

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Usaha kecil mempunyai peran penting dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara. Pengembangan usaha kecil di Indonesia merupakan salah satu prioritas dalam pembangunan ekonomi nasional. Ini karena usaha tersebut merupakan tulang punggung sistem ekonomi kerakyatan yang tidak hanya ditujukan untuk mengurangi masalah kesenjangan antar golongan pendapatan dan antar pelaku usaha. Lebih dari itu pengembangannya mampu memperluas basis ekonomi dan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam mempercepat perubahan struktural, yakni meningkatnya perekonomian dan ketahanan ekonomi nasional (Zuhri, 2013).

Sektor pertanian mempunyai peranan yang sangat besar dalam pertumbuhan ekonomi negara terutama negara yang bercorak agraris seperti Indonesia. Produksi hasil - hasil pertanian yang beragam, diharapkan dapat menunjang pendapatan nasional, karena itulah diperlukan sektor industri yang ditopang oleh bidang pertanian yang tangguh. Pembangunan pertanian diarahkan untuk meningkatkan produksi pertanian guna memenuhi kebutuhan pangan dan industri dalam negeri, meningkatkan ekspor, meningkatkan pendapatan petani, memperluas kesempatan kerja dan mendorong pemerataan kesempatan berusaha.

Kedelai (*Glycine max*) merupakan salah satu tanaman hortikultura bernilai ekonomistinggi yang memberikan andil cukup besar bagi

pembangunan. Salah satu industri pengolahan pangan berbahan baku kedelai adalah industri tahu (Soekartawi, 2001).

Industri tahu merupakan jenis usaha yang dapat digolongkan sebagai industri kecil karena berskala ukuran kecil, meningkatkan keikutsertaan masyarakat, tenaga kerja dan faktor produksi lain yang digunakannya serba terbatas, sehingga kapasitas produksinya pun terbatas. Selain itu tahu merupakan bahan pangan yang digemari, bergizi tinggi, dan harganya dapat terjangkau oleh seluruh lapisan masyarakat. Bahan baku utama pembuatan tahu adalah kedelai yang merupakan komoditas tanaman pangan penting selain tanaman pangan utama lainnya. Kedelai merupakan salah satu sumber protein nabati yang banyak dikonsumsi masyarakat karena harganya yang relatif terjangkau (Carani, 2006).

Hasil survei pendahuluan dengan melakukan wawancara kepada Sekertaris Desa Kalisari diperoleh informasi bahwa pada tahun 1997 di Desa Kalisari mencapai 400 pengrajin, tetapi pada awal tahun 1998 pengrajin tahu di Desa Kalisari sudah mulai mengalami penurunan jumlah pengrajin dan sampai saat ini jumlah pengrajin tahu di Desa Kalisari tersisa 241 pengrajin. Dalam era perkembangan saat ini pengrajin tahu di Desa Kalisari mulai dapat mengembangkan inovasi produknya yaitu untuk dibuat tahu kuning, tahu goreng, tahu bulat, tahu bakso dan bahkan membuat aneka kerupuk yang dibuat dengan bahan dasar ampas tahu. Usaha pemerintah Desa Kalisari untuk mengantisipasi penurunan jumlah pengrajin di Desa Kalisari adalah dengan menjadikan Desa Kalisari sebagai sentra tahu dan membentuk

kelompok pengrajin di setiap grumbul, awalnya terdapat lima kelompok pengrajin dalam satu desa, tetapi lima kelompok tersebut tidak berjalan aktif sehingga dibentuk satu kelompok pengrajin yang aktif sampai sekarang yaitu kelompok tahu “SARI DELAI”.

Dalam setiap usaha, kegiatan pemasaran merupakan hal yang sangat penting karena didalamnya mencakup berbagai kegiatan yang menyebabkan barang bergerak ke pasar atau daerah konsumen. Adanya jarak antara produsen dan konsumen akhir akan memerlukan keterlibatan beberapa pedagang perantara untuk menyalurkan produk dari produsen ke tangan konsumen akhir. Semakin jauh jarak antara produsen dan konsumen akan mengakibatkan relatif panjangnya saluran pemasaran yang dapat mengakibatkan tingginya harga beli yang harus dibayar oleh konsumen akhir.

Pengrajin tahu yang berjualan melalui pedagang perantara jumlahnya tidak banyak, sebagian besar pengrajin tahu yang omset produksinya dibawah 50 kg kedelai perhari menjual sendiri tahu tersebut langsung ke konsumen, sehingga para pengrajin lah yang menentukan harga ditingkat ke konsumen akhir. Selain itu pengrajin yang produksinya lebih dari 50 kg kedelai perhari menggunakan pola pemasaran langsung ke konsumen dan melalui pedagang perantara. Pengrajin dengan jumlah produksi yang banyak tidak mungkin bisa menjual tahu sendiri setiap hari sehingga membutuhkan lembaga pemasaran untuk membantu memasarkan tahu tersebut. Oleh karena itu diperlukan kajian tentang pemasaran tahu di Desa Kalisari Kecamatan

Cilongok Kabupaten Banyumas terutama pemasaran pada pengrajin dengan omset produksi lebih dari 50 kg kedelai perhari.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka dapat disajikan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pola saluran pemasaran tahu di Desa Kalisari Kecamatan Cilongok Kabupaten Banyumas ?
2. Berapa besarnya margin pemasaran tahu di Desa Kalisari Kecamatan Cilongok Kabupaten Banyumas ?
3. Berapa besarnya *producer's share* pemasaran tahu di Desa Kalisari Kecamatan Cilongok Kabupaten Banyumas ?
4. Berapa efisiensi pemasaran tahu di Desa Kalisari Kecamatan Cilongok Kabupaten Banyumas ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui pola saluran pemasaran tahu di Desa Kalisari Kecamatan Cilongok Kabupaten Banyumas.
2. Untuk mengetahui berapa besarnya margin pemasaran tahu di Desa Kalisari Kecamatan Cilongok Kabupaten Banyumas.
3. Untuk mengetahui besarnya *producer's share* pemasaran tahu di Desa Kalisari Kecamatan Cilongok Kabupaten Banyumas.
4. Untuk mengetahui efisiensi pemasaran tahu di Desa Kalisari Kecamatan Cilongok Kabupaten Banyumas.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi peneliti, peneliti ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
2. Bagi pengrajin, diharapkan dapat memberikan tambahan informasi sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan pemasaran.
3. Bagi pihak lain, dapat dijadikan sebagai bahan tambahan informasi dalam penyusunan penelitian selanjutnya atau penelitian sejenis.

E. Pembatasan Masalah

1. Penelitian dilakukan di Desa Kalisari, Kecamatan Cilongok, Kabupaten Banyumas.
2. Analisis pemasaran mengkaji tentang kegiatan pemasaran dari pengrajin sampai ke konsumen akhir.
3. Pelaku pemasaran adalah pengrajin tahu yang bertempat tinggal di Desa Kalisari Kecamatan Cilongok Kabupaten Banyumas dan pedagang yang bertempat tinggal di Kecamatan Cilongok Kabupaten Banyumas.
4. Data penelitian yang diambil dan dianalisis adalah data produksi dan pemasaran selama satu bulan yaitu pada bulan Mei 2018.
5. Responden penelitian ini yaitu pengrajin tahu di Desa Kalisari dengan jumlah produksi minimal 50 kg kedelai perhari atau yang menghasilkan produk minimal sebanyak 2100 potong tahu perhari, dengan dasar perhitungan 1 kg kedelai akan menghasilkan 42 potong tahu.