

# I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Tempe merupakan salah satu makanan tradisional khas Indonesia yang dibuat melalui proses fermentasi kedelai. Tempe memiliki kandungan protein nabati, serat, serta vitamin, dan mineral penting yang bermanfaat bagi kesehatan tubuh. Karena nilai gizinya yang tinggi dan harganya yang terjangkau, tempe sudah lama menjadi bagian dari kebiasaan konsumsi masyarakat Indonesia. Selain dikonsumsi sebagai lauk dalam kehidupan sehari-hari, tempe juga diolah menjadi berbagai produk makanan ringan (Dewi et al., 2022).

Salah satu produk makanan ringan dari olahan tempe adalah keripik tempe, keripik tempe merupakan salah satu bentuk inovasi olahan tempe yang dibuat dengan mengiris tempe, menggorengnya hingga kering, sehingga menghasilkan bentuk yang renyah. Produk ini memiliki daya simpan yang lama, terutama jika dikemas dengan baik menggunakan plastik atau kaleng kedap udara. Dengan demikian, keripik tempe memiliki peluang pasar yang luas, baik sebagai cemilan sehari-hari maupun oleh-oleh khas daerah. Namun, banyak pengusaha kecil yang menghadapi tantangan dalam meningkatkan daya saing produk mereka (Murti et al., 2023).

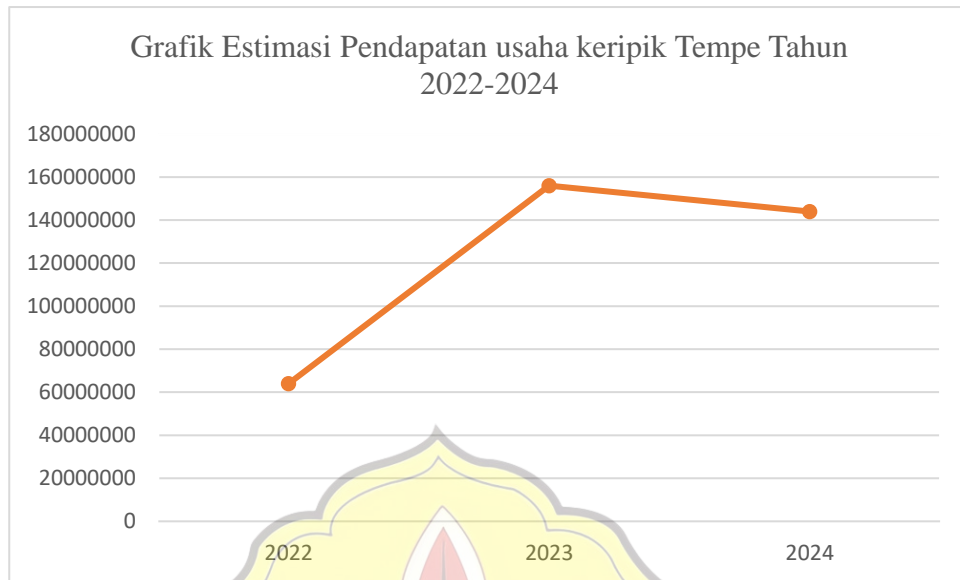
Berdasarkan penelitian Jatiningrum et al. (2021), hambatan dalam pemasaran dan pengemasan produk menjadi kendala utama dalam pengembangan usaha keripik tempe di berbagai daerah. Banyak usaha keripik tempe masih bergantung pada pemasaran konvensional yang hanya fokus pada penjualan di pasar dan warung kecil, yang mengakibatkan terbatasnya jangkauan pasar dan menurunnya daya saing produk di tengah persaingan yang

semakin ketat. Menurut Huda et al. (2024) salah satu tantangan utama dalam pengembangan usaha keripik tempe adalah kurangnya pemanfaatan e-commerce dalam pemasaran. Hal ini menyebabkan usaha keripik tempe kesulitan memperluas jaringan pemasaran. Selain itu, kemasan produk yang kurang menarik membuat daya saing produk menjadi rendah. Hal serupa juga terjadi dalam usaha keripik tempe di Desa Sri Agung, Kecamatan Batang Asam, di mana pemasaran masih terbatas dan inovasi produk belum maksimal.

Di Desa Sri Agung, usaha keripik tempe masih didominasi oleh usaha kecil, terdapat 7 usaha keripik tempe di Desa Sri Agung. Namun, berdasarkan informasi dari Kepala Desa, hanya 2 usaha yang aktif, sementara 5 lainnya melakukan produksi saat hari besar atau ketika bahan baku tersedia. Salah satu dari dua usaha yang masih aktif adalah usaha keripik tempe Ziyaada. (Lampiran 1). Usaha ini masih banyak mengandalkan pemasaran langsung, melalui warung-warung sekitar dan penjualan langsung dari rumah. meskipun strategi pemasaran langsung masih dilakukan, pemanfaatan media sosial sebagai bagian dari pemasaran digital masih sangat terbatas. Menurut Huda et al. (2024), penggunaan media sosial dan e-commerce terbukti mampu meningkatkan omzet penjualan. Dengan penerapan strategi pemasaran online, usaha ini dapat menjangkau konsumen yang lebih luas dan meningkatkan daya saing pasar.

Namun, tanpa kombinasi yang efektif antara pemasaran online dan offline, cakupan pasar usaha keripik tempe ini tetap terbatas. Tidak adanya pesaing langsung memang memberikan peluang besar untuk berkembang, tetapi tanpa strategi pemasaran yang tepat, jangkauan pasar sulit diperluas.

Berdasarkan informasi, selain usaha ini baru berumur 3 tahun, juga terdapat kondisi fluktuasi pendapatan yang belum stabil. Fluktuasi tersebut dapat dilihat pada grafik berikut:



**Sumber: Data Olahan Usaha Keripik Tempe Ziyaada (2022-2024)**

Grafik di atas menunjukkan estimasi pendapatan usaha keripik tempe Ziyaada selama 3 tahun terakhir, yaitu tahun 2022 hingga 2024. Pada tahun 2022, pendapatan diperkirakan sebesar Rp. 64.000.000, kemudian mengalami kenaikan signifikan pada tahun 2023 menjadi Rp. 156.000.000. Namun, pada tahun 2024, terjadi sedikit penurunan pendapatan menjadi Rp. 144.000.000. Perubahan pendapatan ini menunjukkan bahwa usaha masih mengalami fluktuasi dalam proses perkembangannya.

Oleh karena itu, dibutuhkan strategi pengembangan usaha yang tepat, seperti pemanfaatan pemasaran digital yang dipadukan dengan pemasaran langsung (offline) serta inovasi dalam kemasan produk, agar usaha keripik tempe Ziyaada dapat berkembang dan bersaing lebih baik di pasar.

Dengan berbagai tantangan yang dihadapi oleh usaha keripik tempe di Desa Sri Agung, khususnya usaha keripik tempe Ziyaada, penelitian ini menjadi penting untuk mengidentifikasi strategi pengembangan yang tepat. Menerapkan strategi yang tepat tidak hanya dapat memperluas jangkauan pasar, tetapi juga memastikan keberlanjutan usaha keripik tempe di Desa Sri Agung. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk memberikan rekomendasi agar usaha ini dapat berkembang secara optimal dan semakin maju. Dengan mempertimbangkan hal tersebut, penelitian ini akan berfokus pada: **“Strategi Pengembangan Usaha Keripik Tempe (Studi Kasus : Keripik Tempe Ziyaada di Desa Sri Agung Kecamatan Batang Asam Kabupaten Tanjung Jabung Barat)”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kegiatan proses produksi usaha keripik tempe Ziyaada di Desa Sri Agung Kecamatan Batang Asam Kabupaten Tanjung Jabung Barat?
2. Bagaimana gambaran kondisi internal dan eksternal mengembangkan usaha keripik tempe Ziyaada Kecamatan Batang Asam Kabupaten Tanjung Jabung Barat?
3. Bagaimana strategi pengembangan yang sesuai dilakukan dalam mengembangkan usaha keripik tempe Ziyaada di Desa Sri Agung, Kecamatan Batang Asam, Kabupaten Tanjung Jabung Barat?

4. Bagaimana prioritas strategi yang tepat untuk mengembangkan usaha keripik tempe Ziyaada di Desa Sri Agung Kecamatan Batang Asam Kabupaten Tanjung Jabung Barat?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk :

1. Mendeskripsikan kegiatan proses produksi usaha keripik tempe Ziyaada di Desa Sri Agung, Kecamatan Batang Asam, Kabupaten Tanjung Jabung Barat.
2. Mendeskripsikan kondisi internal dan eksternal mengembangkan usaha keripik tempe Ziyaada di Desa Sri Agung, Kecamatan Batang Asam, Kabupaten Tanjung Jabung Barat.
3. Menganalisis dan menentukan strategi yang sesuai dilakukan dalam mengembangkan usaha keripik tempe Ziyaada di Desa Sri Agung, Kecamatan Batang Asam, Kabupaten Tanjung Jabung Barat.
4. Menganalisis prioritas strategi yang tepat dalam mengembangkan usaha keripik tempe Ziyaada usaha di Desa Sri Agung Kecamatan Batang Asam Kabupaten Tanjung Jabung Barat.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini diantaranya adalah :

1. Bagi penulis sendiri yaitu dapat meningkatkan pemahaman mengenai pengembangan usaha keripik tempe.
2. Bagi pihak lain, penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi tambahan bagi pihak yang melakukan penelitian dalam membahas masalah yang serupa.