

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Keberadaan sektor industri pengolahan memiliki peran penting bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia. Sektor industri pengolahan menjadi salah satu penyumbang devisa bagi Negara berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2017). Sektor industri pengolahan memberikan kontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB) sebesar 20.5%. Salah satu industri pengolahan yang berkembang di masyarakat adalah industri pengolahan pangan.

Industri pengolahan pangan merupakan industri yang bergerak dalam bidang pengolahan hasil pertanian, baik nabati maupun hewani menjadi berbagai produk pangan olahan sehingga memiliki nilai jual yang lebih tinggi untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia. Industri pengolahan pangan sektor pertanian lebih dikenal dengan sebutan agroindustri, dimana agroindustri dapat menjadi salah satu pilihan dalam upaya peningkatan perekonomian masyarakat di pedesaan. Sektor industri pengolahan pangan bidang pertanian merupakan suatu sistem pengelolaan secara terpadu antara sektor pertanian dengan sektor industri untuk mendapatkan nilai tambah dari hasil pertanian (Rukmana, 1996).

Salah satu industri pengolahan hasil pertanian yang dapat meningkatkan pendapatan masyarakat yakni industri pembuatan tahu yang berbahan baku kacang kedelai. Industri pembuatan tahu yang berkembang di masyarakat terbagi menjadi dua golongan, yakni industri kecil dan industri menengah dalam skala rumah tangga. Industri ini ikut berperan dalam pemerataan dan kesempatan kerja bagi masyarakat serta sumbangsihnya terhadap penerimaan devisa telah membuktikan bahwa industri tidak hanya aktif namun juga produktif (Kartasapoetra, 1992).

Tahu memiliki kelemahan yaitu kandungan airnya yang tinggi sehingga mudah rusak. Tahu cepat mengalami penyimpangan bau dan rasa dikarenakan mudah ditumbuhi mikroba. Tahu harus segera sampai ke tangan konsumen agar kualitasnya tetap baik. Proses penyampaian tahu dari produsen ke konsumen akan semakin lancar jika didukung oleh sistem pemasaran yang baik.

Ditambahkan menurut Jumiati *et al* (2013), besarnya jumlah produksi dan konsumsi tahu belum mencerminkan sistem pemasaran yang efisien, terutama bila dilihat dari keuntungan yang diterima produsen. Besarnya biaya pemasaran dan keuntungan yang diambil oleh tiap-tiap lembaga pemasaran menimbulkan selisih harga yang relatif tinggi antara produsen dengan konsumen. Setiap lembaga pemasaran mempunyai pola yang berbeda antara satu dengan yang lain, hal tersebut juga akan berpengaruh terhadap besarnya margin pemasaran. Masalah pola pemasaran ini sebenarnya bukan semata-mata terletak pada panjang pendeknya saluran pemasaran, tetapi saluran pemasaran mana yang memberikan tingkat efisiensi yang paling tinggi.

Permasalahan ini juga dihadapi oleh Industri Rumah Tangga Tahu “Suka Makmur” yang berada di Desa Kartasura Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo. Produsen berada di posisi lemah dalam proses penetapan harga dan kualitas di setiap pedagang, sehingga menimbulkan ketidakpastian pendapatan yang diperoleh produsen tahu. Keadaan ini menyebabkan produsen mengalami kerugian pada pemasaran tahu yang terjual dengan harga rendah. Istilah efisiensi pemasaran sering digunakan dalam menilai prestasi kerja (*performance*) proses pemasaran. Hal ini mencerminkan konsensus bahwa pelaksanaan proses pemasaran harus berlangsung secara efisien. Berdasarkan latar belakang diatas peneliti merasa perlu untuk melakukan penelitian terhadap analisis pemasaran tahu pada Industri Rumah Tangga “Suka Makmur” yang berada di Desa Kartasura Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo.

1.2 Rumusan Masalah

Dalam rangka menganalisis pemasaran tahu di Industri Rumah Tangga “Suka Makmur” Desa Kartasura Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo dirumuskan beberapa permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana bentuk saluran pemasaran tahu di Industri Rumah Tangga “Suka Makmur” Desa Kartasura Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo ?
2. Berapa margin pemasaran tahu dari setiap lembaga pemasaran yang terlibat di Industri Rumah Tangga “Suka Makmur” Desa Kartasura Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo ?
3. Bagaimana efisiensi pemasaran dalam pemasaran tahu di Industri Rumah Tangga “Suka Makmur” Desa Kartasura Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo ?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian analisis pemasaran tahu putih di Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo dengan tujuan sebagai berikut:

1. Mengetahui bentuk saluran pemasaran tahu di Industri Rumah Tangga “Suka Makmur” Desa Kartasura Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo.
2. Menganalisis besar margin pemasaran tahu dari setiap lembaga pemasaran yang terlibat di Industri Rumah Tangga “Suka Makmur” Desa Kartasura Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo.
3. Menganalisis efisiensi pemasaran tahu di Industri Rumah Tangga “Suka Makmur” Desa Kartasura Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pengambil kebijakan untuk merencanakan, membentuk dan mengevaluasi sistem pemasaran tahu dalam rangka meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan pelaku usaha pembuatan tahu. Disamping itu, hasil penelitian ini juga sebagai acuan pembandingan dan salah satu sumber informasi bagi penelitian selanjutnya untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.