuran 5x4x2 cm. Tempe dijual dengan harga Rp1.500,00 per bungkus sedangkan tahu ukuran kecil dijual Rp400,00 per potong dan tahu ukuran besar dijual dengan harga Rp800,00 per potong. Tahu yang diproduksi oleh IKM Tahu-Tempe Arbai tahan hingga 3 hari dalam suhu ruang dan tahan sampai 7 hari dalam kulkas. Gambar produk IKM Tahu-Tempe Arbai dapat dilihat pada **Gambar 1.3**.



(a) (b) (c)
Gambar 1.2 (a) Tahu besar ; (b) Tahu kecil ; (c) Tempe

IKM Tahu-Tempe Arbai tidak memproduksi tahu dan tempe setiap hari. Mereka hanya memproduksi tahu dan tempe empat kali dalam seminggu yaitu pada hari Senin, Rabu, Kamis, dan Sabtu. Hal ini menyesuaikan dengan target pasar mereka yaitu pasar tradisional di sekitar Kecamatan Lintau Buo. IKM Tahu-Tempe Arbai hanya memasarkan produk ke pasar-pasar terdekat di sekitar Kecamatan Lintau Buo.

Keterbatasan sumber daya membuat jumlah produksi yang sanggup untuk diproduksi oleh IKM Tahu-Tempe Arbai tidak memenuhi kebutuhan akan tahu dan tempe masyarakat Lintau Buo. Perbandingan kebutuhan dan ketersediaan tahu dan tempe di IKM Tahu-Tempe Arbai dapat dilihat pada **Gambar 1.3**.



Gambar 1.3 Perbandingan Kebutuhan dan Ketersediaan Tahu dan Tempe di Kerajinan Tahu-Tempe Arbai

Pada **Gambar 1.2** dapat dilihat bahwa IKM Tahu-Tempe Arbai masih mempunyai kesempatan dalam meningkatkan produksi guna memenuhi kebutuhan tahu dan tempe masyarakat Kecamatan Lintau Buo. Terjadi kesenjangan yang sangat besar akan ketersediaan yang diproduksi dengan kebutuhan masyarakat.

Tingginya permintaan masyarakat akan tahu dan tempe menjadikan peluang besar bagi IKM Tahu-Tempe Arbai untuk mengembangkan bisnisnya. Terbatasnya jenis produk tahu yang bisa diproduksi oleh IKM Tahu-Tempe Arbai menjadi salah satu penyebab terjadinya situasi seperti ini. Jenis tahu yang diproduksi oleh IKM Tahu-Tempe Arbai hanya tahu putih.

Semakin banyak kompetitor sejenis yang juga memasarkan produknya di pasar tradisional di sekitar Kecamatan Lintau Buo membuat penjualan IKM Tahu-Tempe Arbai mengalami fluktuasi secara terus menerus. Kompetitor juga menawarkan produknya dengan cara berjualan keliling dengan motor sehingga lebih mudah dijangkau oleh konsumen.

Penerapan *Business Model Canvas* (BMC) pada IKM Tahu-Tempe Arbai dapat mengetahui kondisi *actual* model bisnis IKM Tahu-Tempe Arbai saat ini dan memberikan pembaharuan atau inovasi model bisnis untuk kedepannya. *Business Model Canvas* (BMC) menurut Osterwalder dan Pigneur (2015) merupakan suatu metode yang menggambarkan model bisnis dari suatu organisasi secara sederhana serta memberikan dan menangkap nilai aktivitas bisnis yang dijalankan dengan tujuan untuk menghasilkan uang. *Business Model Canvas* (BMC) akan melihat hubungan antar setiap elemen bisnis pada IKM Tahu-Tempe Arbai sehingga dapat memberikan nilai bagi perusahaan dan konsumen.

1.2 Perumusan Masalah

Perumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana merencanakan strategi bisnis yang tepat agar IKM Tahu-Tempe Arbai dapat meningkatkan dan mengembangkan bisnisnya.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut.

1. Mengetahui kondisi bisnis IKM Tahu-Tempe Arbai
2. Merancang strategi alternatif bagi IKM Tahu-Tempe Arbai
3. Memberikan rekomendasi *Bussiness Model Canvas* pada IKM Tahu-Tempe Arbai.

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini antara lain.

1. Data historis yang digunakan yaitu data penjualan dari tahun 2015-2020.
2. Penelitian ini hanya dilakukan sampai perumusan strategi dan perancangan model bisnis baru

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penyusunan laporan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah dalam penelitian serta sistematika penulisan laporan penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan mengenai teori-teori yang berhubungan dengan permasalahan yang diangkat dalam tugas akhir ini yang digunakan sebagai pedoman dan dasar pemikiran pemecahan masalah yang berasal dari jurnal, buku maupun sumber informasi lainnya.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan secara sistematis langkah-langkah atau tahapan penelitian yang digunakan dalam proses pembuatan tugas akhir ini.

BAB IV ANALISIS KONDISI BISNIS SAAT INI

Bagian ini berisi pembuatan *Business Model Canvas* IKM Tahu-Tempe Arbai saat ini dan analisis SWOT untuk mengetahui kondisi

internal berupa kekuatan dan kelemahan serta kondisi eksternal berupa peluang dan ancaman yang dimiliki IKM Tahu-Tempe Arbai.

BAB V PERUMUSAN STRATEGI

Bagian ini berisi tahapan-tahapan dalam perumusan strategi pada IKM Tahu-Tempe Arbai. Tahapan perumusan strategi terdiri dari tahap input, tahap pencocokan, dan tahap keputusan. Setelah diperoleh hasil perumusan strategi, kemudian strategi digambarkan menjadi model bisnis baru dengan menggunakan *Business Model Canvas*.

BAB VI PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran bagi penelitian selanjutnya.

