

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sasaran pembangunan perekonomian nasional dibidang industri pada tahun 2018, yaitu tercapainya peningkatan pertumbuhan industri yang cukup tinggi, baik nilai tambah, kesempatan kerja, maupun ekspor, sehingga sektor industri makin efektif sebagai penggerak pembangunan ekonomi yang didukung oleh peningkatan kemampuan teknologi dan pemanfaatan sumberdaya yang optimal, serta meningkatnya peran masyarakat secara produktif dan meluasnya persebaran lokasi industri ke daerah-daerah dalam pengembangan industri kecil dan menengah. Disisi lain arah pembangunan ekonomi daerah Jambi adalah *Agro Base*, maka perkembangan dan akselerasi sektor industri di Propinsi Jambi telah menuju pada industri yang mengolah hasil pertanian, perkebunan, dan kehutanan, serta diarahkan untuk menciptakan struktur ekonomi yang lebih kokoh dan seimbang yaitu struktur ekonomi dengan titik berat industri yang maju dan didukung oleh pertanian yang tangguh.

Provinsi Jambi bukan merupakan daerah penghasil utama kedelai, namun produksi kedelai yang ada di Provinsi Jambi mampu memberikan kontribusi bagi para petani yang ada di Provinsi Jambi. Lampiran 1 menunjukkan luas panen kedelai yang ada di Provinsi Jambi pada tahun 2017 sebesar 4906 Ha dengan total produksi 6732 ton. Jumlah ini menurun dari tahun sebelumnya. Hal ini mengindikasikan bahwa Provinsi Jambi harus mengembangkan produksi dari usahatani kedelai. Buah kedelai (*Glycine max*) yang merupakan bahan baku industri pengolahan kedelai termasuk dalam familia *Fabaceae*. Dalam familia ini

genus Glycine (L.) Merr merupakan satu-satunya genus yang cukup memiliki nilai ekonomis dan dikembangkan secara komersil (Zara Yunizar, 2017)

Pembangunan sektor produksi di Kota Jambi diarahkan kepada kebijakan Nasional dan kebijakan Daerah serta mengacu pada trilogi pembangunan, yaitu kemandirian, pertahanan nasional, persatuan dan kesatuan, serta berperan dalam meningkatkan perekonomian masyarakat di pedesaan, dan memiliki keunggulan komparatif karena menggunakan sumber bahan baku yang tersedia di dalam negeri (Disperindag, 2018).

Pengembangan industri kecil dipedesaan merupakan salah satu prioritas dalam pembangunan di sektor industri, selain itu pengembangan industri kecil mengemban misi, menciptakan pemerataan kesempatan kerja dan usaha pelestarian seni dan budaya, modernisasi masyarakat pedesaan, dan meningkatnya ekspor. Industri kecil meliputi industri kecil rumah tangga dan kerajinan yang termasuk kedalam kelompok Industri Hasil Pertanian dan Kehutanan (IHPK)

Keuntungan yang diperoleh dengan adanya agroindustri pengolahan kedelai dapat ditinjau dari berbagai aspek diantaranya : pertama, dari aspek pemenuhan gizi. Buah kedelai merupakan salah satu buah yang kaya akan kandungan vitamin. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Zahra Yunizar (2017), bahwa pada setiap 100 gr buah kedelai mengandung 121,7 mg vitamin C dan zat-zat gizi lainnya. Kadar zat gizi yang terkandung didalam 100 gr buah kedelai, dapat dilihat pada Lampiran 2. Kedua, dari aspek ekonomi, pengolahan kedelai dapat memperpanjang umur simpanan, penganekaragaman makanan, memberi nilai tambah, memanfaatkan kelebihan produksi kedelai yang tidak tertampung oleh pasar, membuka kesempatan kerja, serta bila dapat mencapai

sasaran ekspor maka dapat memberikan tambahan bagi devisa negara (Disperindag, 2018).

Usaha agroindustri merupakan usaha yang sangat potensial, mengingat kebiasaan masyarakat yang mulai berubah dengan menginginkan makanan yang cepat saji dan praktis dibandingkan dengan membuat sendiri. Di kota Jambi, kedelai telah berhasil diolah menjadi produk yang menarik bagi konsumen sehingga nilai dari komoditas ini menjadi lebih tinggi. Kota Jambi memiliki potensi dalam mengembangkan industri-industri kecil dan menengah, terutama yang berbahan baku kedelai. Hal ini dibuktikan oleh banyaknya industri-industri pengolahan keripik tempe di Kota Jambi sebanyak 15 agroindustri dengan tenaga kerja sebanyak 55 orang (Lampiran 3). Kota Jambi terdiri dari 11 kecamatan, dimana 7 diantaranya mengusahakan agroindustri keripik tempe seperti pada Tabel 1.

Tabel 1. Jumlah Tenaga Kerja dan Agroindustri Keripik Tempe di Kota Jambi Tahun 2018

Kecamatan	Jumlah Agroindustri	Tenaga Kerja
Alam Barajo	2	4
Paal Merah	3	9
Kotabaru	3	10
Jambi Timur	2	6
Jelutung	3	21
Jambi Selatan	1	2
Telanaipura	-	-
Danau Sipin	1	3
Pasar Jambi	-	-
Danau Teluk	-	-
Pelayangan	-	-

Sumber : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Jambi, 2018

Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat bahwa tidak semua kecamatan yang ada di Kota Jambi mengusahakan keripik tempe untuk diolah menjadi sebuah produk agroindustri. Kecamatan Kota Baru, Paal Merah dan Kecamatan Jelutung menjadi Kecamatan yang terbanyak mengusahakan tempe yaitu sebanyak 9 agroindustri. Namun, Kecamatan Jelutung memiliki tenaga kerja yang lebih banyak dibandingkan dengan dua Kecamatan lainnya, yaitu Kecamatan Kota Baru dan Kecamatan Paal Merah. Masing-masing memiliki tenaga kerja sebanyak 9 orang untuk Kecamatan Paal Merah sedangkan di Kecamatan Kota Baru sebanyak 10 orang. Dengan banyaknya tenaga kerja yang bekerja di agroindustri keripik tempe mengindikasikan bahwasannya Kecamatan Jelutung lebih banyak mengusahakan agroindustri secara intensif.

Salah satu agroindustri yang berada di Kecamatan Jelutung yang mengolah tempe menjadi keripik tempe adalah agroindustri Ilham (Lampiran 4). Agroindustri Ilham yang mulai berdiri sejak 2004 dengan merek dagang “ILHAM”. Agroindustri ini memulai usahanya dengan modal pribadi sebesar Rp. 10.000.00 yang digunakan untuk membeli bahan baku, alat-lat produksi serta kebutuhan lain yang menunjang produksinya. Agroindustri Ilham mendapatkan bahan bakunya dari pengusaha tempe di sekitaran Kecamatan Paal Merah dan beberapa pengusaha tempe lainnya yang ada di sekitaran Kota Jambi. Harga bahan baku yang mereka dapatkan berkisar anatar Rp. 1.500 sampai Rp. 1.700 perbatangnya.

Agroindustri ini telah terdaftar di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Jambi dan telah memiliki surat izin dari dinas kesehatan DINKES P.IRT No. 2151571020107-25. Awal usaha ini didirikan, agroindustri ini memproduksi

keripik tempe rata-rata kurang dari 10 bungkus perhari. Seiring berjalannya waktu produksi dari agroindustri ini terus meningkat hingga dapat memproduksi sekitar 400 bungkus perharinya. Hal ini tidak diikuti dengan produksi kedelai di Provinsi Jambi. Data dari Dinas Tanaman Pangan, Hortikultura, dan Peternakan Provinsi Jambi menunjukkan terjadinya fluktuasi produksi kedelai di Provinsi Jambi (Lampiran 1). Namun hal tersebut tidak mengurangi produksi dari agroindustri keripik tempe Ilham sehingga agroindustri ini terus melakukan produksi bahkan meningkatkan produksinya.

Agroindustri keripik tempe Ilham telah memasarkan produknya ke swalayan-swalayan yang ada dikota Jambi Seperti, Jamtos, Trona, Tropi, Meranti dan berbagai toko oleh-oleh yang ada dikota Jambi. Selain itu agroindustri keripik tempe Ilham ini juga telah menembus pasar luar Provinsi Jambi seperti Bengkulu, Palembang, Lampung, dan Pekanbaru. Data dari agroindustri menunjukkan perkembangan, volume produksi dan volume penjualan keripik tempe Ilham dari tahun 2014 – 2018 yang dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Perkembangan Volume Produksi dan Volume Penjualan Keripik Tempe Ilham di Kecamatan Jelutung, Tahun 2014 - 2018

No	Tahun	Volume Produksi (Kg)	Volume Penjualan (Kg)
1.	2014	94.700	94.610
2.	2015	94.150	92.600
3.	2016	95.650	95.490
4.	2017	96.050	95.390
5.	2018	99.200	97.300

Sumber : Agroindustri Keripik Tempe Ilham tahun 2018

Tabel 2 menunjukkan bahwa volume produksi mengalami peningkatan walaupun pada tahun 2015 terjadi penurunan dari 94.700 kg menjadi 94.150 kg.

Namun berbeda dengan volume penjualan, volume penjualan cenderung naik turun pada beberapa tahun. Melihat perkembangan volume produksi yang meningkat, namun volume penjualan tidak stabil, maka agroindustri perlu menganalisis kembali kebijakan-kebijakan agroindustri yang diantaranya adalah strategi pemasaran. Data diatas menunjukkan bahwa dengan meningkatnya volume produksi seharusnya diikuti dengan meningkatnya volume penjualan, tetapi hal ini tidak terlihat pada agroindustri keripik tempe Ilham, oleh karenanya salah satu dari hal penting yang harus diterapkan agar volume penjualan meningkat pada setiap waktunya adalah pada atrategi pemasarannya.

Untuk menunjang aktivitas pemasaran, suatu agroindustri berupaya untuk meningkatkan strategi pemasaran dan target yang akan dicapainya. Oleh karena itu, setiap pengusaha harus menyadari betapa pentingnya peranan pemasaran terutama strategi pemasaran yang tepat untuk usaha yang dijalankannya agar pemasaran produk yang dilakukannya dapat berjalan dengan baik. Bauran pemasaran merupakan salah satu bentuk strategi pemasaran agar konsumen mau membeli dan menggunakan produk yang ditawarkan. Suatu agroindustri perlu mengevaluasi bauran pemasaran yang dilakukan agar agroindustri mengetahui apa yang membuat konsumen tertarik untuk membeli suatu produk. Dengan adanya strategi bauran pemasaran yang tepat akan meningkatkan penjualan sehingga memudahkan tercapainya tujuan dari agroindustri tersebut.

Fitriyono dan Khuzaini (2014) mengatakan bahwa bauran pemasaran yang merupakan kombinasi variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran, variabel yang dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi reaksi para pembeli atau konsumen. Suhamo dan Sutarso (2013)

mengatakan bahwa bauran pemasaran terdiri dari 4 aktivitas utama, yaitu produk, harga, distribusi, dan promosi. Keempat aktivitas tersebut harus terintegrasi dalam arti masing-masing saling berhubungan dan saling mendukung. Penentuan bauran pemasaran yang tepat sasaran akan membuat meningkatnya jumlah penjualan produk. Oleh karena itu, pengetahuan tentang bauran pemasaran yang baik dalam upaya kegiatan pemasaran secara intensif menjadi faktor penting yang harus diketahui setiap agroindustri dalam mempertahankan kelangsungan hidup suatu agroindustri dan menjual produk sebanyak-banyaknya.

Fluktuasi yang cukup tajam pada volume penjualan dan volume produksi agroindustri keripik tempe Ilham merupakan suatu kondisi yang tidak baik bagi industri itu sendiri dikarenakan pada dasarnya setiap agroindustri mengharapkan kenaikan pada volume penjualan minimal dapat mempertahankan volume penjualan tersebut, sehingga tidak akan menghambat pengembalian investasi yang berpengaruh pada keberlangsungan hidup industri itu sendiri.

Kelemahan didalam memanfaatkan peluang pasar yang tersedia dapat disebabkan oleh berbagai faktor, baik faktor internal maupun faktor eksternal agroindustri. Salah satu faktor yang sangat dominan berpengaruh terhadap luasnya *Market Share* agroindustri adalah faktor strategi pemasaran yang dijalankan oleh perusahaan. Adapun salah satu strategi dasar pemasaran menurut Swastha dan Irawan (1990) adalah bauran pemasaran (*marketing mix*) yang merupakan kombinasi dari empat variabel/kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran perusahaan, yaitu : produk, struktur harga, kegiatan promosi, dan sistem distribusi.

Berdasarkan gambaran situasi yang dihadapi oleh agroindustri keripik tempe Ilham, maka diperlukannya penelitian mengenai **“Analisis Bauran Pemasaran dan Pengaruhnya Terhadap Volume Penjualan Keripik Tempe Agroindustri Ilham di Kecamatan Jelutung Kota Jambi”**

1.2 Perumusan Masalah

Setiap perusahaan dalam menjalankan usahanya pasti memiliki tujuan yang ingin dicapainya. Oleh karena itu perusahaan harus dapat tetap hidup, berkembang dan mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan lain yang sejenis. Untuk mencapai tujuan perusahaan, perusahaan harus memiliki strategi yang tepat didalam menjalankan usahanya. Agroindustri Ilham diharapkan mampu berkembang dan meningkatkan pendapatan pemilik agroindustri serta berkontribusi dalam meningkatkan nilai tambah di sektor pertanian. Tantangan utama yang dihadapi perusahaan adalah bagaimana cara membangun dan mempertahankan usaha yang sehat dengan keadaan pasar dan lingkungan yang mengalami perubahan. Berhasilnya suatu perusahaan tergantung pada pandangan yang berdasarkan pasar dan pelanggan (Kotler, 2001). Pemasaran yang baik akan memberikan manfaat bagi kinerja perusahaan sehingga pengelolaan perusahaan akan optimal baik dalam fungsi produksi maupun pemasarannya

Data produksi agroindustri Ilham menunjukkan volume produksi cenderung meningkat tetapi volume penjualan di tahun-tahun berikutnya cenderung berfluktuasi atau naik turun. Hal ini mengakibatkan penarikan produk-produk dari pasar yang tidak laku dijual sehingga menyebabkan kerugian dalam pemasaran produk. Manajer perusahaan harus cakap dalam menyusun rencana perusahaan agar tidak terjadi penarikan barang yang tidak laku dipasaran yang

menyebabkan kerugian dalam pemasaran produk. Salah satu bentuk strategi pemasaran yang mampu meningkatkan penjualan adalah bauran pemasaran (*marketing mix*) yang meliputi empat masalah pokok yaitu produk, harga, promosi, dan distribusi. Namun untuk mengimplementasikan variabel bauran pemasaran dibutuhkan biaya yang akan dikeluarkan perusahaan. Agroindustri Ilham perlu mempertimbangkan aspek strategi pemasaran yaitu bauran pemasaran dalam menjalankan kegiatan penjualan produknya. Adanya penetapan bauran pemasaran akan dapat membawa agroindustri tersebut mencapai tujuan perusahaan, sehingga perusahaan dituntut untuk dapat menciptakan produk yang sesuai dengan tuntutan pasar dan memiliki konsep penjualan yang baik.

Penerapan strategi ini dapat mempengaruhi naik turunnya volume penjualan, dengan kata lain akan ikut mempengaruhi besar kecilnya pangsa pasar yang dapat dikuasai. Besar kecilnya pangsa pasar yang dapat dikuasai akan berpengaruh terhadap jumlah produk yang dapat diproduksi kemudian dijual, yang pada akhirnya bauran pemasaran dapat membantu perusahaan untuk mencapai laba yang diinginkan.

Kondisi pasar selalu mengalami perubahan menyebabkan agroindustri harus melakukan penyesuaian-penyesuaian dalam penerapan bauran pemasaran. Oleh sebab itu, perlu diadakan analisis preferensi konsumen mengenai bauran pemasaran yang selama ini telah dilaksanakan terutama produk dan harga, agroindustri dapat melihat sisi kelemahan untuk diperbaiki dan sisi positif untuk tetap dipertahankan dalam melakukan pengembangan produk dan dapat bertahan dipasaran.

Berdasarkan uraian di latar belakang maka yang akan menjadi perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana bauran pemasaran keripik tempe pada agroundustri Ilham di Kecamatan Jelutung Kota Jambi ?
2. Bagaimana pengaruh bauran pemasaran yang meliputi biaya produk, harga, promosi, dan distribusi terhadap volume penjualan keripik tempe pada agroundustri Ilham di Kecamatan Jelutung Kota Jambi ?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bauran pemasaran keripik tempe pada agroindustri Ilham di Kecamatan Jelutung Kota Jambi.
2. Untuk menganalisis pengaruh biaya bauran pemasaran yang meliputi biaya produk, harga, promosi dan distribusi terhadap volume penjualan pada produk keripik tempe Ilham di Kecamatan Jelutung Kota Jambi.

1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Dengan dianalisisnya bauran pemasaran yang di terapkan oleh agroindustri keripik tempe Ilham, merupakan masukan dalam merumuskan kebijakan dan rencana tindakan guna meningkatkan kinerja pemasaran pada agroindustri tersebut.
2. Untuk memberikan informasi yang dibutuhkan bagi berbagai pihak yang membutuhkannya.
3. Sebagai salah satu persyaratan menyelesaikan studi untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian pada Fakultas Pertanian Universitas Jambi.