

BAB I

PENDAHULUAN

Bab ini berisikan mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan penelitian.

1.1 Latar Belakang

Industri tahu merupakan salah satu sektor makanan olahan yang memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia dengan tingkat konsumsi mencapai sekitar 7.7 kg kapita pertahunnya (Badan Pusat Statistik, 2022). Tahu merupakan salah satu produk olahan kedelai yang sangat populer di kalangan masyarakat karena harga tahu yang terjangkau dan kandungan gizi tahu yang tinggi. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), produksi tahu di Indonesia terus meningkat setiap tahun, seiring dengan permintaan konsumen yang meningkat. Selain itu, industri tahu juga memberikan kontribusi signifikan terhadap penyerapan tenaga kerja, terutama di sektor industri kecil dan menengah (IKM) (BPS, 2020).

Pabrik Tahu Super Padang adalah salah satu produsen tahu yang telah beroperasi selama lebih dari dua dekade. Produk-produk yang dihasilkan telah dikenal luas oleh masyarakat Kota Padang dan sekitarnya. Namun, seiring dengan perjalanan waktu dan meningkatnya persaingan, pabrik ini perlu mengembangkan strategi bisnis yang inovatif untuk tetap kompetitif dan meningkatkan pangsa pasar. Berdasarkan penelitian sebelumnya dari (Dyah Ayu et al, 2024), industri tahu Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan seperti ketergantungan pada bahan baku impor sehingga berdampak pada fluktuasi biaya produksi, keterbatasan kapasitas produksi, persaingan antar produsen yang semakin ketat, dan permasalahan lingkungan (limbah) serta keterbatasan pengelolaan. Berikut ini beberapa IKM tahu yang ada di Kota Padang dapat dilihat pada **Tabel 1.1**.

Tabel 1. 1 IKM Tahu di Kota Padang

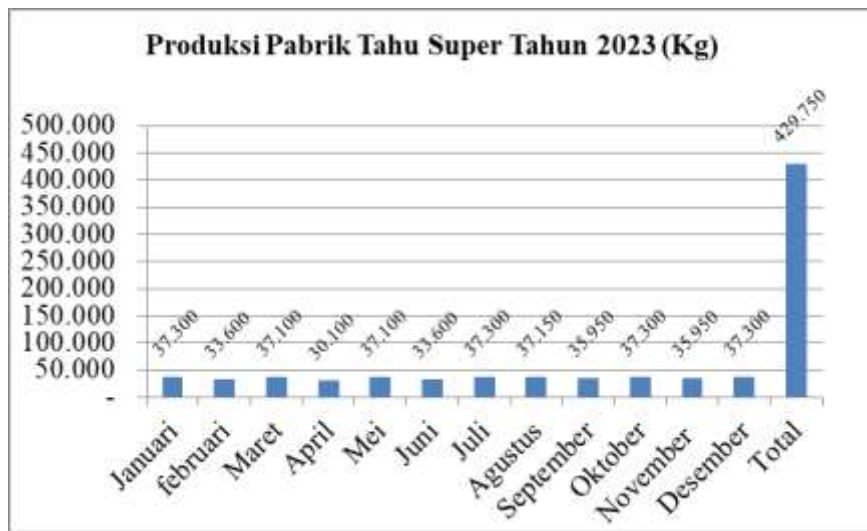
No	Nama Perusahaan	Kecamatan	Penjualan/Tahun (Kg)
1	Tahu MTB	Kuranji	264.367
2	Tahu Fanny AB	Lubuk Kilangan	645.780
3	Tahu Buya	Kuranji	345.675
4	Tahu Super AB	Lubuk Kilangan	234.657
5	Tahu B Asli	Nanggalo	345.689
6	Tahu Anita	Pauh	357.658
7	Tahu Setia Kuranji	Padang Timur	785.675
8	Tahu Alami	Koto Tangah	213.445
9	Tahu ATB/RTB	Kuranji	221.345
10	Pabrik Tahu Super	Nanggalo	367.438
11	Tahu UKS	Kuranji	407.857
12	Tahu Tabing	Koto Tangah	956.756
13	Tahu Pak RT	Lubuk Begalung	357.534
14	Tahu Hendra	Pauh	334.554
15	Tahu Usaha Keluarga AL	Kuranji	342.334

Sumber: (Survei Tahu Kota Padang, 2024)

Berdasarkan **Tabel 1.1**, terlihat bahwa IKM Tahu Super memiliki banyak pesaing dalam bisnis tahu di Kota Padang. Seiring berkembangnya industri makanan olahan tahu, banyak produsen tahu yang mengembangkan bisnis mereka dan menerapkan strategi pemasaran masing-masing untuk bersaing. Oleh karena itu, IKM Tahu Super perlu melakukan evaluasi dan mengembangkan strategi baru untuk menjalankan bisnisnya dengan lebih efektif dan efisien.

Berdasarkan perbandingan pada **Tabel 1.1** dapat dilihat terjadinya persaingan yang cukup berat dihadapi oleh IKM Tahu Super. Hal ini dapat disebabkan karena produsen tahu lain memiliki promosi dan pemasaran yang lebih baik. Selain itu, masyarakat cenderung mengonsumsi tahu dengan melihat brand paling banyak dikenal sehingga konsumen beralih pada produk tahu pesaing. Indikasi adanya persaingan dan peluang bagi IKM Tahu Super di tengah perkembangan perekonomian Indonesia menunjukkan bahwa IKM Tahu Super harus melakukan langkah-langkah strategis untuk dapat bersaing dan

mengembangkan bisnisnya. Data hasil penjualan Tahu Super pada bulan Januari 2023 - Desember 2023 bisa dilihat pada **Gambar 1.1**.



Gambar 1.1 Data Produksi Tahu pada Industri Kecil dan Menengah (IKM) Tahu Super Tahun 2023

Berdasarkan **Gambar 1.1** produksi tahu mengalami fluktuasi produksi selama tahun 2023. Produksi tertinggi terjadi pada bulan Oktober, dengan jumlah produksi mencapai sekitar 37.300 kg, sementara produksi terendah terjadi pada bulan April, sekitar 30.100 kg. Total produksi IKM Tahu Super pada tahun 2023 sebanyak 429.750 kg per tahun. Grafik memperlihatkan fluktuasi pada produksi tidak ada menunjukkan trend peningkatan (stagnan). Ada beberapa faktor penyebab terjadinya produksi yang stagnan pada IKM Tahu Super. Pemasaran merupakan salah satu permasalahan yang dihadapi IKM Tahu Super. Promosi pemasaran yang dilakukan IKM Tahu Super hanya melalui pesanan dari mulut ke mulut serta distribusi stok ke pasar terdekat sehingga tidak adanya peningkatan penjualan pada IKM Tahu Super. Hal ini menyebabkan IKM Tahu Super kurang bisa berkembang pesat dalam menjalankan usahanya dibandingkan dengan pesaing yang ada.

Beberapa peneliti sebelumnya telah membahas mengenai strategi pengembangan usaha pada industri tahu antara lain penelitian yang dilakukan oleh Hidayat (2022). Penelitian ini mengangkat topik mengenai strategi pengembangan usaha tahu dengan menggunakan strategi pengembangan pasar, pengembangan

produk, dan penetrasi pasar. Strategi yang dapat dilakukan pada penelitian tersebut berupa strategi integrasi, strategi intensif dan strategi diversifikasi. Strategi utama yang dapat dilakukan pada penelitian tersebut adalah strategi intensif yaitu mendirikan kios yang mudah dijangkau oleh konsumen, menjaga dan meningkatkan kualitas produk, meningkatkan kerja sama dengan mitra dan retailer, meningkatkan kapasitas produksi, melakukan kerja sama dengan retailer, melakukan promosi melalui pemanfaatan teknologi informasi, meningkatkan serta menjaga hubungan dengan retailer dan mitra kerja, menambah jumlah karyawan, memperkuat dan menambah kerja sama dengan mitra kerja, menetapkan pemesanan dan pembayaran diawal.

Penelitian yang dilakukan oleh Turnip (2023). Penelitian ini mengangkat topik mengenai “Analisis Kelayakan Usulan Strategi Pengembangan Bisnis Kanaya Bakery Padang”. Berdasarkan analisis kelayakan strategi yang diusulkan dibagi ke dalam 3 bagian yaitu, strategi layak, strategi yang memerlukan peninjauan lebih lanjut, dan strategi tidak layak. Strategi layak meliputi, meningkatkan kapasitas produksi yaitu dengan penambahan 2 *batch* pembuatan roti manis, menjaga dan meningkatkan hubungan baik dengan *supplier* untuk menjaga keberlangsungan proses produksi roti, dan penetapan pembayaran terlebih dahulu untuk pemesanan dalam jumlah besar dengan sistem DP. Selanjutnya, strategi yang memerlukan peninjauan lebih lanjut meliputi, menjangkau pelanggan dengan memperluas area pemasaran, menambah *channel*, serta meningkatkan dan mempertahankan hubungan dengan pelanggan. Strategi yang tidak layak meliputi, meningkatkan kegiatan promosi, memaksimalkan penggunaan teknologi untuk menjangkau pelanggan, menyesuaikan harga produk Kanaya Bakery dengan produk roti lain di pasaran, dan menambah sumber pendapatan baru.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan beberapa permasalahan yang terjadi pada IKM Tahu Super yaitu, banyaknya pesaing pada bisnis sejenis dan penjualan yang sedikit dari perusahaan pesaing, penjualan yang tidak mencapai target dari jumlah produksi tahu yang dapat dilihat dari data penjualan pada **Tabel 1.1** yang masih jauh di bawah total produksi pada IKM Tahu Super, dan stagnasi

pertumbuhan penjualan. Hasil perbandingan penjualan pada **Tabel 1.1** juga menunjukkan Tahu Super tertinggal dari segi penjualan dari bisnis pesaing, omset bulanan, dan wilayah distribusi. Semua faktor ini berpengaruh terhadap pertumbuhan bisnis tahu pada IKM Tahu Super.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan usulan strategi pengembangan bisnis tahu di IKM Tahu Super Padang. Dengan demikian, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan rekomendasi yang bermanfaat bagi manajemen pabrik dalam mengambil keputusan strategis untuk pengembangan bisnis di masa mendatang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana usulan strategi pengembangan bisnis yang saat ini diterapkan pada Tahu Super Padang?
2. Apakah usulan strategi pengembangan bisnis yang diajukan layak atau tidak untuk diterapkan pada Tahu Super Padang?
3. Bagaimana implementasi strategi pengembangan bisnis yang layak diterapkan pada Tahu Super Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis strategi pengembangan bisnis yang telah diterapkan pada pabrik Tahu Super Padang.
2. Menilai kelayakan strategi pengembangan bisnis.
3. Menyusun dan merancang implementasi strategi pengembangan bisnis yang layak.

1.4 Batasan Masalah

Penelitian ini memiliki beberapa batasan, di antaranya:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada pabrik Tahu Super Padang.
2. Analisis kelayakan bisnis hanya dikaitkan kepada aspek pasar dan pemasaran, serta aspek teknis dan teknologi.
3. Data yang digunakan dalam penelitian ini terbatas pada data sekunder yang tersedia dan data primer yang diperoleh melalui wawancara dan kuesioner.

1.5 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan laporan penelitian ini adalah:

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan ini berisikan terkait latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan laporan penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menyajikan tinjauan pustaka yang mendasari penelitian ini, mencakup berbagai aspek penting dalam studi kelayakan bisnis: Studi Kelayakan Bisnis, Aspek Pasar dan Pemasaran, Aspek Lingkungan, Aspek Hukum, Aspek Teknis dan Teknologi, Aspek Keuangan, Aspek Sumber Daya Manusia

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian berisikan tentang langkah yang sistematis dalam memecahkan permasalahan yang sedang diteliti.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bagian ini berisi pengumpulan dan pengolahan data. Pengumpulan data dilakukan melalui proses wawancara perusahaan dan observasi langsung ke lapangan. Kemudian, dilakukan pengolahan data terhadap data yang dikumpulkan menggunakan metode yang telah ditetapkan.

BAB V ANALISIS

Bagian ini berisi analisis penelitian dari aspek-aspek yang berkaitan dengan studi kelayakan bisnis berdasarkan hasil pengolahan data.

BAB VI PENUTUP

Bagian ini berisi kesimpulan hasil penelitian dan saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya.