

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang memiliki banyak objek wisata yang menarik untuk dikunjungi. Tidak hanya wisata keluarga, sekolah, ataupun rohani. Sudah menjadi hal yang umum ketika melakukan perjalanan wisata, pasti pengunjung wisata ingin membawa sesuatu yang sering disebut oleh-oleh untuk dibawa pulang sebagai tanda telah melakukan perjalanan wisata. Oleh-oleh yang sangat umum adalah makanan khas dari daerah yang dikunjungi. Maka dari itu toko oleh-oleh tidak lepas dari perencanaan untuk memproduksi makanan sebagai oleh-oleh tersebut.

Salah satunya adalah pada saat mengunjungi tempat wisata yang berada di Kota maupun Kabupaten Kediri, pengunjung dapat menemui oleh-oleh khas Kediri yaitu tahu kuning atau tahu takwa. Kediri telah lama dikenal sebagai Kota Tahu. Sebutan ini telah lama melekat dengan Kediri sejak tahun 1900-an. Tahu kuning memiliki rasa kenyal, tekstur yang padat dan bau yang khas, yaitu bau kunyit.

Toko Oleh-Oleh Cahaya Barokah merupakan salah satu toko yang menjual oleh-oleh khas Kediri yaitu tahu takwa dan getuk pisang. Toko ini berada di Kota Kediri, Jawa Timur berlokasi di Jalan KH Ahmad Dahlan No.138, Mojoroto, Kecamatan Mojoroto. Lokasi toko sangat strategis karena berada disebelah pertigaan lampu merah dan merupakan jalan menuju arah Nganjuk. Sama seperti yang dialami oleh beberapa usaha oleh-oleh, pada masa pandemi ini pemilik merasa bahwa produksi tahu yang diproduksinya tidak laku terjual. Hal ini akibat dari penutupan beberapa objek wisata yang terdapat di Kediri karena pemberlakuan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar), sehingga pengunjung yang akan berwisata ke Kediri menjadi menurun. Pemilik telah berusaha untuk meningkatkan penjualan dengan mempromosikan produk secara *online*. Namun, pemilik merasa bahwa penjualan dengan *online* tidak memberikan hasil yang signifikan. Hal ini karena telah banyak penjual tahu kuning yang lebih terkenal dan telah lama menggunakan penjualan dengan cara *online*. Dengan demikian pemilik lebih memilih untuk memperbaiki jumlah produksi tahu agar tahu yang diproduksi dapat optimal. Pada saat ini, pemilik menentukan jumlah produksi berdasarkan penjualan satu hari sebelumnya. Pemilik beranggapan bahwa lebih baik tahu yang diproduksi lebih baik sisa dibandingkan tahu kurang. Namun,

dengan cara demikian pemilik melihat banyak tahu yang tidak laku terjual dan harus dijual bersamaan dengan limbah pembuatan tahu. Pemilik merasa seharusnya semua tahu yang diproduksi tersebut dapat menghasilkan pendapatan bagi pemilik. Hal tersebut menyebabkan menurunnya profit bagi pemilik toko.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, permasalahan yang terdapat pada penelitian ini adalah perencanaan jumlah produksi tahu yang dirasa oleh pemilik belum optimal, sehingga mengakibatkan banyak produk tahu yang tidak laku terjual dan menyebabkan berkurangnya profit bagi pemilik usaha.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah menentukan jumlah produksi tahu untuk meningkatkan profit dan mengurangi jumlah tahu yang tidak laku terjual.

1.4. Batasan Masalah

Batasan dalam penelitian ini adalah:

- a. Penelitian ini difokuskan pada penjualan tahu, tidak pada proses produksi karena pemilik tidak mengizinkan untuk meninjau langsung pembuatan tahu demi menjaga kerahasiaan resep.
- b. Bahan baku pembuatan tahu selalu ada dan datang di awal bulan. Hal ini karena pemilik telah menjalin kerja sama dengan *supplier* kedelai selama 6 tahun.
- c. Data yang digunakan adalah data penjualan tahu perhari selama 8 bulan, dimulai dari Juni 2020 sampai dengan Januari 2021.
- d. Jumlah produksi tahu maksimal 6 krat. Penentuan maksimal jumlah produksi tahu ini merupakan kebijakan dari pemilik.
- e. Tempat produksi tidak memiliki tempat pengolahan limbah cair dan limbah padat akan dijual ke peternakan sapi yang berada di Kediri.