

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Industri tempe dan tahu merupakan bagian penting dari sektor pangan di Indonesia. Kedua produk ini tidak hanya menjadi makanan sehari-hari yang populer di kalangan masyarakat, tetapi juga mencerminkan kekayaan budaya kuliner Indonesia. Tempe dan tahu terbuat dari bahan dasar kedelai, yang mengalami proses fermentasi (untuk tempe) dan koagulasi (untuk tahu). Keduanya dikenal memiliki nilai gizi tinggi, mudah diolah, serta terjangkau oleh berbagai lapisan masyarakat. Karena itulah, industri tempe dan tahu terus berkembang, baik di pedesaan maupun di wilayah perkotaan.

Namun, di balik perkembangan industri ini, terdapat tantangan besar yang harus dihadapi oleh pelaku usaha, terutama yang bergerak di sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Salah satu tantangan terbesar adalah fluktuasi harga kedelai yang tidak stabil sebagai bahan baku utama. Di Indonesia, sekitar 70% kebutuhan kedelai masih dipenuhi melalui impor, terutama dari negara-negara seperti Amerika Serikat, Brasil, dan Kanada.¹ Ketergantungan pada kedelai impor membuat harga bahan baku ini sangat rentan terhadap perubahan kondisi eksternal,

¹ Kementerian Pertanian Republik Indonesia, "Statistik Kedelai Indonesia," 2023.

seperti nilai tukar rupiah, kebijakan perdagangan internasional, serta gangguan iklim di negara-negara produsen kedelai.²

Salah satu penyebab utama dari fluktuasi harga kedelai adalah tingginya ketergantungan Indonesia terhadap impor kedelai. Berdasarkan data Kementerian Pertanian, lebih dari 70% kebutuhan kedelai nasional dipenuhi dari negara produsen seperti Amerika Serikat, Brasil, dan Kanada. Ketergantungan ini menjadikan biaya kedelai di dalam negeri selalu rentan terhadap berbagai faktor eksternal, seperti perubahan nilai tukar rupiah terhadap dolar Amerika, kebijakan ekspor-impor negara produsen, dan gangguan cuaca di negara asal kedelai yang dapat mengganggu hasil panen.³ Selain faktor global, fluktuasi harga kedelai juga dapat dipengaruhi oleh kondisi dalam negeri, seperti tingkat produksi kedelai lokal yang masih rendah, distribusi yang kurang merata, serta spekulasi harga oleh para pedagang besar. Akibatnya, harga kedelai dapat berubah dalam waktu singkat dan sulit diprediksi.⁴

Fluktuasi harga kedelai ini membawa dampak signifikan terhadap biaya produksi industri tempe dan tahu. Ketika harga kedelai naik, produsen tempe dan tahu dihadapkan pada dilema apakah akan menaikkan harga jual produk, yang berisiko menurunkan daya beli konsumen, ataukah menanggung beban kenaikan biaya dan menerima margin keuntungan yang lebih kecil. Dalam banyak kasus, pengrajin memilih untuk menahan harga

² Badan Pusat Statistik (BPS), "Data Impor Kedelai Indonesia," 2023.

³ Pemerintah Indonesia, "Pengaruh Fluktuasi Nilai Tukar terhadap Impor Kedelai," 2021.

⁴ Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Harga Kedelai,"

agar tidak kehilangan pelanggan, namun konsekuensinya adalah menurunnya keuntungan usaha, bahkan bisa menyebabkan kerugian jika kondisi ini berlangsung lama.

Pabrik Tempe dan Tahu Charlos yang berlokasi di Batupapan, Makale, Kabupaten Tana Toraja, juga menghadapi situasi ini. Sebagai pelaku usaha lokal, pabrik ini dituntut untuk tetap bertahan dan menjaga kelangsungan produksi meskipun harga kedelai mengalami fluktuasi yang tidak menentu. Berdasarkan hasil wawancara, pihak pabrik menyatakan bahwa mereka mulai merasakan dampak nyata dari fluktuasi harga kedelai sejak pandemi COVID-19 tahun 2020. Saat itu, gangguan rantai pasok global dan pelemahan nilai tukar rupiah menyebabkan harga kedelai impor melonjak tajam. Hal ini berdampak langsung terhadap biaya produksi dan keberlangsungan operasional pabrik.

Menurut pernyataan dari pemilik pabrik, “Kami mulai merasa berat sejak masa COVID-19. Harga kedelai naik terus, kadang bisa berubah-ubah tiap minggu. Kami harus pintar-pintar atur harga dan jaga kepercayaan pelanggan.” Kondisi ini mendorong pabrik untuk menerapkan strategi pemasaran yang sesuai dan fleksibel terhadap kondisi pasar. Strategi pemasaran bukan hanya soal menjual produk, melainkan mencakup berbagai aspek seperti penyesuaian harga, pengemasan, distribusi, promosi, serta pemanfaatan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar.

Dalam kondisi ekonomi yang tidak stabil dan harga bahan baku yang berubah-ubah, strategi pemasaran yang kreatif dan responsif menjadi sangat penting. Pabrik Tempe dan Tahu Charlos perlu menyusun langkah-langkah pemasaran yang dapat menjaga loyalitas pelanggan, meningkatkan daya tarik produk, serta memperkuat posisi mereka di pasar lokal. Strategi tersebut dapat berupa diversifikasi produk, pengembangan kemasan yang menarik,

penggunaan media sosial sebagai alat promosi, kerja sama dengan warung makan atau pengecer, hingga memberikan harga promosi saat terjadi kenaikan harga bahan baku.

Penelitian ini penting dilakukan untuk memahami cara Pabrik Tempe dan Tahu Charlos mengelola strategi pemasarannya dalam menghadapi tekanan fluktuasi harga kedelai. Pemahaman ini akan memberikan gambaran mengenai ketahanan usaha skala kecil terhadap perubahan ekonomi, sekaligus menjadi referensi bagi pelaku UMKM lain dalam merumuskan strategi pemasaran yang efektif di tengah ketidakpastian pasar. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diidentifikasi berbagai upaya pemasaran yang dilakukan oleh pabrik, tantangan yang mereka hadapi, serta dampak dari strategi tersebut terhadap kelangsungan usaha mereka.

Dalam kondisi ini, peneliti bertujuan untuk mengali lebih dalam strategi pemasaran yang diterapkan pada Pabrik Tempe dan Tahu Charlos dalam menghadapi fluktuasi harga kedelai. Penelitian ini akan menganalisis strategi yang digunakan untuk menghadapi tantangan ini, dan bagaimana dampak fluktuasi harga kedelai terhadap operasional pabrik, serta mendukung atau menghambat penerapan strategi.

B. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Strategi pemasaran apa saja yang diterapkan oleh Pabrik Tempe dan Tahu Charlos dalam menghadapi fluktuasi harga kedelai?

2. Bagaimana strategi pemasaran tersebut berkontribusi terhadap keberlanjutan usaha Pabrik Tempe dan Tahu Charlos?

C. Tujuan penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi dan mendeskripsikan strategi pemasaran yang diterapkan oleh Pabrik Tempe dan Tahu Charlos dalam menghadapi fluktuasi harga kedelai.
2. Mengkaji sejauh mana strategi pemasaran tersebut dapat mendukung keberlanjutan usaha Pabrik Tempe dan Tahu Charlos.

D. Manfaat penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian dalam bidang strategi pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan ketahanan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam menghadapi dinamika harga bahan baku. Selain itu, hasil studi ini dapat dijadikan referensi ilmiah bagi peneliti selanjutnya yang mengkaji industri tempe dan tahu dari sudut pandang pemasaran, baik dalam konteks lokal maupun nasional.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi Pabrik Tempe dan Tahu Charlos:

Hasil penelitian ini memberikan gambaran konkret mengenai strategi pemasaran yang digunakan dalam menghadapi persaingan dan fluktuasi harga, yang dapat dijadikan acuan dalam memperkuat daya saing serta memperbaiki pendekatan pemasaran di masa mendatang.

b. Bagi pelaku usaha sejenis:

Penelitian ini menyajikan informasi yang relevan dan dapat diadaptasi oleh pelaku usaha tempe dan tahu lainnya, seperti pemanfaatan promosi berbasis digital, pengelompokan pasar (segmentasi), serta pengembangan kemitraan yang berkelanjutan.

c. Bagi pelaku UMKM secara umum:

Penelitian ini memberikan inspirasi bagi pelaku usaha kecil dalam merancang strategi pemasaran yang fleksibel dan responsif terhadap perubahan harga bahan baku, sehingga mampu mempertahankan keberlangsungan usahanya dalam situasi ekonomi yang tidak menentu.

E. Sistematika penulisan

Penelitian ini terarah dengan baik di dasarkan pada baiknya penyusunan sistematika penulisan, dalam penulisan penelitian ini sebagai berikut;

BAB I : Pada bab I pendahuluan terdapat uraian tentang latar belakang masalah, fokus masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat, dan sistematika penulisan.

BAB II : Pada bab II menguraikan tentang Landasan teori yang berisi pengertian strategi adaptasi pabrik tempe dan tahu charlos dalam menghadapi fluktuasi harga kedelai.

BAB III : pada bab III menguraikan tentang Metode penelitian, jenis penelitian, tempat atau lokasi penelitian.

BAB IV : Pada Bab ini membahas capaian penelitian dan analisis di bagian penulis memaparkan hasil penelitian dan menganalisis hasil temuan lapangan terkait dengan bagaimana strategi pemasaran pabrik tempe dan tahu Charlos dalam menghadapi fluktuaso harga kedelai.

BAB V: Penutup Keseipulan dan saran pada bab ini penulis memberikan mengenai konsep dari keseluruhan pembahasan.