

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) memegang peran penting bagi pertumbuhan perekonomian Indonesia yang terus didukung agar sektor ini dapat terus berkembang, sehingga perekonomian dapat merasakan dampaknya, dan dapat menambah lebih banyak tenaga kerja. Berdasarkan pernyataan Kementerian Koordinator Bidang Ekonomi, UMKM memberikan dampak sebesar 61%, atau senilai 9.580 triliun terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), dan 97% dari seluruh tenaga kerja yang berasal dari UMKM (Limanseto, 2023). Data dari Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa terdapat 65,5 juta UMKM dari keseluruhan unit usaha.

Salah satu UMKM di kota Yogyakarta adalah Usaha Pabrik Tahu EkoAzka berdiri sejak tahun 2016. Usaha ini memproduksi bahan baku yaitu tahu yang umumnya ada pada kuliner otentik khas nusantara. Tahu adalah makanan yang berbahan dasar kedelai, tahu biasanya digunakan pada makanan khas nusantara seperti Gudeg dan Tahu Campur. Usaha tahu EkoAzka juga menjual berbagai macam varian tahu yaitu tahu putih, kuning, magel, goreng atau tahu bakso, dan tahu sayur.

Suatu UMKM harus terus melakukan beberapa kegiatan atau inovasi yang dapat membuat usaha semakin berkembang. Perkembangan suatu usaha dapat dilihat dari peningkatan pendapat suatu usaha. Peningkatan jumlah penjualan dapat terjadi apabila usaha mendapatkan banyak konsumen atau pelanggan. Konsumen yang meningkat dapat dicapai apabila perusahaan melakukan pemasaran yang maksimal. Salah satu pabrik yang saat ini ingin meningkatkan pemasaran yaitu Pabrik Tahu EkoAzka.

Pabrik Tahu EkoAzka hanya memiliki 1 pabrik yang berada di Grojogan, usaha tahu EkoAzka menerima order secara *online* dan *offline*, untuk orderan secara *offline* pelanggan langsung mengambil pesanan ke pabrik, dan untuk orderan *online* pihak pabrik mengantarkan tahu ke tempat pelanggan atau pelanggan secara langsung datang mengambil pesanan ke pabrik. Jumlah rata-rata selama periode Juli –Desember 2024 hingga Januari – Maret 2025 , terdapat 2 hari dalam sebulan pabrik tidak melakukan produksi karena terdapat hari libur nasional atau tidak adanya orderan yang diterima. Pabrik memiliki 3 pekerja

produksi yang mulai bekerja dari jam 07.00 dan pulang ketika jumlah tahu yang diproduksi telah memenuhi jumlah orderan dari pelanggan. Pabrik tahu EkoAzka menggunakan strategi *Make to Order* (MTO) dalam memproduksi produknya dikarenakan produk tahu merupakan produk yang mudah untuk busuk. Alamat pabrik berada di Jalan Pangeranan, Dusun Grojogan, Kecamatan Banguntapan, Kabupaten Bantul.

Proses produksi tahu membutuhkan 3 bahan utama yaitu kedelai, air, dan cuka bahan yang telah diproduksi kemudian dikemas ke dalam berbagai kemasan dan variasi, tahu yang diproduksi memiliki waktu kadaluarsa yang berbeda yaitu semua jenis tahu bertahan selama 2 hari kecuali tahu goreng yang bertahan selama 3 hari, semua jenis varian tahu yang diproduksi akan langsung dikemas setelah proses produksi telah selesai.

Permasalahan yang sering dialami oleh pabrik tahu EkoAzka yaitu jumlah permintaan yang tidak konsisten atau sering mengalami penurunan. Target jumlah penjualan pabrik selama sebulan yaitu sebanyak 4.200 kg. Namun, jumlah rata-rata penjualan pabrik selama periode Juli - Desember 2024 hingga Januari - Maret 2025 yaitu 3.793 kg. Selama periode tersebut hanya di bulan Agustus yang memenuhi target penjualan. Pada bulan Agustus 2024 penjualan tahu sebanyak 4.220 kg, namun pada bulan Desember 2024 pabrik tahu EkoAzka mengalami penurunan terbesar jumlah penjualan menjadi 3.320 kg atau penurunan yang dialami sebesar 21,33%.

Permasalahan yang dialami ini tentu sangat merugikan pabrik dan karyawan yang bekerja, dimana kerugian yang dialami oleh pabrik yaitu pada jumlah penjualan yang tidak stabil, dan upah karyawan dihitung berdasarkan jumlah tahu yang diproduksi selama sehari. Keadaan tersebut terjadi karena pihak pabrik belum mampu untuk melakukan pengembangan pasar di kota Yogyakarta. Hal ini didasari oleh pihak pabrik yang belum memahami tentang pengembangan pemasaran, sehingga pengetahuan tentang pemasaran dan pengembangan pasar masih kurang. Selain itu, pihak pabrik juga belum mampu untuk melakukan analisis pasar di kota Yogyakarta, sehingga cukup sulit bagi pabrik tahu EkoAzka untuk melakukan pengembangan pasar.

1.2. Penelusuran Masalah

Selama observasi, proses yang dilakukan untuk menelusuri permasalahan yang sedang terjadi di Pabrik Tahu EkoAzka, melalui tahap wawancara dengan

beberapa *stakeholder* yang berperan penting pada usaha Tahu EkoAzka. Observasi dilakukan secara langsung ke lokasi pabrik dan proses wawancara bersama Eko Nur Setiawan selaku pemilik usaha pabrik tahu, Ika Widyaningsih selaku pemasaran produk, Bimo, Adi, dan Hermawan selaku tim produksi.

Hasil wawancara yang dilakukan dengan Bimo, Adi, Hermawan selaku tim produksi, terdapat permasalahan pada proses produksi khususnya dibagian penggorengan tahu. Permasalahan yang terjadi ini disebabkan karena adanya *orderan* tahu goreng yang diterima pabrik secara mendadak. Tahu yang baru diproduksi, umumnya jika langsung digoreng maka hasilnya tidak maksimal karena rentan hancur, tahu yang hancur ini tidak dapat dijual kembali karena bentuknya yang tidak layak, sehingga tahu tersebut hanya dibagikan ke pekerja atau dikonsumsi pribadi.

Hasil wawancara yang dilakukan dengan para *stakeholder*, terdapat permasalahan pada kualitas kedelai yang diterima pabrik. Kualitas kedelai yang diterima terkadang tidak sesuai dengan keinginan pabrik, dimana kedelai yang diterima pabrik kebanyakan kedelai yang muda. Jika kedelai yang digunakan untuk memproduksi tahu kebanyakan yang muda dibandingkan yang tua maka tekstur dari tahu pada saat proses pencetakan akan mudah hancur. Namun pekerja sudah sangat berpengalaman untuk permasalahan seperti ini sehingga terkadang pekerja menambahkan kedelai tua jika terjadi hal seperti ini. Selain itu pekerja juga dapat menakar jumlah cuka untuk menghindari tekstur tahu yang mudah hancur. Pemilik usaha juga tidak dapat mengganti *supplier* yang memasok persediaan kedelai karena kerjasama yang dijalankan *supplier* dengan pemilik usaha sudah cukup lama, *supplier* juga memberikan modal kepada pemilik usaha, modal yang diberikan oleh *supplier* berupa kedelai. Sehingga pemilik usaha akan melakukan pembayaran bahan baku ke *supplier* berdasarkan kedelai yang telah diproduksi menjadi tahu dan dijual.

Hasil wawancara yang dilakukan dengan Eko Nur Setiawan selaku pemilik usaha tahu EkoAzka, terdapat permasalahan terkait bahan bakar yang digunakan, proses pembuatan tahu yang ada di pabrik tahu EkoAzka menggunakan uap untuk memasak kedelai yang telah dihaluskan. Bahan bakar yang digunakan oleh pabrik yaitu kayu bakar. Namun pada musim hujan, kayu bakar yang akan digunakan basah, hal ini disebabkan karena gudang yang digunakan untuk menyimpan kayu bakar mengalami kerusakan pada bagian dinding dan atap

sehingga kayu bakar terkena air hujan. Hal tersebut membuat proses produksi terkadang dihentikan, tetapi pabrik sudah merencanakan untuk melakukan perbaikan terkait gudang penyimpanan kayu bakar.

Hasil wawancara dengan Ika Widyaningsih selaku bagian pemasaran produk, terdapat permasalahan terkait pemasaran produk. Usaha tahu EkoAzka menggunakan strategi *Make To Order* (MTO) pada proses pengadaan produk, strategi MTO digunakan untuk menghindari produk tahu yang busuk dikarenakan produk tahu yang dihasilkan pabrik EkoAzka hanya bertahan selama dua sampai tiga hari di kondisi suhu ruang. Alasan lain usaha tahu EkoAzka menggunakan strategi MTO karena perkembangan pemasaran yang tidak maksimal, yakni masih menggunakan sistem pemasaran secara konvensional yaitu menunggu pelanggan datang ke pabrik untuk membeli, menunggu pelanggan memesan lewat *WhatsApp*, dan menggunakan pemasaran dari mulut ke mulut (*Word of Mouth Marketing*). Hal tersebut menyebabkan pelanggan tidak bertambah atau tidak tetap dari tahun 2016-2024, sedangkan untuk memenuhi target penjualan usaha tahu EkoAzka harus dapat melakukan perkembangan pemasaran guna mendapatkan banyak pelanggan.

Hasil wawancara yang dilakukan dengan Eko Nur Setiawan selaku pemilik usaha, Ika Widyaningsih selaku bagian pemasaran produk dan Bimo, Adi, Hermawan selaku tim produksi, terdapat permasalahan terkait proses pengelolaan tahu dari awal hingga akhir. Dimana perusahaan sudah memiliki *Standard Operational Procedures* (SOP), namun tidak digunakan pekerja pada saat proses produksi sehingga kemungkinan terjadinya kecelakaan pada proses produksi akan cukup tinggi, apabila SOP tidak digunakan pada pabrik maka dapat berdampak pada masalah kesehatan bagi para pekerja jika aktivitas dilakukan terus-menerus dalam jangka waktu yang lama. Pemilik usaha menyarankan para pekerja untuk menerapkan SOP yang telah dirancang sebelumnya untuk menghindari terjadinya kecelakaan kerja. Namun para pekerja tidak menggunakan SOP yang ada pada saat melakukan pekerjaan karena pekerja menganggap proses pekerjaan dengan menggunakan SOP cukup merepotkan, sedangkan pemilik usaha dan bagian pemasaran ingin para pekerja dapat melakukan proses produksi secara maksimal sehingga pemilik mengikuti keinginan para pekerja untuk tidak menggunakan SOP yang ada.

Berdasarkan pemaparan seluruh permasalahan yang ditemukan dari usaha tahu EkoAzka melalui wawancara dengan seluruh *stakeholder* yang terlibat, dan dari hasil pengamatan secara langsung, masalah yang akan diangkat untuk dapat diselesaikan pada tugas akhir ini yaitu permasalahan terkait perkembangan pemasaran produk. Sesuai dengan permasalahan yang ingin diselesaikan oleh usaha tahu EkoAzka yaitu melakukan pengembangan pemasaran untuk meningkatkan jumlah pelanggan. Masalah ini sangat penting untuk diselesaikan karena pemilik ingin usaha tahu EkoAzka berkembang dari segi pemasarannya selain itu transportasi yang dimiliki juga sangat mumpuni untuk pengantaran dan perluasan perkembangan pasar yang lebih maksimal.

Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan secara terperinci, Pabrik Tahu EkoAzka mempunyai permasalahan dibagian pemasaran dan memerlukan solusi pada proses pemasaran produk di Kota Yogyakarta khususnya pada Kabupaten Bantul.

1.3. Rumusan Masalah

Permasalahan yang dihadapi oleh Pabrik Tahu EkoAzka adalah terkait dengan pengembangan area pemasaran Tahu di kota Yogyakarta khususnya di Kabupaten Bantul yang saat ini masih belum maksimal.

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan tugas akhir ini yaitu untuk merancang solusi untuk meningkatkan penjualan produk tahu EkoAzka hingga mencapai 10% dari kondisi sebelumnya setelah 2 minggu implementasi solusi.

1.5. Batasan Masalah

Terdapat beberapa batasan yang digunakan pada penelitian ini diantaranya adalah:

1. Perluasan area pemasaran hanya dilakukan di kota Yogyakarta khususnya Kabupaten Bantul.
2. Rancangan solusi dibuat untuk jenis tahu putih dan kuning yang telah disetujui oleh *owner*.
3. Tidak dilakukan perubahan dan penambahan tenaga kerja karena *owner* tidak menghendaki.
4. Data jumlah penjualan yang digunakan dari bulan Juli 2024 - Maret 2025.
5. Biaya implementasi solusi yang direncanakan tidak boleh lebih dari Rp.400.000.