

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Negara Indonesia adalah negara yang memiliki kekayaan alam yang berlimpah. Tanah yang subur sehingga jenis tanaman apapun tumbuh hal ini yang membuat Indonesia sering disebut dengan negara agraris. Bercocok tanam merupakan pekerjaan yang tak lazim lagi dikalangan masyarakat Indonesia. Di lahan pertanian inilah ada berbagai jenis, seperti sawah yang dapat ditanami padi yang menjadi makanan pokok di Indonesia tak hanya padi lahan tegalan juga dapat ditanami kedelai, jagung, ubi-ubian, serta perkebunan kepala sawit.

Kedelai yang diolah dari segi ekonomi akan menambah nilai jualnya, hal ini juga disesuaikan dengan permintaan kedelai yang meningkat, apabila hasil yang diolah banyak yang dibutuhkan. Permintaan tersebut sangat berpengaruh terutama harga kedelai dan kesejahteraan petani dan penjual kedelai. Dari segi kesehatan, olahan kedelai mengandung banyak gizi yang baik untuk kesehatan selain itu olahan kedelai mudah dicerna. Maka, olahan kedelai sangat baik dipilih sebagai makanan pengganti penghasil protein. Selain itu olahan kedelai juga banyak disukai dikalangan masyarakat.

Salah satu industri makanan berbahan dasar kedelai di Kota Sorong Papua Barat yaitu tahu dan tempe. Industri tahu dan tempe di Kota Sorong ada tiga industri yaitu Bintang Salma, Margo Langgeng, dan Pak Har. Industri Tahu dan Tempe Bintang Salma terletak di Jalan Dworowati, Klasaman, Distrik Sorong Timur, Kota Sorong Papua Barat. Industri yang berdiri sejak tahun 2008 didirikan oleh Bapak Mulyadi, motivasi tersendiri dari pemilik industri ini yang dulunya mendirikan industri tahu dan tempe di NTT (Nusa Tenggara Timur) dan mengembangkan ke Kota Sorong dan mendirikan industri yang sekarang dikenal di masyarakat Kota Sorong yaitu Industri/Pabrik Tahu dan Tempe Bintang Salma.

Karyawan atau pekerja Industri Tahu dan Tempe Bintang Salma keseluruhan berjumlah delapan pekerja. Berdasarkan wawancara yang penulis lakukan kondisi pabrik dari awal berdirinya sampai saat ini semuanya mengalami penjualan yang fluktuatif naik turun. Bahan baku berupa kedelai ini diperoleh dari Surabaya, Jawa Timur. Kedelai yang dibutuhkan setiap hari untuk menghasilkan tahu 48 papan setara dengan 6 karung dan tempe 100 papan setara dengan 2 karung membutuhkan 400 kg kedelai. Setiap hari lebih banyak

produksi tahu dibandingkan produksi tempe. Penjualan tahu dan tempe langsung ke warung-warung yang merupakan pelanggan dari Industri Tahu dan Tempe Bintang Salma, ada yang diantar, ada yang pesan dan langsung ke industri untuk mengambil dan ada yang menawarkan ke warung-warung di Kota Sorong. Menghasilkan produk yang unggul perlu diterapkan strategi pemasaran. Kepuasan pelanggan terhadap produk, serta dapat menciptakan keunggulan dari produk tersebut dan melaksanakan proses identifikasi merupakan strategi pemasaran. Tahu dan tempe di Kota Sorong merupakan salah satu industri rumah tangga.

Dunia pemasaran yang semakin maju akan menghasilkan pesaing-pesaing baru atau usaha-usaha menengah keatas. Pemilihan strategi pemasaran yang tepat oleh suatu industri akan berdampak baik bagi industri tersebut begitu juga sebaliknya jika pemilihan strategi pemasaran serta manajemen yang tidak tepat maka industri akan gulung tikar. Inilah yang sering dialami oleh usaha-usaha kecil akibat pemilihan strategi pemasaran yang kurang efektif. Peningkatan efektivitas kerja suatu pabrik selalu dilakukan.

Suatu industri atau unit usaha kecil kebanyakan berkonsetrasi dalam pembuatan produk sampai lupa akan strategi yang mana sangat penting untuk mempertahankan industri tetap bersaing dan mengembangkan produk, oleh sebab itu perlu adanya analisis strategi yang meliputi "strategi segitiga" yang mencakup pelanggan, pesaing dan perusahaan (Sunarsasi & Nanang 2020). Pemasaran merupakan suatu kunci dalam dunia usaha yang dapat menentukan baik dan buruknya yang dinilai langsung oleh konsumen dengan produk yang dihasilkan dari industri dan merupakan kunci keberhasilan dari suatu bisnis yang mana dapat mempertahankan bisnis tersebut untuk keberlangsungan hidup masyarakat (T. Prasetyo 2018). Strategi pemasaran adalah cara efektif yang dapat di aplikasikan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan yaitu dapat bersaing dalam memproduksi dan mempromosikan barang atau jasa serta memenangkan keunggulan yang berkesinambungan baik untuk perusahaan (Diman Handika, Zainul dkk 2015). Oleh sebab itu, maka perlu dilakukan penelitian tentang strategi pemasaran industri tahu dan tempe Bintang Salma.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah diatas, maka dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kondisi industri tahu dan tempe Bintang Salma?
2. Bagaimana strategi pemasaran yang tepat bagi industri tahu dan tempe Bintang Salma?

1.3 Tujuan Penelitian

berdasarkan pada rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui kondisi industri tahu dan tempe Bintang Salma.
2. Mengetahui strategi pemasaran yang tepat yang harus dijalankan oleh industri tahu dan tempe Bintang Salma.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu :

1. Bagi civitas akademik, untuk menambah referensi pengetahuan terutama mengenai strategi pemasaran.
2. Bagi Pabrik Tahu dan Tempe Bintang Salma Kota Sorong, agar dapat menerapkan strategi pemasaran yang tepat untuk keberlangsungan hidup industri dan masyarakat.
3. Bagi pembaca, untuk menambah pengetahuan serta wawasan pembaca mengenai strategi pemasaran.