

ANALISIS POTENSI PASAR, STRATEGI PEMASARAN, DAN PENGEMBANGAN TEMPE KELUWAK

Andi Ermita Sari¹, Marlia Rianti², Andi Muhammad Irfan Taufan Asfar^{3*}, Andi Muhammad Iqbal Akbar Asfar⁴, Andi Nurannisa⁵, Karmila⁶, Nita⁷

^{1,4}Program Studi Pendidikan Matematika, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Bone

²Program Studi Teknologi Pendidikan, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Bone

³Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Bone

⁵Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Bone

⁶Politeknik Negeri Ujung Pandang

*Email: tauvanlewis00@gmail.com

INFORMASI ARTIKEL

Kata Kunci :

Tempe Keluwak; Keunggulan Produk; Inovasi Pangan.

ABSTRAK

Keluwak merupakan komoditi yang potensial untuk dikembangkan di Indonesia, karena dapat memacu pertumbuhan ekonomi. Lokasi yang potensial untuk pengelolaan komoditi keluwak di Kabupaten Bone di kecamatan Bontocani. Selama ini keluwak tampaknya kurang mendapat perhatian oleh masyarakat sehingga penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi pasar, harga, strategi pemasaran, dan keunggulan produk dalam pengembangan bisnis tempe keluwak. Studi kasus dilakukan terhadap produk yang merupakan inovasi hidnokarpat (tempe) keluwak dengan kandungan protein tinggi. Metode penelitian meliputi analisis data harga tempe di Indonesia, survei potensi pasar, serta analisis strategi pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga tempe meningkat dalam tiga bulan terakhir, memberikan peluang bagi produk alternatif seperti tempe keluwak. Potensi pasar tempe keluwak terlihat dari fluktuasi permintaan tempe di Indonesia serta minat masyarakat terhadap makanan organik dan lokal. Strategi pemasaran yang melibatkan media sosial, marketplace, dan pemasaran offline menjadi kunci dalam memperkenalkan produk ini kepada konsumen. Keunggulan produk terletak pada kandungan nutrisi tinggi, rasa khas keluwak, serta potensi manfaat kesehatan. Implikasi dari penelitian ini adalah memberikan pandangan yang komprehensif terkait pengembangan bisnis tempe keluwak sebagai alternatif inovatif dalam industri pangan.

Keywords:

Keluwak Tempe; Product Advantages; Food Innovation.

ABSTRACT

Keluwak is a potential commodity for development in Indonesia, as it can stimulate economic growth. A promising location for the management of keluwak commodities is in Bone Regency, specifically in the Bontocani sub-district. Historically, keluwak seems to have received less attention from the community, prompting this research to analyze market potential, pricing, marketing strategies, and product advantages in the development of the keluwak tempe business. A case study was conducted on the innovative product, hidnokarpat keluwak tempe, known for its high protein content. Research methods included the analysis of tempe prices in Indonesia, a survey of market potential, and marketing strategy analysis. The results indicate an increase in tempe prices over the last three months, creating opportunities for alternative products like keluwak tempe. The market potential for keluwak tempe is evident from the fluctuation in tempe demand in Indonesia, as well as the public's interest in organic and local foods. Marketing strategies involving social media, online marketplaces, and offline marketing are crucial in introducing this product to consumers. The product's advantages lie in its high nutritional content, distinctive keluwak flavor, and potential health benefits. The implications of this research provide a comprehensive insight into the development of keluwak tempe as an innovative alternative in the food industry.

Submitted : 23 Oktober 2023
Revised : 11 Desember 2023
Accepted : 21 Desember 2023
Published : 29 Desember 2023

*Corresponding Author

Copyright ©2023 TECHBUS (Technology, Business and Entrepreneurship)

Published by LPPM Institut Teknologi dan Bisnis Sabda Setia, Pontianak, Kalimantan Barat, Indonesia.

1. PENDAHULUAN

Jumlah produk tempe di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2022 menunjukkan bahwa rata-rata konsumsi tempe per kapita di Indonesia adalah sekitar 0,304 kg setiap minggu. Angka ini menunjukkan peningkatan sebesar 3,75% dibandingkan dengan tahun sebelumnya yang hanya mencapai 0,293 kg setiap minggu. Peningkatan harga tempe dalam tiga bulan terakhir memberikan peluang yang baik untuk pengembangan bisnis tempe keluwak. Fakta ini mencerminkan bahwa tempe, termasuk tempe keluwak, memiliki tempat istimewa dalam preferensi makanan masyarakat Indonesia. Oleh karena itu, Indonesia dikenal sebagai salah satu produsen tempe terbesar di dunia. Namun, tantangan muncul karena bahan baku utama tempe, yaitu kedelai, tidak selalu tersedia dalam jumlah yang cukup. Kelangkaan ini disebabkan berkurangnya luas lahan pertanian dan fluktuasi harga kedelai cenderung menurun dalam beberapa tahun terakhir (Afidati, N. I. 2021).

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menggali potensi pasar, strategi pemasaran, dan keunggulan produk dalam pengembangan bisnis tempe keluwak. Tempe keluwak dianggap sebagai alternatif inovatif di industri pangan. Dengan memanfaatkan bahan baku yang berbeda namun memiliki potensi yang kuat, tempe keluwak dapat menjadi solusi dalam menghadapi keterbatasan pasokan kedelai (Suriyanto, S., dan Baso, R. 2023). Untuk konteks penelitian ini, bertujuan untuk mencari cara efektif dalam memasarkan tempe keluwak, mengidentifikasi keunggulan-keunggulan yang dimilikinya, dan menjelaskan potensi pasar yang bisa dieksplorasi dalam bisnis tempe keluwak.

2. METODOLOGI

Untuk mewujudkan tujuan kegiatan ini maka dilakukan tahapan-tahapan metode penelitian untuk menggali potensi pasar, strategi pemasaran, dan keunggulan produk dalam pengembangan bisnis tempe keluwak. Analisis usaha untuk meningkatkan potensi pasar khususnya perekonomian rumah tangga dan masyarakat umum. Studi literatur dilakukan untuk mengumpulkan informasi tentang industri tempe, pasar tempe keluwak, tren konsumen, dan keunggulan produk tempe keluwak.

Metode penelitian untuk menggali potensi pasar, strategi pemasaran, dan keunggulan produk dalam pengembangan bisnis tempe keluwak. Metode penelitian yang akan digunakan mencakup studi literatur untuk mendapatkan dasar pengetahuan awal, survei konsumen untuk mengidentifikasi preferensi dan harapan konsumen, wawancara dengan ahli industri dan bisnis untuk mendapatkan pandangan ahli, analisis pasar untuk pemetaan pesaing dan potensi pasar, penelitian lapangan untuk memahami proses produksi dan respon konsumen, analisis SWOT untuk mengidentifikasi keunggulan produk dan kendala yang mungkin dihadapi, analisis data menggunakan perangkat lunak statistik, focus group discussions untuk mendapatkan wawasan lebih lanjut dari konsumen, serta observasi lapangan langsung untuk mengumpulkan data dari produsen dan konsumen. Metode-metode ini akan digunakan secara terpadu untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif tentang potensi bisnis tempe keluwak dan merancang strategi yang tepat dalam industri pangan yang dinamis.

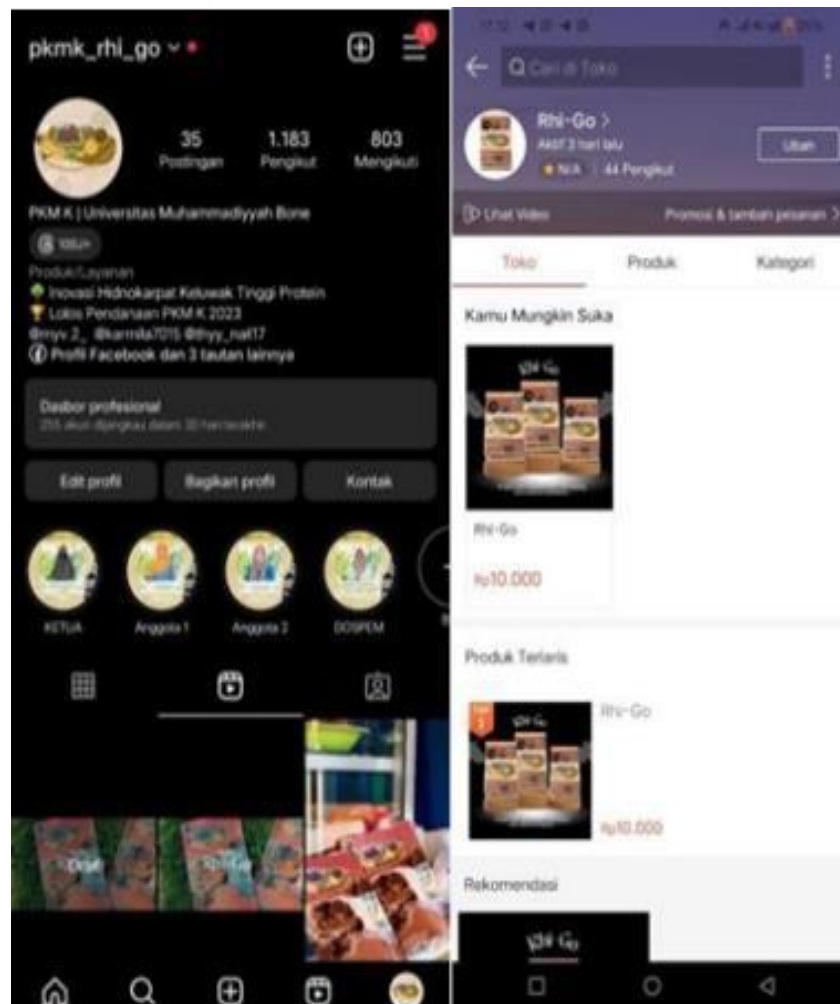
3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tempe keluwak adalah makan yang dihasilkan dari biji keluwak yang di manfaatkan sebagai pengganti kedelai. Hasil pengolahan tempe keluwak dalam kegiatan ini dilakukan dengan proses dan output. Pengadaan alat dan bahan, penyediaan ruang produksi dan melakukan proses fermentasi merupakan tahapan yang dilakukan dalam pembuatan tempe keluwak. Penampaka yang unik dengan warna coklat kehitaman dan bercita rasa gurih dari biji keluwak merupakan daya tarik tersendiri dari biji keluwak. Sehingga untuk membuat biji keluwak sebagai tempe akan menambah potensi pasar yang baik (Ayuningsih, 2017). Rasa khas dari biji keluwak berasal dari asam glutamate yang merupakan asam amino dominan di dalam biji keluwak. Kandungan asam glutamate alami dalam biji keluwak sangat cocok digunakan untuk bumbu masakan, sehingga memiliki potensi yang cukup tinggi. Hal ini ditunjang oleh kondisi iklim, fisik lingkungan dan proses penyebaran biji yang sangat mendukung untuk proses pertumbuhannya, di mana keluwak dapat dihasilkan setiap bulan November hingga Februari sekitar 35 kilogram (Aimanah, 2020). Melihat potensi keluwak yang sangat melimpah di Kecamatan Bontocani, maka untuk proses keberlangsungan pembuatan tempe keluwak ini, bekerja sama dengan pengepul keluwak di Bontocani dalam pengadaan bahan baku keluwak, sehingga dapat membuat inovasi produk tempe keluwak untuk diproduksi.

Tahapan produksi inipun dilaksanakan untuk menambah pengetahuan dalam mengolah biji keluwak sebagai olahan tempe keluwak yang sangat tinggi akan proteinnya. sekaligus menambah produktifitas dalam menghasilkan atau mentransformasikan biji keluwak sebagai olahan yang menarik di masyarakat.

Berdasarkan hasil analisis pasar saat ini potensi pasar untuk tempe keluwak cukup besar. sehingga konsumen di pasaran semakin tertarik pada produk makanan inovatif dan berkelanjutan seperti tempe keluwak. Potensi pasar ini didukung oleh melonjakan harga kedelai dan keinginan konsumen untuk alternatif yang lebih terjangkau.

1. **Strategi Pemasaran:** Hasil survei konsumen dan wawancara dengan ahli menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dan *platform online marketplace* adalah strategi pemasaran yang efektif untuk memperkenalkan tempe keluwak kepada konsumen potensial.



Gambar 1: Strategi Pemasaran

Kerjasama dengan toko-toko lokal atau pasar tradisional juga diperlukan untuk menjangkau konsumen yang berbeda.

2. **Keunggulan Produk:** Tempe keluwak memiliki keunggulan produk berupa kandungan nutrisi tinggi, rasa khas yang dihasilkan oleh keluwak, serta potensi manfaat kesehatannya. Edukasi konsumen mengenai nilai gizi dalam tempe keluwak dan dampak positifnya terhadap kesehatan akan menjadi bagian penting dari strategi pemasaran.

Tabel 1 Penjualan Bulan September

	Ukuran	Unit	Harga (Rp)
	150 gr	158	Rp 1.580.00
	Total	158	Rp 1.580.00
	Laba Bersih	Unit	

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pada hasil dan pembahasan yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa dalam proses pembuatan tempe kedelai dan tempe keluwak memiliki perbedaan yang jauh. Disamping itu Keluwak memiliki potensi yang cukup besar untuk dikembangkan di Indonesia, terutama di Kabupaten Bone, Kecamatan Bontocani. Hal ini didorong oleh lonjakan harga kedelai dan minat konsumen terhadap produk makanan inovatif dan berkelanjutan, membuka peluang yang baik bagi bisnis tempe keluwak. Strategi pemasaran yang efektif, termasuk penggunaan media sosial, platform

online marketplace, dan kerjasama dengan toko-toko lokal, menjadi kunci dalam memperkenalkan tempe keluwak kepada konsumen. Keunggulan produk seperti kandungan nutrisi tinggi, rasa khas keluwak, dan potensi manfaat kesehatan dapat menjadi poin-poin penjualan yang kuat dalam kampanye pemasaran. Selain itu, penggunaan keluwak sebagai bahan baku dapat membantu mengatasi keterbatasan pasokan kedelai. Dengan potensi pasar yang besar, strategi pemasaran yang efektif, dan keunggulan produk yang kuat, bisnis tempe keluwak memiliki peluang untuk sukses dan berkelanjutan di pasar makanan Indonesia.

Conflict of interest

Para penulis menyatakan tidak ada konflik kepentingan.

DAFTAR PUSTAKA

- Cahyati, S. P., Naf'an, S. M., Savana, N. I., & Noviarin, Y. (2020). Rencana Aksi Nasional Memerangi Sampah Laut Sebagai Bentuk Implementasi SDGS 14: Kehidupan di Bawah Laut Indonesia's National Plan of Action for Marine Plastic Debris as a Form of Implementation SDGS 14: Life Below Water. *Jurnal ISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik/ Vol, 17*(2), 95.
- Gischa, S. (2021). Usaha Masyarakat Untuk Menjaga Menjaga dan Memelihara Sumber Daya Alam. KOMPAS. <https://www.kompas.com/skola/read/2021/01/15/155042869/usaha-masyarakat-untuk-menjaga-dan-memelihara-sumber-daya-alam>.
- Jelita, R. (2022). Produksi eco enzyme dengan pemanfaatan limbah rumah tangga untuk menjaga kesehatan masyarakat di era new normal. *Jurnal Maitreyawira*, 3(1), 28-35.
- Megah, S. I., Dewi, D. S., & Wilany, E. (2018). Pemanfaatan Limbah Rumah Tangga Digunakan Untuk Obat Dan Kebersihan. *Minda Baharu: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1). <https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/MNDBHRU/article/view/2275/0>
- Muarief, R., Aziz, M., Priyanto, P., Thousani, H. F., Yuliana, I., Syarifa, I., Setiawan, A. D., & Amir, V. (2023). Pengolahan Limbah Rumah Tangga Menjadi Eco Enzyme Di Lingkungan Perumahan Ujung Residence. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat UBJ*, 6(1), 73-80.
- Nazurahani, A., Pasaribu, R. N. C., & Ningsih, A. P. (2022). Pembuatan Ecoenzym Sebagai Upaya Pengolahan Limbah Rumah Tangga. *JPPIPAI: Jurnal Pendidikan Pembelajaran Ilmu Pengetahuan Alam Indonesia*, 2(1), 16-22.
- Rambe, T. R. (2021). Sosialisasi dan Aktualisasi Eco-Enzyme Sebagai Alternatif Pengolahan Sampah Organik Berbasis Masyarakat Di Lingkungan Perumahan Cluster Pondok II. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 36-40.
- Sidauruk, S. W., Maulidia, N., Sianturi, M. S., Lusra, M., Gaol, G. S. S. T. L., Yanti, N., ... & Arif, M. (2022). Sosialisasi Pengolahan Limbah Kulit Jeruk Menjadi Produk Eco Enzyme di SMPN 3 Siak Kecil Kabupaten Bengkalis. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, 3(2), 135-140.
- Susanto, N. C. A., Latief, M., Puspitasari, R. D., Bemis, R., & Heriyanti. (2021). Pengenalan Ecoprint Guna Meningkatkan Keterampilan Siswa Dalam Pemanfaatan Bahan Alam. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat*, 4(1). <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jipemas/article/view/8974>
- Syaiful, A. Z., Buraerah, M. F., & Ridwan, R. (2023). Pelatihan Pembuatan Cairan Pembersih Methyl Ethyl Sulfonate-Eco Enzyme Di Kampoeng Kuliner Makassar. *Jurnal Kreativitas dan Inovasi (Jurnal Kreanova)*, 3(2), 47-52.
- Untari, E. K., & Robiyanto, R. (2018). Uji Fisikokimia Dan Uji Iritasi Sabun Antiseptik Kulit Daun Aloe vera (L.) Burm. f. *Jurnal Jamu Indonesia*, 3(2), 55-61.