

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Industri kecap di Indonesia memegang peran vital dalam perekonomian dan budaya kuliner bangsa. Sebagai salah satu produk olahan kedelai yang telah ada selama berabad-abad, kecap tidak hanya berfungsi sebagai bumbu masak, tetapi juga sebagai elemen budaya yang menyatukan berbagai tradisi kuliner di seluruh nusantara. PT. Kilang Kecap Angsa, yang didirikan di Medan pada tahun 1955, merupakan salah satu produsen kecap yang paling berpengaruh dan terkemuka di Indonesia. Studi mendalam mengenai perkembangan perusahaan ini dari tahun 1955 hingga 2023 dapat memberikan wawasan yang berharga tentang dinamika industri, inovasi yang dilakukan, serta tantangan-tantangan yang dihadapi selama hampir tujuh dekade.

PT. Kilang Kecap Angsa merupakan suatu perseroan terbatas swasta nasional yang memproduksi dan menjual berbagai jenis produk kecap. PT, Kilang Kecap Angsa didirikan di Kota Medan dan yang berdiri pada tahun 1955 oleh Eghin yang seorang warga negara Indonesia yang mempunyai keturunan Tionghoa. Pada waktu itu Eghin mendirikan PT. Kilang Kecap Angsa menggunakan modal sendiri pada waktu itu PT. Kilang Kecap Angsa masih belum berbentuk Perseroan Terbatas (PT). Namun perusahaan tersebut masih dalam bentuk Kilang Kecap. Dengan

nama Kilang Kecap Angsa masih terdiri dari beberapa orang saja (Syamsuri, 2009). Kecap Hati Angsa pertama kali diproduksi di Medan, Sumatra Utara. Kecap Cap Hati Angsa mempunyai rasa yang begitu khas dengan aroma kedelai hitam yang dicampur dengan beberapa rempah. Kecap Cap Angsa memiliki rasa yang berbeda dikarenakan di produksi awal menggunakan cara Tradisional yang diwariskan dari generasi ke generasi, yang pada saat itu cukup untuk memenuhi permintaan lokal

Periode dari tahun 1955 hingga 2023 mencakup berbagai perubahan ekonomi, politik, dan sosial yang signifikan di Indonesia. Perubahan-perubahan ini memiliki dampak besar terhadap berbagai sektor industri, termasuk industri kecap. PT. Kilang Kecap Angsa harus mampu beradaptasi dengan berbagai perubahan tersebut, mulai dari era krisis ekonomi yang melanda Indonesia, perubahan regulasi pemerintah terkait industri makanan, hingga dinamika pasar yang semakin kompetitif. Studi ini penting untuk memahami bagaimana perusahaan ini mampu bertahan dan terus berkembang meskipun menghadapi berbagai tantangan eksternal yang kompleks.

Salah satu tantangan terbesar yang dihadapi PT. Kilang Kecap Angsa adalah krisis ekonomi yang melanda Indonesia pada akhir 1990-an. Krisis tersebut menyebabkan penurunan daya beli masyarakat serta peningkatan biaya bahan baku. Dalam situasi tersebut, perusahaan harus mencari cara untuk tetap operasional dan mempertahankan kualitas produknya. Melalui inovasi dalam efisiensi produksi dan manajemen keuangan yang ketat, PT. Kilang Kecap Angsa berhasil melewati masa-

masa sulit tersebut. Studi ini akan menyoroti strategi-strategi yang digunakan oleh perusahaan dalam menghadapi krisis ekonomi dan bagaimana mereka dapat menjadi pelajaran bagi industri lainnya.

Selain tantangan ekonomi, PT. Kilang Kecap Angsa juga harus beradaptasi dengan perubahan preferensi konsumen. Dengan adanya modernisasi dan globalisasi, preferensi konsumen terhadap produk makanan mengalami transformasi yang signifikan. Konsumen mulai mencari produk yang tidak hanya lezat tetapi juga sehat dan aman. PT. Kilang Kecap Angsa merespons perubahan ini dengan melakukan inovasi pada produk mereka, seperti mengurangi kandungan pengawet dan menggunakan bahan-bahan alami. Penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana perusahaan ini mengembangkan produk baru dan strategi pemasaran untuk memenuhi kebutuhan dan selera konsumen yang terus berubah.

Selain itu, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi juga berdampak pada industri kecap. PT. Kilang Kecap Angsa memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasarnya. Melalui penggunaan media sosial dan e-commerce, perusahaan ini berhasil menjangkau konsumen baik di area kota medan maupun di luar kota Medan, bahkan hingga ke seluruh daerah yang ada di Indonesia. Penelitian ini akan membahas bagaimana digitalisasi telah mengubah cara perusahaan beroperasi dan berinteraksi dengan konsumen, serta dampaknya terhadap pertumbuhan perusahaan.

PT Kilang Angsa berencana untuk terus memperluas jangkauan pasar internasional mereka. Dengan cara memperbaiki kualitas produk yang tinggi dan cita rasa yang khas, mereka optimis dapat bersaing di pasar global. Upaya ini melibatkan peningkatan kapasitas produksi, penguatan jaringan distribusi internasional, dan strategi pemasaran yang efektif guna menarik konsumen di luar negeri.

Seiring dengan perkembangan teknologi yang pesat, PT Kilang Angsa berkomitmen untuk terus meningkatkan efisiensi operasional mereka. Investasi dalam teknologi produksi terbaru diharapkan dapat meningkatkan produktivitas dan mengurangi biaya produksi. Selain itu, mereka juga mulai mengadopsi teknologi digital dalam berbagai aspek operasional, termasuk manajemen rantai pasokan dan pemasaran, untuk meningkatkan efektivitas dan responsivitas terhadap permintaan pasar.

Industri kecap di Indonesia memiliki sejarah yang penting dalam budaya kuliner lokal. PT Kilang Angsa di Medan adalah salah satu contoh sukses dari perusahaan yang mampu menggabungkan tradisi dan teknologi modern untuk menghasilkan produk kecap berkualitas tinggi. Dengan komitmen terhadap kualitas, inovasi produk, tanggung jawab sosial, dan keberlanjutan lingkungan, PT Kilang Angsa terus berkembang dan berusaha untuk menjadi pemimpin di industri kecap, baik di pasar domestik maupun internasional. Masa depan kecap PT Kilang Angsa terlihat cerah dengan berbagai rencana pengembangan dan ekspansi yang sedang mereka jalankan.

Studi ini juga penting dalam konteks pendidikan sejarah, khususnya dalam memahami bagaimana perkembangan industri lokal dan kontribusinya terhadap perekonomian regional dan nasional. PT. Kilang Kecap Angsa tidak hanya memberikan kontribusi ekonomi dengan menyediakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan daerah, tetapi juga memiliki nilai historis dan budaya yang penting. Dengan mempelajari sejarah perusahaan ini, kita dapat memahami bagaimana industri tradisional dapat berkembang dan beradaptasi dengan perubahan zaman.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi literatur sejarah industri di Indonesia. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat memberikan wawasan praktis bagi para pengusaha dan pemangku kepentingan lainnya dalam industri makanan olahan, khususnya kecap. Melalui pemahaman yang lebih mendalam tentang sejarah dan perkembangan PT. Kilang Kecap Angsa, diharapkan dapat diambil pelajaran berharga untuk menghadapi tantangan di masa depan dan mengembangkan strategi yang efektif dalam mengelola industri kecap yang kompetitif dan dinamis.

## **B. Identifikasi Masalah**

Dari beberapa uraian yang telah dikemukakan pada latar belakang, maka dapat diidentifikasi masalah-masalah sebagai berikut :

1. Kecap tidak hanya sebagai bumbu masak tetapi juga merupakan bagian tradisi kuliner Nusantara
2. Kemajuan teknologi membawa perubahan dalam pengelolaan produksi

3. Krisis ekonomi yang terjadi di Indonesia pada akhir tahun 1990-an menjadikan industri kecap PT. Kilang Kecap Angsa di Medan 1955-2023 berupaya mempertahankan produksinya
4. Keberadaan PT. Kilang Kecap Angsa tidak hanya memberikan kontribusi pada bidang ekonomi saja tetapi juga dalam sejarah kuliner di Kota Medan

### **C. Pembatasan Masalah**

Untuk memastikan fokus dan kedalaman analisis dalam penelitian ini, beberapa pembatasan masalah perlu ditetapkan. Pembatasan masalah ini akan membantu dalam memperjelas ruang lingkup penelitian serta memastikan bahwa topik yang diangkat dapat dikaji secara komprehensif dan mendalam.

Dengan adanya pembatasan masalah ini, penelitian diharapkan dapat menghasilkan analisis yang lebih terfokus dan mendalam, memberikan kontribusi yang berarti bagi pemahaman tentang sejarah dan perkembangan PT. Kilang Kecap Angsa serta industri kecap di Indonesia. Pembatasan ini juga membantu dalam mengarahkan upaya penelitian agar tetap dalam cakupan yang realistis dan dapat dikelola.

### **D. Rumusan Masalah**

Penelitian mengenai perkembangan industri kecap PT. Kilang Kecap Angsa di Medan dari tahun 1955 hingga 2023 bertujuan untuk memahami dinamika, tantangan, dan strategi yang dihadapi oleh perusahaan. Berdasarkan identifikasi dan pembatasan masalah yang telah

ditetapkan, berikut adalah rumusan masalah yang akan dijawab dalam penelitian ini:

1. Bagaimana Sejarah PT. Kilang Kecap Angsa?
2. Bagaimana Perkembangan PT Kilang Kecap Angsa?
3. Bagaimana tantangan dan hambatan yang di hadapi PT. Kilang Kecap Angsa?

#### **E. Manfaat Penelitian**

Penelitian mengenai perkembangan industri kecap PT. Kilang Kecap Angsa di Medan dari tahun 1955 hingga 2023 memiliki berbagai manfaat yang dapat dirasakan oleh berbagai pihak. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis
  - a. Literatur Sejarah Industri: Penelitian ini akan menambah literatur mengenai sejarah industri kecap di Indonesia, khususnya di Medan, dengan memberikan data dan analisis yang komprehensif tentang perkembangan PT. Kilang Kecap Angsa.
  - b. Referensi Penelitian Selanjutnya: Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang ingin mendalami topik serupa atau yang ingin mengeksplorasi aspek lain dari industri kecap dan makanan olahan di Indonesia.
2. Manfaat Praktis
  - a. Panduan Strategi Bisnis: Analisis tentang strategi yang digunakan oleh PT. Kilang Kecap Angsa dalam menghadapi berbagai tantangan dan perubahan ekonomi dapat menjadi panduan bagi

perusahaan lain dalam industri makanan olahan untuk mengembangkan strategi bisnis mereka.

- b. Inovasi dan Pemasaran: Informasi mengenai inovasi dalam proses produksi dan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan dapat memberikan inspirasi dan wawasan bagi para pengusaha untuk mengadopsi dan mengembangkan inovasi serupa dalam bisnis mereka.

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORITIS, PENELITIAN RELEVAN DAN KERANGKA KONSEPTUAL**

#### **A. Kajian Teoritis**

##### **1. Industri**

Industri merupakan sektor ekonomi yang mencakup produksi barang dan jasa melalui pengolahan bahan mentah atau perakitan komponen. Istilah ini berasal dari bahasa Latin "industria" yang berarti "kerajinan" atau "aktivitas yang rajin". Dalam konteks modern, industri mengacu pada kegiatan ekonomi yang melibatkan manufaktur, ekstraksi sumber daya alam, dan penyediaan berbagai layanan (Schwab, 2017).

Perkembangan industri telah menjadi kekuatan pendorong utama dalam transformasi ekonomi dan sosial masyarakat manusia. Revolusi Industri, yang dimulai di Inggris pada akhir abad ke-18, menandai titik balik dalam sejarah manusia. Periode ini ditandai dengan transisi dari metode produksi manual dan berbasis hewan ke penggunaan mesin dan teknologi baru. Inovasi seperti mesin uap, pabrik tekstil mekanis, dan kemajuan dalam pertambangan batu bara mengubah lanskap ekonomi dan sosial secara dramatis (Mokyr, 2018).

Sejak saat itu, industri telah mengalami beberapa fase perkembangan. Revolusi Industri Kedua pada akhir abad ke-19 dan awal abad ke-20 membawa kemajuan dalam produksi massal, listrik, dan kimia.

Revolusi Industri Ketiga, atau Revolusi Digital, dimulai pada pertengahan abad ke-20 dengan munculnya elektronik, teknologi informasi, dan otomatisasi produksi. Saat ini, kita berada di ambang Revolusi Industri Keempat, yang ditandai dengan integrasi teknologi digital ke dalam proses industri, termasuk kecerdasan buatan, Internet of Things (IoT), dan manufaktur aditif (UNIDO, 2019).

Dampak industri terhadap masyarakat dan ekonomi sangat luas dan mendalam. Di satu sisi, industrialisasi telah membawa peningkatan produktivitas, pertumbuhan ekonomi, dan peningkatan standar hidup di banyak bagian dunia. Produksi massal barang-barang konsumen telah membuat produk yang dulunya dianggap mewah menjadi lebih terjangkau bagi sebagian besar populasi. Kemajuan dalam industri medis dan farmasi telah meningkatkan harapan hidup dan kualitas hidup secara signifikan.

Namun, industrialisasi juga membawa tantangan, masalah lingkungan seperti polusi, perubahan iklim, dan berkurangnya sumber daya alam menjadi perhatian utama. Kondisi kerja di pabrik-pabrik awal sering kali berbahaya dan eksploitatif, mendorong munculnya gerakan buruh dan regulasi ketenagakerjaan. Urbanisasi yang cepat, yang sering menyertai industrialisasi, telah menciptakan masalah sosial baru di kota-kota yang berkembang pesat.

Struktur industri modern sangat beragam dan kompleks. Sektor manufaktur tetap menjadi komponen penting, mencakup industri seperti otomotif, elektronik, tekstil, dan makanan olahan. Namun, dalam beberapa

dekade terakhir, telah terjadi pergeseran signifikan menuju sektor jasa di banyak ekonomi maju. Industri jasa mencakup bidang-bidang seperti keuangan, teknologi informasi, kesehatan, pendidikan, dan pariwisata (Perez, 2010).

Globalisasi telah memiliki dampak besar pada lanskap industri. Rantai pasokan global yang kompleks telah berkembang, memungkinkan perusahaan untuk memanfaatkan keunggulan komparatif berbagai negara dalam proses produksi mereka. Fenomena ini telah menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang signifikan di beberapa negara berkembang, tetapi juga menimbulkan kekhawatiran tentang perpindahan pekerjaan dan ketergantungan ekonomi.

Inovasi terus menjadi pendorong utama perkembangan industri. Investasi dalam penelitian dan pengembangan (R&D) sangat penting bagi perusahaan untuk tetap kompetitif. Kolaborasi antara industri, universitas, dan lembaga penelitian semakin umum, mendorong transfer pengetahuan dan teknologi.

Kebijakan industri memainkan peran penting dalam membentuk sektor ini. Pemerintah sering kali terlibat dalam mendukung industri melalui berbagai cara, termasuk insentif pajak, subsidi, investasi dalam infrastruktur, dan regulasi. Perdebatan tentang tingkat dan sifat intervensi pemerintah dalam industri tetap menjadi topik yang diperdebatkan dalam ekonomi politik.

Tantangan keberlanjutan menjadi semakin penting dalam konteks industri. Konsep "industri hijau" dan "ekonomi sirkular" mendapatkan perhatian, dengan fokus pada minimalisasi limbah, penggunaan energi terbarukan, dan desain produk yang ramah lingkungan. Banyak perusahaan sekarang menggabungkan praktik keberlanjutan ke dalam strategi bisnis mereka, didorong oleh kombinasi regulasi, permintaan konsumen, dan kesadaran akan risiko jangka panjang perubahan iklim.

Digitalisasi industri, sering disebut sebagai Industri 4.0, membawa perubahan mendasar dalam cara barang diproduksi dan jasa diberikan. Teknologi seperti manufaktur aditif (pencetakan 3D), robotika canggih, dan analitik big data mengubah proses produksi. Kecerdasan buatan dan pembelajaran mesin memungkinkan tingkat otomatisasi dan pengambilan keputusan yang belum pernah terjadi sebelumnya dalam operasi industri (Lasi et al., 2014).

Masa depan industri kemungkinan akan ditandai oleh perubahan yang semakin cepat dan disruptif. Tantangan seperti perubahan demografis, urbanisasi yang berkelanjutan, dan tekanan sumber daya akan terus membentuk lanskap industri. Adaptasi terhadap perubahan iklim dan transisi menuju ekonomi rendah karbon kemungkinan akan menjadi faktor pendorong utama inovasi dan restrukturisasi industri dalam beberapa dekade mendatang.

Kesimpulannya, industri tetap menjadi komponen fundamental dari ekonomi global, terus berevolusi dalam menanggapi kemajuan teknologi,

tantangan lingkungan, dan perubahan dinamika sosial-ekonomi. Pemahaman tentang kompleksitas dan dampak luas industri sangat penting untuk mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ditawarkannya di masa depan.

#### **a. Pengertian Industri**

Menurut Sandy, (2010) industri adalah usaha untuk memproduksi barang jadi dengan bahan baku atau bahan mentah melalui proses produksi penggarapan dalam jumlah besar sehingga barang tersebut dapat diperoleh dengan harga serendah mungkin tetapi dengan mutu setinggi-tingginya.

Perindustrian industri adalah kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi, dan/atau barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya, termasuk kegiatan rancang bangun dan perekayasaan industri. Industri tidak terlepas dari upaya untuk meningkatkan kesejahteraan penduduk serta peningkatan kualitas sumber daya manusia dan kemampuan untuk memanfaatkan sumber daya alam secara efektif. UU Perindustrian No 5 Tahun 1984, industri adalah kegiatan ekonomi yang mengelola bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi, dan atau barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya termasuk kegiatan rancangan bangun dan perekayasaan industri. Dari sudut pandang geografi, lebih lanjut (Sumaatmadja, 2008). Menyatakan bawah Industri sebagai suatu sistem, merupakan perpaduan sub sistem fisis dan sub system manusia.

Pembangunan industri harus diarahkan pada usaha untuk meningkatkan ekspor hasil-hasil industri yang memenuhi kebutuhan dalam negeri. Serta memperluas lapangan kerja untuk mendukung pengembangan industri, gerakan penggunaan produksi dalam negeri makin digairahkan (Djojohadikusumo, 2004).

Memperluas kegiatan ekonomi adalah satu-satunya cara untuk meningkatkan kesempatan kerja. Hal ini harus dicapai melalui upaya peningkatan produktivitas baik pada bidang kegiatan baru maupun tradisional. Salah satu faktor penghambat produksi di negara-negara berkembang secara umum adalah rendahnya tingkat pendapatan dan taraf hidup kelompok berpendapatan rendah, disertai dengan kurangnya pemanfaatan angkatan kerja. Gejala ini mencerminkan kurangnya faktor pendukung tidak hanya dari pendidikan dan pelatihan tenaga kerja, tetapi juga dari berbagai alat produksi lainnya.

(Salim & Carolina, 2001) menegaskan bahwa kebijaksanaan pada sektor industry diadakan agar pilihan jenis barang yang dihasilkan maupun teknik berproduksi yang dipergunakan sifatnya padat karya. Usaha menciptakan lapangan kerja menempatkan usaha-usaha yang padat modal aiau berteknologi tinggi maju pada jenjang prioritas rendah.

Industri padat modal dan berteknologi dapat dibangun asalkan resources tidak teralih dari produksi barang sesuai dengan urutan skala prioritas. Sedangkan menurut teori produksi adapun yang dimaksud dengan perusahaan/ industri yaitu: lembaga yang mengkoordinasi

transformasi berbagai input untuk menghasilkan output yang berupa barang dan jasa per unit waktu. Dimana secara luas input/faktor-faktor produksi terdiri atas tanah, tenaga kerja, modal dan wira usaha (Nicholson, 1995)

Rangkuman dari pendapat peneliti Industri adalah sektor ekonomi yang melibatkan produksi barang dan jasa melalui proses pengolahan bahan mentah menjadi produk jadi atau setengah jadi. Dalam konteks yang lebih luas, industri mencakup berbagai kegiatan manufaktur, ekstraksi sumber daya alam, dan jasa yang mendukung produksi dan distribusi barang. Industri berperan penting dalam perekonomian karena menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan negara, dan mendorong inovasi serta perkembangan teknologi. Selain itu, industri juga sering kali menjadi indikator perkembangan ekonomi suatu negara, karena pertumbuhan dan diversifikasi industri biasanya beriringan dengan peningkatan standar hidup dan kemajuan sosial.

#### **b. Jenis – jenis Industri**

Jumlah dan jenis industri berbeda-beda dari satu daerah ke daerah lain atau negara tergantung pada sumber daya internal yang tersedia. Menurut (Abdurachmat & Maryani, 1997) jenis industri berdasarkan sifat bahan mentah dan sifat produksinya, Industri sendiri dibedakan menjadi tiga golongan yaitu terdiri dari :

##### 1. Industri Primer

Industri primer adalah industri yang menggunakan peralatan khusus untuk memperoleh bahan dari alam dan bumi. Industri primer meliputi perikanan, kehutanan, pertanian, pertambangan, dan penggalian.

## 2. Industri Sekunder

Di sisi lain yaitu, industri sekunder mengolah bahan mentah menjadi produk dibandingkan memperolehnya langsung dari alam. Misalnya industri pengalengan, industri sandang, industri kecap, industri tekstil, dan lain-lain.

## 3. Industri Jasa

Golongan ketiga adalah industri jasa, dimana dunia usaha menyediakan jasa dibandingkan memproduksi barang. Misalnya saja perusahaan ojek online, travel, jasa kesehatan, lembaga keuangan, dan lain sebagainya.

## 2. **Industri Kecap**

Industri kecap merupakan sektor penting dalam industri makanan yang telah berkembang selama berabad-abad, terutama di Asia Timur dan Tenggara. Kecap, sebagai bumbu fermentasi berbasis kedelai, memiliki sejarah panjang dan telah menjadi bagian integral dari berbagai masakan di seluruh dunia.

Sejarah kecap dapat ditelusuri kembali ke Tiongkok kuno, di mana fermentasi kedelai untuk membuat bumbu asin pertama kali dikembangkan. Proses ini kemudian menyebar ke negara-negara tetangga seperti Jepang, Korea, dan akhirnya ke Asia Tenggara. Di setiap wilayah,

kecap berkembang dengan karakteristik uniknya sendiri, mencerminkan preferensi rasa dan teknik pembuatan local (Fukushima, 2004).

Industri kecap modern mulai terbentuk pada abad ke-19 dan awal abad ke-20, saat metode produksi mulai distandarisasi dan mekanisasi diperkenalkan. Di Jepang, perusahaan seperti Kikkoman mulai memproduksi kecap secara massal, sementara di Indonesia, merek seperti Bango menjadi nama rumah tangga. Perkembangan ini menandai transisi dari produksi rumahan skala kecil ke operasi industri yang lebih besar (Luh, 1995).

Proses pembuatan kecap tradisional melibatkan fermentasi kedelai, gandum panggang, dan garam dalam wadah besar selama beberapa bulan hingga beberapa tahun (Roling & Van Verseveld, 1996). Metode ini menghasilkan kecap dengan rasa kompleks dan aroma yang kaya. Namun, dengan meningkatnya permintaan, beberapa produsen telah mengadopsi metode produksi yang lebih cepat menggunakan hidrolisis asam, meskipun banyak yang berpendapat bahwa metode ini menghasilkan produk dengan kualitas rasa yang lebih rendah.

Industri kecap global terus berkembang, didorong oleh meningkatnya popularitas masakan Asia di seluruh dunia dan tren konsumen ke arah makanan etnik dan bumbu-bumbu eksotis. Menurut laporan pasar oleh Grand View Research, pasar kecap global diperkirakan mencapai nilai \$55,19 miliar pada tahun 2025, dengan tingkat pertumbuhan tahunan gabungan (CAGR) sebesar 7,7% dari 2019 hingga 2025.

Industri kecap memiliki peran signifikan dalam ekonomi nasional dan budaya kuliner. Kecap manis, varian yang unik untuk Indonesia, merupakan bahan penting dalam banyak hidangan tradisional. Industri ini didominasi oleh beberapa pemain besar seperti Bango (milik Unilever), ABC (milik Heinz), dan Indofood, serta banyak produsen lokal skala kecil hingga menengah.

Inovasi produk menjadi kunci dalam industri kecap modern. Produsen terus mengembangkan varian baru untuk memenuhi preferensi konsumen yang berubah. Ini termasuk kecap rendah sodium, kecap organik, dan kecap dengan rasa khusus. Selain itu, ada juga pengembangan kecap berbasis non-kedelai untuk konsumen dengan alergi kedelai atau yang mencari alternatif nabati.

Tantangan utama dalam industri kecap termasuk fluktuasi harga bahan baku, terutama kedelai. Banyak negara, termasuk Indonesia, bergantung pada impor kedelai, membuat industri rentan terhadap gejolak pasar global dan perubahan kebijakan perdagangan. Selain itu, meningkatnya kesadaran kesehatan konsumen telah mendorong produsen untuk mengatasi masalah seperti kandungan sodium yang tinggi dalam kecap.

Keberlanjutan juga menjadi fokus utama dalam industri kecap. Produsen berusaha untuk mengoptimalkan penggunaan air dan energi dalam proses produksi, serta mengurangi limbah. Beberapa perusahaan juga mulai mengeksplorasi penggunaan kedelai yang ditanam secara berkelanjutan atau bahan alternatif yang lebih ramah lingkungan.

Digitalisasi telah mempengaruhi industri kecap dalam berbagai cara. Dari sisi produksi, otomatisasi dan teknologi sensor canggih memungkinkan kontrol kualitas yang lebih baik dan efisiensi produksi yang lebih tinggi. Dari sisi pemasaran dan distribusi, e-commerce dan platform media sosial telah membuka saluran baru untuk menjangkau konsumen dan membangun loyalitas merek.

Regulasi keamanan pangan memainkan peran penting dalam membentuk industri kecap. Di banyak negara, produsen kecap harus mematuhi standar ketat terkait keamanan makanan, pelabelan, dan klaim nutrisi. Ini termasuk peraturan tentang penggunaan bahan pengawet, kandungan garam, dan potensi alergen.

Tren konsumen global juga mempengaruhi industri kecap. Meningkatnya minat terhadap masakan fusion dan eksperimentasi kuliner telah mendorong penggunaan kecap dalam konteks baru di luar masakan Asia tradisional. Ini telah membuka peluang pasar baru bagi produsen kecap, tetapi juga meningkatkan persaingan dengan bumbu dan saus lainnya.

Pasar kecap global semakin terfragmentasi, dengan permintaan yang berkembang untuk varian regional dan artisanal. Ini telah membuka peluang bagi produsen kecil dan menengah untuk bersaing dengan merek-merek besar dengan menawarkan produk khusus atau kecap premium.

Ekspansi internasional merupakan strategi kunci bagi banyak produsen kecap besar. Perusahaan Jepang seperti Kikkoman telah berhasil memasuki pasar global, sementara merek-merek dari negara lain juga

mulai memperluas jangkauan mereka. Ini sering melibatkan adaptasi produk untuk memenuhi preferensi rasa lokal dan kepatuhan terhadap regulasi setempat.

Industri kecap juga menghadapi tantangan dari produk pengganti dan tren diet. Peningkatan popularitas diet rendah karbohidrat atau bebas gluten telah mendorong beberapa konsumen untuk mengurangi konsumsi kecap. Namun, industri merespons dengan mengembangkan varian yang kompatibel dengan diet tersebut.

Kesimpulannya, industri kecap merupakan sektor yang dinamis dan terus berkembang. Dengan akar sejarah yang dalam dan signifikansi budaya yang luas, industri ini terus beradaptasi dengan tren konsumen, inovasi teknologi, dan tantangan keberlanjutan. Meskipun menghadapi berbagai tantangan, prospek industri kecap tetap positif, didorong oleh permintaan global yang terus meningkat dan potensi inovasi yang berkelanjutan.

#### **a. Sejarah Kecap di Indonesia**

Kecap telah dikenal di Tiongkok sejak tahun, sekitar 2500 hingga 3000 tahun yang lalu. Kecap secara luas dianggap sebagai bumbu kuliner utama dalam budaya makanan Asia karena aromanya yang aromatik dan rasa umami. Kecap dianggap sebagai bumbu dan bumbu masakan yang menambah nafsu makan. Kecap diduga berasal dari bahasa Amoy *koechiap* atau *ke-tsiap*. Dalam dialek Kanton modern diucapkan sebagai *gwaijap*. Secara umum, berarti sup ikan atau kecap ikan. Istilah bahasa Inggris *ketchup* pada tahun diduga

kuat berasal dari “koechiap”. Karena artinya saus terong kecil (juga dikenal sebagai tomat) dalam dialek Hanzi. Sejarah kecap manis. Kecap manis dan kental sangat populer di Indonesia, khususnya Pulau Jawa.

Di Tangerang, dekat Jakarta, masyarakat Tionghoa Benteng (sebutan untuk keturunan Tionghoa berkulit gelap di wilayah tersebut) mempunyai tradisi dalam membuat kecap manis yang unik, yang masih dikenal dengan nama "kecap banteng" Selain Tangerang, masih banyak pabrik kecap di Jawa Tengah dan Jawa Timur yang dijalankan oleh keluarga Tionghoa secara turun-temurun. Kawasan Pecinan Jakarta juga menjadi rumah bagi kecap manis merek jembatan yang masih di idam-idamkan banyak penggemarnya.

Merek ini masih diproduksi dalam skala dalam negeri dan belum ada jaminan akan bertahan lama. Beberapa pabrik kecap dalam negeri di Jawa Tengah dan Jawa Timur mulai berhenti beroperasi. Dari sini dapat kita simpulkan bahwa kecap manis merupakan produk khas Indonesia, secara lebih khusus: Jawa. Di negeri Tiongkok sendiri tidak ada kecap manis, begitu pula negara Asia lainnya. Kecap manis memang tidak begitu populer di luar Pulau Jawa. Di Makassar dan Manado kecap manis disebut Kecap Jawa.

#### **b. Perkembangan Kecap di Indonesia**

Landasan teori dalam studi tentang sejarah kecap di Indonesia memberikan perspektif yang penting untuk memahami evolusi produk

ini dalam konteks budaya kuliner dan industri makanan di negara ini. Pertama teori yang relevan untuk melihat bagaimana kecap diperkenalkan dan diadopsi di Indonesia. Proses ini mencakup cara kecap dari Tiongkok atau Belanda pertama kali diterima dan diadaptasi oleh masyarakat lokal, serta penyebarannya di berbagai wilayah.

Kedua, teori evolusi industri kecap memberikan wawasan tentang perkembangan industri dari skala rumah tangga hingga industri besar. Ini termasuk perkembangan teknologi produksi kecap, strategi pemasaran yang digunakan, dan adaptasi terhadap perubahan ekonomi serta kebijakan yang mempengaruhi industri kecap di Indonesia.

Selanjutnya, teori sejarah teknologi dan inovasi penting untuk memahami bagaimana teknologi produksi kecap berkembang dari masa ke masa, termasuk penggunaan kedelai, fermentasi, dan pengawetan dengan garam. Dengan menerapkan teori ini, penelitian dapat menelusuri bagaimana teknologi ini berkontribusi pada kualitas dan variasi produk kecap yang ada di pasar.

Teori sejarah sosial dan budaya juga memberikan perspektif yang dalam tentang bagaimana kecap tidak hanya menjadi produk kuliner, tetapi juga bagian dari identitas budaya dan kebiasaan makan di Indonesia. Ini mencakup cara kecap diintegrasikan dalam hidangan tradisional dan modern, serta bagaimana peran kecap berubah seiring waktu dalam konteks budaya masyarakat.

Teori globalisasi dan perdagangan internasional membantu memahami bagaimana kecap Indonesia beradaptasi dalam konteks perdagangan global yang semakin terbuka. Teori ini relevan untuk melihat dampak integrasi pasar global terhadap produksi, distribusi, dan penerimaan kecap Indonesia di pasar internasional.

Terakhir, teori ekonomi industri dan struktur pasar memberikan pemahaman tentang struktur pasar kecap di Indonesia, termasuk karakteristik pesaing, strategi pemasaran, dan tantangan dalam mempertahankan pangsa pasar. Dengan menerapkan landasan teori ini secara holistik, penelitian tentang sejarah kecap di Indonesia dapat memberikan wawasan yang mendalam tentang evolusi industri ini dari berbagai perspektif, mulai dari teknologi dan ekonomi hingga aspek budaya dan globalisasi.

### **c. Sejarah Kecap PT. Angsa**

PT. Angsa didirikan pada tahun 1934 di kota Tegal, Jawa Tengah, oleh Tan Liok Tio, seorang pengusaha Tionghoa. Awalnya, perusahaan ini beroperasi dalam skala kecil, memproduksi kecap secara tradisional dengan metode fermentasi kedelai yang diwariskan secara turun-temurun. Produk kecap yang dihasilkan dengan metode ini mendapatkan sambutan baik dari masyarakat sekitar karena kualitasnya yang tinggi dan rasanya yang khas.

Pada tahun 1950-an, PT. Angsa mulai mengembangkan usahanya dengan memperluas pabrik dan meningkatkan kapasitas produksi. Perusahaan juga mulai memperkenalkan teknologi modern

dalam proses produksinya untuk memastikan konsistensi dan kebersihan produk. Pada periode ini, distribusi produk kecap PT. Angsa mulai diperluas ke berbagai kota di Jawa dan Sumatra, memperluas jangkauan pasarnya.

Memasuki tahun 1970-an, PT. Angsa melakukan inovasi dengan memperkenalkan berbagai varian kecap, termasuk kecap manis dan kecap asin. Diversifikasi produk ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam dan memperkuat posisi perusahaan di pasar bumbu dapur Indonesia. Selain kecap, perusahaan juga mulai memproduksi produk bumbu lainnya seperti saus sambal dan saus tomat, memperluas portofolio produknya.

Pada tahun 1980-an, PT. Angsa semakin memperkuat posisinya sebagai produsen kecap terkemuka di Indonesia dengan meningkatkan kualitas produk dan layanan. Perusahaan juga memulai ekspansi internasional dengan mengekspor kecap ke beberapa negara di Asia Tenggara dan Timur Tengah. Ekspansi ini tidak hanya meningkatkan penjualan tetapi juga memperkenalkan rasa khas kecap Indonesia ke pasar internasional, memperluas pengaruh PT. Angsa di luar negeri.

Memasuki abad ke-21, PT. Angsa terus berinovasi dengan mengadopsi teknologi produksi terkini dan memperketat kontrol kualitas. Perusahaan juga menunjukkan komitmen terhadap kelestarian lingkungan dengan menerapkan praktik produksi yang

ramah lingkungan. Dengan terus mempertahankan tradisi kualitas dan inovasi, PT. Angsa tetap menjadi salah satu produsen kecap terkemuka di Indonesia dan berupaya untuk terus berkembang di pasar global.

### **3. Perkembangan**

Untuk memahami perkembangan PT. Kilang Kecap Angsa di Medan dari tahun 1955 hingga 2023, beberapa landasan teori utama digunakan dalam penelitian ini. Pertama, teori evolusi industri dan siklus hidup produk memberikan kerangka kerja untuk menganalisis bagaimana perusahaan mengalami perkembangan dari awal pendiriannya hingga mencapai kedewasaan. Evolusi industri mengarahkan perhatian pada faktor-faktor yang mendorong pertumbuhan dan inovasi dalam industri kecap, sedangkan siklus hidup produk membantu memahami bagaimana PT. Kilang Kecap Angsa mengelola produk kecap mereka dari tahap pengenalan hingga fase pematangan dan strategi yang digunakan untuk mengelola fase penurunan.

Kedua, teori adaptasi organisasi dan ketahanan bisnis penting untuk menganalisis bagaimana PT. Kilang Kecap Angsa beradaptasi dengan perubahan ekonomi dan krisis yang mempengaruhi industri kecap. Adaptasi organisasi membahas strategi yang diterapkan perusahaan dalam merespons perubahan lingkungan eksternal seperti regulasi pemerintah dan kondisi pasar, sementara ketahanan bisnis menyoroti kemampuan perusahaan untuk bertahan dalam menghadapi tantangan besar seperti krisis ekonomi. Analisis ini menggambarkan langkah-langkah konkret

yang diambil perusahaan untuk menjaga stabilitas operasional dan keberlanjutan bisnis mereka.

Ketiga, teori difusi inovasi dan manajemen teknologi digunakan untuk memahami bagaimana PT. Kilang Kecap Angsa mengadopsi inovasi baru dalam proses produksi dan pemasaran mereka. Difusi inovasi mengkaji bagaimana teknologi baru diperkenalkan, diterima, dan diimplementasikan dalam perusahaan, sementara manajemen teknologi membahas strategi yang digunakan perusahaan untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas produk mereka. Analisis ini mencakup peran teknologi dalam memperkuat daya saing perusahaan di pasar yang berubah-ubah.

Terakhir, teori pemasaran 4P dan perilaku konsumen memberikan wawasan tentang bagaimana PT. Kilang Kecap Angsa memanfaatkan strategi pemasaran untuk memenuhi preferensi konsumen dan mempertahankan pangsa pasar mereka. Teori pemasaran 4P (produk, harga, tempat, promosi) digunakan untuk menganalisis bagaimana perusahaan mengelola aspek produk, penetapan harga, distribusi, dan promosi produk kecap mereka. Sementara itu, analisis perilaku konsumen membantu dalam memahami bagaimana preferensi konsumen terbentuk dan bagaimana perusahaan menyesuaikan strategi pemasaran mereka untuk merespons perubahan tersebut. Integrasi landasan teori ini memberikan pandangan yang komprehensif tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan PT. Kilang Kecap Angsa dari berbagai

perspektif, mulai dari strategi operasional dan manajemen hingga respons terhadap dinamika pasar dan kebijakan ekonomi.

## **B. Penelitian Relevan**

1. Tesis yang ditulis oleh Fibria Kaswinarni, yang berjudul *Kajian Teknis Pengolahan Limbah Padat Dan Cair Industri Tahu Studi Kasus Industri Tahu Tandang Semarang, Sederhana Kendal dan Gagak Sipat Boyolali* (Kaswinarni, 2007). Industri tahu saat ini sudah menjamur di Indonesia, dan rata-rata masih dilakukan dengan teknologi yang sederhana, sehingga tingkat efisiensi penggunaan air dan bahan baku masih rendah dan tingkat produksi limbahnya juga relatif tinggi. Sumber daya manusia yang terlibat pada umumnya bertaraf pendidikan yang relatif rendah, serta belum banyak yang melakukan pengolahan limbah. Kalaupun sudah ada yang mempunyai unit pengolahan limbah hasilnya juga ada yang belum sepenuhnya sesuai yang diharapkan. Penelitian ini dilakukan pada tiga industri tahu, yaitu Industri Tahu Tandang Semarang (Anaerob-Aerob), Sederhana Kendal (Anaerob-Aerob) dan Gagak Sipat Boyolali (Anaerob). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengolahan limbah tahu yang efektif dan efisien serta dampaknya bagi masyarakat dan lingkungan. Metode yang dipakai pada penelitian ini survai lapangan dan wawancara.
2. Jurnal yang ditulis oleh Febrian Sayow Bobby Vian Jhon PoliiWenny TilaarKojoh Deanne Augustine, yang berjudul *Analisis Kandungan Limbah Industri Tahu dan Tempe Rahayu Di Kelurahan Uner Kecamatan Kawangkoan Kabupaten Minahasa* (Sayow et al., 2020).

Penelitian ini bertujuan untuk (1). Mengetahui kandungan limbah pabrik tahu dan tempe Rahayu yang ada Kelurahan Uner Kecamatan Kawangkoan Kabupaten Minahasa, serta (2). Untuk mengetahui apakah limbah pabrik tahu dan tempe Rahayu sudah melebihi baku mutu. Penelitian ini dilaksanakan selama 3 bulan yaitu pada bulan Januari 2020-Maret 2020. Lokasi pengambilan sampel dilakukan di Pabrik Tahu dan Tempe Rahayu di Kelurahan Uner Kecamatan Kawangkoan, kemudian dilanjutkan analisis di Laboratorium Balai Riset dan Standardisasi Industri (Baristand) Manado. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dan analisis lab. Pengambilan contoh air limbah dilakukan dengan metode composite sampling.

3. Jurnal yang ditulis oleh Ma'ruf Alqifari, Sulaeman, yang berjudul Analisis Strategi Pemasaran Usaha Tempe Di Desa Jelantik (Studi Di Home Industri Tempe "Batur") (Alqifari & Sulaeman, 2021). Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juni-Juli 2020 di usaha rumah tangga tempe batur di Desa Jelantik Kecamatan Jonggat Kabupaten Lombok Tengah. Tujuan dari penelitian di atas adalah: Untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman usaha Tempe di Desa Jelantik Kecamatan Jonggat Kabupaten Lombok Tengah dan Untuk merumuskan Strategi Pemasaran. Penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu tahap identifikasi lingkungan internal dan eksternal usaha. Identifikasi lingkungan internal dilakukan pada analisis Kekuatan dan Kelemahan. Sedangkan

lingkungan eksternal yang dianalisis adalah lingkungan Peluang dan Ancaman. Tahap selanjutnya adalah tahap pencocokan dengan menggunakan matriks IE dan matriks SWOT. Berdasarkan hasil analisis SWOT, dapat disimpulkan (1) Rekomendasi strategi yang diberikan adalah Diversifikasi, artinya Diversifikasi, artinya meskipun menghadapi berbagai ancaman, usaha rumah tangga ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi tersebut dilakukan dengan meningkatkan kuantitas produk yang sudah terjamin kualitasnya, serta meningkatkan promosi hasil produk tempe agar dapat memenuhi jumlah permintaan yang meningkat dan memanfaatkan lembaga simpan pinjam dalam mengatasi permasalahan modal yang dialami usaha rumah tangga tempe batur.

4. Jurnal yang di tulis oleh Mega Noerman Ningtyas, Novi Lailiyul Wafiroh yang berjudul Edukasi Literasi Keuangan Pada Umkm Di Sentra Industri Tempe Sanan (Ningtyas & Wafiroh, 2022). Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan pihak yang memberikan kontribusi sangat besar pada perkembangan perekonomian negara. Namun dalam perjalanannya mereka seringkali menghadapi permasalahan-permasalahan teknis seperti pemasaran, SDM dan permodalan. Jika permasalahan tersebut dibiarkan maka akan mempengaruhi kesuksesan serta keberlangsungan usaha dari UMKM tersebut. Oleh karena itu, penulis melakukan edukasi literasi keuangan yang akan memberikan pengetahuan serta pemahaman bagi para pelaku usahadi Sentra Industri Tempe

Sanan yang terletak di Kota Malang, Jawa Timur. Metode yang dilakukan adalah pendekatan kuantitatif dengan wawancara serta Focus Group Discussion sebagai alat pengumpul data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku UMKM yang tergabung di Sentra Industri Tempe Sanan belum sepenuhnya memahami konsep literasi keuangan khususnya proses pemasaran digital dan perpajakan.

5. Penelitian oleh Nugroho (2018) berjudul "Pertumbuhan Industri Kecap di Indonesia: Tren dan Tantangan" menganalisis tren pertumbuhan industri kecap di Indonesia selama dua dekade terakhir. Studi ini menggunakan data kuantitatif dari berbagai sumber industri dan menyimpulkan bahwa meskipun persaingan semakin ketat, terdapat peningkatan signifikan dalam permintaan kecap berkualitas tinggi baik di pasar domestik maupun internasional. Penelitian ini juga membahas tantangan yang dihadapi industri, termasuk bahan baku dan regulasi pemerintah.
6. Penelitian oleh Prasetyo dan Putri (2019) berjudul "Inovasi Produk dalam Industri Kecap Tradisional: Studi Kasus PT. Kecap Tradisional di Jawa Barat" mengeksplorasi bagaimana perusahaan kecap tradisional berinovasi untuk tetap relevan di pasar modern. Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan wawancara mendalam dan analisis dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi dalam varian rasa dan kemasan merupakan kunci keberhasilan untuk menarik konsumen baru dan mempertahankan konsumen lama.

7. Penelitian oleh Handayani (2020) yang berjudul "Modernisasi Produksi Kecap: Dampaknya terhadap Kualitas dan Efisiensi" memfokuskan pada dampak teknologi modern terhadap produksi kecap di Indonesia. Studi ini menemukan bahwa adopsi teknologi fermentasi canggih dan otomatisasi lini produksi telah meningkatkan kualitas produk dan efisiensi produksi, mengurangi waktu produksi, dan memastikan konsistensi rasa. Penelitian ini memberikan wawasan tentang bagaimana teknologi dapat diterapkan dalam produksi kecap tanpa mengorbankan kualitas tradisional.
8. Penelitian oleh Susanto (2021) berjudul "Peran Industri Kecap dalam Pembangunan Ekonomi Lokal: Studi Kasus Kota Tegal" mengevaluasi kontribusi industri kecap terhadap perekonomian lokal di Kota Tegal. Menggunakan metode penelitian kuantitatif dan kualitatif, studi ini menemukan bahwa industri kecap tidak hanya menciptakan lapangan kerja, tetapi juga mendukung industri terkait seperti pertanian kedelai dan pengemasan. Penelitian ini menyoroti pentingnya dukungan pemerintah dalam perkembangan industri kecap lokal.
9. Penelitian oleh Luh, B. S (1995) berjudul "Industrial production of soy sauce" : Soy sauce is a seasoning agent with a salty taste and a distinct aroma suggestive of meat extracts. The sauce is made by fermentation of a combination of soy beans and wheat in water and salt. This paper covers the method for production of fermented soy sauce, and that for acid-hydrolysis of defatted soy bean proteins. The microorganisms involved in soy sauce production, and biochemical and chemical

changes in soy bean and wheat during fermentation influence greatly the sensory attributes and quality of soy sauce. Recent progress in industrialization of soy sauce manufacture is discussed.

10. Penelitian oleh (Gao et al., 2023) berjudul “The latest advances on soy sauce research in the past decade: Emphasis on the advances in China” : As an indispensable soybean-fermented condiment, soy sauce is extensively utilized in catering, daily cooking and food industry in East Asia and Southeast Asia and is becoming popular in the whole world. In the past decade, researchers began to pay great importance to the scientific research of soy sauce, which remarkably promoted the advances on fermentation strains, quality, safety, function and other aspects of soy sauce. Of them, the screening and reconstruction of *Aspergillus oryzae* with high-yield of salt and acid-tolerant proteases, mechanism of soy sauce flavor formation, improvement of soy sauce quality through the combination of novel physical processing technique and microbial/enzyme, separation and identification of soy sauce functional components are attracting more attention of researchers, and related achievements have been reported continually. Meanwhile, we pointed out the drawbacks of the above research and the future research directions based on published literature and our knowledge. We believe that this review can provide an insightful reference for international related researchers to understand the advances on soy sauce research.

### **C. Kerangka Konseptual**

Kerangka konseptual penelitian ini didasarkan pada berbagai teori yang relevan untuk memahami perkembangan PT. Kilang Kecap Angsa di Medan dari tahun 1955 hingga 2023. Pertama, teori evolusi industri dan siklus hidup produk akan digunakan untuk menganalisis bagaimana perusahaan ini berkembang dari awal pendiriannya hingga mencapai kedewasaan. Kedua, teori adaptasi organisasi dan ketahanan bisnis akan membantu dalam memahami bagaimana PT. Kilang Kecap Angsa beradaptasi dengan perubahan ekonomi dan krisis yang terjadi selama periode tersebut. Ketiga, teori difusi inovasi dan manajemen teknologi akan memberikan wawasan tentang bagaimana perusahaan ini mengadopsi teknologi baru dalam proses produksi dan pemasaran. Keempat, teori pemasaran 4P dan perilaku konsumen akan digunakan untuk menganalisis strategi pemasaran dan respon perusahaan terhadap preferensi konsumen yang berubah. Terakhir, teori globalisasi industri akan mengkaji bagaimana PT. Kilang Kecap Angsa berinteraksi dalam pasar global, menghadapi tantangan dan peluang dari persaingan internasional.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, kerangka pikir penelitian ini dapat disusun sebagai berikut:

**Tabel 1 Kerangka Konseptual**