

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Saat ini dunia bisnis tumbuh dan berkembang pesat, ini terbukti dengan adanya berbagai macam jenis barang dan jasa yang ditawarkan di tengah-tengah masyarakat. Lahan pertanian di Indonesia cocok ditanami segala jenis tanaman sehingga menjadikan Indonesia sebagai negara agraris, terdapat berbagai jenis lahan pertanian di Indonesia, seperti sawah ditanami padi dan menjadi tanaman pokok Indonesia, lahan tegalan dapat ditanami jagung, kedelai, maupun umbi-umbian, serta lahan perkebunan dapat ditanami kelapa sawit. Dalam perekonomian saat ini, bisnis berperan penting bagi perubahan perekonomian dan pembangunan serta perkembangan industri yang selalu dimulai dari perkembangan bisnis.

Dilihat dari segi ekonomi, kedelai jika sudah diolah akan meningkatkan nilai jualnya yang memiliki harga relatif murah sehingga dapat dikonsumsi oleh berbagai konsumen. Sebagai makanan rakyat yang mengandung gizi, kandungan air serta kalsium yang cukup tinggi kedelai pun bisa diolah menjadi tahu dan mudah dijumpai di pasaran dan dapat dimasak dengan aneka cara seperti digoreng, dibacem, atau bahkan hanya direbus. Maka dari itu pengolahan kedelai banyak berkembang di masyarakat adalah industri tahu.

Olahan tahu salah satunya terletak di Kecamatan Sukmajaya Kota Depok merupakan industri makanan berbahan dasar kedelai, dalam hal ini membutuhkan strategi yang sesuai untuk menghadapi persaingan olahan tahu lain. Strategi pemasaran yang dipakai untuk meningkatkan perekonomian masyarakat dalam usaha tahu ini adalah dengan cara mengenali pelanggan, melakukan promosi pengenalan produk kepada konsumen, melalui berjualan keliling dan berjualan dipasar Kecamatan Sukmajaya Kota Depok.

Membangun sebuah usaha tidak lepas dari masalah atau kendala yang akan muncul, maka dari itu sangat dibutuhkan yang namanya strategi maupun promosi penjualan, dengan adanya promosi penjualan yang baik dan terus menerus akan berdampak pada peningkatan pendapatan masyarakat. Pendapatan tersebut akan

berperan penting bagi kelangsungan hidup masyarakat. Sebaliknya, jika perusahaan tidak menjalankan promosi tidak efektif maka akan berdampak pada kelangsungan hidup perusahaan atau perusahaan tersebut akan bangkrut atau gulung tikar. Usaha yang dijalankan oleh para pengusaha tahu di Kecamatan Sukmajaya Kota Depok juga berusaha untuk menciptakan atau mencapai sasaran pemasaran untuk mencapai sebuah keberhasilan. Dari hasil observasi yang telah dilakukan peneliti pada tanggal 15 Maret 2023, awalnya usaha tahu ini dirintis pada tahun 2000 oleh Bapak Dadang yang awalnya hanya seorang karyawan pabrik tahu pada saat itu namun perekonomiannya pas-pasan Bapak Dadang ingin memiliki penghasilan yang lebih maka dari itu Bapak Dadang mulai merintis usaha tahu nya sendiri dan membangun pabrik disebelah rumahnya hingga saat ini dan setelah adanya usaha tahu ini perekonomian Bapak Dadang bisa terbantu. Bukan hanya perekonomiannya saja akan tetapi biaya pendidikan anak-anak nya juga terpenuhi sampai kejenjang perguruan tinggi. Dari hasil usaha tahu ini Bapak Dadang bisa membiayai dirinya dan istrinya untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari bahkan Bapak Dadang sudah naik haji bersama keluarga, membangun rumah membeli mobil.

Dalam sehari, Bapak Dadang bisa memproduksi tahu sebanyak 5-6 kwintal menghasilkan omset sebesar Rp 52.000.000,- yang dimana hasil dari 5-6 kwintal ini tidak langsung terjual habis. Omset tahu lumayan tinggi, untuk memenuhi permintaan akan tahu di Kecamatan Sukmajaya Kota Depok tidak cukup hanya melakukan peningkatan pengembangan produksinya saja, tetapi juga perlu didukung aspek pemasarannya. Pemasaran merupakan suatu proses perencanaan dan implementasi dari konsep produk, *pricing*, promosi dan distribusi (ide, produk maupun jasa), sehingga dapat diciptakan pertukaran agar dapat memuaskan kebutuhan pelanggan dan perusahaan sekaligus (*The American Marketing Association dalam Iswanto, 2008*).

Pemilihan strategi adalah keputusan untuk memilih di antara alternatif strategi yang dipertimbangkan dan diharapkan akan memberi hasil yang terbaik bagi perusahaan. Oleh sebab itu pemasaran adalah proses bisnis yang berusaha menyelaraskan antara sumber daya manusia, financial dan fisik organisasi dengan kebutuhan dan keinginan para pelanggan dalam konteks strategi kompetitif (Melydrum, 2016)

Seiring berjalannya waktu tahu ini semakin dibutuhkan oleh masyarakat, sehingga pemasarannya sudah merambat kepasar-pasar diberbagai tempat, seperti :

Pasar Kemiri, Pasar Agung Depok II, Pasar Musi, Pasar BBM. Ada banyak faktor yang mempengaruhi pemasaran tahu baik dari faktor internal dan faktor eksternal maka dari itu sangat penting melakukan analisis faktor internal dan eksternal untuk mendapatkan strategi yang tepat dalam pemasaran industri tahu. Diharapkan kedepannya strategi pemasaran ini dapat memberi arahan dalam pemasaran industri tahu sehingga konsumen tercapai dan produsen mendapatkan keuntungan serta meningkatkan taraf hidupnya.

Berdasarkan asumsi, pertimbangan dan alasan dari latar belakang masalah telah mendorong penulis untuk mengkaji strategi pemasaran yang dilakukan oleh usaha tahu di Kecamatan Sukmajaya Kota Depok untuk meningkatkan pendapatan. Oleh karena itu, penulis tertarik mengambil judul skripsi “Analisis Strategi Pemasaran Usaha Tahu CV Tahu Ani Jaya Kecamatan Sukmajaya Kota Depok”

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Beberapa permasalahan yang muncul, dapat diidentifikasi oleh penulis sebagai berikut :

1. Keluhan para karyawan berupa sakit dan pegal yang dapat mengakibatkan cedera otot yang dapat mengakibatkan para pekerjanya masing-masing
2. Masih adanya pelanggan yang mengeluh dikarenakan cita rasa tahu yang hambar dan tekstur tahu mudah hancur
3. Kurangnya promosi yang dilakukan oleh pemilik usaha tahu
4. Harga tahu yang labil terkadang murah terkadang harga naik menjadi mahal dikarenakan kedelai yang langka

## **1.3 Pembatasan Masalah**

Agar persoalan yang dibahas dalam penelitian tidak terlalu meluas dan terarah, maka diperlukan batasan masalah dan asumsi, sebagai berikut :

1. Kegiatan yang dianalisa adalah hanya proses perebusan/pemasakan
2. Dalam penelitian ini tidak menganalisis aspek lingkungan fisik seperti (pencahayaan, suhu, kebisingan, kelembapan, cuaca dan lain-lain)

## **1.4 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang yang telah dijabarkan oleh penulis di atas, maka dapat dirumuskan masalah-masalah yang akan dibahas, yaitu :

1. Bagaimana faktor-faktor internal pada CV Tahu Ani Jaya Kecamatan Sukmajaya Kota Depok ?
2. Bagaimana faktor-faktor eksternal pada CV Tahu Ani Jaya Kecamatan Sukmajaya Kota Depok ?
3. Bagaimana strategi pemasaran yang tepat untuk diterapkan pada usaha tahu CV Tahu Ani Jaya di Kecamatan Sukmajaya Kota Depok ?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian Strategi Pemasaran Tahu Kecamatan Sukmajaya Kota Depok adalah :

1. Untuk menganalisis faktor-faktor internal pada CV Tahu Ani Jaya di Kecamatan Sukmajaya Kota Depok
2. Untuk menganalisis faktor-faktor eksternal pada CV Tahu Ani Jaya di Kecamatan Sukmajaya Kota Depok
3. Untuk menganalisis strategi apa yang cocok diterapkan pada usaha tahu CV Tahu Ani Jaya Kecamatan Sukmajaya Kota Depok dalam meningkatkan penjualan dan memenangkan persaingan

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Untuk menambah referensi pengetahuan terutama mengenai strategi pemasaran.
2. Untuk bahan masukan dan ide untuk dijadikan acuan sebagai bahan evaluasi dalam menjalankan usaha tahu agar mencapai tujuan Perusahaan ke depan
3. Bagi masyarakat umum, dapat dijadikan sumber terkait mengenai strategi pemasaran

### **1.7 Sistematika Penulisan**

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi-materi yang tertera pada laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa subbab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan itu sendiri.

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

## BAB II METODOLGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel dan teknik analisis data penelitian

## BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan yang secara lebih lengkap mengupas berbagai fenomena yang ada dalam penelitian.

## BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan untuk pihak obyek penelitian.

## DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang berbagai buku, jurnal, rujukan yang secara sah digunakan dalam menyusun penelitian ini.