

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor pertanian merupakan salah satu sektor strategis yang berperan penting dalam pembangunan ekonomi suatu negara, terutama bagi negara berkembang seperti Indonesia (*Jannah et al.*, 2022). Indonesia dikenal sebagai negara agraris dengan sektor pertanian sebagai salah satu penopang utama perekonomian nasional, khususnya pada subsektor tanaman pangan. Ketahanan pangan suatu negara dapat dikatakan terjamin apabila seluruh penduduknya mampu memperoleh pangan yang cukup untuk memenuhi kebutuhan hidupnya (Fertiwi, 2018).

Masyarakat Indonesia sangat menyukai makanan berbasis biji-bijian. Banyak orang yang suka mengonsumsi biji-bijian ini karena kandungan vitaminnya. Ini terlepas dari kecenderungan masyarakat untuk mengonsumsi makanan olahan dari biji, terutama kedelai. Karena kedelai adalah salah satu tanaman pangan penting di Indonesia setelah beras dan jagung. Kedelai merupakan salah satu komoditas yang pemanfaatannya paling luas sebagai bahan pangan (*Bakti et al.*, 2019). Kedelai adalah salah satu komoditas pangan utama yang kaya akan protein nabati dan banyak dimanfaatkan sebagai bahan baku berbagai produk olahan, seperti tahu, tempe, susu kedelai, kecap serta aneka makanan ringan. Seiring dengan pertumbuhan jumlah penduduk dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pola hidup sehat, permintaan terhadap kedelai cenderung mengalami peningkatan dari waktu ke waktu (Krisnawati, 2017).

Indonesia merupakan salah satu negara produsen kedelai terbesar di dunia dan menempati posisi keenam setelah Amerika Serikat, Brasil, Argentina, Tiongkok dan India. Meskipun demikian, produk kedelai dalam negeri masih belum mampu memenuhi kebutuhan nasional yang terus mengalami peningkatan dari waktu ke waktu dan pertumbuhannya jauh lebih cepat dibandingkan dengan peningkatan produksi domestik. Oleh karena itu,

pemerintah mengambil kebijakan untuk melakukan impor kedelai guna menutup kekurangan tersebut. Selain itu, pertumbuhan ekonomi di negara-negara berkembang yang mendorong peningkatan tingkat kesejahteraan masyarakat diperkirakan akan terus berlanjut (Sari, 2016).

Pertumbuhan usaha di Indonesia menunjukkan perkembangan yang signifikan, ditandai dengan meningkatnya jumlah unit usaha baru di berbagai sektor perekonomian. Kondisi ini terlihat dari semakin berkembangnya Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) di berbagai daerah. Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) merupakan aktivitas ekonomi yang di jalankan oleh individu maupun kelompok usaha dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan pelaku usaha serta pihak-pihak yang terlibat di dalamnya (*Idayu et al., 2021*).

Perkembangan usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Bojonegoro menunjukkan tren peningkatan yang sangat pesat dari tahun ketahun. Berdasarkan data Dinas Perdagangan, Koperasi, dan Usaha Mikro Kabupaten Bojonegoro, jumlah UMKM juni 2024 tercatat sebanyak 91.621 unit usaha. Jumlah tersebut mengalami kenaikan dibandingkan tahun 2023 yang mencapai 91.390 unit usaha, tahun 2022 sebanyak 86.820 unit usaha, serta tahun 2021 yang tercatat sebanyak 80.637 unit usaha (Susilo & Alfiana, 2024). Sedangkan jumlah UMKM diseluruh indonesia berdasarkan data Kementerian Koperasi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) tahun 2020, UMKM di Indonesia mencapai sekitar 64,2 juta unit usaha. Keberadaan UMKM tersebut memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian nasional, yakni sebesar 61,07 persen terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dengan nilai mencapai Rp 8.573,89 triliun. Selain itu, sektor UMKM mampu menyerap sekitar 97 persen terhadap total investasi. Data tersebut menggambarkan bahwa kontribusi UMKM dalam penyediaan lapangan kerja bagi masyarakat, serta perannya dalam mendukung kebijakan pemerintah guna menekan tingkat pengangguran dan mewujudkan peningkatan kesejahteraan sosial (Yolanda, 2024).

Memasuki era globalisasi, sektor UMKM pada industri memiliki peranan yang sangat penting dalam menunjang perekonomian nasional. Di sisi

lain, tingkat persaingan usaha yang semakin meningkat mendorong para produsen untuk melakukan berbagai upaya pembenahan dan pengembangan usaha agar mampu menciptakan keunggulan kompetitif serta bersaing secara efektif di tengah pesatnya perkembangan dunia usaha. Di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat, pelaku usaha diuntut untuk mampu merumuskan strategi bisnis yang tepat dan memiliki keunggulan kompetitif (Prihartanti, 2020). Strategi bisnis merupakan perencanaan jangka panjang yang disusun untuk mencapai tujuan usaha. Dengan penerapan strategi yang sesuai, di harapkan UMKM dapat bertahan serta dapat menghadapi dinamika persaingan yang terjadi (Arifudin *et al.*, 2020). Dalam menghadapi dinamika persaingan usaha, pelaku usaha diuntut untuk mampu mengembangkan usahanya secara cepat dan berkelanjutan agar dapat meningkatkan keuntungan secara optimal.

Pengembangan usaha merupakan langkah strategis yang harus dilakukan oleh suatu industri apabila ingin memperluas skala usaha dan meningkatkan keberlanjutan operasionalnya. Upaya tersebut memerlukan perhatian terhadap berbagai aspek internal maupun eksternal yang perlu di tingkatkan guna menciptakan nilai tambah bagi industri. Apabila faktor internal dan faktor eksternal dapat di penuhi secara optimal, maka hal tersebut akan berkontribusi positif terhadap peningkatan kinerja UMKM (Widiantini *et al.*, 2024). Usaha yang terus berkembang akan memiliki tingkat daya saing yang lebih baik sehingga mampu mendorong terciptanya iklim persaingan yang sehat serta menghindari terjadinya penguasaan pasar oleh pihak tertentu. Persaingan yang sehat berperan dalam menggerakkan aktivitas ekonomi, meningkatkan perputaran keuangan di masyarakat, serta mendorong peningkatan daya beli. Oleh karena itu, pengembangan usaha menjadi salah satu upaya penting untuk menjaga produktivitas usaha dan meningkatkan pendapatan pelaku usaha secara berkelanjutan dalam jangka panjang.

Salah satu sektor UMKM yang harus di kembangkan dan memiliki prospek cukup baik adalah industri pengolahan pangan yaitu usaha produksi tahu. Tahu merupakan produk olahan kedelai yang memiliki tingkat permintaan relatif stabil dan menjangkau berbagai lapisan masyarakat di pasar

domestik. Secara definisi, tahu adalah produk pangan berbentuk padatan lunak yang dihasilkan melalui proses pengolahan kedelai (*Glycine Sp*) dengan metode pengendapan protein, baik dengan maupun tanpa penambahan bahan tambahan pangan yang di perbolehkan. Tahu merupakan salah satu sumber pangan yang mengandung protein nabati dan memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi. Produk pangan ini banyak di konsumsi oleh masyarakat Indonesia dan sering di manfaatkan sebagai alternatif sumber protein yang setara dengan protein hewani. Dalam setiap 100 gram tahu terkandung energi sebesar 68 kkal, protein 7,8 gram, lemak 4,6 gram, karbohidrat 1,6 gram, kalsium 124 mg, serta fosfor 63 mg. Kandungan gizi tersebut menjadikan tahu berpotensi sebagai pengganti sumber protein hewani. Selain itu, komposisi zat gizi tahu per 100 gram terdiri atas 70-90% air, 5-15% protein, 4-8% lemak, dan 2-5% karbohidrat (Wahyudi *et al.*, 2022).

Tahu merupakan produk pangan yang memiliki peranan penting dalam pemenuhan kebutuhan protein masyarakat Indonesia karena kandungan gizinya yang tinggi serta tingkat keterjangkauan harga bagi hampir seluruh lapisan masyarakat (Maukar *et al.*, 2019). Di Indonesia termasuk Jawa Timur rata-rata jumlah konsumsi tahu sebulan di kota 1,15 kg sedangkan di desa 1,04 kg, secara keseluruhan konsumsi tahu di Jawa Timur sebanyak 1,10 kg (BPS Provinsi Jawa Timur, 2019). konsumsi tahu tersebut memberikan berbagai manfaat, antara lain membantu menurunkan risiko penyakit jantung. Kandungan isoflavon kedelai pada tahu di ketahui mampu menurunkan kadar kolesterol jahat (LDL) dalam darah. Selain itu, tahu juga berperan dalam membantu pencernaan kanker, menurunkan risiko diabetes, serta berkontribusi dalam menjaga dan meningkatkan fungsi ginjal (Pasaribu *et al.*, 2023).

Desa Sitiaji yang terletak di Kecamatan Sukosewu, Kabupaten Bojonegoro merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi besar dalam pengembangan usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) khususnya pada industri tahu. Salah satu usaha yang cukup di kenal di wilayah ini adalah UMKM Tahu Bersaudara yang telah berdiri sejak tahun 2006, yang di dirikan oleh Ibu Istikomah. Pada awal berdirinya, usaha ini memiliki jumlah tenaga

kerja sebanyak 4 orang. Namun, seiring dengan berbagai kendala yang dihadapi, jumlah karyawan mengalami penurunan menjadi 2 orang. Dalam proses produksi, UMKM Tahu Bersaudara ini memproduksi dua jenis varian tahu, yaitu tahu mentah atau yang disebut dengan tahu putih dan tahu goreng asin, dengan kapasitas produksi rata-rata 50 kg hingga 75 kg kedelai per hari tergantung permintaan pasar. Bahan baku utama yang digunakan dalam proses produksi sebagian besar berasal dari kedelai impor. Untuk produk tahu yang dihasilkan di jual langsung di pasar lokal, yaitu Pasar Purwoasri yang terletak di Kecamatan Sukosewu serta Pasar Bungkal yang terletak di Kecamatan Balen. Produk ini rata-rata dijual dengan harga Rp 5.000 per potong atau sekitar Rp 50.000 per papan. Dalam pemasarannya, UMKM Tahu Bersaudara ini masih dilakukan secara tradisional secara offline saja belum secara online. Meskipun sudah memiliki pelanggan tetap dan memiliki potensi pasar yang besar pengembangan UMKM Tahu Bersaudara ini masih menghadapi berbagai tantangan baik dari faktor internal maupun faktor eksternal. Beberapa tantangannya di antaranya termasuk keterbatasan modal, manajemen keuangan belum kelola dengan baik, serta kenaikan bahan baku menyebabkan dampak negatif pada usaha ini. Oleh karena itu, untuk mengatasi tantangan tersebut diperlukan strategi pengembangan yang tepat bagi UMKM Tahu Bersaudara. Berikut data produksi tahu bulan Januari-April sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Data produksi UMKM Tahu Bersaudara bulan Januari-April 2026

Bulan	Total Produksi
Januari	1.550 kg/ bulan
Februari	2.100 kg/ bulan
Maret	2.325 kg/ bulan
April	1.500 kg/ bulan
Total	7.475 kg

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa UMKM Tahu Bersaudara selama bulan Januari-April telah memproduksi sebanyak 7.475 kg kedelai yang dibuat menjadi tahu. UMKM ini memproduksi tahu terbanyak yaitu pada bulan

Maret sebesar 2.325 kg. Melihat besarnya angka produksi tersebut, UMKM ini berpotensi untuk di kembangkan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini berjudul “Strategi Pengembangan UMKM Tahu Bersaudara di Desa Sitiaji Kecamatan Sukosewu Kabupaten Bojonegoro” dengan tujuan untuk mengetahui strategi pengembangan yang tepat yang dapat di terapkan dalam mengembangkan usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) pada industri tahu ini secara berkelanjutan kedepannya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, penulis merumuskan permasalahan dalam penelitian ini yaitu

1. Apa saja faktor internal maupun eksternal yang mempengaruhi UMKM Tahu Bersaudara di Desa Sitiaji Kecamatan Sukosewu Kabupaten Bojonegoro?
2. Bagaimana strategi alternatif untuk mengembangkan UMKM Tahu Bersaudara di Desa Sitiaji Kecamatan Sukosewu Kabupaten Bojonegoro?
3. Bagaimana strategi prioritas yang tepat yang dapat diterapkan pada UMKM Tahu Bersaudara di Desa Sitiaji Kecamatan Sukosewu Kabupaten Bojonegoro?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui faktor internal maupun eksternal yang mempengaruhi UMKM Tahu Bersaudara di Desa Sitiaji Kecamatan Sukosewu Kabupaten Bojonegoro.
2. Untuk mengetahui strategi alternatif dari UMKM Tahu Bersaudara di Desa Sitiaji Kecamatan Sukosewu Kabupaten Bojonegoro.
3. Untuk mengetahui strategi prioritas yang tepat untuk mengembangkan UMKM Tahu Bersaudara di Desa Sitiaji Kecamatan Sukosewu Kabupaten Bojonegoro.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan dilakukan penelitian ini penulis berharap agar hasil penelitian yang di hasilkan memberikan manfaat sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengembangan ilmu pengetahuan di bidang ekonomi, khususnya dalam kajian pengembangan usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM). Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi akademik bagi penelitian selanjutnya yang membahas strategi pengembangan UMKM, terutama pada sektor industri pengolahan tahu.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi pemilik UMKM Tahu Bersaudara

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan rekomendasi strategi yang tepat dalam mengembangkan usaha pada UMKM Tahu Bersaudara dengan meningkatkan daya saing, memperluas pasar serta meningkatkan efisiensi produksi dan pendapatan usaha.

2. Bagi Pemerintah Daerah dan Instansi Terkait

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menyusun kebijakan dan program pembinaan UMKM, khususnya dalam pengembangan industri kecil pengolahan tahu dan peningkatan kesejahteraan pelaku UMKM.

3. Bagi Masyarakat dan Pelaku UMKM Sejenis

Penelitian ini dapat menjadi sumber informasi dan pembelajaran bagi pelaku UMKM lain yang bergerak di bidang serupa dalam merumuskan strategi pengembangan usaha yang berkelanjutan

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan rujukan untuk penelitian lanjutan yang berkaitan dengan strategi pengembangan UMKM, baik dengan objek maupun metode penelitian yang berbeda.

1.5 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ada, untuk menghindari meluasnya pokok permasalahan dan memudahkan peneliti dalam melakukan suatu penelitian maka perlu adanya batasan masalah. Oleh karena itu, pada penelitian ini peneliti membatasi masalah yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Penelitian ini dibatasi pada UMKM Tahu Bersaudara yang berlokasi di Desa Sitiaji Kecamatan Sukosewu Kabupaten Bojonegoro
2. Responden dalam penelitian ini dibatasi pada pemilik UMKM Tahu Bersaudara, karyawan yang terlibat dalam operasional usaha, konsumen yang membeli produk Tahu Bersaudara serta ketua Forum Kewirausahaan Pemuda Bojonegoro
3. Penelitian ini berfokus untuk mengetahui strategi pengembangan UMKM Tahu Bersaudara berdasarkan faktor internal maupun eksternal.