

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA DAN PENDEKATAN MASALAH

2.1. Tinjauan Pustaka

2.1.1. Kedelai

Kedelai (*Glycine max (L) Mer.*) termasuk jenis kacang-kacangan. Menurut Hadley dan Hymowitz (1973), dalam Adie dan Krisnawati (2013) Klasifikasi tanaman kedelai sebagai berikut:

Kingdom : *Plantae*
Divisi : *Spermatophyta*
Kelas : *Dicotyledoneae*
Ordo : *Rosales*
Famili : *Papilionaceae*
Genus : *Glycine*
Subgenus : *Glycine*
Spicies : *Glycine max (L.) Merrill*

Aldillah (2015), kedelai termasuk salah satu komoditas pangan yang menghasilkan sumber protein nabati. Sebagai bahan pangan yang mengandung penuh kandungan asam amino protein yang tinggi dan bergizi. Keledai mempunyai julukan sebagai *Gold From the Soil* atau sebagai *Word's Miracle*. Keledai banyak di konsumsi oleh masyarakat Indonesia. Eksistensi konsumsi kedelai disebabkan karena kedelai dijadikan sebagai lauk utama bagi masyarakat di Indonesia. Keledai banyak digemari karena sangat bermanfaat dalam kesehatan untuk pemenuhan gizi.

Zakaria (2010), kedelai merupakan komoditas pangan ketiga utama yang memiliki banyak kegunaan terutama dalam penggunaan bahan baku industri makanan yang mengandung protein nabati. Kedelai dapat diolah menjadi macam-macam makanan seperti tempe, tahu, tauco, kecap dan susu karena selain banyak akan kandungan protein, juga sebagai sumber lemak, vitamin dan mineral.

Beberapa pustaka mengenai kedelai maka disimpulkan kedelai dapat diolah menjadi beberapa makanan yang mengandung nilai gizi tinggi. Salah satu hasil olahan kedelai adalah tempe yang memiliki nilai yang ekonomis dari harganya yang

murah serta rasa khas yang digemari oleh banyak masyarakat Indonesia yang sejak lama dan akui banyak mengandung sumber protein dan zat gizi yang kontribusinya memiliki keunggulan.

2.1.2. Kedelai Impor

Kedelai impor adalah kedelai yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan kedelai di Indonesia yang sebagian besar berasal dari USA. Harga untuk kedelai impor saat ini berada di atas harga kedelai lokal. Nilai tukar rupiah menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi harga kedelai impor dalam ketahanan pangan di Indonesia. Harga bahan pangan impor akan tinggi apabila nilai tukar melemah. Negara produsen kedelai terbesar di dunia adalah Amerika Serikat, Brazil, Argentina, China dan India (Budi, 2016).

Yudiono dan Cahyono (2019), kedelai impor digunakan bukan hanya karena kebutuhan kedelai yang kurang terpenuhi oleh kedelai lokal, tetapi karakteristik kedelai impor yang berpengaruh untuk pengolahan dan hasil produk. Karakteristik kedelai impor yang bagus untuk kebutuhan agroindustri tempe dilihat dari ukuran biji, keseragaman biji, warna kedelai, kebersihan kedelai, volume biji dan ketersediaan kedelai.

Hidayah *et al.* (2012) kedelai impor sebagai bahan baku agroindustri memiliki perbedaan dengan kedelai lokal. Perbedaan ini dapat ditinjau dari beberapa sudut pertimbangan, sebagai berikut :

1. Perbedaan kacang kedelai dapat diperhatikan secara fisik yang dilihat dari pertimbangan dengan penampilan terlihat oleh kegiatan fisik seperti warna dan ukuran biji.
2. Segi perbedaan dari ketersediaan di pasar dapat ditinjau dari pemenuhan kedelai yang bersifat kontinyu.
3. Harga menjadi pembeda antara kedelai lokal dan impor menjadi karakteristik pembeda yang dalam penggunaan bahan baku yang biasa digunakan sebagai pertimbangan pemilihan harga. Agroindustri yang menggunakan kedelai biasanya memilih harga kedelai yang lebih murah.

4. Kualitas biji kedelai yang dilihat dari tingkat kebersihan, bahan mudah diolah dan kondisi tekstur biji. Sifat kedelai yang digunakan dapat berbeda dari setiap penggunaan kedelai lokal dan kedelai impor yang dilihat dari keberlangsungan proses pengolahan produksi.
5. Proses kedelai menjadi tempe terdapat perbedaan dari hasil jumlah tempe yang lebih besar dan jumlah banyak karena pengaruh rendemen tempe.

Maryati *et al.* (2017), perilaku usaha tempe memilih kedelai dengan pertimbangan kedelai yang bersih dan kualitas produk tempe lebih baik, sehingga pelaku agroindustri tempe memakai kedelai impor khusus untuk produksi tempe. Kedelai yang digunakan sebagai bahan baku menggunakan kedelai yang mudah pengelupasan kulit ari dan mudah diolah.

Adie dan Krisnawati (2013), menyatakan faktor yang mempengaruhi peningkatan permintaan kedelai impor di Indonesia karena usaha dalam tanaman komoditas kedelai di daerah subtropis lebih tinggi perkembangannya dibandingkan dengan daerah tropis yang relatif lebih rendah dalam perkembangannya. Sehingga produktivitas yang dihasilkan di daerah subtropis akan tinggi dan daerah tropis produktivitas tanaman kedelai rendah.

Beberapa pustaka tentang kedelai impor diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pemenuhan kedelai dengan menggunakan komoditas kedelai impor disebabkan karena tidak dapat terpenuhinya kebutuhan kedelai dari kedelai lokal dan karakteristik yang berbeda antara kedelai impor dan kedelai lokal. Hal ini mengakibatkan suplai kedelai impor semakin bertambah karena produksi dalam negeri belum mampu memenuhi kebutuhan kedelai.

2.1.3. Agroindustri Tempe

Bagus Udayana (2011), agroindustri adalah kegiatan yang memanfaatkan hasil pertanian dengan kegiatan penyediaan sarana dan prasarana, bahan baku dan produksi pengolahan. Agroindustri dapat diartikan dalam kegiatan perusahaan dengan memproses bahan nabati dan bahan hewani melalui proses pengubahan, pengawetan, penggudangan, penyimpanan, packing dan distribusi.

Soeharjo (1991) *dalam* Hadiguna dan Marimin, (2007), mendefinisikan agroindustri dari pandangan sosial ekonomi yang merupakan bagian pengolahan hasil pertanian yang terdapat lima subsistem agribisnis yang telah dirancang dan disepakati yaitu subsistem penyediaan sarana produksi dan prasarana produksi serta peralatan usahatani, produksi pengolahan hasil, kegiatan pemasaran, penunjang dan wewenang dari lembaga-lembaga yang terkait.

Roni Ahmad (2013), menjelaskan bahwa tempe merupakan makanan yang mengandung banyak serat dari pangan, zat besi, kalsium dan vitamin B. Warna dari tempe umumnya berwarna putih karena melekatnya biji kedelai dari pertumbuhan *misellia* kapang yang membentuk struktur memadat. Tempe membentuk degradasi dari komponen kedelai yang berpengaruh pada aroma khas tempe. Pada proses pengolahan komposisi kandungan gizi dan protein tempe tidak banyak berubah di bandingkan komposisi gizi dari kedelai.

Rahayu *et al.* (2015), dalam pengolahan tempe menggunakan prinsip dasar dengan fermentasi biji kedelai dan penggunaan jenis-jenis kapang *Rhizopus.sp.* Fermentasi adalah prinsip dasar pembuatan pengolahan makanan dengan proses memecah senyawa kompleks menjadi senyawa yang sederhana. Proses fermentasi dibantu dengan enzim dari hasil mikroorganisme.

Pengertian dari beberapa pendapat mengenai tempe di atas dapat diambil kesimpulan bahwa tempe merupakan pengolahan produksi yang berbahan baku kedelai dengan proses fermentasi pada kedelai menjadi tempe yang dapat berpengaruh pada peningkatan mutu biji dan mengubah rasa langu kedelai menjadi rasa yang enak dan khas pada tempe. Keseluruhan tempe juga mengandung komponen yang memiliki khasiat bagi kesehatan sehingga digolongkan dalam kelompok pangan yang fungsional. Tempe termasuk makanan yang memiliki harga murah dan sumber protein yang dapat dikonsumsi oleh masyarakat dalam pemenuhan gizi dan dapat dikonsumsi oleh berbagai kelompok umur.

Kegiatan proses pembuatan tempe menurut Winarno (1993) *dalam* Kusaeri Aulani (2014), diperoleh dari leluhur yang secara turun temurun, tetapi proses

pembuatan tempe juga memiliki variasi antar daerah memiliki yang berbeda. Tetap sama prinsip pada tahapan pembuatan tempe yaitu perebusan, perendaman, pengupasan kulit ari, pencucian dan penirisan kedelai, penggunaan ragi, pembungkusan dan fermentasi. Kebutuhan bahan-bahan dalam pembuatan tempe pada umumnya terdiri dari kedelai, ragi, air, plastik atau dapat menggunakan daun pisang. Tempe termasuk makanan yang memiliki harga murah dan sumber protein yang dapat dikonsumsi oleh masyarakat dalam pemenuhan gizi dan dapat dikonsumsi oleh berbagai umur.

Biji kedelai yang berwarna kuning, ukuran kedelai yang besar dan memiliki kulit yang tipis dinilai karakteristik yang diminati oleh pengrajin untuk industri tempe yang di usahakannya karena mendapatkan hasil tempe yang memiliki kecerahan warna dan volume tempe yang besar karena mekar (Krisdiana, 2007).

2.1.4. Bahan Baku

Rohmawati (2016), mengatakan bahan baku mentah merupakan jenis bahan-bahan yang belum melewati berbagai pengolahan apapun dari proses produksi yang bersangkutan. Pengertian bahan baku adalah barang yang akan diolah atau digunakan untuk menghasilkan produk dari suatu perusahaan, barang-barang ini merupakan barang yang dibeli dari pemasok atau supplier.

Definisi diatas dapat dikatakan bahwa bahan baku merupakan satu barang yang sangat berpengaruh dalam proses pengolahan hasil suatu usaha atau industri yang diolah untuk peningkatan nilai tambah dalam suatu produk. Bahan baku menjadi bahan atau barang yang menjadi input utama pada proses kegiatan produksi dan masuk pada proses diolah yang menghasilkan produk jadi dapat diperoleh dari produksi sendiri atau membeli dan memasok. Bahan baku menjadi pengaruh pada proses produksi secara kualitas maupun kuantitas

Standarisasi bahan baku bagi suatu perusahaan berperan dalam proses produksi agar suatu perusahaan dapat mendapatkan bahan baku dari pemasok yang memenuhi standar atau keinginan kebutuhan perusahaan. Spesifikasi standar bahan baku ini dikatakan menjadi di suatu acuan dalam komponen bahan baku yang

memiliki kandungan dan tekstur serta pemenuhan kebutuhan proses pengolahan yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh barang yang diinginkan dan meminimalisir kesukaran dalam produksi hasil olahan atau suatu produk perusahaan.

Bahan baku ini sangat penting untuk keberlangsungan suatu proses produksi maka dari itu dalam pengolahan hasil barang atau jasa persediaan bahan baku sebaiknya dapat dikendalikan dengan memperhatikan persediaan bahan baku.

Pengendalian bahan baku yang efektif sebagai berikut pasokan bahan baku dapat tersedia untuk memenuhi operasi yang efisien dan tidak mengganggu keberlangsungan usaha. Pengendalian bahan baku perusahaan perlu memastikan persediaan yang cukup sehingga dapat langsung dikirim suatu perusahaan atau perseorangan yang membutuhkan bahan baku.

2.1.5. Teori Pengambilan Keputusan

Anggadini (2016), pengambilan keputusan adalah suatu teknik untuk mengungkap masalah dan penyelesaian pertentangan dengan cara memilih beberapa alternatif yang tersedia, baik itu bersifat kualitatif ataupun yang bersifat kuantitatif untuk memperoleh suatu pemilihan alternatif yang terbaik. Pengambilan keputusan menjadi kunci yang penting dari pembuat keputusan bagi peranan manajemen untuk menyediakan sumber informasi yang bersifat reabilitas.

Menurut Siagian (1986) *dalam* Rohayuningsih dan Handoyo (2015), pengambilan keputusan termasuk sebuah pendekatan yang bersifat sistematis untuk hakikat pada masalah, alternatif yang dipilih harus memperhatikan kematangan dan pertimbangan dari berbagai aspek, fakta-fakta dan keputusan akhir dari tindakan pengambilan keputusan dengan berdasarkan perhitungan yang paling tepat. Dalam pembuatan keputusan biasanya dihadapi dengan data yang jumlahnya banyak dari lingkup pengambilan keputusan, situasi ini membuat si pembuat keputusan mengalami kerumitan. Maka dari itu pembuat keputusan harus mempertimbangkan manfaat dan biaya yang merupakan suatu keharusan dihadapkan kepada pembuat keputusan untuk mampu mengandalkan sistem sehingga pemecahan masalah dapat dilaksanakan secara efektif dan efisien.

Fahmi Irham (2016), pengambilan keputusan adalah proses dari penelusuran masalah yang terjadi karena adanya kekeliruan atau kesalahan-kesalahan karena faktor dalam pengkajian masalah sehingga dapat menghasilkan kesimpulan dan rekomendasi dari diambilnya keputusan. Rekomendasi dari keputusan tersebut dapat diambil sebagai pedoman untuk pengambilan keputusan yang berpengaruh besar untuk mencapai suatu pencapaian tujuan pemecahan masalah.

Beberapa pendapat dari pengambilan keputusan dapat disimpulkan bahwa pengambilan keputusan sebagai suatu pemilihan alternatif yang terbaik dari beberapa pemilihan alternatif yang tersedia sebagai suatu cara untuk dapat memecahkan masalah dengan dilakukan secara sistematis untuk dapat ditindaklanjuti sebagai akhir dari suatu pemecahan masalah. Dari beberapa pengertian pengambilan keputusan dapat disimpulkan bahwa pengambilan keputusan ini berkaitan dengan masalah atau problem dalam suatu perusahaan ataupun organisasi untuk memenuhi tujuan situasi yang diinginkan dengan cara memilih satu, dua atau bisa lebih alternatif yang diharapkan penetapan ini dapat memecahkan permasalahan atau problem yang terjadi.

Perilaku konsumen dalam penentuan proses pengambilan keputusan untuk pembelian suatu barang atau jasa, proses yang menjadi sebuah pendekatan penyesuaian masalah terdiri dari lima tahap yang dilakukan konsumen, kelima tahap tersebut adalah pengenalan masalah, pencarian informasi, penilaian alternatif, membuat keputusan, dan perilaku pasca pembelian (Kotler, 2017).

Kotler (2017), kelima tahap yang dilalui konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Pengenalan Masalah

Proses pembelian diawali dengan mengenal masalah untuk pemenuhan kebutuhan. Jika kebutuhan sudah diketahui konsumen paham dengan kebutuhan yang belum perlu dipenuhi dengan menentukan masalah tersebut dapat ditunda pemenuhannya, serta kebutuhan yang harus perlu segera dipenuhi. Jadi pada tahap inilah proses pembelian itu mulai

dilakukan.

2. Pencarian Informasi

Konsumen yang telah mengetahui kebutuhan dapat atau tidak dapat mencari informasi ke tahap lanjut apabila memiliki dorongan keinginan yang kuat, jika tidak kuat maka konsumen menjadikan kebutuhan itu hanya akan menjadi ingatan belaka. Konsumen dapat mencari lebih banyak untuk segera aktif mencari informasi yang mendasari kebutuhan.

3. Penilaian Alternatif

Pencarian informasi dilakukan sebanyak mungkin, kemudian konsumen menggunakan informasi untuk mengevaluasi beberapa pilihan barang dengan merk alternatif.

4. Membuat Keputusan

Keputusan dapat diambil oleh pembeli dengan serangkaian keputusan yang menyangkut jenis pembelian, waktu pembelian, dan cara pembelian. Tahap ini pembeli benar-benar membeli produk.

5. Perilaku Pasca Pembelian

Tahap pembelian suatu produk dilakukan pada tahap sebelumnya, selanjutnya konsumen merasakan tingkatan kepuasan atau ketidakpuasan yang dirasakan.

Menurut Kotler (2017), dari kegiatan pembeli dan proses pengambilan keputusan pembeli menghasilkan keputusan pembelian tertentu dengan karakteristik yaitu pemilihan produk, memilih jenis, memilih pemasok. Penentuan saat pembelian dan jumlah pembelanjaan. Karakteristik dari pembeli menghasilkan pengaruh besar terhadap tanggapan pembeli sedangkan pada proses pengambilan keputusan mempunyai pengaruh terhadap hasil keputusan pembelian.

. Konsumen mempunyai keinginan dari suatu produk sesuai dengan pengetahuan yang dimiliki, maka produk yang dikonsumsi memberikan kesesuaian dengan yang diinginkan konsumen akan melakukan pembelian terhadap produk tersebut (Sigit, 2006).

2.1.6. Tingkat Kepentingan

Kepentingan adalah tindakan dari suatu individu atau kelompok yang memberikan sikap terhadap dorongan yang dilakukan manusia pada beberapa tingkatan yang mendasar. Sifat dari kepentingan berlandaskan pada hukum dan moral tertentu pada kegiatan memilih dan memutuskan pengaruh objek tertentu yang didasarkan tingkat kebutuhan yang memiliki peran paling utama oleh individu ataupun kelompok. Tingkat kepentingan dilihat dari objek pelanggan dapat didefinisikan sebagai sikap keyakinan sebelum mencoba atau membeli produk yang memiliki standar tingkatan penilaian suatu barang.

Supranto (2001), menyatakan bahwa suatu perusahaan menerapkan strategi perusahaan untuk menjalankan pengembangan yang efektif bagi perusahaan maka perusahaan dapat mengukur atribut-atribut menurut tingkat kepentingan dan kinerja atau tingkat kepuasan. Namun pembatasan kajian penelitian ini hanya pada tingkat kepentingan.

Simamora (2004), terdapat dua pengertian yang bisa diberikan dari obyek kategori suatu produk. Pertama, atribut yang menjadi karakteristik dengan membedakan produk yang satu dengan produk yang lain. Kedua, faktor-faktor yang dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan tentang pembelian suatu kategori produk oleh pembeli, yang melekat pada produk dari bagian produk itu sendiri.

Kotler (2017), konsumen dapat melihat suatu produk yang didasari pada karakteristik (ciri) atau atribut dari produk. Konsumen memiliki kemampuan yang berbeda-beda dalam menanggapi penyebutan karakteristik atau atribut dari produk-produk tersebut. Konsumen dalam pembelian kebutuhan mengharapkan kepuasan dengan mencari manfaat tertentu dari solusi produk. Konsumen memandang setiap produk sebagai rangkaian atribut dengan kemampuan yang berbeda dalam memberikan manfaat yang dicari dan memuaskan kebutuhan.

Sumarwan (2011), pengetahuan yang lebih banyak mengenai atribut suatu produk akan memudahkan konsumen untuk memilih produk yang akan dibelinya. Atribut suatu produk dibedakan ke dalam atribut fisik dan atribut abstrak. Atribut fisik menggambarkan ciri-ciri fisik dari suatu produk. Sedangkan atribut abstrak menggambarkan karakteristik subjektif dari suatu produk berdasarkan persepsi konsumen.

Berdasarkan definisi dari berbagai ahli disimpulkan bahwa tingkat kepentingan dapat dilihat dari nilai preferensi tujuan yang digunakan untuk melihat perbedaan kepentingan dari beberapa tujuan yang ingin dicapai dalam pengambilan keputusan terhadap suatu tujuan untuk penentuan tingkat kepentingan minimal atau ideal masing-masing tujuan.

2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian Yudiono dan Edi (2019), dengan judul Faktor Sosial Ekonomi dan Persepsi Pengrajin Tempe dalam Penggunaan Bahan Baku Kedelai di Sentra Industri Tempe Sanan. Hasil penelitian ini adalah semua pengrajin tempe menggunakan bahan baku kedelai impor berdasarkan persepsi bahwa kedelai impor: bijinya besar, tempunya lebih mengembang, ketersediaan, harga lebih murah, bijinya seragam dan lebih bersih, warna cerah, dan mudah mendapatkan informasi baik dari paguyuban atau koperasi.

Penelitian Setiawan, Artini dan Pamujiati (2020), dengan Perilaku Konsumen dalam Pembelian Produk Tempe di Sentra Produksi Kecamatan Kampak Kabupaten Trenggalek Jawa Timur. Hasil penelitian ini ditarik garis besar bahwa perilaku

pembelian konsumen atas produk tempe dipengaruhi oleh faktor dominan harga yang terjangkau, kualitas produk yang dikemas dengan kemasan yang higienis, pelayanan penjualan yang ramah, dan faktor langganan. Keempat faktor ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi para produsen dan pemasar untuk dapat menentukan strategi pemasaran dalam persaingan industri yang cukup ketat di masa yang akan datang.

Penelitian Permatasari, Noor dan Yusuf (2019), dengan judul Analisis Persepsi Pengrajin Kecap Terhadap Karakteristik Kedelai di Kecamatan Parigi, Kabupaten Pangandaran. Hasil penelitian ini preferensi pengrajin kecap umumnya menyukai karakteristik kedelai yang sama, yaitu berwarna hitam, bentuk biji cukup seragam, ukuran tidak seragam, bahan baku mudah tersedia, dan harga kedelai cukup murah, sedangkan dari segi ukuran biji, bentuk biji, ketebalan kulit dan tingkat kekeringan biji, pengrajin kecap mempunyai selera yang berbeda terhadap karakteristik kedelai. Atribut yang dianggap paling penting pada agroindustri kecap di Kecamatan Parigi adalah warna kulit biji, sedangkan atribut karakteristik kedelai lainnya dianggap tidak penting karena pada agroindustri kecap yang diambil adalah sari kedelai hasil fermentasi.

Penelitian Sekarmurti, Dyah, Roesalli dan Wiludjeng (2018), dengan judul Preferensi Penggunaan Kedelai pada Industri Tempe dan Tahu di Kabupaten Pati. Hasil penelitian ini industri tempe dan tahu menyukai kedelai berukuran besar, berbentuk bulat, berwarna kuning dan varietas impor. Perbedaan urutan kepentingan pada pelaku industri tempe dan pelaku industri tahu. Berdasarkan urutan kepentingan relatif yang paling diprioritaskan oleh pelaku industri tempe dalam memilih kedelai adalah besar kedelai, varietas, bentuk dan warna kedelai, sedangkan pelaku industri tahu urutan kepentingan relatif yang paling diprioritaskan adalah bentuk kedelai, ukuran kedelai, varietas dan warna kedelai.

Penelitian Sundari, Rusman dan Noormansyah (2017), dengan judul Analisis Saluran Pemasaran Tempe di Kecamatan Cipedes, Kota Tasikmalaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Terdapat satu saluran pemasaran tempe yaitu

pengrajin, pedagang pengecer sampai kepada konsumen. Hasil penelitian biaya pemasaran untuk pedagang pengecer sebesar Rp 84,50,- per buah. Marjin pemasaran untuk pedagang pengecer sebesar Rp 300,- per buah. Keuntungan pemasaran untuk pedagang pengecer sebesar Rp 215,50,- per buah. Bagian harga yang diterima perajin dari harga yang dibayarkan oleh konsumen sebesar 80 persen.

Persamaan dan perbedaan penelitian-penelitian di atas dengan penelitian penulis. Persamaan penelitian penulis dengan penelitian-penelitian di atas di antara komoditas kedelai dan agroindustri tempe dan persamaan pada metode penelitian yang digunakan yakni metode survei. Sedangkan perbedaan dengan penelitian di atas yaitu objek penelitian, indikator, variabel, analisis dan pengujian data yang digunakan.

2.3. Pendekatan Masalah

Kedelai merupakan komoditas pangan yang memiliki peran penting untuk memenuhi pangan masyarakat Indonesia karena kandungan sumber protein nabati yang tinggi. Kedelai sebagai makanan rakyat yang menyehatkan dan harganya yang terkenal murah dapat dijangkau dari sisi harga dan kualitas oleh masyarakat Indonesia. Kedelai dapat digunakan sebagai bahan baku berbagai produk olahan yang menciptakan pertumbuhan sektor industri pada komoditas kedelai seperti tahu, tempe, kecap dan tauco. Bahan baku memiliki peran penting dalam proses produksi untuk pengolahan suatu produksi yang harus memperhatikan persediaan bahan baku untuk pemenuhan produksi.

Tempe merupakan makanan dengan menggunakan bahan baku kedelai, yang harganya murah dan rasanya yang khas serta proses pengolahan menggunakan teknologi yang sederhana. Permintaan kedelai yang meningkat dari masyarakat tiap tahunnya disebabkan karena kebutuhan konsumsi kedelai meningkat, namun penyediaan kedelai lokal belum cukup mampu memenuhi kebutuhan kedelai dalam negeri karena produksi kedelai di Indonesia mengalami penurunan.

Pertumbuhan pengrajin tempe yang berkembang cukup pesat menyebabkan persaingan yang terjadi antar pengrajin tempe. pengrajin dituntut untuk dapat

menciptakan suatu proses kerja yang efektif dan efisien tanpa mengurangi standar kualitas yang dihasilkan sehingga terbentuknya kepuasan. Salah satu yang harus diperhatikan yaitu fungsi manajemen dalam menghadapi masalah pesatnya persaingan antar produsen dengan memperhatikan manajemen bahan baku yang digunakan karena memegang peranan penting dalam menjamin sebuah usaha yang sehat dan efisien dengan mampu menghasilkan bahan baku yang berkualitas dan dapat memenuhi aspek bahan baku yang dimiliki oleh masing-masing suatu perusahaan. Pengrajin tempe di Kecamatan Cipedes yang merupakan sentra usaha tempe karena memiliki jumlah pengrajin tempe terbanyak di Kota Tasikmalaya dengan penggunaan bahan baku kedelai impor dalam pengolahan produksi dengan spesifikasi bahan baku yang dibeli sesuai kriteria penilaian dan pemilihan. Kegiatan memilih bahan baku dimaksudkan untuk menjadi kunci dalam menjalani persaingan-persaingan antar pengrajin tempe di Kecamatan Cipedes yang pesat karena jumlah pengrajin tempe yang banyak.

Simamora (2004), terdapat dua pengertian yang bisa diberikan dari objek kategori suatu produk. Pertama, atribut yang menjadi karakteristik dengan membedakan produk yang satu dengan produk yang lain. Kedua, faktor-faktor yang dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan tentang pembelian suatu kategori produk oleh pembeli yang melekat pada produk dari bagian produk itu sendiri. Permintaan kedelai dipengaruhi oleh selera konsumen terhadap penentuan produk yang menjadi kebutuhannya. Konsumen mempunyai keinginan dari suatu produk sesuai dengan pengetahuan yang dimiliki, maka produk yang dikonsumsi memberikan kesesuaian dengan yang diinginkan konsumen dan melakukan pembelian terhadap produk tersebut.

Komoditas kedelai di Indonesia yang digunakan untuk bahan baku industri terdapat dua macam kedelai yaitu kedelai lokal dan kedelai impor. Perbedaan antara kedelai lokal dan kedelai impor, secara fisik kedelai lokal memiliki perbedaan dengan kedelai impor. Kualitas kedelai impor lebih baik dibandingkan kedelai lokal, yang dapat dilihat dari ukuran biji dan tekstur. Hal ini membuat kuantitas hasil tempe

dengan penggunaan kedelai lokal tidak sebanyak penggunaan kedelai impor yang dapat mengembang dengan ukuran biji hasil rebusan yang besar. Harga kedelai lokal dan kedelai impor memiliki perbedaan yang menjadi keputusan pengrajin dalam memilih kedelai di Tasikmalaya. Pemilihan bahan baku diatas dapat menggambarkan permasalahan agroindustri tempe di Kecamatan Cipedes Kota Tasikmalaya dengan mengetahui faktor keputusan yang mendasari alasan dalam penggunaan kedelai impor sebagai bahan baku dari masing-masing pengrajin tempe.

Pengrajin memiliki masing-masing keputusan dalam pemilihan bahan baku kedelai yang digunakan. Pengrajin tempe di Kecamatan Cipedes, Kota Tasikmalaya yang berpotensi memiliki pengembangan agroindustri yang baik dengan memilih kedelai impor dalam penggunaan bahan baku. Pemilihan kedelai impor sebagai bahan baku ini dipengaruhi oleh keputusan dalam penggunaan bahan baku berdasarkan berbagai pertimbangan yang menjadi keputusan dalam menggunakan bahan baku kedelai impor, yaitu dengan pertimbangan dari kualitas kedelai, fisik kedelai, kuantitas hasil, ketersediaan kedelai dan harga kedelai. Pembelian yang dilakukan konsumen akan terlebih dahulu mempertimbangkan karakteristik dari atribut- atribut yang terdapat pada kedelai.

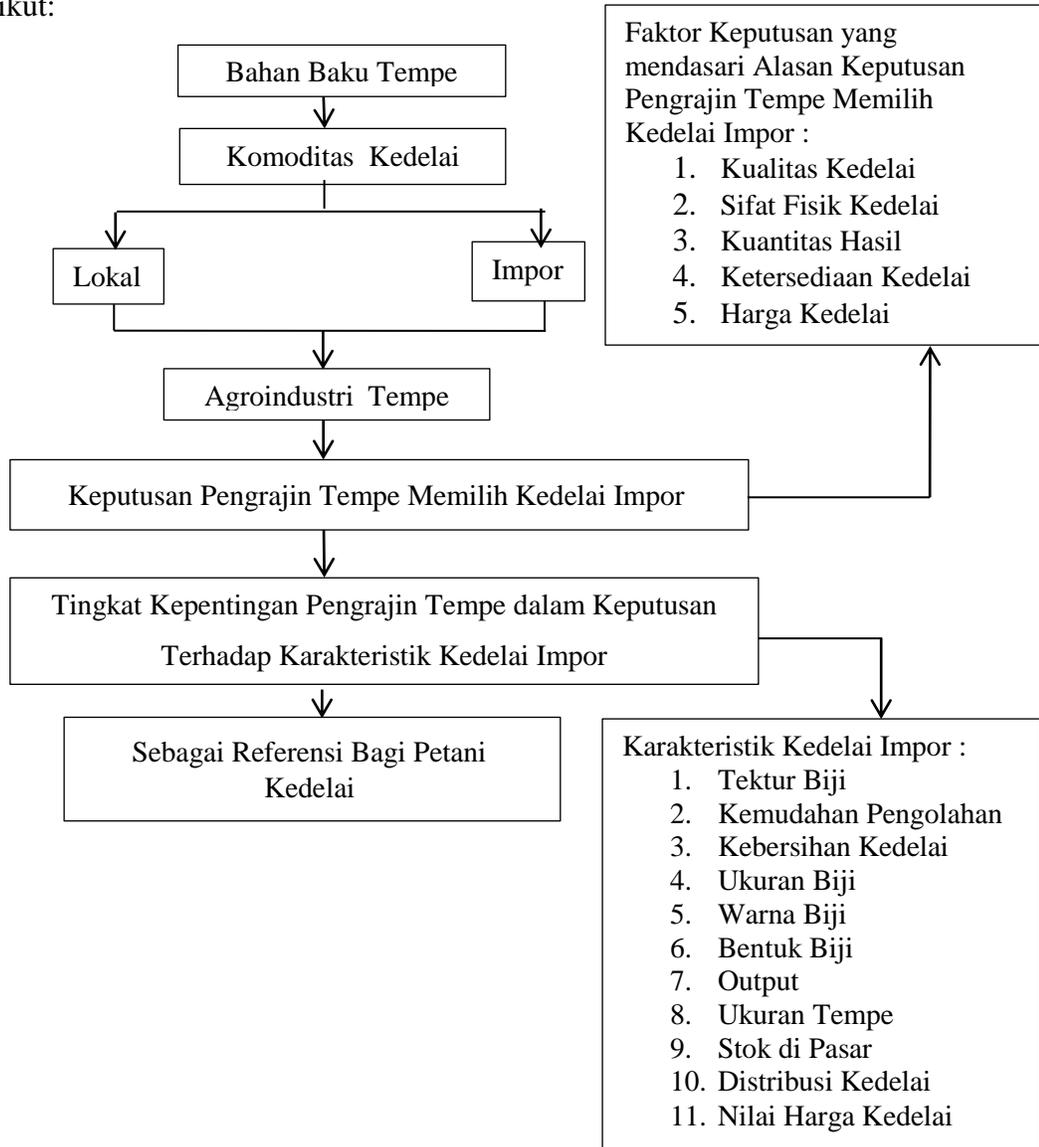
Supranto (2001), berpendapat bahwa suatu perusahaan menerapkan strategi perusahaan untuk menjalankan pengembangan yang efektif bagi perusahaan maka perusahaan dapat mengukur tingkat kepentingan dari beberapa keputusan pembelian dan kinerja atau tingkat kepuasan. Namun pembatasan kajian penelitian ini hanya pada tingkat kepentingan.

Pengrajin tempe di Kecamatan Cipedes, Kota Tasikmalaya yang berkegiatan dalam pengolahan kedelai dengan memiliki spesifikasi bahan baku yang diminta oleh pengrajin yang bermacam-macam untuk dapat mencapai keinginan serta harapan untuk memenuhi kebutuhan pasokan kedelai, maka dalam menjalankan pengembangan perusahaan dapat diukur tingkat kepentingan dari indikator karakteristik atribut keputusan pemilihan kedelai impor bagi pengrajin tempe yang memiliki standar memilih bahan baku kedelai yang digunakan. Harapan dari adanya

pemecahan masalah dengan menggunakan penelitian ini mengetahui faktor keputusan yang mendasari alasan pengrajin tempe dengan memilih kedelai impor untuk menjadi perhatian bagi penyedia kedelai dengan memenuhi pengadaan kedelai yang dibutuhkan pengrajin tempe dalam peningkatan usaha yang dilihat dari segi bahan baku yang digunakan dalam proses produksi.

Perbedaan keputusan dari masing-masing pengrajin tempe ini akan diidentifikasi dalam keputusan penggunaan bahan baku impor dengan mengetahui faktor keputusan yang mendasari alasan pemilihan kedelai impor dan tingkat kepentingan yang analisis guna untuk mengetahui faktor yang paling penting dalam keputusan pemilihan kedelai impor oleh pengrajin tempe. Pengurutan posisi indikator dari setiap faktor keputusan dari yang terpenting diurutkan menurut rangking yang diambil dari skor-skor hasil penilaian oleh responden.

Skema pendekatan masalah dari penelitian ini dapat dilihat melalui Gambar 1 berikut:



Gambar 1. Skema Pendekatan Masalah Faktor Keputusan Pengrajin Tempe dalam Pemilihan Bahan Baku Kedelai Impor

