

RINGKASAN

Modernitas telah menyebabkan perubahan selera dan minat konsumen serta gaya hidup masyarakat. Kondisi pasar saat ini yang dipenuhi dengan beragam variasi makanan modern cepat saji menjadi tantangan bagi makanan tradisional seperti tempe untuk bertahan. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan strategi bertahan perajin tempe di tengah persaingan produk pangan modern. Selain itu, penelitian ini bermaksud untuk menganalisis alasan para perajin tempe melakukan strategi bertahan yang diterapkan tersebut dan efektivitas yang ditimbulkan.

Peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk mengkaji fenomena secara mendalam melalui proses observasi, wawancara, dan dokumentasi. Lokasi penelitian di Desa Pliken, Kecamatan Kembaran, Kabupaten Banyumas yang merupakan sentra industri tempe. Strategi bertahan dalam penelitian ini dijelaskan menggunakan pendekatan teori Tindakan Sosial Max Weber.

Hasil penelitian menunjukkan strategi bertahan perajin tempe di Desa Pliken terbagi menjadi tiga bagian, yakni pertama, strategi menjaga proses produksi; kedua, strategi menjaga penjualan; dan ketiga, strategi optimalisasi pemasaran. Meskipun temuan tidak menunjukkan adanya produk pangan modern yang menjadi pesaing utama tempe, perajin tempe di Desa Pliken menjelaskan alasan dari penerapan strategi bertahan tersebut yakni untuk menjaga rasa otentik tempe sebagai warisan kuliner Nusantara, menjaga loyalitas konsumen, dan memastikan tempe tetap diminati seluruh kalangan masyarakat walaupun perajin tempe terbatas dari segi inovasi. Efektivitas yang ditimbulkan dari penerapan strategi bertahan perajin tempe yakni meningkatnya penjualan tempe di masyarakat, meningkatnya loyalitas pelanggan karena harga tempe yang terjangkau dan pelayanan yang baik, serta meningkatnya permintaan tempe sekaligus pendapatan bagi perajin tempe. Dengan demikian, beragam strategi bertahan tersebut mencerminkan perajin tempe sebagai aktor utama yang mampu beradaptasi sekaligus menjaga eksistensi nilai budaya lokal produk tempe.

Kata kunci: perajin tempe, strategi bertahan, persaingan, produk pangan modern

SUMMARY

Modernity has led to changes in consumer tastes and interests as well as people's lifestyles. Current market conditions where many variations of modern ready-to-eat foods are a challenge for traditional foods such as tempeh to survive. This study aims to explain the survival strategies of tempeh craftsmen amidst competition from modern food products. Furthermore, it aims to analyse the reasons why tempeh craftsmen employ these survival strategies and the implications they generate.

The researcher used descriptive qualitative method to examine the phenomenon in depth through observation, interviews, and documentation. The research location was in Pliken Village, Kembaran District, Banyumas Regency, a centre of the tempeh industry. The survival strategies in this study were explained using Max Weber's Social Action Theory.

The results of the study indicate that the survival strategies of tempeh craftsmen in Pliken Village are divided into three sub-strategies, namely first, strategies for maintaining the production process; second, strategies for maintaining sales; and third strategies to optimize marketing. Although the findings do not indicate any modern food products that are the main competitors of tempeh, tempeh craftsmen in Pliken Village explained the reasons for implementing these survival strategies, namely to maintain the authentic taste of tempeh as a culinary heritage of the archipelago, maintain consumer loyalty, and ensure that tempeh remains in demand by all levels of society even though tempeh craftsmen are limited in terms of innovation. The effectiveness of implementing these survival strategies for tempeh craftsmen are increased tempeh sales in the community, increased customer loyalty due to affordable tempeh prices and good service, and increased demand for tempeh in the market as well as income for tempeh craftsmen. Thus, these various survival strategies reflects tempeh craftsmen as main actors who are able to adapt while maintaining the existence cultural value of tempeh as a local product.

Keywords: tempeh craftsmen, survival strategy, competition, modern food product