

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pangan merupakan kebutuhan dasar manusia yang paling utama yang harus dipenuhi untuk kelangsungan hidup. Salah satu jenis tanaman pangan yang dibutuhkan oleh sebagian besar penduduk Indonesia adalah tanaman kedelai. Kedelai adalah salah satu tanaman polong-polongan yang menjadi sumber utama protein dan minyak nabati utama di dunia. Kedelai merupakan tanaman pangan utama strategis terpenting setelah padi dan jagung. Begitu besar kontribusi kedelai dalam hal penyediaan bahan pangan bergizi bagi manusia sehingga kedelai dijuluki sebagai *Gold from the soil* atau sebagai *World's Miracle* mengingat kualitas asam amino proteinnya tinggi, seimbang dan lengkap (Yosifani dkk., 2021)

Seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk dan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya asupan gizi, kebutuhan akan sumber protein semakin meningkat karena apabila seseorang yang kekurangan protein akan menimbulkan akibat yang fatal (Santoso, 2022). Protein tidak hanya dapat diperoleh dari sumber hewani, tetapi juga dari sumber nabati yang memiliki nilai gizi tinggi dan harga lebih terjangkau salah satunya adalah kedelai.

Kedelai merupakan komoditas pangan penting yang banyak dimanfaatkan sebagai bahan baku berbagai produk olahan. Ketersediaan dan produksi kedelai menjadi faktor yang sangat penting dalam menunjang pemenuhan kebutuhan pangan serta keberlanjutan usaha berbasis olahan kedelai sehingga tingkat produksi kedelai yang dihasilkan menjadi penentu utama dalam menjaga stabilitas pasokan di pasaran, apabila produksi mengalami penurunan, maka ketersediaan bahan baku

juga akan terganggu, namun demikian, produksi kedelai di Indonesia, khususnya di Provinsi Sulawesi Selatan, cenderung berfluktuasi dari tahun ke tahun. Kondisi ini menunjukkan bahwa ketersediaan kedelai belum sepenuhnya stabil, sehingga berpotensi memengaruhi pasokan bahan baku dan keberlangsungan usaha yang bergantung pada kedelai. Adapun data produksi kedelai di provinsi Sulawesi Selatan dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Data Produksi Kedelai di Provinsi Sulawesi Selatan

Tahun	Produktivitas (Kw/Ha)	Perkembangan (%)
2019	13,77	-
2020	10,45	-24,11
2021	18,23	74,45
2022	16,24	-10,92
2023	10,31	-36,53
Rata-rata	13,80	0,73

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Selatan 2024

Berdasarkan Tabel 1 di atas, produktivitas kedelai selama periode 2019–2023 mengalami fluktuasi. Produktivitas tertinggi terjadi pada tahun 2021 sebesar 18,23 Kw/Ha, sedangkan produktivitas terendah terjadi pada tahun 2023 sebesar 10,31 Kw/Ha. Rata-rata produktivitas kedelai selama lima tahun terakhir mencapai 13,80 Kw/Ha, dari sisi perkembangan, produktivitas mengalami penurunan sebesar 24,11% pada tahun 2020 dibandingkan tahun 2019. Selanjutnya, pada tahun 2021 terjadi peningkatan yang cukup signifikan yaitu sebesar 74,45% dibandingkan tahun sebelumnya, namun pada tahun 2022 dan 2023 produktivitas kembali mengalami penurunan masing-masing sebesar 10,92% dan 36,51%.

Secara keseluruhan, rata-rata perkembangan produktivitas selama periode 2020–2023 sebesar 0,73%.

Kondisi fluktuasi tersebut menunjukkan bahwa produksi kedelai belum stabil, sehingga dapat berdampak pada ketersediaan bahan baku di pasaran. Ketidakstabilan ini berpotensi terhadap pasokan kedelai, khususnya bagi pelaku usaha yang sangat bergantung pada komoditas tersebut. Salah satu sektor yang terdampak adalah usaha pengolahan kedelai, seperti industri tahu.

Tahu adalah makanan yang memiliki kandungan protein yang tinggi karena berbahan dasar dari kedelai. Tahu merupakan makanan yang sudah merakyat di Indonesia karena harga yang murah dan sangat praktis untuk digunakan sebagai lauk dan banyak variasi makanan dari olahan (Gunawan dkk., 2023). Salah satu olahan tahu yang populer di Indonesia adalah tahu goreng. Produk tahu goreng menjadi salah satu produk yang banyak digemari oleh masyarakat karena memiliki ciri khas tahu yang teksturnya padat dan gurih, menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen (Susandra dkk., 2023). Tingginya minat masyarakat terhadap tahu goreng membuat banyak usaha-usaha bermunculan yang memicu terjadinya persaingan untuk memperebutkan konsumen dan pangsa pasar.

Salah satu Usaha tahu goreng yang populer di Indonesia khususnya di Kabupaten Pangkep adalah Rumah Makan Tahu Sumedang Renyah yang berlokasi di Jl. Poros Makassar Pare-pare KM 62 +100, Desa Gentung. Rumah makan ini menjadi tempat favorit bagi warga yang melintas di kawasan tersebut untuk membeli cemilan dan beristirahat. Rumah Makan Tahu Sumedang Renyah di Kabupaten Pangkep merupakan cabang yang ke-30 di Indonesia yang didirikan oleh pengusaha kuliner asal Sumedang yaitu H. Eman. Tahu Sumedang Renyah di Kabupaten Pangkep telah menarik minat masyarakat dari berbagai daerah yang

menunjukkan potensi yang menjanjikan untuk bisnis kuliner tahu goreng di Kabupaten Pangkep, sehingga membuat banyak pelaku usaha yang tertarik membuat usaha sejenis (Muchtar, 2024).

Usaha tahu Sumedang renyah merupakan salah satu usaha kuliner yang cukup berkembang dan diminati oleh masyarakat karena harganya yang terjangkau dan rasanya yang khas, namun usaha ini menghadapi persaingan yang cukup ketat serta tantangan dalam menjaga kualitas produk dan pelayanan kepada konsumen sehingga pelaku usaha dituntut untuk terus meningkatkan kualitas produk dan pelayanan guna mempertahankan kepuasan konsumen.

Tingginya persaingan yang muncul dari restoran tahu goreng memaksa pelaku usaha untuk mampu berkembang dan melakukan penyesuaian strategi dalam melakukan pemasaran, oleh karena itu perlu mengetahui kekurangan dan kelebihan strategi pemasaran yang ada saat ini pada usaha sebagai evaluasi. Pelaku usaha dituntut menyusun strategi pemasaran untuk mempertahankan konsumen yang sudah ada dan juga menarik minat pelanggan lain sehingga perusahaan tidak mengalami penurunan dalam pemasaran untuk mempertahankan pelanggan (Simarmata dkk., 2022). Strategi pemasaran yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan serta harapan konsumen menjadi kunci keberhasilan usaha dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat (Zaman dkk., 2023). Bauran pemasaran (*marketing mix*) mempunyai peranan yang cukup penting dalam mempengaruhi konsumen untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Bauran Pemasaran memberikan gambaran kepada pihak usaha dalam memasarkan kepada konsumen serta merupakan strategi untuk memadukan

kegiatan-kegiatan pasar agar didapat kombinasi maksimal sehingga mendatangkan hasil yang optimal (Sakulat dkk., 2024).

Bauran pemasaran terdiri dari 7P yaitu: *product, price, place, promotion, people, process, physical evidence* (produk, harga, tempat, promosi, orang, proses dan bukti fisik). Ketujuh elemen ini saling berkaitan dan harus dikelola secara tepat untuk menciptakan nilai bagi konsumen. Setiap elemen dalam bauran pemasaran tidak memiliki tingkat kepentingan yang sama di mata konsumen. Perbedaan tingkat kepentingan ini menyebabkan adanya perbedaan penilaian terhadap kinerja masing-masing atribut yang kerap kali belum diketahui oleh pelaku usaha sehingga diperlukan penentuan prioritas yang tepat dalam penyusunan strategi pemasaran. Ketidaktepatan dalam menetapkan prioritas tersebut dapat mengakibatkan upaya pemasaran menjadi kurang efektif dan tidak optimal dalam memenuhi kebutuhan konsumen (Simarmata dkk., 2022).

Selain tingkat kepentingan, keberhasilan strategi pemasaran sangat bergantung pada tingkat kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan hasil evaluasi konsumen terhadap produk atau layanan setelah dikonsumsi, yang menunjukkan sejauh mana produk tersebut mampu memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. Konsumen yang merasa puas cenderung tetap setia, melakukan pembelian ulang, serta merekomendasikan produk kepada orang lain (Razak, 2019). Kondisi persaingan usaha tahu Sumedang yang semakin meningkat, kinerja yang ditawarkan oleh setiap usaha belum tentu sejalan dengan harapan konsumen, masih terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap aspek bauran pemasaran, yang tercermin dari variasi tingkat kepuasan yang dirasakan. Hal ini

mengindikasikan adanya kesenjangan antara harapan dan kinerja yang diterima konsumen, sehingga diperlukan pengukuran tingkat kepuasan secara sistematis untuk memperoleh informasi yang akurat sebagai dasar evaluasi dan perbaikan strategi usaha.

Usaha tahu Sumedang renyah saat ini menghadapi banyak pesaing di tengah tingginya permintaan pasar, pemahaman mengenai tingkat kepentingan dan kepuasan konsumen menjadi hal yang sangat penting. Hal ini disebabkan karena produk tahu Sumedang relatif mudah ditiru, sehingga keunggulan bersaing tidak hanya ditentukan oleh produk itu sendiri, tetapi juga oleh bagaimana pelaku usaha mengelola bauran pemasaran secara tepat. Oleh karena itu, diperlukan suatu analisis yang mampu melihat hubungan antara tingkat kepentingan dan kepuasan konsumen terhadap atribut bauran pemasaran. Melalui analisis tersebut, dapat diketahui atribut mana yang perlu diprioritaskan untuk diperbaiki dan dikembangkan agar usaha dapat lebih efektif dalam memenuhi kebutuhan konsumen.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dengan kondisi inilah penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian lebih dalam mengenai **“Analisis Tingkat Kepentingan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Bauran Pemasaran Pada Usaha Tahu Sumedang Renyah Di Kabupaten Pangkep”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti dapat merumuskan beberapa masalah yaitu:

1. Bagaimana proses produksi Tahu Sumedang Renyah di Kabupaten Pangkep?

2. Apa saja jenis produk, harga dan volume penjualan pada Usaha Tahu Sumedang Renyah di Kabupaten Pangkep?
3. Bagaimana penerapan bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical evidence*) pada Usaha Tahu Sumedang Renyah di Kabupaten Pangkep?
4. Bagaimana nilai kinerja dan kepentingan dari bauran pemasaran pada Usaha Tahu Sumedang Renyah di Kabupaten Pangkep?
5. Bagaimana tingkat kepentingan konsumen terhadap bauran pemasaran pada Usaha Tahu Sumedang Renyah di Kabupaten Pangkep?
6. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap bauran pemasaran Usaha Tahu Sumedang Renyah di Kabupaten Pangkep?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian yang sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan proses produksi Tahu Sumedang Renyah di Kabupaten Pangkep.
2. Mendeskripsikan jenis produk, harga dan volume penjualan pada Usaha Tahu Sumedang Renyah di Kabupaten Pangkep.
3. Mendeskripsikan penerapan bauran pemasaran (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical evidence*) pada Usaha Tahu Sumedang Renyah di Kabupaten Pangkep.
4. Menganalisis nilai kinerja dan kepentingan dari bauran pemasaran pada Usaha Tahu Sumedang Renyah di Kabupaten Pangkep

5. Menganalisis tingkat kepentingan konsumen terhadap bauran pemasaran pada Usaha Tahu Sumedang Renyah di Kabupaten Pangkep.
6. Menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap bauran pemasaran pada Usaha Tahu Sumedang Renyah di Kabupaten Pangkep.

1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi pelaku usaha Tahu Sumedang Renyah mengenai memahami kepentingan dan kepuasan konsumen terhadap bauran pemasaran. Selain itu, penelitian ini dapat mengidentifikasi atribut yang menjadi pertimbangan utama konsumen sehingga perusahaan dapat mengoptimalkan produk dan strategi pemasarannya.

2. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta pengetahuan kepada penulis mengenai tingkat kepentingan dan kepuasan konsumen terhadap bauran pemasaran yang dipertimbangkan dalam pembelian produk Tahu Sumedang Renyah.