

ANALISIS STRATEGI PENJUALAN TAHU SUSUN DALAM MENINGKATKAN PRODUKSI TAHU DI DESA LALANGON KECAMATAN MANDING

Muhammad Ilham Cholif¹, Very Andrianingsih²

¹⁻²Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wiraraja

¹muhammadilhamcholif98@gmail.com, ²veryandrianingsih@wiraraja.ac.id

ABSTRACT

The problem studied in this thesis is about the sales strategy of stacked tofu in increasing tofu production at the tofu factory in Lalangon Village, Manding District. With the aim of knowing the sales strategy of Tofu at the Tofu Factory, Lalangon Village, Manding District, Sumenep Regency. In determining the strategy, the researcher uses a SWOT analysis by knowing the internal environment (strengths and weaknesses) and the external environment (opportunities and threats). The type of research in this study is to use a qualitative research type with the informants of the Lalangon Village Tofu factory owner, the Production section, Traders, and consumers. The research instrument was carried out by observation, interviews and documentation. The data analysis used is SWOT analysis. The results showed that the analysis of the internal environment had the strength of its own capital, business experience in the field of tofu, good relations between entrepreneurs, short distribution lines, good quality of tofu, guaranteed production continuity. Meanwhile, the weaknesses are limited working capital, low education level, no product diversity, limited promotion, less hygienic management of tofu, not evaluating and monitoring properly, waste management is not optimal. In external conditions, the opportunities that are owned are the attention from the government, there is trust from consumers, the continuity of raw materials is guaranteed, traders help expand marketing. Meanwhile, the threats are a complicated process to get capital from the cooperative service, competition in the quality and quantity of tofu between tofu factories, fluctuations in raw materials, etc. Strategies that can be applied are maintaining product quality by utilizing technological developments to maintain consumer confidence, improving the quality of human resources through programs from the government, establishing partnerships to improve marketing efficiency and using simple SOPs for effectiveness and efficiency.

Keywords: Sales Strategy, SWOT Analysis, Tofu

ABSTRAK

Masalah yang diteliti dalam skripsi ini yaitu mengenai Strategi penjualan tahu susun dalam meningkatkan produksi tahu pada pabrik tahu Desa Lalangon Kecamatan Manding. Dengan tujuan untuk mengetahui strategi penjualan Tahu pada Pabrik tahu Desa Lalangon Kecamatan Manding Kabupaten Sumenep. Dalam menentukan strateginya peneliti menggunakan analisis SWOT dengan cara mengetahui lingkungan internal (kekuatan dan kelemahan) dan lingkungan eksternal (peluang dan ancaman). Jenis penelitian dalam penelitian ini yaitu menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan informan pemilik pabrik Tahu Desa Lalangon, bagian Produksi, Pedagang, serta konsumen. Instrumen penelitian dilakukan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis lingkungan internal memiliki kekuatan Modal Sendiri, pengalaman Usaha dibidang tahu, hubungan yang baik antar pengusaha, alur distribusi pendek, kualitas tahu yang baik, kontinuitas produksi terjamin. Sedangkan kelemahannya modal usaha terbatas, tingkat pendidikan Rendah, tidak ada keberagaman produk, promosi terbatas, pengelolaan tahu kurang higienis, belum melakukan evaluasi dan pengawasan secara baik, pengelolaan limbah kurang optimal. Pada kondisi eksternal, peluang yang dimiliki yaitu adanya perhatian dari pemerintah, ada kepercayaan dari konsumen, kontinuitas bahan baku terjamin, pedagang membantu memperluas pemasaran. Sedangkan ancamannya adalah proses yang rumit untuk mendapatkan modal dari dinas koperasi, adanya persaingan kualitas dan kuantitas tahu antar pabrik tahu, adanya fluktuasi bahan baku,. Strategi yang dapat diterapkan yaitu mempertahankan kualitas produk dengan memanfaatkan perkembangan teknologi untuk menjaga kepercayaan konsumen, peningkatan kualitas SDM melalui program dari pemerintah, menjalin kemitraan untuk meningkatkan efisiensi pemasaran dan penggunaan SOP secara sederhana guna keefektifan dan efisien.

Kata Kunci : Strategi Penjualan, Analisis SWOT, Tahu

PENDAHULUAN

Melihat peluang usaha pada saat ini adalah suatu usaha yang menjadi kebutuhan

utama dari masyarakat yaitu Makanan. Kebutuhan terhadap makanan merupakan kebutuhan utama semua orang, oleh karena

itu di setiap kota sekarang banyak sekali orang yang memilih mendirikan usaha kecil (UMKM). karena Usaha UMKM ini dianggap mudah dalam mendirikannya, dikarenakan bermodal sedikit sudah bisa mendirikan usaha dengan keuntungan yang besar dan tingkat risiko yang tidak cukup besar.

Ujung timur Pulau Madura terdapat kabupaten yang bergerak di bidang bahan pangan yaitu Kabupaten Sumenep, merupakan Kabupaten yang terletak di Provinsi Jawa Timur. Kabupaten Sumenep memiliki 27 Kecamatan salah satunya adalah Kecamatan Manding.

Salah satu hasil pertanian dari sektor tanaman yang banyak diminati adalah kedelai. Karena dapat diolah menjadi bermacam-macam olahan seperti kecap, tahu, tempe, dan makanan ringan seperti cemilan dan sebagainya . Sehingga di Kabupaten Sumenep sudah banyak yang sudah mendirikan UMKM yaitu Pabrik Tahu yang salah satunya di Desa Lalangon.

Pabrik yang dikelola bapak H. Rahmat di Desa Lalangon sudah banyak memiliki konsumen yang bermacam macam, namun belum bisa sampai luar kota di karenakan Strategi pemasaran yang dipakai untuk memasarkan masih dari mulut ke mulut jadi peluang untuk terjual di luar Kota Relatif Kecil dan penjualan tahu pada tahun 2020 mengalami penurunan setiap bulannya .Hal tersebut terbukti dari data penjualan Tahu dalam kurun waktu 1 tahun di tahun 2020 sebagai berikut :

Tabel 1. Data penjualan pabrik tahu di Desa Lalangon tahun 2020

Bulan	Pabrik H.Rahmat
Januari	168.000.000
Februari	126.000.000
Maret	168.000.000
April	168.000.000
Mei	126.000.000
Juni	84.240.000
Juli	84.240.000
Agustus	126.000.000
September	126.000.000
Oktober	168.000.000
November	84.240.000
Desember	126.000.000
Total penjualan	1.554.720.000

Sumber : Data Primer diolah Sendiri

Penurunan ini juga dipengaruhi oleh terjadinya COVID-19 mulai Bulan Maret dan bisa kita lihat pada tabel penjualan di atas penurunan paling drastis di mulai sejak Bulan Maret sampai bulan Mei yaitu pada Saat terjadinya Covid – 19.

Permasalahan yang saya kaji dalam penelitian ini adalah pemilik memiliki kendala berupa Strategi Penjualan produk, yang sebelumnya kita ketahui diatas untuk Strategi Penjualannya masih dari mulut ke mulut. Pemasaran yang kurang luas menghambat berkembangnya Usaha Pabrik Tahu ini yang mengakibatkan penurunan dan nantinya akan berakibat pada kerugian. Dalam hal ini perlunya Strategi penjualan atau strategi pemasaran yang harus diterapkan.

Sebelum melakukan pemasaran dibutuhkan analisis yang efisien dan efektif seperti halnya analisis SWOT, Analisis SWOT adalah suatu analisis yang digunakan oleh organisasi untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman pada suatu organisasi (Fred R. dan Forest R. David,2016).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian Deskriptif kualitatif yaitu jenis penelitian yang digunakan adalah latar alamiah. Dengan metode yang digunakan seperti wawancara, pengamatan, serta pemanfaatan dokumen dengan melibatkan fenomena yang terjadi.

Informan Kunci merupakan Pemilik/owner dari pabrik tahu di Desa Lalangon, yaitu bapak H.Rahmat, Informan Utama merupakan semua karyawan yang bekerja di pabrik tahu yaitu Bapak Saleh dan Informan pendukung merupakan konsumen. Yaitu pedagang dan pengecer.

Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data menggunakan Analisis Faktor Internal dan Faktor Eksternal serta Alternatif Strategi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pabrik tahu Desa Lalangon dengan pemilik yaitu Bapak Haji rahmat beroperasi pada awal tahun 1970 dengan kapasitas tanah 1000 Meter yang bertempat di jalan raya Manding Desa Lalangon Rt/Rw 01/01. Pabrik tahu yang dijalankan oleh pengusaha Bapak Haji Rahmat ini sejak awal tahun 1970 sampai sekarang 2021 berpindah tempat sebanyak 4 kali yaitu pada tahun 1973,1975,1977 dan yang terakhir 2004 sampai sekarang, namun tempat pabrik tahu tidak berpindah di luar Desa Lalangon hanya berpindah tidak jauh dari tempat sebelumnya dan akhirnya pada awal 2004 menemukan tempat yang paling strategis yaitu dipinggir jalan Raya Manding Desa Lalangon.

Visi pabrik Tahu Desa Lalangon adalah mewujudkan pabrik tahu Desa Lalangon sebagai pabrik Mandiri, Unggul dalam kualitas produk.

Misi Pabrik Tahu Desa Lalangon

- a. Untuk Meningkatkan pengelolaan pabrik tahu dengan terus meningkatkan kualitas sumber daya manusia.
- b. Meningkatkan kualitas produksi guna meningkatkan Omset Penjualan
- c. Meningkatkan kesejahteraan karyawan

1. Identifikasi faktor Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman

Berikut ini adalah kekuatan, kelemahan serta peluang dan ancaman yang dimiliki oleh pabrik Tahu Desa Lalangon

a. Kekuatan (Strength)

Berikut ini adalah kekuatan yang dimiliki oleh Pabrik Desa Lalangon yang didapatkan dari hasil wawancara dengan menganalisis faktor internal dan eksternal pada pabrik tahu Desa Lalangon

- 1) Modal sendiri, meskipun dengan modal yang terbatas pabrik Desa Lalangon Sudah bisa dikatakan Mandiri dalam mendirikan usahanya dan tidak terikat hutang dengan pihak manapun.
- 2) Pengalaman usaha dibidang tahu
- 3) Hubungan yang baik antar pengusaha, hal ini menjadi kekuatan yang dimiliki pabrik tahu Desa Lalangon karena selain tidak merugikan antar masing – masing pengusaha tahu juga bermanfaat untuk memperluas jaringan sosial.
- 4) Alur distribusi penjualan tahu yang pendek,
- 5) Kualitas produksi tahu baik, hal ini menjadi kekuatan pada pabrik tahu Desa Lalangon karena tahu yang diproduksinya tidak mengandung pengawet dan bahan pewarna lainnya.
- 6) Kontinuitas produksi terjamin, hal ini masuk kedalam kekuatan sebab produk tahu yang selalu ada membuat

konsumen terus percaya terhadap kualitas yang dihasilkan.

b. Kelemahan (Weakness)

Berikut ini adalah kelemahan yang dimiliki oleh Pabrik Desa Lalangon yang didapatkan dari hasil wawancara dengan menganalisis faktor internal dan eksternal pada pabrik tahu Desa Lalangon

- 1) Modal usaha terbatas, dengan modal yang terbatas pabrik Desa Lalangon sulit untuk mengembangkan usahanya oleh karena itu hal tersebut menjadi suatu kelemahan yang dimiliki oleh pabrik Tahu Desa Lalangon.
- 2) Tingkat pendidikan SDM rendah, hal ini menjadi suatu kelemahan karena dengan tingkat pendidikan yang rendah mempengaruhi terhadap kualitas tahu serta pemasaran tahu yang tepat.
- 3) Tidak adanya keberagaman produk, tidak adanya variasi produk berakibat pada produksi yang statis dan penjualan yang statis serta menimbulkan efek jenuh terhadap para konsumennya
- 4) Promosi terbatas, pemasaran yang dilakukan dari mulut ke mulut mempunyai kelemahan karena hanya pemasarannya hanya sebatas wilayah Sumenep saja tidak mencakup wilayah yang lebih luas lagi.
- 5) Pengelolaan kurang higienis, hal ini menjadi kelemahan karena pengelolaan yang kurang higienis dapat mempengaruhi terhadap kualitas tahu yang dihasilkan.
- 6) Belum melakukan pengawasan dan evaluasi, pabrik tahu Desa Lalangon belum melakukan pengawasan dan evaluasi hanya menekankan untuk menghasilkan keuntungan sebanyak – banyaknya ini menjadi suatu

kelemahan karena tidak akan mengetahui apa yang menjadi kekurangan baik segi pembuatan serta pemasarannya.

- 7) Limbah produksi tahu belum dikelola, ini menjadi suatu kelemahan karena limbah dibuang begitu saja yang dapat menimbulkan polusi udara yang nantinya akan berpengaruh terhadap masyarakat sekitar pabrik tahu.

c. Peluang (Opportunities)

Berikut ini adalah peluang yang dimiliki oleh Pabrik Desa Lalangon yang didapatkan dari hasil wawancara dengan menganalisis faktor internal dan eksternal pada pabrik tahu Desa Lalangon

- 1) Adanya perhatian dari pemerintah, ini menjadi peluang yang dimiliki oleh pabrik tahu Desa Lalangon sebab selain bisa dimanfaatkan untuk mengembangkan usahanya juga bisa untuk memperluas pemasaran tahu lewat program dari Pemerintah yaitu pameran dan kuliner.
- 2) Adanya kepercayaan dari konsumen, hal ini menjadi suatu peluang untuk pabrik tahu Desa Lalangon untuk terus mengembangkan usahanya lebih baik lagi sebab kepercayaan Konsumen adalah suatu aset yang sangat berharga terhadap keberlangsungan usaha tahu Desa Lalangon
- 3) Kontinuitas bahan baku terjamin, hal ini menjadi suatu peluang sebab kontinuitas bahan baku yang selalu ada akan berpengaruh terhadap kontinuitas produksi tahu selanjutnya.
- 4) Pedagang membantu memperluas pemasaran, banyaknya pedagang eceran yang berlangganan di Pabrik Desa Lalangon yang akan dijual ke Konsumen akhir, ini menjadi suatu peluang sebab para pedagang tersebut

secara tidak langsung akan memperluas pemasaran tahu Desa Lalangon.

d. Ancaman (Threats)

Berikut ini adalah Kekuatan yang dimiliki oleh Pabrik Desa Lalangon yang didapatkan dari hasil wawancara dengan menganalisis faktor internal dan eksternal pada pabrik tahu Desa Lalangon

- 1) Adanya fluktuasi harga bahan baku, ini menjadi suatu ancaman terhadap pabrik tahu Desa Lalangon karena fluktuasi harga kedelai yang tidak stabil berpengaruh terhadap harga jual tahu.
- 2) persaingan kualitas dan kuantitas tahu antar pabrik tahu, hal ini menjadi ancaman pada pabrik Desa Lalangon karena di Kabupaten Sumenep Pabrik tahu Sudah banyak serta kualitas dan kuantitasnya hampir sama yang akan menimbulkan persaingan yang tinggi dan harga tawar konsumen relatif rendah.

2. Alternatif Strategi Penjualan Tahu Pabrik Desa Lalangon

Untuk menentukan alternatif strategi pemasaran Tahu pada pabrik tahu Desa Lalangon perlu digunakan analisis Matriks SWOT.. Matriks SWOT ini menghasilkan 4 strategi yaitu Strategi S–O , Strategi W–O, Strategi W–T, dan Strategi S–T.

a. Strategi S - O

- 1) Membentuk Serikat Pengusaha Tahu Guna menjaga Bergaining Position terhadap Pemasok.
Serikat antar pengusaha pabrik tahu ini sangat bermanfaat karena dapat mempermudah pengusaha dalam mendapatkan bahan baku kedelai dengan harga lebih murah. Selain itu juga jika suatu saat harga kedelai naik bisa menentukan harga jual tahu

karena pengusaha berhak karena memiliki posisi tawar secara bersama–sama.

- 2) Mempertahankan Kualitas dengan memanfaatkan perkembangan teknologi untuk menjaga kepercayaan konsumen.

Pada era 4.0 ini perkembangan teknologi sudah berkembang khususnya pada teknologi pengolahan produksi tahu sudah banyak dan bervariasi. Tidak hanya teknologi mesin menghaluskan kedelai namun masih banyak seperti mesin pencetak tahu, mesin boiler dan masih banyak teknologi yang bisa digunakan agar kualitas tahu lebih baik, lebih efektif, heigenis dan tahan lama.

b. Strategi W-O

- 1) Peningkatan Kualitas SDM melalui program – program Pemerintah
Banyak hal yang bisa dilakukan oleh pengusaha tahu Desa Lalangon yang salah satu caranya adalah melalui program – program yang diselenggarakan oleh pemerintah Kabupaten Sumenep seperti pelatihan kerja para pelaku usaha dan studi banding antar pelaku usaha sehingga dapat menjadikan pabrik Desa Lalangon bisa lebih kuat dalam persaingan usaha tahu di lokal maupun internasional.
- 2) Peningkatan penjualan tahu melalui diversifikasi produk dengan memanfaatkan kebijakan mengenai kuliner dan pameran.
Tahu tidak hanya dapat di olah menjadi tahu goreng namun tahu juga dapat didiversifikasi menjadi berbagai produk yang nantinya akan menambah volume penjualan karena dengan menciptakan inovasi suatu tahu yang

sesuai dengan selera dan kemauan para konsumen dapat meningkatkan nilai tambah tahu serta meningkatkan keuntungan.

c. Strategi S-T

- 1) Menjalin kemitraan untuk meningkatkan efisiensi pemasaran Efisiensi pemasaran tahu dapat dilakukan dengan cara menjalin kemitraan antar pengusaha, pedagang, maupun koperasi. Menjaln kemitraan sangat bermanfaat akan keberlangsungan Pabrik Tahu Desa Lalangon karena dengan melakukan kemitraan dengan antar pengusaha , pemasok maupun pedagang kita bisa lebih mudah mendapatkan kontinuitas bahan baku kedelai dari pemasok,
- 2) Meningkatkan kualitas produk dan menjaga kontinuitas produksi tahu dengan manajemen produksi yang baik untuk meningkatkan daya saing. Salah satu faktor dari kualitas tahu yang baik adalah dengan manajemen produksi yang baik, hal yang perlu terus dilakukan adalah terus meningkatkan kualitas dan tetap menjaga kontinuitas produk tahu agar mampu meningkatkan daya saing sehingga tetap bertahan dalam usahanya dan mampu terus meningkatkan penjualannya.

d. Strategi W-T

- 1) Penggunaan SOP secara sederhana guna keefektifan dan efisien. Penggunaan SOP ini sangat berguna khususnya pada pengusaha pabrik Tahu Desa Lalangon karena pada SOP (Standard Operasional Prosedur) akan memperjelas suatu alur tugas, tanggung jawab,serta wewenangnya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil data di atas dapat disimpulkan bahwa analisis startegi penjualan yang cocok untuk pabrik tahu Desa Lalangon dalam meningkatkan produksi tahu dengan melihat kondisi faktor internal dan eksternal pabrik adalah Meningkatkan Kualitas produk dan menjaga kontinuitas produksi tahu dengan manajemen produksi yang baik untuk meningkatkan daya saing dan Penggunaan SOP secara sederhana guna keefektifan dan efisien.

DAFTAR PUSTAKA

- Agatha Sapieja (2019). Implementation of HACCP plan for blue-mould tofu with focus on microbial.
- Angelica Tamara (2016). Implementasi Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Produk Mandiri Tabungan Bisnis. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*. Vol 4, No 3, 399
- Arifin, M., Kurdi, M., & Anwar, S. (2021). Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Amanda Cafe Di Era Revolusi Industri 4.0. *Journal MISSY (Management and Business Strategy)*, 2(1), 32-37.
- Buchari Alma. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Manajemen Jasa*.p. 130-131
- Kurdi, M., & Firmansyah, I. D. (2020). Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Di Kabupaten Sumenep Melalui E-COMMERCE. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 4(2), 569-575.
- Muyassarrah (2019). Analisis SWOT Pada Strategi Pemasaran Produ Simpanan Kurban Di KSPPS BMT NU Sejahtera Cabang Jepara. *Serambi*. Vol 1, No 3, 72 - 73
- R. Fred & David R. Forest. 2016. *Manajemen Strategik*. Jakarta Selatan : Salemba Empat
- Rieke Retnosari(2016). Penerapan strategi penjualan produk organik dalam upaya meningkatkan daya beli konsumen (studi kasus PT. Hero Supermarket

Cikampek). Jurnal Buana Ilmu. Vol.1
No.1. 33-36.

Sugiono (2020). Metode Penelitian Kualitatif.
Bandung : Alfabeta

Trivita Octaviana; M. Mahdil Mawahib;
Abdullah Taufik (2019). Analisis
Strategi Penjualan Barang Komoditas
Di Swalayan Surya Gondang
Perspektif Hukum Ekonomi Syariah.
Jurnal Qawanin. Vol.3 No.2, 166-167.

Universitas Wiraraja. (2018). Pedoman
Skripsi 2020 Universitas Wiraraja.
Sumenep:LPPM.