

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perusahaan harus senantiasa melakukan beberapa inovasi, atau kegiatan yang lainnya agar perusahaan dapat berkembang. Perkembangan suatu organisasi bisa ditandai dengan meningkatnya pendapatan perusahaan. Peningkatan pendapatan perusahaan dapat dicapai apabila perusahaan mendapatkan konsumen yang lebih banyak. Konsumen yang lebih banyak, bisa diperoleh apabila perusahaan melakukan pengembangan pasar. Salah satu perusahaan yang saat ini ingin mengembangkan jangkauan pemasaran yaitu Perusahaan Tempe Muchlar.

Perusahaan Tempe Muchlar merupakan salah satu perusahaan yang menghasilkan produk makanan berupa Tempe murni yang berbasis di Yogyakarta. Tempe Muchlar sendiri dikenal karena menghasilkan produk tempe dengan kualitas tinggi dan memiliki variasi ukuran produk yang beragam. Produk-produk Tempe Muchlar sering kali menjadi pilihan konsumen di Yogyakarta dan sekitarnya karena rasa yang lezat dan kualitas yang terjaga. Perusahaan Tempe Muchlar didirikan pada tahun 1995 sebagai perusahaan yang berfokus pada produksi dan distribusi produk olahan tempe, yang terletak di Desa Luwotan, Kasihan, Janten, Ngestiharjo, Kec. Kasihan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Perusahaan ini telah tumbuh menjadi salah satu produsen tempe terkemuka di daerah Yogyakarta, karena produknya telah menjangkau semua wilayah pasar di Yogyakarta.

Proses bisnis perusahaan Tempe Muchlar melibatkan sejumlah tahap yang melibatkan produksi tempe berkualitas tinggi, distribusi produk dan interaksi dengan pelanggan. Proses bisnis untuk bahan baku PT Tempe Muchlar mengandalkan pasokan bahan baku tempe berupa kedelai dari petani lokal, dimana kualitas bahan baku ini sangat penting untuk memastikan kualitas produk akhir. Namun, proses bisnis untuk produksi, perusahaan menggunakan teknologi dan standar kebersihan tinggi untuk menghasilkan produk yang aman dan berkualitas. Pada proses bisnis distribusi, produk tempe yang telah siap dipasarkan akan didistribusikan ke berbagai toko (baik itu toko yang besar maupun toko yang kecil), pasar tradisional, *supermarket*, rumah sakit, dan ke *costumer* kecil yang akan menjual kembali ke toko-toko kecil. Selanjutnya untuk proses bisnis pemasaran, PT Tempe Muchlar menggunakan strategi pemasaran secara

online dan *offline*. Dimana strategi ini dilakukan untuk mempertahankan pelanggan dan membangun reputasi Perusahaan.

Perusahaan Tempe Muchar termasuk ke dalam perusahaan dengan penjualan dan pemasaran yang terbesar di Yogyakarta karena sudah mencakup seluruh area Yogyakarta. Namun, perusahaan Tempe Muchlar memiliki banyak permasalahan yang terjadi dan masih membutuhkan banyak perbaikan untuk diselesaikan, baik itu permasalahan yang terjadi di rantai produksi, maupun yang terjadi dalam pengembangan pemasaran. Dari hasil diskusi dan wawancara dengan Bapak M.Sadat selaku pemilik perusahaan dan Bapak Doelkarim selaku manajer perusahaan atau yang mengatur secara keseluruhan proses bisnis di perusahaan ini, terdapat 4 permasalahan yang ditemukan yaitu:

1. Tidak adanya pengecekan kualitas kedelai
2. Terdapat *Standard Operational Procedured (SOP)* namun tidak dijalankan
3. Kemasan produk yang kurang menarik dan terlalu polos
4. Pengembangan area pemasaran di kota Solo yang belum terealisasi

Dari empat permasalahan diatas, masalah yang saat ini ingin diselesaikan oleh perusahaan adalah realisasi pengembangan area pemasaran di kota Solo yang masih belum terealisasi. Hal ini dikarenakan Bapak M.Sadat selaku direktur selaku perusahaan dan Bapak Doelkarim selaku manajer perusahaan, ingin mengembangkan produk Tempe Muchlar agar dapat dikenal oleh masyarakat luas di Kota Solo, dan ingin meningkatkan laba perusahaan yang lebih besar. Disamping itu, para pekerja Tempe Muchlar di rantai produksi juga ingin mendapatkan pemasukan yang lebih besar untuk memaksimalkan jam kerja, serta pengemudi mobil juga ingin mendapatkan pemasukan yang lebih besar pula. Kemudian, tim pemasaran juga telah memenuhi seluruh area pemasaran di Yogyakarta, sehingga pendapatan dan keuntungan yang didapatkan tidak mengalami peningkatan yang signifikan.

Perusahaan belum mampu merancang proses bisnis dalam melakukan pengembangan pemasaran ke kota Solo. Hal ini disebabkan karena pekerja yang ada saat ini rata-rata lulusan yang berlatar belakang pendidikan SMP dan SMA, sehingga pengetahuan terkait pengembangan pemasaran masih sangat kurang. Disisi lain, perusahaan juga tidak mampu melakukan analisis pasar yang ada di kota Solo, sehingga cukup sulit untuk melakukan realisasi pengembangan pasar di kota Solo.

1.2. Penelusuran Masalah

Seperti yang telah dijelaskan pada Sub Bab 1.1 terdapat empat permasalahan yang ditemukan di Perusahaan Tempe Muchlar. Pada sub bab 1.2 akan dijelaskan proses untuk mendapatkan informasi mengenai permasalahan tersebut. Dalam melakukan penelusuran masalah yang terdapat di Perusahaan Tempe Muchlar, maka dilakukan penelitian secara langsung ke pabrik dan melakukan wawancara langsung dengan Manajer Perusahaan yang dilanjutkan dengan wawancara bersama bapak M.Sadat untuk mengumpulkan segala informasi terkait. Rekapitan pertanyaan pada saat melakukan wawancara untuk menemukan masalah-masalah yang ada di perusahaan Tempe Muchlar disajikan pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1. Pertanyaan dan Hasil Wawancara

No.	Pertanyaan	Jawaban Wawancara
1	Apa saja varian produk yang dipasarkan?	Ada 1 varian produk, namun terdiri dari 4 ukuran produk, mulai dari produk kecil, sedang, medium dan produk besar.
2	Berapa harga masing-masing produk	Harga masing-masing produk Tempe Muchlar dijual dari harga Rp.2000-3000 (produk kecil), Rp.4000-5000 (produk sedang), Rp.6000-7000 (produk medium) dan Rp.9000-10000 (produk besar)
3	Apa saja yang menjadi kendala perusahaan selama memasarkan produk?	Sejauh ini tidak ada, karena sistem pemasaran produk Tempe Muchlar ini sudah berjalan dengan baik, bahkan sudah tersebar di seluruh Yogyakarta. Namun, salah satu yang menjadi kendala perusahaan saat ini adalah ingin mengembangkan pemasaran di kota Solo
4	Mengapa hal tersebut menjadi salah satu kendala bagi perusahaan?	Menjadi kendala karena perusahaan masih belum memiliki SDM yang mumpuni, dan SDM yang ada masih belum mumpuni dan juga masih belum mengetahui apa saja yang perlu diperhatikan dalam melakukan pengembangan pemasaran di kota Solo

Tabel 1.1. Lanjutan

No.	Pertanyaan	Jawaban Wawancara
5	Apakah hal tersebut menjadi prioritas utama saat ini?	Untuk saat ini iya, namun tidak terburu-buru dan masih dalam tahap rencana
6	Selain masalah dan kendala diatas, apakah ada masalah atau kendala lainnya?	Ada, namun sepertinya untuk saat ini masih belum terlalu menjadi prioritas karena sejauh ini masih belum menjadi masalah dan kendala yang berpengaruh
7	Apa saja yang menjadi masalah atau kendala tersebut?	Yang menjadi masalah atau kendala perusahaan sampai saat ini yaitu SOP, kemasan produk dan tidak adanya pengecekan kualitas bahan baku dari supplier
8	Apakah terdapat SOP pada perusahaan? Karena dari hasil pengamatan, para pekerja tidak menggunakan SOP	Ya, ada. Namun para pekerja lebih senang apabila bekerja tanpa menggunakan SOP, karena dianggap lebih cepat dalam melakukan pekerjaan dan para pekerja juga tidak ingin ruwet apabila menggunakan SOP yang telah diterapkan oleh perusahaan
9	Apakah kemasan produk yang ada sekarang mempengaruhi penjualan?	Untuk saat ini tidak. Namun, karena melihat perkembangan jaman yang begitu cepat dan begitu pesat, perusahaan ingin melakukan perbaikan atau peningkatan <i>design</i> kemasan agar nantinya punya nilai jual dan nilai tambah sehingga dapat mempertahankan penjualan dan dapat meningkatkan penjualan
10	Mengapa tidak dilakukan pengecekan kualitas bahan baku?	Tidak dilakukan karena kurangnya SDM dalam mengelola dan melakukan pengecekan kualitas kedelai. Disamping itu, perusahaan juga sudah percaya sepenuhnya kepada supplier terhadap bahan baku yang dikirimkan ke pabrik karena selama berdirinya perusahaan dengan supplier yang masih sama, belum terdapat masalah yang serius terhadap kualitas kedelai sampai saat ini

Dari hasil melakukan wawancara dengan manajer perusahaan, ditemukan beberapa masalah yang dijabarkan sebagai berikut.

a. Tidak adanya pengecekan kualitas kedelai

Kendala atau masalah dalam perusahaan Tempe Muchlar yaitu tidak adanya pengecekan kualitas kedelai, dimana pada saat bahan baku masuk ke pabrik, bahan baku berupa kedelai langsung dimasukkan ke dalam Gudang penyimpanan tanpa melakukan pengecekan kualitas. *Stakeholder* yang terlibat yaitu kepala Gudang dan manajer produksi. Kepala Gudang bertugas memastikan jumlah bahan baku yang masuk sudah sesuai dengan pesanan atau tidak, dan sudah mempercayai *supplier* terhadap bahan baku yang dipasok. Disisi lain, manajer produksi ingin melakukan pengecekan kualitas bahan baku untuk memastikan di setiap pesanan yang datang sesuai dengan kualitas standar produksi, namun masih kekurangan alat dan keterbatasan sumber daya manusia dalam melakukan pengecekan kualitas bahan baku kedelai. Masalah yang timbul akibat tidak adanya pengecekan bahan baku adalah terdapat beberapa kedelai yang kurang bagus walaupun dalam skala persentase yang kecil, hal ini dapat terlihat ketika melakukan pengrebusan bahan baku, di mana kedelai yang baik akan tenggelam, sedangkan kedelai yang kurang baik akan mengambang.

b. Terdapat *Standard Operational Procedure* (SOP) tetapi tidak dijalankan

Perusahaan memiliki SOP yang telah dirancang untuk memperkecil resiko tingkat kecelakaan kerja. Namun, tidak dijalankan dengan baik oleh para pekerja, sehingga potensi terjadi kecelakaan pada saat bekerja cukup tinggi dan bisa menyebabkan terjadinya masalah kesehatan bagi para pekerja apabila dilakukan dalam jangka waktu yang lama. *Stakeholder* yang terlibat yaitu manajer produksi, pekerja dan kepala pengawas. Dimana manajer produksi tidak ingin terjadi *delay* akibat kecelakaan kerja karena tidak menerapkan SOP Perusahaan yang ada, sedangkan para pekerja ingin melakukan pekerjaan yang ada tanpa menggunakan SOP karena tidak terbiasa dan dianggap cukup merepotkan dalam penggunaan dan pengaplikasiannya terlebih pada saat melakukan pekerjaan, sedangkan kepala pengawas ingin agar semua pekerja dapat bekerja dengan cepat tanpa menggunakan SOP sesuai dengan keinginan para pekerja.

c. Kemasan produk yang kurang menarik dan terlalu polos

Kemasan produk yang digunakan oleh perusahaan masih cukup polos dan kurang menarik apabila dilihat dari perkembangan jaman. Hal ini juga diungkapkan langsung oleh manajer utama yang mengelola perusahaan. Di mana untuk dapat mempertahankan dan memperluas jaringan pemasaran bisnis, diperlukan kreatifitas yang unik dan menarik. Oleh karena itu, diperlukan untuk melakukan desain kemasan yang lebih bagus. *Stakeholder* yang terlibat yaitu Manajer promosi dan kepala pemasaran. Di mana manajer promosi menginginkan agar desain produk dapat ditingkatkan dengan lebih baik dan lebih menarik lagi tanpa menghilangkan ciri khas dari desain kemasan produk, namun kekurangan sumber daya manusia yang mumpuni. Namun, manajer pemasaran ingin agar kemasan produknya tetap demikian karena sudah dikenal oleh masyarakat setempat.

d. Pengembangan area pemasaran di kota Solo yang belum terealisasi

Perusahaan telah berhasil menjangkau penjualan di seluruh kota Yogyakarta, mulai dari pasar tradisional dan supermarket, rumah sakit, kostumer-kostumer kecil serta toko-toko besar dan kecil. Perusahaan ingin melakukan pengembangan penjualan ke kota terdekat, salah satunya yaitu kota Solo dan kota Klaten, namun memprioritaskan kota Solo sebagai tempat pemasaran penjualan. *Stakeholder* yang terlibat yaitu manajer keuangan, operator transportasi, tim pemasaran dan pekerja pabrik. Di mana manajer keuangan ingin agar sarana alat dilengkapi dan juga memiliki karyawan untuk melaporkan data hasil penjualan dan pemasukan barang dari pusat, agar dapat mengontrol dan melaporkan data terkait ke pusat perusahaan yang ada di Yogyakarta. Namun, operator transportasi ingin agar mobil pick-up yang telah dibeli sebelumnya oleh perusahaan dapat digunakan untuk melakukan pengiriman tempa dari Yogyakarta ke Solo dengan perencanaan yang baik. Disisi lain, tim pemasaran ingin agar pengembangan area pemasaran di kota Solo dapat segera dimulai dengan perencanaan dan perancangan yang baik.

Berdasarkan pemaparan seluruh masalah yang telah ditemukan dari hasil pengamatan secara langsung dan dari hasil wawancara dengan direktur dan manajer perusahaan, masalah yang akan diangkat untuk diselesaikan pada tugas akhir ini adalah permasalahan yang saat ini sedang dihadapi oleh perusahaan yaitu ingin melakukan pengembangan area pasar di kota Solo. Masalah ini penting

karena perusahaan telah menginvestasikan mobil *pick-up* untuk melakukan pengembangan pasar yang lebih luas lagi.

Berdasarkan penelusuran masalah yang telah dijabarkan, PT Tempe Muchlar memerlukan solusi untuk dapat memasarkan produk Tempe Muchlar ke Kota Solo. Bapak M.Sadat selaku direktur menghendaki dengan adanya rancangan solusi yang dibuat, dapat mendukung realisasi pengembangan pasar di kota Solo.

1.3. Rumusan Masalah

Permasalahan yang dihadapi oleh Perusahaan pabrik Tempe Muchlar adalah terkait dengan pengembangan area pemasaran Tempe Muchlar di kota Solo yang saat ini masih belum terealisasi.

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan rancangan usulan penyelesaian permasalahan pengembangan area pemasaran Tempe Muchlar di kota Solo yang tidak membuat perusahaan menginvestasikan bangunan di kota Solo dan tidak mengganggu masa hidup tempe selama perjalanan pengiriman tempe dari Yogyakarta ke kota Solo.

1.5. Batasan Masalah

Batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Rancangan solusi dirancang untuk empat jenis ukuran tempe yang telah ditetapkan oleh Perusahaan Tempe Muchlar
2. Perluasan area pemasaran di Kota Solo dilakukan pada satu Kecamatan
3. Perancangan dilakukan untuk satu jenis transportasi