

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Industri makanan merupakan salah satu sektor yang paling dinamis dan kompetitif di dunia. Dengan terus berkembangnya kebutuhan konsumen dan perubahan gaya hidup, perusahaan dalam industri ini dituntut untuk terus berinovasi dan mengembangkan strategi pemasaran yang efektif. Strategi pemasaran dalam industri makanan sangat penting untuk menarik perhatian konsumen, meningkatkan penjualan, dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

Strategi pemasaran yang efektif dalam industri makanan adalah kombinasi dari pemahaman mendalam tentang preferensi konsumen, penggunaan teknologi yang tepat, inovasi produk, dan kepatuhan terhadap regulasi. Dengan mengembangkan dan menerapkan strategi pemasaran yang tepat, perusahaan dalam industri makanan dapat meningkatkan daya saing mereka, menarik lebih banyak konsumen, dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan.

Perkembangan bisnis di Indonesia belakangan ini semakin lama semakin meningkat akan persaingan, perubahan dan ketidakpastian. Keadaan ini menimbulkan ketatnya persaingan, baik bertambah nya jumlah penduduk, dan semakin bertambahnya pesaing. Hal ini memaksa perusahaan untuk lebih memperhatikan keadaan yang dapat mempengaruhi perusahaan, agar mengetahui strategi pemasaran seperti apa dan bagaimana yang harus di terapkan dalam perusahaan. Oleh sebab itu persaingan sangat penting bagi keberhasilan atau kegagalan suatu perusahaan (porter, 2019). Dimana pesaing dengan menggunakan pendekatan pasar adalah perusahaan-perusahaan yang memuaskan kebutuhan konsumen yang sama. Sehingga harus lebih cermat membaca serta mengantisipasi keadaan pasar sehingga dapat membuat produk yang berkualitas, memberikan pelayanan yang memuaskan konsumen sehingga dapat memenangkan persaingan.

Tinjauan masa depan merupakan langkah yang tepat bagi perusahaan untuk mempertahankan perusahaan melalui perencanaan yang berfungsi sebagai petunjuk dalam aktifitas perusahaan. Untuk itu perlu adanya strategi pemasaran yang

ditempuh perusahaan agar mencapai tujuan yang direncanakan, khususnya berkaitan dengan pengembangan perusahaan. Lingkungan yang dinamis dan selalu berubah-ubah memaksa pihak manajemen perusahaan untuk selalu berhati-hati untuk menciptakan strategi atau terobosan baru yang diharapkan dapat membantu perusahaan ke arah yang lebih baik.

Pemasaran di suatu perusahaan, selain bertindak dinamis juga harus selalu menerapkan prinsip-prinsip yang unggul dan perusahaan harus meningkatkan kebiasaan-kebiasaan lama yang sudah tidak berlaku serta terus menerus melakukan inovasi.

Tahu adalah produk makanan yang di hasilkan dari kacang kedelai yang telah di proses melalui beberapa tahap. Proses pembuatan tahu melibatkan penggilingan kedelai, perebusan, penyaringan, dan pengendapan.

Dalam beberapa tahun terakhir, produk tahu mengalami pertumbuhan yang signifikan di banyak negara, terutama di Asia dan kawasan-kawasan yang memiliki populasi vegetarian atau vegan yang besar. Tahu adalah salah satu makanan yang kaya akan nutrisi dan memiliki manfaat kesehatan seperti protein, lemak, karbohidrat, serat, kalsium, zat besi, magnesium, fosfor, vitamin dan isoflavon.

UKM adalah klasifikasi usaha berdasarkan skala ekonomi, jumlah tenaga kerja, dan omset tahunan. UKM memainkan peran penting dalam perekonomian karena mereka merupakan tulang punggung ekonomi rakyat dan menyediakan banyak lapangan kerja.

UKM memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian nasional, dapat menyediakan lapangan kerja, pendorong pertumbuhan ekonomi lokal. UKM telah di dukung oleh pemerintah dari program yang membantu untuk meningkatkan usahanya seperti Kredit Usaha rakyat, Pelatihan dan Pendampingan, Kemudahan Perizinan dan Pemberdayaan Digital.

Pabrik Tahu Koleks adalah UKM yang berdiri pada tahun 2019. Pabrik Tahu Koleks berada di Kabupaten Bekasi, Jawa Barat. Pabrik Tahu Koleks adalah cabang pertama yang didirikan oleh Bapak Mulyana. Dalam kegiatannya usaha Pabrik Tahu Koleks beroperasi selama enam hari kerja dalam satu minggu, Dapat dilihat pada gambar di bawah ini kondisi pada Pabrik Tahu Koleks.



Gambar 1. 1 UKM Tahu Koleks  
Sumber : Penulis ( 2024 )

UKM Tahu Koleks sudah memiliki beberapa pelanggan tahu yang sudah cukup banyak, hal ini terlihat dari kebutuhan kedelai setiap harinya. UKM Tahu Koleks ini membutuhkan bahan baku sebanyak 100kg kedelai setiap harinya.

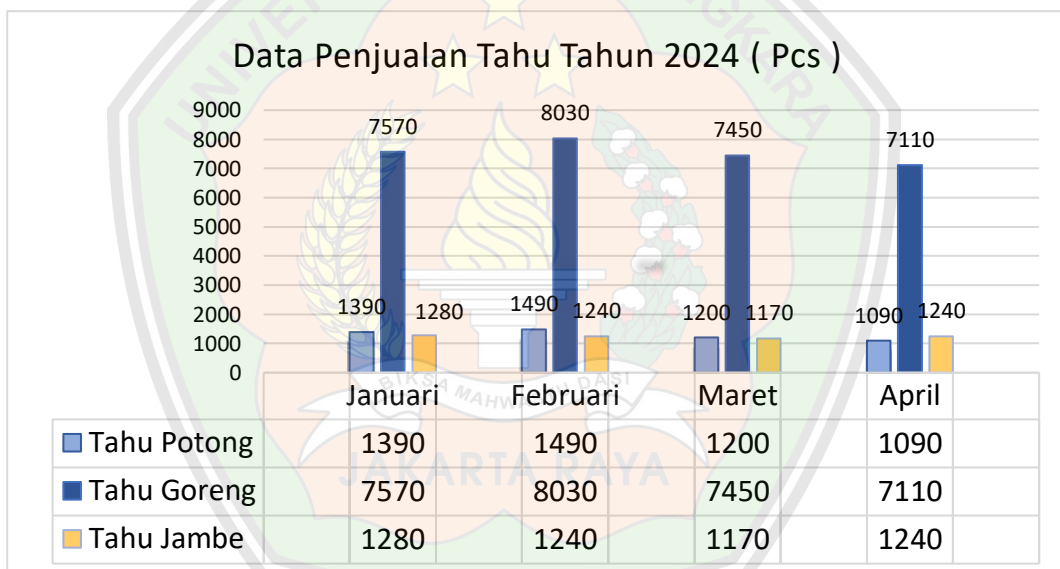
Jenis tahu yang diproduksi oleh UKM Tahu Koleks terdapat tiga jenis yaitu tahu potong, tahu goreng, tahu jambe. Tahu jambe merupakan jenis tahu yang memiliki tekstur agak padat. Tahu potong adalah satu jenis tahu putih yang merupakan hasil dari olahan kedelai. Sedangkan untuk jenis tahu goreng adalah tahu yang berwarna coklat dan dipasarkan dalam keadaan yang sudah digoreng terlebih dahulu. UKM Pabrik Tahu Koleks juga menjual sisa olahan kedelai yaitu ampas kedelai kepada distributor hewan ternak sebagai pakan ternak nya.

Pada tabel 1.1 memperlihatkan jumlah penjualan tahu UKM Tahu Koleks pada tahun 2024

Tabel 1. 1 Jumlah Penjualan Tahu Tahun 2024

Jumlah Penjualan ( Pcs )			
Bulan	Tahu Potong	Tahu Goreng	Tahu Jambe
Januari	1390	7570	1280
Februari	1490	8030	1240
Maret	1200	7450	1170
April	1090	7110	1240
Total	5170	30160	4930

Sumber : Penulis (2024)

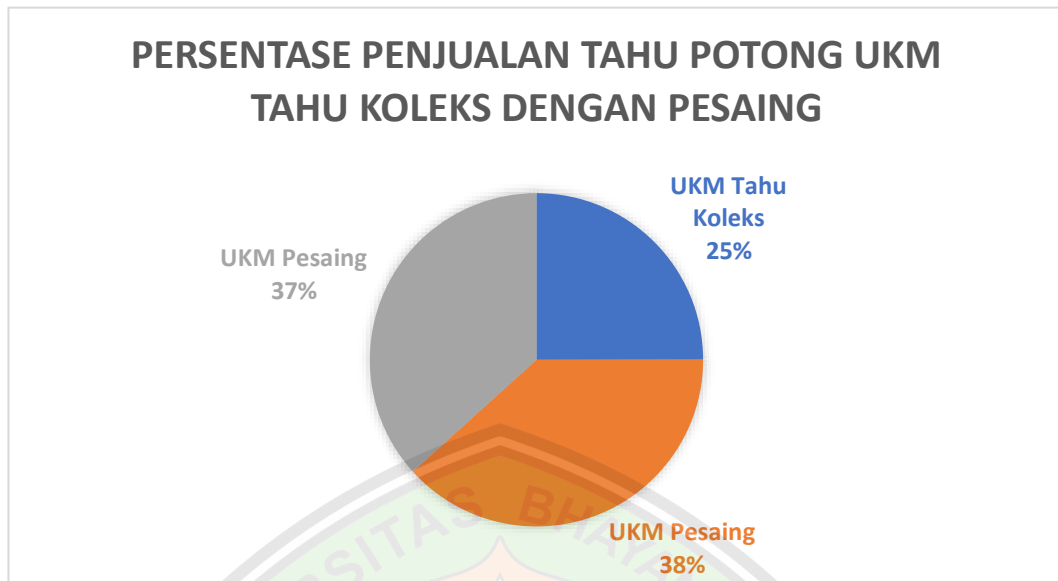


Gambar 1. 2 Grafik Penjualan Tahu Tahun 2024

Sumber : Penulis (2024)

Dalam proses pemasaran tahu, UKM Tahu Koleks melakukan penjualan kepada masyarakat yang ada disekitar lingkungan tersebut dalam hitungan radius 4 km. Adapun dalam radius jangkauan area tersebut, UKM Tahu Koleks ini harus bersaing dengan UKM sejenis yang memproduksi tahu sebanyak satu pesaing.

Adapun posisi UKM Tahu Koleks dalam penjualan tahu yang ber jenis tahu potong lebih rendah penjualannya dibandingkan dengan pesaing lainnya seperti yang terlihat pada grafik persentase penjualan di Gambar 1.3 Berikut ini.



Gambar 1. 3 Persentase Penjualan Pesaing  
Sumber : Penulis (2024)

Dari data di atas penjualan produk tahu pada tahun 2024 terlihat bahwa jenis tahu yang paling banyak terjual adalah jenis tahu goreng dibandingkan dengan jenis tahu lainnya. Oleh karena itu, pemilik UMK Tahu Koleks ingin mengubah strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan khususnya jenis tahu potong yang merupakan penjualan terendah selama tahun 2024.

Berikut merupakan analisa yang dilakukan sebagai dasar penelitian Strategi Pemasaran Produk Tahu Menggunakan Analisis SWOT UKM Pabrik Tahu Koleks

## 1.2 Identifikasi Masalah

Dari hasil pemaparan diatas maka penulis mengidentifikasi masalah pada UKM Tahu Koleks sebagai berikut :

1. Penurunan volume penjualan karena adanya persaingan yang ketat akibat munculnya pesaing baru dengan menawarkan produk yang sama.
2. Belum adanya strategi pemasaran yang jelas untuk mempengaruhi penjualan produk tahu khususnya jenis tahu potong.

### 1.3 Rumusan Masalah

Dari hasil identifikasi masalah diatas maka penulis dapat merumuskan beberapa point sebagai perumusan masalah, yaitu sebagai berikut ini :

1. Bagaimana pengaruh faktor-faktor internal dan eksternal terhadap perusahaan ?
2. Bagaimana menentukan strategi pemasaran Pabrik Tahu Koleks dengan analisis SWOT ?

### 1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui faktor *internal* dan *eskternal* yang meliputi kekuatan dan kelemahan di dalam UKM Tahu Koleks.
2. Mengetahui strategi apa yang dapat di terapkan dengan adanya penggunaan analisis SWOT untuk upaya meningkatkan penjualan produk tahu.

### 1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini ditujukan dan memiliki manfaat yang berbeda untuk setiap pihak namun manfaat dari penelitian ini salinglah berhubungan satu sama lain, berikut ini adalah pihak dan manfaat yang akan didapatkan dari penelitian ini :

1. Pihak Penulis
  - a. Sebagai bahan penerapan ilmu dan materi yang telah didapatkan selama masa menjalankan perkuliahan.
  - b. Menambah wawasan dan pengalaman pribadi penulis secara personal dalam menangani sebuah permasalahan

2. Pihak Universitas

Universitas akan diakui dikalangan pengusaha dan diakui pihak pengusaha sebagai penghasil banyak Mahasiswa berbakat

3. Pihak Pabrik Tahu Koleks

Penelitian ini ditujukan dan diperuntungkan untuk Pabrik Tahu, sangat jelas penelitian ini bisa sangat bermanfaat baik sebagai bahan pengambilan keputusan dari Pabrik Tahu Koleks

## 1.6 Batasan Masalah

Untuk memfokuskan penelitian, penelitian membatasi pembahasan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Data yang digunakan dalam penelitian ini hanya pada periode Januari – April 2024
2. Analisis SWOT digunakan dalam menentukan strategi pemasaran.

## 1.7 Waktu dan Tempat Penelitian

### 1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini di laksanakan di Pabrik Tahu Koleks yang bergerak pada industri pembuatan tahu di Jalan Ujung Harapan Kavling Citra Mandiri Gang Abadi 09, Kelurahan Bahagia Kec.Babelan, Bekasi Utara.

### 2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan 3 Januari 2024 – 26 April 2024.

## 1.8 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan penelitian dalam mengumpulkan informasi yang dibutuhkan selama pelaksanaan penelitian adalah sebagai berikut ini :

### 1. Studi Pustaka / Studi *Litertarural*

Penulisan Kepustakaan yaitu suatu penelitian yang dilakukan dengan mempelajari dan mengumpulkan bahan-bahan kepustakaan dan literatur yang ada kaitannya dengan penelitian ini.

### 2. Metode Observasi

Metode Observasi adalah metode dengan kegiatan menganalisis keadaan secara langsung ditempat terjadinya kegiatan tersebut sehingga data ataupun informasi yang dibutuhkan di dapat dengan akurat, tentunya metode ini haruslah dilakukan dengan pengawasan dari pembimbing lapangan atau penganggung jawab tempat pengambilan data.

### 3. Metode Wawancara

Penulis melakukan wawancara secara langsung terhadap narasumber yang memiliki informasi dengan pengawasan dari pembimbing ataupun *staff* penanggung jawab tempat di berlangsungnya wawancara, biasanya wawancara dilakukan kepada orang yang berkaitan dengan data yang dibutuhkan.

## **1.9 Sistematika Penulisan**

Untuk memudahkan dalam penulisan dalam memberikan gambaran tentang isi laporan kegiatan ini, maka penulis membuat sistematika penulisan sebagai berikut ini :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Berisi tentang penjelasan mengenai latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat, metodologi dan sistem penulisan pada penelitian terkait.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Berisi penjelasan, pendapat, atau definisi dari suatu metode yang berkaitan dengan penelitian terkait, landasan teori merupakan landasan sebuah kegiatan penelitian yang sedang di jalankan

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisikan tentang cara ilmiah untuk suatu penelitian dapat di jalankan dengan cara-cara tertentu sehingga penelitian ini dapat dengan baik secara epiris dan sistematis untuk di laksanakan

### **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini akan di lakukan pemaparan data yang sebelumnya telah dikumpulkan untuk selanjutnya di lakukan proses analisis, pada bab ini akan di paparkan pula hasil dari analisis data untuk dilakukan pembahasan sebagai langkah memenuhi tujuan dari penelitian yang sedang di lakukan.

### **BAB V PENUTUP**

Pada bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran, kesimpulan yang diambil berdasarkan analisis atau objek penelitian dan saran merupakan rekomendasi penulis dalam rangka meningkatkan kegiatan usaha Pabrik Tahu.