I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh industri rumah tangga dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Hal tersebut disebabkan karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan di mana secara langsung berhubungan dengan konsumen. Maka kegiatan pemasaran dapat diartikan sebagai kegiatan manusia yang berlangsung dalam kaitannya dengan pasar.

Kegiatan pemasaran susu kedelai dunia usaha selalu ada yang namanya pesaing, pesaing antara penjual dalam merebut pembeli. Maka dari itu dilakukan strategi pemasaran secara baik untuk meningkatkan volume penjualan susu kedelai pasar yang dilakukan mulai dari daerah sentra pengolahan industri rumah tangga hingga bermuara pada konsumen akhir.

Strategi yang tepat mempengaruhi peranan dalam mewujudkan tujuan sesuai dengan perkembangan dan lingkungan pasar yang dihadapi untuk memenuhi permintaan yang semakin beragam baik dalam mutu, bentuk, jenis dan rasa. Dengan demikian, maka segala aktivitas usaha industri susu kedelai, harusnya diarahkan untuk dapat memuaskan konsumen yang pada akhirnya bertujuan untuk memperoleh laba.

Kedelai berperan sebagai sumber protein nabati yang sangat penting dalam rangka peningkatan gizi masyarakat, karena selain amanbagi kesehatan juga relatif murah dibandingkan sumber protein hewani. Kebutuhan kedelai terus meningkat seiring dengan pertumbuhan jumlah penduduk dan kebutuhan bahan baku industri olahan pangan seperti tahu, tempe, kecap, susu kedelai, tauco, snack, dan sebagainya

Susu kedelai merupakan salah satu produk hasil olahan kedelai yang banyak disukai banyak orang, sehingga saat ini banyak industri rumah tangga yang memproduksi susu kedelai, kebutuhan kedelai terus meningkat seiring dengan pertumbuhan penduduk dan berkembangnya industri pangan berbahan

baku kedelai. Selain yang relatif harga murah, kedelai juga memiliki kandungan gizi kedelai cukup tinggi, terutama proteinnya.

Industri rumah tangga susu kedelai banyak bersaing untuk memperoleh keuntungan, dalam persaingan berusaha memenangkan pasar atau dalam memasarkan produknya, produsen harus memiliki tujuan dan strategi pemasaran yang tepat untuk diterapkan pada konsumen sasaran dalam memperebutkan pasar. Untuk memperoleh pemenangan strategi yang digunakan, maka diperlukan analisis tentang kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman pada industri rumah tangga

B. Rumusan Masalah

Strategi pemasaran yang diterapkan produsen umtuk mendapatkan konsumen agar usaha yang dilakukan depat berkembang harus memiliki strategi pemasaran yang tepat untuk diterapkan pada sasaran dalam memperebutkan pasar. Pemasaran yang dilakukan dengan menawarkan barang dengan tujuan umtuk melakukan penjualan dan mengetahui serta memahami selera konsumen.

Salah satunya industri susu kedelai, yang merupakan industri pengolahan minuman yang memanfaatkan kedelai untuk diolah lebih lanjut menjadi susu kedelai yang akan meningkatkan nilai tambah bagi kedelai itu sendiri. Susu kedelai merupakan bahan manuman dengan harga yang relatfi murah dan dapat digunakan sebagai pengganti susu sapi sehingga dapat terjangkau oleh masyarakat

Strategi pemasaran yang dilakukan pengusaha susu kedelai menjalankan usahanya menerapkan analisis SWOT untuk menghadapi persaingan. Dan banyaknya produk olahan susu kedelai dipasaran memberikan keleluasaan bagi konsumen untuk memilih, oleh karena itu sebagai produsen memerlukan strategi memenangkan pasar untuk meningkatkan penjualan. Melihat banyaknya konsumen susu kedelai relatif banyak seperti pendatang mahasiswa baru, anak-anak muda dan rumah tangga baru namun disisi lain banyak juga produsen susu kedelai

Berkaitan dengan hal tersebut, maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman (SWOT) pada industri susu kedelai skala rumah tangga di Kota Yogyakrta.
2. Strategi pemasaran apa yang diterapakan pada industri susu kedelai skala rumah tangga di Kota Yogyakarta.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada industri susu kedelai skala rumah tangga di Kota Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan dalam mengembangkan usaha industri susu kedelai skala rumah tangga di Kota Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti, merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan studi di Fakultas Pertanian Institut Pertanian Stiper Yogyakarta. Selain itu, dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang keadaan industri susu kedelai di Kota Yogyakarta.
2. Bagi pihak lain yang membutuhkan, diharapkan dapat menjadi bahan pustaka/referensi dan informasi untuk masalah yang sama di masa akan datang.
3. Bagi industri susu kedelai, diharapkan para industri susu kedelai skala rumah tangga dapat menganalisis usahanya sehingga bisa tetap menjaga keberlangsungan industri susu kedelai di Kota Yogyakarta.