



**TREND VOLUME PENJUALAN DAN STRATEGI BERTAHAN
AGROINDUSTRI TEMPE “SUMBER MAS” DI KECAMATAN
PATRANG KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

Ao ujian
[Signature]

Dosen Pembimbing
Titin Agustina, SP., MP.

Oleh
Mutiara Ramadhanti
NIM 151510601191

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS JEMBER
2022**



**TREND VOLUME PENJUALAN DAN STRATEGI BERTAHAN
AGROINDUSTRI TEMPE “SUMBER MAS” DI KECAMATAN
PATRANG KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Agribisnis (S1)
dan mencapai gelar Sarjana Pertanian

Dosen Pembimbing
Titin Agustina, SP., MP.

Oleh
Mutiara Ramadhanti
NIM 151510601191

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS JEMBER
2022**

PERSEMBAHAN

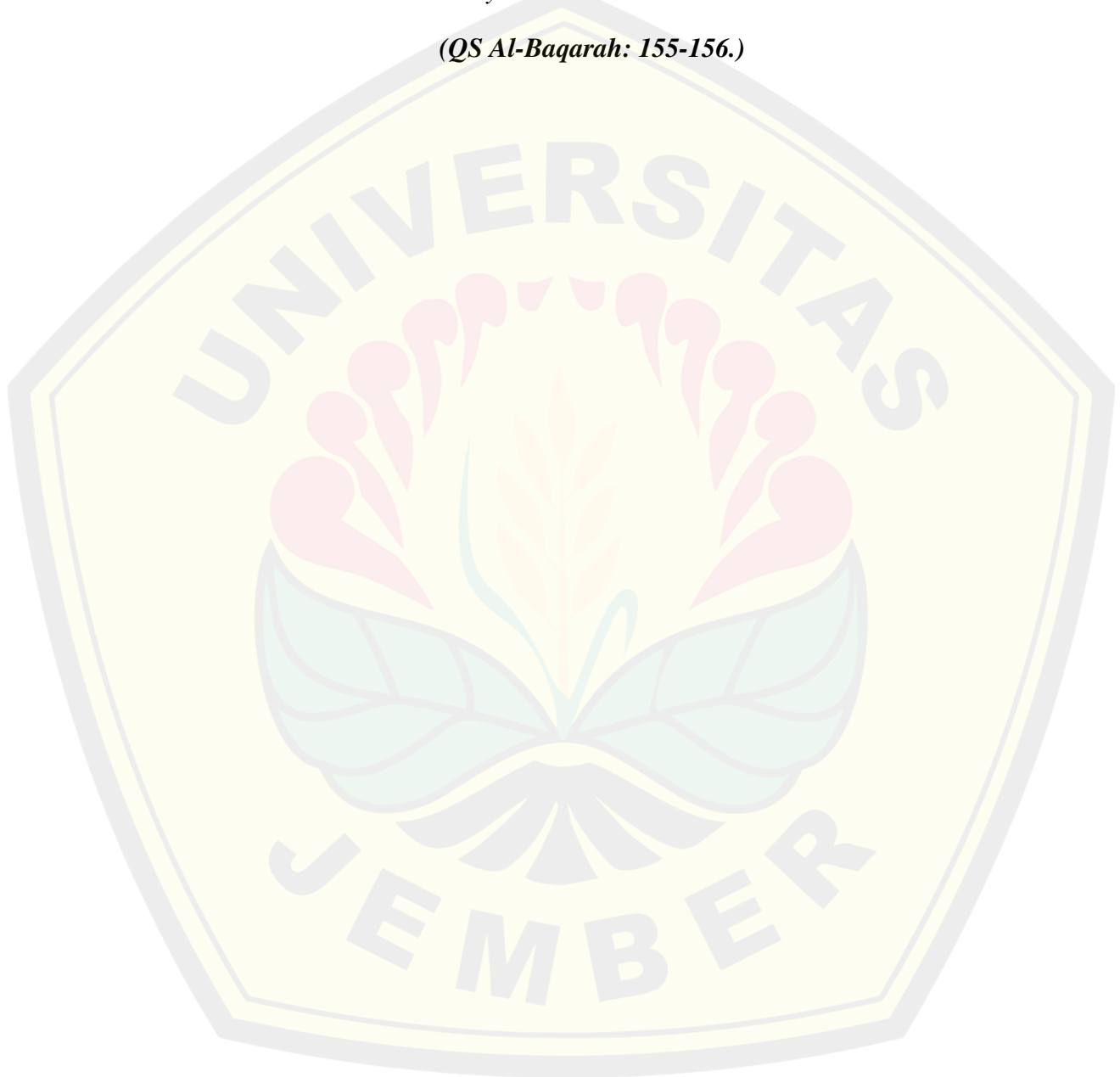
Dengan penuh rasa syukur, skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Kedua orang tua tercinta, Ibuku Farida, Bapakku Wien Winardhi, Kakakku Zhazhidhatul Ifa dan Abangku Novian Gustafa Rohim yang senantiasa memberikan doa dan menjadi motivasi serta penyemangatku untuk menyelesaikan studi.
2. Dosen Pembimbing Skripsi saya kepada Titin Agustina, SP., MP. Terimakasih banyak telah bersedia membimbingi saya dalam penyelesaian skripsi saya hingga akhir.
3. Bapak dan Ibu guru sejak Taman Kanak-Kanak hingga Sekolah Menengah serta dosen-dosen perguruan tinggi telah dengan penuh kesabaran mendidik dan memberikan ilmu yang bermanfaat.
4. Teman-teman Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jember Angkatan 2015.
5. Almamater yang saya banggakan, Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jember.
6. Pihak-pihak yang berjasa yang telah membantu kelancaraan saat penelitian lapang saya, kepada pemilik dan pekerja agroindustri tempe “Sumber Mas” yang bersedia menjadi informan dan memberikan penjelasan dalam menyelesaikan skripsi saya.

MOTTO

“Tidak ada satu pun perjuangan yang tidak melelahkan. “Dan berikanlah berita gembira kepada orang-orang yang sabar, yaitu yang ketika ditimpa musibah mereka mengucapkan: sungguh kita semua ini milik Allah dan sungguh kepada Nya lah kita kembali”.

(QS Al-Baqarah: 155-156.)



PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mutiara Ramadhanti

NIM : 151510601191

Menyatakan dengan sesungguhnya karya tulis yang berjudul **“Trend Volume Penjualan Dan Strategi Bertahan Agroindustri Tempe “Sumber Mas” Di Kecamatan Patrang Kabupaten Jember”** adalah benar-benar hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi maupun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggungjawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 2022
Yang menyatakan,

Mutiara Ramdahanti
NIM. 15151060119

SKRIPSI

**TREND VOLUME PENJUALAN DAN STRATEGI BERTAHAN
AGROINDUSTRI TEMPE “SUMBER MAS” KECAMATAN
PATRANG KABUPATEN JEMBER**

Oleh:

Mutiara Ramdhanti
NIM 151510601191

Pembimbing

Dosen Pembimbing : Titin Agustina, SP., MP.
NIP. 19198208112006042001

PENGESAHAN

Skripsi berjudul **“Trend Volume Penjualan dan Strategi Bertahan Agroindustri Tempe “Sumber Mas” di Kecamatan Patrang Kabupaten Jember”**, telah diuji dan disahkan pada:

Hari :
Tanggal :
Tempat : Fakultas Pertanian Universitas Jember

Dosen Pembimbing Skripsi,

Titin Agustina, SP., MP.
NIP 19198208112006042001

Dosen Penguji I,

Dr. Ir. Joni Murti Mulyo Aji, M.Rur.M.
NIP 197006261994031002

Dosen Penguji II,

Rachmat Udhi Prabowo, S.P., M.P.
NIP 198711232019031011

Mengesahkan
Dekan,

Prof. Dr. Ir. Soetrisno, MP
NIP 196403041989021001

RINGKASAN

Trend Volume Penjualan Dan Strategi Bertahan Agroindustri Tempe “Sumber Mas” Di Kecamatan Patrang Kabupaten Jember : Mutiara Ramadhanti, 151510601191; 2022; halaman; Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jember.

Tempe merupakan salah satu produk yang sangat digemari oleh masyarakat Kabupaten Jember. Hampir seluruh masyarakat di Kabupaten Jember mengonsumsi tempe untuk makanan sehari-hari. Produk tempe biasanya dijual di seluruh pasar tradisional di Kabupaten Jember. Hal tersebut menandakan bahwa produk tempe memiliki prospek yang baik untuk dikembangkan.. Agroindustri Sumber Mas merupakan agroindustri yang mengolah komoditas kedelai menjadi produk tempe. Agroindustri ini memanfaatkan ketersediaan bahan baku yang ada untuk memproduksi tempe. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif dan analitik. Metode pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Data dikumpulkan dengan data primer atau data yang diperoleh langsung dari sumber data pertama dilokasi penelitian. Data sekunder yang diperoleh dari instansi-instansi dan literatur. Analisis data menggunakan metode least square, analisis swot. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) trend volume penjualan agroindustri tempe “Sumber Mas” di Kecamatan Patrang Kabupaten Jember (2) strategi bertahan dalam mengantisipasi kenaikan harga kedelai agroindustri tempe “Sumber Mas” di Kecamatan Patrang Kabupaten Jember.

Hasil penelitian menunjukkan: (1) *Trend* volume penjualan pada agroindustri tempe “sumber mas” dengan persamaan *trend* penjualan tempe $Y = 118,095 + 6358,51X$ persamaan ini menunjukkan garis *trend* penjualan yang semakin meningkat karena nilai koefisiennya positif,, (2) Strategi bertahan yang ditetapkan dalam mengantisipasi kenaikan harga kedelai agroindustri tempe sumber mas yaitu meningkatkan kualitas produk serta menjaga dan mempertahankan kualitas produk.

SUMMARY

Trend of Sales Volume and Strategy to Survive Tempe Agroindustry "Sumber Mas" in Patrang District, Jember Regency: Mutiara Ramadhanti, 151510601191; 2022; page; Agribusiness Study Program, Faculty of Agriculture, University of Jember.

Tempe is a product that is very popular with the people of Jember Regency. Almost all people in Jember Regency consume tempeh for daily food. Tempe products are usually sold in all traditional markets in Jember Regency. This indicates that tempe products have good prospects for development. Sumber Mas agro-industry is an agro-industry that processes soybean commodities into tempe products. This agro-industry utilizes the availability of existing raw materials to produce tempeh. The method used is descriptive and analytic methods. The sampling method used purposive sampling. Data was collected with primary data or data obtained directly from the first data source at the research location. Secondary data obtained from agencies and literature. Data analysis uses the least squares method, swot analysis. This study aims to determine (1) the sales volume trend of the "Sumber Mas" tempe agro-industry in Patrang District, Jember Regency (2) the defensive strategy in anticipating the increase in soybean prices for the "Sumber Mas" tempeh agro-industry in Patrang District, Jember Regency.

The results showed: (1) The sales trend in the tempe agro-industry "Sumber Mas" with the tempe sales trend equation $Y = 118.095 + 6358.51X$ this equation shows an increasing sales trend line because the coefficient value is positive,, (2) Defensive strategies are set in anticipating the increase in soybean prices, the agro-industry of Tempe Sumber Mas is to improve product quality and to maintain and maintain product quality.

PRAKARTA

Puji syukur kehadirat Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Trend Volume Penjualan dan Strategi Bertahan Agroindustri Tempe “Sumber Mas” di Kecamatan Patrang Kabupaten Jember”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, baik langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Soetriono, MP., selaku dekan Fakultas Pertanian universitas Jember.
2. Agus Supriono, S.P., M.Si, selaku Koordinator Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jember.
3. Titin Agustina, SP., MP., selaku Dosen Pembimbing Utama, Dr. Ir. Joni Murti Mulyo Aji, M.Rur.M. selaku Dosen Penguji Utama, Rachmat Udhi Prabowo, S.P., M.P., selaku Dosen Penguji Anggota yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, nasehat, pengalaman dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.
4. Dr. Ir. Joni Murti Mulyo Aji, M.Rur.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dan dukungan selama masa studi.
5. Keluargaku tercinta dan tersayang Ibukku Farida, Bapakku Wien Winardhi, kakakku Zhazhidhatul Ifa dan abangku Novian Gustafa Rohim serta keluarga besar atas seluruh kasih sayang, kesabaran, motivasi, tenaga, doa dan materi yang selalu diberikan dengan ikhlas dalam setiap usahaku.
6. Pihak-pihak yang berjasa yang telah membantu kelancaraan saat penelitian lapang saya, kepada pemilik dan pekerja agroindustri tempe “sumber mas” bersedia menjadi informan dan memberikan penjelasan dalam menyelesaikan skripsi saya.

7. Teman seperjuangan saya dari awal kuliah hingga akhir kuliah kepada Imel, Insan, Liris, Nadea, Ijek, Pepi, Findo yang telah mendukung dan membantu saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman angkatan 2015 Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jember.

Penulis menyadari bahwa karya ilmiah tulis ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu diharapkan adanya kritik dan saran yang membangun dari semua pihak demi kesempurnaan tulisan ini. Akhirnya penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak yang ingin mengembangkannya.

Jember, 2022.

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PEMBIMBING	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
RINGKASAN	vii
SUMMARY	ix
PRAKATA	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian terdahulu.....	7
2.2 Landasan Teori	9
2.2.1 Komoditas Kedelai	10
2.2.2 Teori Agroindustri	11
2.2.3 Teori Agroindustri Tempe	13
2.2.4 Teori Penjualan	14
2.2.5 Volume Penjualan.....	16
2.2.6 Teori Regresi.....	16
2.2.7 Metode Peramalan	17
2.2.8 Teori Strategi	20
2.2.9 Analisis SWOT	21
2.3 Kerangka Pemikiran.....	26
2.4 Hipotesis	30
BAB 3. METODOLOGI	
3.1 Metode Penentuan Lokasi Penelitian.....	31
3.2 Metode Penelitian.....	31
3.3 Metode Pengambilan Contoh.....	31
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	32
3.4 Metode Analisis Data	32
3.5 Definisi Operasional.....	36
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum	38

4.1.1 Sejarah Umum Agroindustri.....	38
4.1.2 Lokasi Agroindustri	38
4.1.3 Struktur Organisasi Agroindustri.....	39
4.1.4 Personalia.....	40
4.1.5 Kegiatan Produksi.....	40
4.1.6 Pasar Dan Pemasaran.....	42
4.2 Analisis Trend Volume Penjualan Tempe Agroindustri Tempe Sumber Mas.....	45
4.3 Analisis Strategi Bertahan Agroindustri Tempe Sumber Mas.....	48
4.3.1 Analisis Faktor Internal.....	48
4.3.2 Analisis Faktor Eksternal	52
4.3.3 Analisis Matriks Posisi Kompetitif Relatif Usaha	54
4.3.4 Analisis Matriks Internal Eksternal Usaha	56
4.3.5 Analisis Matriks Swot	57
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	61
5.2 Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN.....	65

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Hal
1.1	Produksi kedelai di provinsi Jawa Timur dari tahun 2014-2015	2
1.2	Perkembangan areal panen, produktivitas, dan produksi kedelai di Jember periode tahun 2016-2020.....	2
1.3	Perkembangan harga kedelai impor dan lokal di kabupaten Jember tahun 2017-2021	5
4.1	Tabulasi perhitungan trend penjualan tempe di agroindustri tempe sumber mas di kecamatan Patrang kabupaten Jember pada bulan Juni 2021 – Agustus 2022.....	46
4.2	Peramalan produk penjualan tempe agroindustri tempe sumber mas di kecamatan patrang kabupaten Jember pada bulan September-Desember 2022.....	47
4.3	Faktor internal strategi bertahan agroindustri tempe sumber mas di kecamatan Patrang kabupaten Jember	48
4.4	Faktor eksternal strategi bertahan agroindustri tempe sumber mas di kecamatan Patrang kabupaten Jember	52

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Hal
2.1	Matriks Swot	23
2.2	Skema kerangka pemikiran	29
3.1	Matriks swot	33
3.2	Struktur organisasi agroindustri tempe sumber mas	39
4.1	Saluran pemasaran tidak langsung	44
4.2	Saluran pemasaran langsung	44
4.3	Grafik penjualan tempe agroindustri tempe sumber mas di kecamatan Patrang kabupaten Jember.....	47
4.4	Diagram matriks posisi kompetitif usaha tempe	55
4.5	Matriks internal dan eksternal usaha tempe.....	56
4.6	Matriks swot usaha tempe	58

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Hal
1.	Data volume penjualan tempe agroindustri tempe sumber mas pada bulan Juni 2021- Agustus 2022	65
2.	Tabulasi perhitungan trend penjualan tempe pada bulan Juni 2021- Agustus 2022	65
3.	Analisis faktor internal	67
4.	Analisis faktor eksternal	67
5.	Pemberian bobot dan rating faktor internal	68
6.	Pemberian bobot dan rating faktor eksternal	69
7.	Diagram matrik posisi kompetitif usaha tempe	70
8.	Matriks internal eksternal	71
9.	Matriks swot	72

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki kekayaan alam yang berlimpah. Sumberdaya alam di Indonesia banyak memberikan kontribusi bagi kesejahteraan masyarakat Indonesia. Salah satu contoh yaitu bahan baku pertanian yang dihasilkan dari tanaman pangan merupakan suatu modal untuk mengembangkan negara Indonesia. Produk pertanian memberikan kontribusi untuk pengembangan perekonomian negara, sehingga perlu adanya pengembangan agroindustri di Indonesia (Siringo dan Murni, 2014).

Agroindustri merupakan suatu kegiatan industrialisasi di bidang pertanian yang berguna untuk meningkatkan nilai tambah produk pertanian. Nilai tambah produk pertanian bisa meningkat melalui industri pengolahan. Pengembangan agroindustri dengan memanfaatkan bioteknologi dapat memberikan kontribusi yang besar dalam pemulihan krisis ekonomi sekaligus peningkatan daya saing produk agroindustri di era globalisasi ini (Hidayat, 2018).

Agroindustri merupakan salah satu sub sistem yang dapat membentuk sistem agribisnis (Setiawati, 2017). Pembangunan agroindustri di Indonesia merupakan suatu keharusan yang berguna untuk menciptakan masyarakat industri yang berbasis pertanian. Penyebab hal tersebut karena mayoritas masyarakat pedesaan yang menggantungkan kehidupannya pada sektor pertanian.

Agroindustri mampu meningkatkan pendapatan para pelaku agribisnis, mampu menyerap tenaga kerja dan mampu mendorong industri lainnya. Berbagai pengembangan agroindustri dilakukan dengan tujuan yang menarik dan mendorong industri baru di sektor pertanian. Pengembangan agroindustri diharapkan dapat meningkatkan hasil-hasil pertanian, menciptakan nilai tambah, menciptakan lapangan pekerjaan dan memperbaiki pendapatan petani (Soekartawi, 2001). Salah satu hasil produk pertanian yang dapat digunakan untuk agroindustri salah satunya yaitu kedelai.

Kedelai menjadi salah satu tanaman pangan yang mampu memberikan nilai tambah. Kedelai memiliki banyak manfaat bagi kesehatan tubuh. Tanaman

kedelai menjadi sumber protein yang penting bagi tubuh manusia. Tidak hanya bernutrisi tinggi, kedelai merupakan sumber minyak nabati yang kaya akan protein, karbohidrat, serat, dan sejumlah vitamin lainnya. Kandungan yang terdapat pada biji kedelai sangat baik bagi tubuh manusia sehingga kedelai saat ini menjadi banyak dikembangkan (Bantacut, 2017). Kedelai merupakan salah satu komoditas pangan yang dikembangkan di seluruh Indonesia, salah satunya yaitu di Provinsi Jawa Timur. Berikut ini merupakan data produksi kedelai dari sepuluh kota tertinggi di Provinsi Jawa Timur dari tahun 2014 -2018.

Tabel 1.1 Produksi (Ton) Kedelai Di Provinsi Jawa Timur Tahun 2014-2018

No	Kabupaten/Kota	2014	2015	2016	2017	2018
1.	Pacitan	4.996	6.122	4.090	1.358	988
2.	Ponorogo	27.371	27.414	20.255	6.215	6.017
3.	Trenggalek	8.683	10.124	9.098	11.340	8.376
4.	Tulungagung	7.820	6.857	1.484	1.653	1.580
5.	Blitar	10.682	16.535	12.755	9.203	15.791
6.	Kediri	316	1.689	973	70	51
7.	Malang	502	220	833	105	9.814
8.	Lumajang	3.933	3.510	1.348	524	3.200
9.	Jember	23.868	25.178	22.027	12.712	9.932
10.	Banyuwangi	77	46	30	43.598	27.813

Sumber: Badan Pusat Statistik Diolah, (2018)

Berdasarkan data pada tabel 1.1 menunjukkan bahwa Kabupaten Jember merupakan salah satu kota di Provinsi Jawa Timur yang banyak memproduksi kedelai. Produksi kedelai di Kabupaten Jember pada tahun 2014-2018 mengalami fluktuasi setiap tahunnya. Produksi kedelai di Kabupaten Jember pada tahun 2015 menempati produksi tertinggi sebesar 25.178 ton. Pada tahun 2018 produksi kedelai di Kabupaten Jember menempati produksi terendah sebesar 9.932 ton.

Tabel 1.2 Perkembangan areal panen, produktivitas, dan produksi kedelai di Jember Periode tahun 2016-2020

Tahun	Luas Panen (Ha.)	Produktivitas(Ku/Ha)	Produksi(Ton)
2016	10.759	20,50	220.270
2017	7.695	25,50	191.640
2018	5.570	24,93	138.860
2019	5.125	24,43	125.210
2020	4.392	17,62	77.370

Sumber : Dinas Pertanian Kabupaten Jember

Berdasarkan tabel 1.2 dapat diketahui bahwa luas panen pada tahun 2016 merupakan luas lahan terluas untuk panen kedelai yaitu 10.759 ha, sedangkan luas panen terendah pada tahun 2020 yaitu 4.392 ha. Produktivitas kedelai tertinggi justru terjadi pada tahun 2017 yaitu sebesar 22,50 Ku/Ha, sedangkan terendah pada tahun 2020 17,62 Ku/Ha. Produksi selama tahun 2016 hingga tahun 2020 mengalami penurunan setiap tahunnya. Hasil produksi kedelai Kabupaten Jember tertinggi pada tahun 2016 yaitu sebesar 220.270 ton, sedangkan produksi kedelai terendah pada tahun 2020 yaitu sebesar 77.370 ton.

Sifat produk usahatani yaitu mudah rusak, sehingga perlu dilakukan pengolahan untuk meningkatkan atau menambah manfaat produk. Produk pertanian mudah rusak, oleh sebab itu harus secepatnya dikonsumsi atau diolah serta membutuhkan pengawetan. Produk pertanian seperti tanaman kedelai harus dimanfaatkan dengan baik dan segera dilakukan pengolahan agar memberikan nilai tambah. Produk olahan dari kedelai ada berbagai macam makanan ataupun minuman dan sangat mengandung gizi yang baik setelah dikonsumsi. Untuk hal tersebut produk pertama yaitu tempe, tentu sangat familiar dengan produk tersebut dan yang kita juga tau bahwa tempe adalah salah satu produk yang sangat digemari oleh masyarakat (Agustian, 2014). Dengan harga yang murah serta rasa yang cukup enak membuat ciri khas tempe tidak hilang dari lidah kita. Produk yang kedua yaitu tahu, tentu makanan yang satu ini juga tidak kalah saing dengan tempe karena tahu juga merupakan berbahan baku kedelai. Selain itu juga ada kecap, juga kita mengerti kecap adalah bumbu masak yang berbahan dasar kedelai lokal yang sangat baik sangat bercita rasa khas. Lalu ada juga susu kedelai yang baik untuk dikonsumsi dan sangat baik untuk kesehatan setelah mengkonsumsi susu kedelai tersebut. Oncom juga salah satu produk dari ampas kedelai pada saat penyaringan susu kedelai ataupun tahu. Adapun tauco yaitu bumbu masak yang berasal dari tingkok yang di fermentasi dari kedelai kuning yang telah direbus, dihaluskan, dan diaduk dengan tepung terigu.

Produk-produk olahan kedelai masih banyak dan yang paling familiar adalah produk-produk yang telah disebutkan tadi. Selain produk-produk tersebut ada pula produk kembang tahu yang teksturnya lebih lembut dari pada tahu dan

sering digunakan untuk makanan penutup. Kembang tahu memiliki dua jenis yaitu kembang tahu basah dan kering dan apabila kembang tahu kering cara pembuatannya harus di seduh terlebih dahulu. Adapula produk seperti miso, dan gochujang yang berbahan baku kedelai dan olahan dari kedelai (Zakaria, 2010)

Produksi tempe terkadang mengambil kedelai dari luar negeri bukan dari kedelai milik Indonesia. Dengan hal tersebut sangat memprihatinkan akibatnya kedelai Indonesia tidak sebagai bahan baku dalam pembuatan tempe yang ada pada era saat ini. Namun mungkin masih ada pula yang menggunakan tempe dari produk Indonesia mengenai kedelai. Maka dari itu perlu adanya sosialisasi ataupun informasi yang berkaitan mengenai kedelai dalam berbagai sudut pandang. Agar kedelai lebih diminati dan dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia saat ini (Arum, 2017).

Kabupaten Jember merupakan salah satu kota yang memiliki banyak agroindustri tempe. Salah satunya adalah Kecamatan Patrang Kabupaten Jember. Agroindustri tempe tersebut bernama tempe “Sumber Mas”. Agroindustri sumber mas sudah berdiri sejak lama yaitu pada tahun 1989 dengan pemilik bernama H.Muhammad Shaleh. Agroindustri ini berlokasi di Jalan Ciliwung no 70. Kelurahan Jember Lor Kecamatan Patrang Kabupaten Jember. Berawal mula dari pemilik agroindustri tempe “Sumber Mas” dulunya pernah bekerja sebagai salah satu tenaga kerja di agroindustri tempe daerah Pakusari. Setelah beberapa lama bekerja, akhirnya beliau memutuskan untuk mencoba memproduksi tempe sendiri. Kedelai yang digunakan tidak banyak, hanya sekitar 1-2 kilogram saja. Kemudian tempe tersebut dijual disekitar rumah saja. Tidak disangka permintaan akan tempe pun semakin banyak sehingga teretuslah untuk membuat agroindustri sendiri dengan nama “Sumber Mas”. Saat ini kedelai yang digunakan untuk memproduksi tempe semakin meningkat yaitu sebanyak 6,5 kwintal kedelai. Kedelai yang digunakan oleh pihak agroindustri tempe “Sumber Mas” adalah kedelai impor. Agroindustri tempe “sumber mas” pada awalnya menggunakan kedelai lokal, namun karena tidak dapat memenuhi kebutuhan pasar sehingga beralih ke kedelai impor. Tempe tersebut dijual di rumah, di pasar, dan di rumah makan. Agroindustri tempe “Sumber Mas” telah dikenal di wilayah Jember, selain

itu agroindustri ini juga memasarkan produknya hingga keluar Jember seperti Lumajang, Bondowoso, dan Banyuwangi. Produk tempe “Sumber Mas” disukai karena rasa dan kualitasnya oleh masyarakat. Tenaga kerja yang ada pada agroindustri tempe “Sumber Mas” terdapat 12 orang, yang terdiri dari 5 wanita dan 7 pria. Untuk 5 pekerja wanita ditempatkan di bagian pengemasan, untuk 7 orang pria ditempatkan di bagian pengolahan.

Adapun permasalahan saat melakukan produksi yang pertama yaitu, harga bahan baku yang tidak pasti dan berubah-ubah mengakibatkan permintaan produsen tidak stabil sehingga mengakibatkan terjadinya proses produksi berfluktuasi setiap waktu. Berikut harga kedelai impor dan lokal di Kabupaten Jember tahun 2017-2021 (per bulan Juni).

Tabel 1.3 Perkembangan Harga Kedelai Impor dan Lokal di Kota Jember Tahun 2017-2021 (per bulan Juni)

Tahun	Impor	Lokal
2017	8.333	8.000
2018	8.167	8.000
2019	8.500	8.500
2020	8.000	7.500
2021	10.333	12.000

Sumber : Disperindag Jatim,(2011-2020)

Berdasarkan tabel 1.3 dapat diketahui bahwa perkembangan harga kedelai impor maupun kedelai lokal terjadi fluktuasi. Harga kedelai impor tertinggi yaitu pada tahun 2021 sebesar Rp. 10.333. Harga kedelai impor terendah terjadi pada tahun 2020 yaitu sebesar Rp. 8.000. Untuk harga kedelai lokal tertinggi pada tahun 2021 yaitu sebesar Rp. 12.000. Harga kedelai lokal terendah terjadi pada tahun 2020 sebesar Rp. 7.500.

Permasalahan yang kedua yaitu permintaan yang belum diketahui secara pasti mengakibatkan pihak agroindustri tempe sumber mas belum bisa menentukan volume penjualan secara pasti. Berdasarkan fenomena tersebut peneliti ingin mengetahui trend volume penjualan agroindustri tempe “Sumber Mas” di masa yang akan datang apakah terjadi penurunan atau peningkatan, serta

strategi bertahan seperti apa yang sesuai dengan kondisi lapang dalam mengantisipasi kenaikan harga kedelai agroindustri tempe “Sumber Mas”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana trend volume penjualan agroindustri tempe “Sumber Mas” di Kecamatan Patrang Kabupaten Jember?
2. Bagaimana strategi bertahan dalam mengantisipasi kenaikan harga kedelai agroindustri tempe “Sumber Mas” di Kecamatan Patrang Kabupaten Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis trend volume penjualan agroindustri tempe “Sumber Mas” di Kecamatan Patrang Kabupaten Jember .
2. Menganalisis strategi bertahan dalam mengantisipasi kenaikan harga kedelai agroindustri tempe “Sumber Mas” di Kecamatan Patrang Kabupaten Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi pemerintah, sebagai dasar pertimbangan yang dapat digunakan dalam menentukan kebijakan dan pengembangan usaha tempe di Kabupaten Jember.
2. Bagi agroindustri, sebagai bahan pertimbangan dan masukan dalam pengambilan keputusan usaha serta pengembangan agroindustri tempe yang dijalankan.
3. Bagi mahasiswa, sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya mengenai trend volume penjualan agroindustri tempe “Sumber Mas” di Kecamatan Patrang Kabupaten Jember.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Bedasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Hasyati (2017) yang berjudul “Trend Volume Pejualan dan Strategi Pengembangan Usaha Agroindustri Tape “Sumber Madu SAE” (Desa Sumberpinang Kecamatan Pakusari Kabupaten Jember)”. Penelitian ini bertujuan untuk (1) Mengetahui trend ramalan voulme penjualan tape pada Agroindsutri Tape “Sumber Madu SAE” di Desa Sumberpinang Kecamatan Pakusari Kabupaten Jember, (2)Mengetahui variabel-variabel yang mempengaruhi volume penjualan tape pada Agroindsutri Tape “Sumber Madu SAE” di Desa Sumberpinang Kecamatan Pakusari Kabupaten Jember, (3) Mengetahui strategi pengembangan Agroindsutri Tape “Sumber Madu SAE” di Desa Sumberpinang Kecamatan Pakusari Kabupaten Jember. Analisis data menggunakan metode Arima Box-Jenkins, analisis regresi linier berganda serta analisis FFA. Hasil dari penelitian adalah (1) ramalan voulme penjualan tape pada Agroindsutri Tape “Sumber Madu SAE” di Desa (Sumberpinang Kecamatan Pakusari Kabupaten Jember) terajdi fluktuatif dengan trend yang cenderung meningkat setiap bulan, (2) variaber-variabel yang mempengaruhi volume penjualan tape pada Agroindsutri Tape “Sumber Madu SAE” di (Desa Sumberpinang Kecamatan Pakusari Kabupaten Jember) yaitu volume produksi, harga bahan baku, dan biaya bahan penolong , dan variabel volume produksi berpengaruh secara nyata terhadap voulme penjualan tape, (3) strategi pengembangan yang paling efektif adalah menghilangkan atau meminimalisasi hambatan kunci yaitu persaingan yang cukup tinggi dan optimalisai pendorong kunci yaitu permintaan produ tape “Sumber Madu SAE” yang cenderung tinggi

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Intan (2018) yang berjudul “Analisis Nilai Tambah dan Strategi Pengembangan Agroindustri Olahan Bawang Merah UD. Dua Putri Sholehah di Kabupaten Probolinggo”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) Trend penjualan dari agroindsutri olahan bawang merah UD. Dua Putri sholehah di Kabupaten Probolinggo, (2) nilai tambah

dari agroindustri olahan bawang merah UD. Dua Putri Sholehah di Kabupaten Probolinggo, (3) strategi pengembangan dari agroindustri olahan bawang dari UD. Dua Putri Sholehah di Kabupaten Probolinggo. Hasil penelitian menunjukkan (1) trend penjualan dari berbagai produk yaitu: (a) Persamaan trend penjualan bawang merah goreng $Y = 498,07 + 23,18X$ persamaan ini menunjukkan garis trend penjualan yang semakin meningkat karena nilai koefisiennya positif, (b) Persamaan trend penjualan camilan bawang merah $Y = 866,87 + 56,16X$ persamaan ini menunjukkan garis trend penjualan yang semakin meningkat karena nilai koefisiennya positif, (c) Persamaan trend penjualan sambal bawang $Y = 254,25 + 26,64X$ persamaan ini menunjukkan garis trend penjualan yang semakin meningkat karena nilai koefisiennya positif; (2) nilai tambah pada berbagai produk yaitu: (a) Nilai tambah per kilogram bahan baku pada pengolahan bawang merah menjadi bawang merah goreng memiliki sebesar Rp. 10.589,20/kg atau 45,38% dari nilai output, (b) Nilai tambah per kilogram bahan baku pada pengolahan bawang merah menjadi camilan bawang merah memiliki sebesar Rp. 20.965,75/kg atau 55,91% dari nilai output, (c) Nilai tambah per kilogram bahan baku pada pengolahan bawang merah menjadi sambal bawang memiliki sebesar Rp16.650,10/kg atau 26,64% dari nilai output; (3) strategi yang ditetapkan yaitu mempertahankan kualitas produk dan meningkatkan kapasitas produksi dengan memperbaiki teknologi kualitas SDM, apabila produksi meningkat, maka peluang untuk produk bawang merah dikenal masyarakat umum semakin luas, dan peluang agroindustri berkembang semakin besar.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Edwi (2017) yang berjudul “Analisis Dampak Kenaikan Harga Kedelai Terhadap Kelayakan Usaha Industri Tahu dan Tempe Di Kecamatan Medan Deli”. Penelitian bertujuan untuk (1) mengetahui perbedaan biaya produksi dan pendapatan pada industri tahu dan tempe sebelum dan sesudah kenaikan harga kedelai, (2) menganalisis kelayakan usaha industri tahu dan tempe, (3) mengetahui upaya-upaya yang dilakukan pengusaha tahu dan tempe dalam mengantisipasi kenaikan harga kedelai. Hasil penelitian menunjukkan (1) pada industri tahu tidak terdapat perbedaan yang nyata antara sebelum dan sesudah kenaikan harga kedelai dalam perhitungan biaya

produksi namun dalam pendapatan usaha terdapat perbedaan yang nyata, pada industri tidak terdapat perbedaan yang nyata antara sebelum dan sesudah kenaikan harga kedelai dalam perhitungan biaya produksi namun dalam pendapatan usaha terdapat perbedaan yang nyata, (2) berdasarkan nilai R/C ratio dan nilai BEP industri tahu dan tempe masih layak untuk dijalankan, (3) upaya-upaya yang dilakukan adalah mengurangi penggunaan jumlah bahan baku, mengurangi penggunaan tenaga kerja, dan memperkecil ukuran produk.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Karina (2019) yang berjudul “Analisis Nilai Tambah dan Strategi Pengembangan Olahan Tape Pada Agroindustri Koplak Food di Kabupaten Jember”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) Nilai tambah produk olahan Tape Pada Agroindustri Koplak Food dari proses produksi keripik tape dan ladrang tape di Kabupaten Jember (2) pendapatan yang diperoleh agroindustri koplak Food di Kabupaten Jember (3) penerapan marketing mix dari olahan tape pada agroindustri koplak Food di Kabupaten Jember (4) strategi pengembangan usaha olahan tape pada agroindustri koplak Food di Kabupaten Jember. Hasil penelitian menunjukkan (1) nilai tambah yang diciptakan melalui olahan tape menjadi ladrang tape dan keripik tape berbeda (a) Nilai tambah ladrang tape sebesar Rp. 46.255,07/kg bahan baku tape dengan rasio sebesar 67,14% (b) Nilai tambah keripik tape sebesar Rp. 21.565,56/kg bahan baku tape dengan rasio sebesar 60,42%. (2) berdasarkan pendekatan totalitas, dengan membandingkan nilai TR dan TC diperoleh pendapatan ladrang tape dan keripik tape (a) pendapatan ladrang tape sebesar Rp. 4.868,649/bulan, dimana nilai TR dan TC masing-masing sebesar Rp. 8.130.000/bulan dan Rp. 3.261.351,00/bulan (b) pendapatan keripik tape sebesar Rp. 4.814.892,14/bulan, dimana nilai TR dan TC masing-masing sebesar Rp. 10.065.000,13/bulan dan Rp. 5.520.108,33/bulan. (3) penerapan marketing mix pada agroindustri koplak food terdiri dari 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) (4) strategi pengembangan yang ditetapkan yaitu meningkatkan kapasitas produksi olahan tape dan memperluas distribusi.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Komoditas Kedelai

Kedelai merupakan salah satu tanaman yang termasuk ke dalam jenis tanaman polong-polongan. Kedelai merupakan sumber utama minyak nabati dan protein nabati dunia. Daerah Asia Timur menjadikan tanaman kedelai sebagai bahan dasar makanan seperti tahu, tempe dan kecap. Sehingga budidaya tanaman kacang kedelai dapat memberikan keuntungan yang besar. Daerah Asia Timur budidaya tanaman kedelai telah ada sejak 3500 tahun yang lalu. Daerah Nusantara sendiri, kedelai putih diperkenalkan oleh pendatang dari Cina, selain kedelai putih, kedelai hitam juga telah lama dikenal oleh penduduk setempat. Negara penghasil kedelai utama adalah negara Amerika Serikat.

Klasifikasi tanaman kedelai menurut Rukmana (1996) sebagai berikut:

Kingdom	: Plantae
Subkingdom	: Tracheobionata
Superdivisio	: Spermatophyta
Divisio	: Magnoliophyta
Class	: Dicotyledoneae
Subclass	: Rosidae
Ordo	: Fabales
Family	: Leguminosae
Genus	: Glycine
Spesies	: <i>Glycine max</i> (L.) Merr

Tanaman kedelai merupakan tanaman yang tumbuh lebat, berbulu dan dapat tumbuh dengan tinggi sampai dua meter. Kedelai merupakan tumbuhan semak musiman, tingginya sekitar antara 20-60 cm. Batang tumbuhan biji kedelai berbentuk persegi, berwarna hijau keputih-putihan. Daunnya majemuk, menisip ganjil, bulat telur, ujung tumpul, tepi rata dengan panjang sekitar 5-10 cm. Tumbuhan kedelai memiliki beberapa bunga yang relatif padat. Kelopaknya agak berbulu dengan panjang 7 mm. Penampang daribunga kedelai berwarna kemerah-merahan, setiap batang daun hanya tumbuh 2-3 polong, membujur panjang berkisar 4-5 cm, berbulu lebat, terdiri dari 2-4 biji. Buah tanaman kedelai

berbentuk polong, seperti kacang, bertangkai pendek dan pipih. Buah mudanya berwarna hijau sedangkan buah tuanya berwarna kuning. Kedelai terdiri dari kulit kedelai bagian luar, kotiledon dan hilum. Bentuk kedelai bervariasi dari bulat hingga oval. Permukaannya halus bervariasi dari kusam hingga bersih. Kebanyakan kedelai berwarna kuning, namun beberapa kedelai berwarna hijau, coklat tua, ungu kehitaman dan hitam. Warna hilum bervariasi tergantung pada jenis varietas kedelai. Warna biji yang terang, ukuran yang besar dan hilum yang bersih akan membuat warna produk olahan kedelai menjadi lebih baik (Winarsi, 2010).

Tanaman kedelai sebagian besar tumbuh di daerah yang beriklim tropis dan subtropis. Sebagai barometer iklim yang cocok bagi tanaman kedelai adalah bila cocok bagi tanaman jagung. Tanaman kedelai dapat tumbuh baik di daerah yang memiliki curah hujan sekitar 100-400 mm/bulan. Sedangkan suhu yang dikehendaki sekitar 21-23 derajat celcius, akan tetapi suhu optimum pertumbuhan bagi pertumbuhan tanaman kedelai 23-27 derajat celcius. Varietas kedelai berbiji kecil sangat cocok ditanam di lahan dengan ketinggian 0,5-300 mdpl. Sedangkan, varietas kedelai berbiji besar cocok ditanam di lahan dengan ketinggian 300-500 mdpl. Pada dasarnya kedelai menghendaki kondisi tanah yang tidak terlalu basah, tetapi air tersedia. Tanah-tanah yang cocok yaitu jenis tanah alluvial, regosol, grumosol, latosol dan andosol. Kedelai juga membutuhkan tanah yang kaya akan humus atau bahan organik. Toleransi keasaman tanah sebagai syarat tumbuh bagi kedelai adalah pH = 5,8-7,0 tetapi pada pH 4.5 pun kedelai dapat tumbuh (Suryaningrum, 2016).

2.2.2 Teori Agroindustri

Agroindustri merupakan kegiatan memanfaatkan hasil pertanian sebagai bahan baku, merancang dan menyediakan peralatan dan jasa untuk kegiatan tersebut. Kegiatan agroindustri bertujuan untuk mendapatkan nilai tambah pada suatu produk usahatani setelah melalui proses pemanenan. Fungsi-fungsi dalam manajemen digunakan pada saat proses agroindustri dimulai dari perencanaan, pengorganisasian input, pelaksanaan, pengawasan, evaluasi dan pengendalian.

Teori agroindustri mencakup semua kegiatan dan proses pengolahan dalam melakukan tahap pengolahan hasil pemanenan. Nilai tambah dalam agroindustri dapat menjadi usaha yang menambah keuntungan pada pengusaha agroindustri. Usaha agroindustri berbeda dalam hal skala usaha, modal, tenaga kerja, manajemen dan biaya produksi agar dapat diperoleh produk yang memberikan nilai tambah dan keuntungan yang berpengaruh terhadap pendapatan yang diterima berbeda-beda untuk setiap unit usaha (Sarman dkk., 2015).

Menurut Bafdal (2012), agroindustri yang terdiri dari dua kata yaitu agro (budidaya pertanian) dan industri adalah merupakan salah satu alternatif atau jalan keluar yang perlu dikaji untuk mengatasi nilai tambah yang selalu rendah di sektor pertanian. Agroindustri berasal dari dua kata *agricultural* dan *industry* yang berarti suatu industri yang menggunakan hasil pertanian sebagai bahan baku utamanya atau suatu industri yang menghasilkan suatu produk yang digunakan sebagai proses sarana atau input dalam usaha pertanian. Proses yang dimaksud mencakup perlakuan fisik maupun kimiawi terhadap bahan nabati maupun hewani, pengemasan, penyimpanan serta pendistribusian.

Definisi agroindustri dapat dijabarkan sebagai kegiatan industri yang memanfaatkan hasil pertanian sebagai bahan baku, merancang, dan menyediakan peralatan serta jasa untuk kegiatan tersebut, dengan demikian agroindustri meliputi industri pengolahan hasil pertanian, industri yang memproduksi peralatan dan mesin pertanian, industri input pertanian (pupuk, pestisida, herbisida dan lain-lain) dan industri jasa sektor pertanian. Produk hasil agroindustri tidak harus berupa produk jadi dan siap pakai, termasuk juga produk setengah jadi yang dimanfaatkan oleh sektor industri lain sebagai bahan baku. Pengolahan (agroindustri) guna meningkatkan nilai tambah (*added value*) produk usahatani, perluasan pasar produk usahatani baik pasar domestik maupun internasional, meningkatkan pengembangan dan pelatihan sumberdaya manusia, serta memperkuat peran lembaga keuangan dan koperasi bagi akses permodalan petani. Produk hasil agroindustri mencakup hasil dari proses budidaya. Sub sektor agroindustri sebagai tahap akhir dari sistem agribisnis. Agroindustri juga sebagai faktor dalam lancarnya usaha agribisnis. (Massinai dkk., 2013).

Agroindustri apabila dilihat dari sistem agribisnis merupakan bagian (subsistem) agribisnis yang memproses dan mentransformasikan bahan-bahan hasil pertanian (bahan makanan, kayu dan serat) menjadi barang-barang setengah jadi yang langsung dapat dikonsumsi dan barang atau bahan hasil produksi industri yang digunakan dalam proses produksi seperti traktor, pupuk, pestisida, mesin pertanian dan lain-lain. Agroindustri diperlukan dalam penerapan fungsi-fungsi manajemen dalam mengembangkan inovasi dari sebuah perusahaan. Perusahaan agroindustri juga perlu mengaplikasikan pertanian dengan industri untuk memproduksi berbagai produk agroindustri. Agroindustri diperlukan agar tercipta keterkaitan yang erat antara sektor pertanian dan sektor industri, sehingga proses transformasi struktur perekonomian berjalan dengan baik dan efisien dari dominasi pertanian menjadi dominasi industri (Indarwanta dkk., 2011).

2.2.3 Agroindustri Tempe

Tempe adalah salah satu makanan tradisional khas Indonesia di tanah air, tempe sudah lama dikenal selama berabad-abad silam. Makanan ini diproduksi dan dikonsumsi secara turun temurun. Tempe merupakan salah satu produk fermentasi. Bahan baku tempe umumnya kedelai. Fermentasi pada tempe umumnya dapat menghilangkan bau langu kedelai yang disebabkan oleh aktivitas enzim lipoksigenase. Jamur yang berperan dalam proses fermentasi tersebut adalah *Rhizopus oligosporus* (Sunarti, 2017).

Tempe sudah akrab di lidah orang Indonesia sejak lama. Makanan hasil variasi olahan kacang kedelai inipun menjadi makan yang populer karena harganya yang relatif terjangkau untuk dikonsumsi oleh berbagai kalangan masyarakat. Tempe juga digemari oleh beberapa negara tetangga seperti Malaysia, Jepang dan lainnya karena rasanya yang nikmat serta bergizi tinggi. Keberadaan industri tempe menjadi hal yang menarik karena skala industrinya yang kebanyakan masih berupa industri kecil dan menengah yang memproduksi dengan metode tradisional, padahal daya beli masyarakat untuk produk ini relatif tinggi. Peluang pasar tempe diharapkan dapat mendorong dan memacu pengrajin tempe untuk lebih memanfaatkan peluang tersebut (Wahyuni, 2017).

2.2.4 Teori Penjualan

Penjualan adalah suatu kegiatan yang ditujukan untuk mencari pembeli, mempengaruhi, dan memberi petunjuk agar pembelian dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan produksi yang ditawarkan serta mengadakan perjanjian mengenai harga yang menguntungkan kedua belah pihak. Intinya pengertian ini penjualan yaitu perjanjian yang menguntungkan antara pembeli dan penjual. Penjualan adalah proses dimana sang penjual memuaskan segala kebutuhan dan keinginan pembeli agar dicapai manfaat baik bagi sang penjual maupun sang pembeli yang berkelanjutan dan yang menguntungkan kedua belah pihak. Menurut Stewart (2006), faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan adalah:

a. Kondisi dan Kemampuan Penjual

Transaksi jual beli atau pemindahan hak milik secara komersial atas barang dan jasa itu pada prinsipnya melibatkan dua pihak, yaitu penjual sebagai pihak pertama dan pembeli sebagai pihak kedua. Disini penjual harus dapat meyakinkan kepada pembelinya, agar dapat berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan, untuk maksud tersebut harus memahami beberapa masalah penting yang sangat berkaitan, yakni: Jenis dan karakteristik yang ditawarkan, Harga produk, Syarat penjualan seperti pembayaran, pengantaran, pelayanan purma jual, garansi dan sebagainya.

b. Kondisi Pasar

Pasar sebagai kelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan, dapat pula mempengaruhi kegiatan penjualannya. Berikut adalah faktor-faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan yaitu :

1. Jenis pasarnya, apakah pasar konsumen, pasar industri, pasar penjual, pasar pemerintah atau pasar internasional.
2. Kelompok pembeli atau segmen pasar.
3. Daya beli.
4. Frekuensi pembelinya.
5. Keinginan dan kebutuhannya.

c. Modal

Akan lebih sulit bagi penjual untuk menjual barangnya apabila barang yang dijual itu belum dikenal oleh pembeli atau apabila lokasi pembeli jauh dari tempat penjual dalam keadaan seperti ini, penjual harus memperkenalkan dahulu atau membawa barangnya ketempat pembeli. Untuk melaksanakan maksud tersebut diperlukan adanya saran serta usaha tersebut seperti alat transportasi. Tempat peraga baik diluar maupun didalam perusahaan. Usaha promosi dan sebagainya semua ini hanya dapat dilakukan apabila penjual memiliki sejumlah modal yang diperlukan oleh perusahaan.

d. Kondisi Organisasi Pada Perusahaan

Pada perusahaan besar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri (bagian penjualan) yang dipegang oleh orang-orang tertentu atau ahli di bidang penjualan. Lain halnya dengan perusahaan kecil, dimana masalah penjualan ditangani oleh orang yang juga melakukan fungsi-fungsi lain. Hal ini disebabkan karena jumlah tenaga kerjanya sedikit, sistem organisasinya lebih sederhana, masalah-masalah yang dihadapi, serta sarana yang dimilikinya tidak sekomplek perusahaan-perusahaan besar.

Menurut Haryadi (2005), mengemukakan bahwa suatu perusahaan mempunyai tiga tujuan dalam penjualan, yaitu:

1. Mencapai volume penjualan tertentu.
2. Mendapatkan laba tertentu.
3. Menunjang pertumbuhan perusahaan.

Usaha-usaha untuk mencapai ketiga tujuan tersebut tidak sepenuhnya hanya dilakukan oleh pelaksana penjualan atau para tenaga penjualan, akan tetapi dalam hal ini perlu adanya kerja sama dari beberapa pihak diantaranya adalah fungsionaris dalam perusahaan seperti bagian dari keuangan yang menyediakan dana, bagian produksi yang membuat produk, bagian personalia yang menyediakan tenaga kerja.

2.2.5 Volume Penjualan

Volume adalah tingkat aktivitas perusahaan baik produksi maupun penjualan. Volume penjualan merupakan penjualan yang dinyatakan dalam jumlah penjualan banyaknya satuan fisik atau jumlah uang yang harus dicapai. Dalam suatu perusahaan tujuan pemasaran adalah untuk meningkatkan volume penjualan yang menguntungkan dalam arti dapat menghasilkan pendapatan secara optimal dan meningkatkan laba (Nasution, 2017).

Volume penjualan merupakan jumlah total yang dihasilkan dari kegiatan penjualan barang. Semakin besar jumlah penjualan yang dihasilkan perusahaan, semakin besar kemungkinan laba yang akan dihasilkan perusahaan. Oleh karena itu volume penjualan merupakan salah satu hal penting yang harus dievaluasi untuk kemungkinan perusahaan agar tidak rugi. Jadi volume penjualan yang menguntungkan harus menjadi tujuan utama perusahaan dan bukannya untuk kepentingan volume penjualan itu sendiri (Asdinur, 2017).

Volume penjualan merupakan hasil akhir yang dicapai perusahaan dari penjualan produk yang dilakukan oleh salesman dan tenaga penjual lainnya. Volume penjualan dihitung berdasarkan target yang diasumsikan dengan realisasi yang dicapai. Volume penjualan tidak memisahkan secara tunai maupun kredit, tetapi dihitung secara keseluruhan dari total yang dicapai. Maka kalau volume penjualan meningkat dan biaya distribusi menurun maka tingkat pencapaian laba perusahaan meningkat. Tetapi sebaliknya bila volume penjualan menurun maka pencapaian laba perusahaan menurun (Sari, 2017).

2.2.6 Teori Regresi

Analisis regresi adalah salah satu alat yang paling sering digunakan untuk mengevaluasi pengaruh suatu variabel bebas (X) terhadap variabel respon (Y). Analisis regresi dan korelasi dapat membantu dalam melakukan proyeksi penentuan karakteristik hubungan antar variabel. Berdasarkan pada model ini, seseorang dapat menentukan arti dan kegunaan seta arah/pola hubungan antar variabel (Susanti dkk, 2019).

Analisis regresi merupakan analisis lanjutan yang digunakan untuk memprediksikan seberapa jauh perubahan nilai suatu variabel apabila dilakukan manipulasi (dinaik turunkan) pada nilai variabel lain. Sehingga, analisis regresi dapat membantu pembuatan keputusan apakah naik turunnya suatu variabel dapat dilakukan dengan peningkatan atau penurunan variabel lain. Misalnya, naiknya jumlah penjualan (y) dapat dilakukan dengan menaikkan jumlah iklan (x) atau tidak (Kurniawan dan Yuniarto, 2016).

Menurut (Effendi, dkk) analisis regresi dapat digunakan di beberapa bidang, antar lain : bidang teknik, fisika, ekonomi, manajemen, biologi, pertanian dan lain-lain. Fungsi utama model regresi ditujukan untuk :

1. Deskripsi data
2. Penaksiran parameter
3. Prediksi, dan
4. Kontrol

2.2.6 Metode Peramalan

Peramalan (*forecasting*) permintaan akan produk dan jasa di waktu mendatang dan bagian-bagiannya adalah sangat penting dalam perencanaan dan pengawasan produksi. Peramalan yang baik adalah esensial untuk efisiensi operas-operasi manufacturing dan produksi jasa. Pada hakekatnya peramalan merupakan suatu perkiraan terhadap keadaan yang akan terjadi di masa yang akan datang. ujuan peramalan dalam kegiatan produksi adalah untuk meredam ketidakpastian, sehingga diperoleh suatu perkiraan yang mendekati keadaan yang sebenarnya. Peramalan tidak akan pernah “perfect”, tetapi meskipun demikian hasil peramalan akan memberikan arahan bagi suatu perencanaan. Suatu perusahaan biasanya menggunakan prosedur tiga tahap untuk sampai pada peramalan penjualan, yaitu diawali dengan melakukan peramalan lingkungan, diikuti dengan peramalan penjualan industri, dan diakhiri dengan peramalan penjualan perusahaan (Hariati dkk, 2016).

Peramalan (*forecasting*) merupakan bagian vital bagi setiap organisasi bisnis dan untuk setiap pengambilan keputusan manajemen yang sangat

signifikan. Peramalan menjadi dasar bagi perencanaan jangka panjang perusahaan. Dalam area fungsional keuangan, peramalan memberikan dasar dalam menentukan anggaran dan pengendalian biaya. Pada bagian pemasaran, peramalan penjualan dibutuhkan untuk merencanakan produk baru, kompensasi tenaga penjual, dan beberapa keputusan penting lainnya. Selanjutnya, pada bagian produksi dan operasi menggunakan data-data peramalan untuk perencanaan kapasitas, fasilitas, produksi, penjadwalan, dan pengendalian persediaan (inventory control). Untuk menetapkan kebijakan ekonomi seperti tingkat pertumbuhan ekonomi, tingkat pengangguran, tingkat inflasi, dan lain sebagainya dapat pula dilakukan dengan metode peramalan (Wardah, 2016).

Menurut Kurniadi (2018), salah satu aspek penting dari pemilihan teknik peramalan yang sesuai dari data time series adalah dengan memperhatikan jenis pola data yang berbeda. Ada empat jenis yang umum, yaitu: horizontal, musiman, siklis dan trend.

a. Pola Horizontal

Pola horizontal terjadi ketika data observasi berfluktuasi di sekitar nilai rata-rata yang konstan. Tipe ini disebut juga pola stasioner. Fluktuasi ini merupakan akibat dari berbagai peristiwa yang masing-masing tidak berpengaruh namun jika efeknya dikombinasikan akan menjadi besar.

b. Pola Musiman

Pola ini terjadi ketika data observasi dipengaruhi oleh faktor musiman. Komponen musiman mengacu pada suatu pola perubahan yang berulang dengan sendirinya dari tahun ke tahun. Fluktuasi musiman ini umumnya terjadi setiap mingguan, bulanan atau triwulanan. Variasi musiman mencerminkan kondisi cuaca, liburan atau panjangnya hari dan bulan pada kalender.

c. Pola Siklik

Pola ini terjadi ketika data observasi terlihat naik turun dalam periode waktu yang tidak tetap. Komponen siklik mirip fluktuasi gelombang di sekitar trend yang sering dipengaruhi kondisi ekonomi. Komponen siklus umumnya ditemukan pada analisis jangka panjang seperti peramalan peubah yang terkait

dengan siklus hidup produk. Pada prakteknya, siklus selalu sulit diidentifikasi dan kadangkala dianggap sebagai bagian dari trend.

d. Pola Kecenderungan (Trend)

Pola trend terbentuk ketika data observasi terlihat meningkat/ menurun dalam periode waktu yang lebih panjang. Trend merupakan komponen jangka panjang yang mendasari pertumbuhan atau penurunan data time series. Trend dapat disebabkan oleh pertumbuhan populasi, inflasi, perubahan teknologi, dan peningkatan produktifitas.

Ada beberapa metode peramalan untuk yang bisa digunakan untuk analisis peramalan diantaranya (Gainor,1994 dalam Sari, 2008) :

1. Metode Trend

Metode Trend menggambarkan pergerakan jangka panjang di dalam deret waktu yang seringkali dijelaskan sebagai garis lurus atau kurva halus. Teknik ini menunjukkan hubungan antara periode dan variabel yang diramal. Pola data yang mengandung unsur musiman dapat dimasukkan dalam teknik ini. Metode ini dikelompokkan menjadi 3 yaitu : *Trend Linear*, *Trend Quadratic* dan *Trend Eksponential*.

2. Metode Double Exponential Smoothing

Teknik pemulusan eksponensial ganda menetapkan bahwa ramalan merupakan hasil dari perhitungan dua kali pelicinan secara eksponen. Cara pelicinannya adalah dengan pengambilan perbedaan antara nilai-nilai tunggal yang dilicinkan, agar diselaraskan dengan bentuk trend.

3. Metode Decomposition

Metode dekomposisi berupaya memisahkan tiga komponen dari pola dasar yang cenderung mencirikan deret data ekonomi dan bisnis yang terdiri dari faktor trend, siklus dan musiman. Apabila dalam data produksi dan luas panen kacang tanah terdapat komponen-komponen tersebut, maka penggunaan deret dekomposisi akan memberikan hasil peramalan yang cukup akurat.

4. Metode Winters Aditif

Metode ini berguna untuk meramalkan data time series dengan trend linear dan memiliki variasi musiman aditif. Perkiraan nilai awal parameter yang diperbaharui biasanya diperoleh dari model dekomposisi aditif. Sedangkan metode Winters Multiplikatif berguna untuk meramalkan data time series dengan trend linear dan variasi musiman tidak konstan.

2.2.7 Strategi

Menurut Hunger dan Wheelen (2003), strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Manajemen strategi meliputi pengamatan lingkungan, perumusan strategi (perencanaan strategi atau perencanaan jangka panjang) implementasi strategi dan evaluasi serta pengendalian.

Strategi merupakan serangkaian keputusan dan tindakan yang dibuat oleh pimpinan organisasi tertinggi untuk dipaksakan oleh seluruh perangkat organisasi dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditetapkan . serangkaian keputusan dan tindakan tersebut menunjukkan banyaknya pilihan-pilihan keputusan dan pilihan-pilihan tindakan yang dapat dilakukan oleh manajerial untuk mencapai tujuan organisasi. Pilihan keputusan dan tindakan tersebut akan dilakukan salah satunya, sebagian atau seluruhnya, dalam praktiknya bisa saja dilakukan secara bersamaan atau bertahap (Siagian, 2016).

Menurut Umar (2001), strategi dapat dikelompokkan menjadi empat jenis strategi :

1. Strategi Integrasi Vertikal

Strategi ini menghendaki agar perusahaan melakukan pengawasan yang lebih terhadap distributor, pemasok, para pesaingnya, misalnya melalui merger, akuisisi atau membuat perusahaan sendiri.

2. Strategi Intensif

Strategi ini memerlukan usaha-usaha yang intensif untuk meningkatkan posisi persaingan perusahaan melalui produk yang ada.

3. Strategi Diversifikasi

Strategi ini dimaksudkan untuk menambah produk-produk baru. Strategi ini makin kurang populer, paling tidak ditinjau dari sisi tingginya tingkat kesulitan manajemen dalam mengendalikan aktivitas perusahaan yang berbeda-beda.

4. Strategi Bertahan

Strategi ini bermaksud agar perusahaan melakukan tindakan-tindakan penyelamatan agar terlepas dari kerugian yang lebih besar, yang pada ujung-ujungnya adalah kebangkrutan.

2.2.8 Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Keputusan strategis perusahaan perlu pertimbangan faktor internal yang mencakup kekuatan dan kelemahan maupun faktor eksternal yang mencakup peluang dan ancaman. Oleh karena itu perlu adanya pertimbangan-pertimbangan penting untuk analisis SWOT (Suci, 2015).

Menurut Rangkuti (2004) dalam mengidentifikasi berbagai masalah yang timbul dalam perusahaan, maka sangat diperlukan penelitian yang sangat cermat sehingga mampu menemukan strategi yang sangat cepat dan tepat dalam mengatasi masalah yang timbul dalam perusahaan. Beberapa pertimbangan yang perlu diperhatikan dalam mengambil keputusan antara lain :

1. Kekuatan (*Strength*)

Kekuatan adalah unsur-unsur yang dapat diunggulkan oleh perusahaan tersebut seperti halnya keunggulan dalam produk yang dapat diandalkan, memiliki keterampilan dan berbeda dengan produk lain. sehingga dapat membuat lebih kuat dari para pesaingnya. Kekuatan adalah sumber daya, keterampilan, atau

keunggulan- keunggulan lain relatif terhadap pesaing dan kebutuhan pasar yang dilayani atau ingin dilayani oleh perusahaan. Kekuatan adalah kompetensi khusus yang memberikan keunggulan komparatif bagi perusahaan di pasar. Kekuatan terdapat pada sumber daya, keuangan, citra, kepemimpinan pasar, hubungan pembeli-pemasok, dan faktor- faktor lain.

2. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan adalah kekurangan atau keterbatasan dalam hal sumber daya yang ada pada perusahaan baik itu keterampilan atau kemampuan yang menjadi penghalang bagi kinerja organisasi. Keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan dan kapabilitas yang secara serius menghambat kinerja efektif perusahaan. Fasilitas, sumber daya keuangan, kapabilitas manajemen, keterampilan pemasaran, dan citra merek dapat merupakan sumber kelemahan.

5. Peluang (*opportunity*)

Peluang adalah berbagai hal dan situasi yang menguntungkan bagi suatu perusahaan, serta kecenderungan-kecenderungan yang merupakan salah satu sumber peluang.

6. Ancaman (*Treats*)

Ancaman adalah faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan dalam perusahaan jika tidak diatasi maka akan menjadi hambatan bagi perusahaan yang bersangkutan baik masa sekarang maupun yang akan datang. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi perusahaan. Masuknya pesaing baru, lambatnya pertumbuhan pasar, meningkatnya kekuatan tawar-menawar pembeli atau pemasok penting, perubahan teknologi, serta peraturan baru atau yang direvisi dapat menjadi ancaman bagi keberhasilan perusahaan.

Faktor kekuatan dan kelemahan terdapat dalam suatu perusahaan, sedang peluang dan ancaman merupakan faktor-faktor lingkungan yang dihadapi oleh perusahaan yang bersangkutan. Jika dapat dikatakan bahwa analisis SWOT merupakan instrumen yang ampuh dalam melakukan analisis strategi, kemampuan tersebut terletak pada kemampuan para penentu strategi perusahaan untuk memaksimalkan peranan faktor kekuatan dan pemanfaatan peluang

sehingga berperan sebagai alat untuk meminimalisasi kelemahan yang terdapat dalam tubuh perusahaan dan menekan dampak ancaman yang timbul dan harus dihadapi (Rangkuti, 2006).

Matrik SWOT dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matrik SWOT sebagai alat pencocokan yang mengembangkan empat tipe strategi yaitu SO, WO, ST dan WT. Perencanaan usaha yang baik dengan metode SWOT dirangkum dalam matrik SWOT sebagai berikut:

IFAS	STRENGTH (S) (Tentukan faktor kekuatan internal)	WEAKNESSES (Tentukan faktor kelemahan internal)
EFAS	Strategi SO Daftar kekuatan untuk meraih keuntungan dari peluang yang ada	Strategi WO Daftar untuk memperkecil kelemahan dengan memanfaatkan keuntungan dari peluang yang ada
OPPORTUNITIES (O) (Tentukan faktor peluang eksternal)	Strategi ST Daftar kekuatan untuk menghindari ancaman	Strategi WT Daftar untuk memperkecil kelemahan dan menghindari ancaman
THREATS (T) (Tentukan faktor ancaman eksternal)		

Gambar 2.1 Matriks SWOT

Menurut Rangkuti (2004) matriks SWOT diatas didapatkan 4 langkah Strategi yaitu sebagai berikut :

1. Strategi SO

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar- besarnya. Strategi SO menggunakan kekuatan internal perusahaan

untuk memanfaatkan peluang eksternal.

2. Strategi ST

Strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. Strategi ST menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal.

3. Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang sudah ada. Dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Strategi WO bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal.

4. Strategi WT

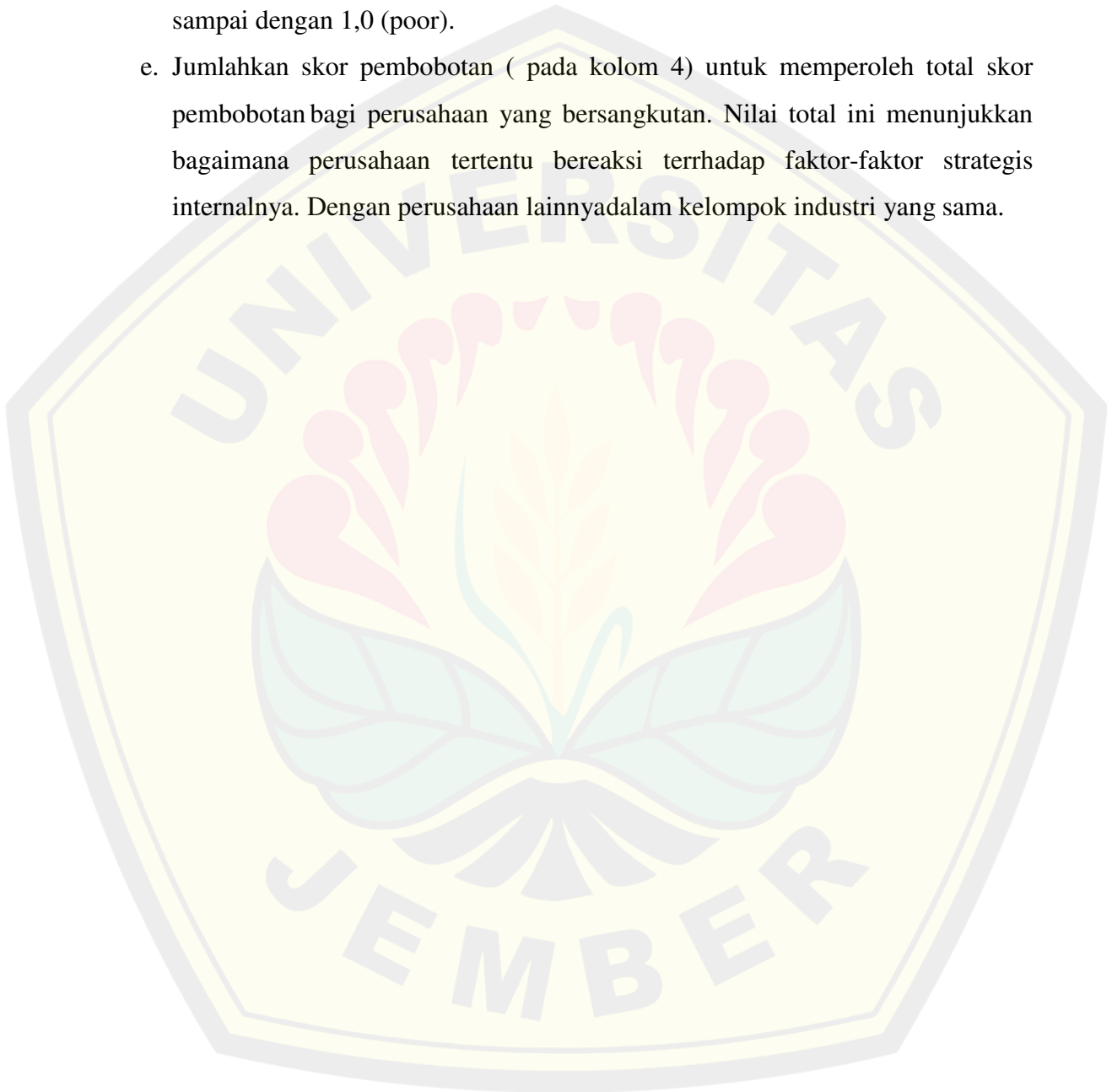
Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat definitif dan berusaha meminimalkan kelemahan serta menghindari ancaman. Strategi WT bertujuan untuk mengurangi kelemahan internal dengan menghindari ancaman eksternal.

Matriks SWOT merupakan alat pencocokan yang penting untuk membantu para manajer mengembangkan empat tipe strategi : Strategi SO (*strength opportunities*), Strategi WO (*weaknesses – opportunities*) Strategi ST (*strength-treats*), Strategi WT (*Weaknesses-Treats*).

- a. Tentukan faktor-faktor yang meliputi kekuatan serta kelemahan untuk IFAS (*internal strategic faktor analisis summary*) dan yang menjadi peluang dan ancaman untuk EFAS (*eksternal strategic faktor analisis summary*) dalam kolom 1 (5 sampai 10 faktor IFAS dan EFAS).
- b. Bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap strategi perusahaan (semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00)
- c. Hitung ranting (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian nilai rating untuk faktor kekuatan dan faktor peluang bersifat positif (sangat besar diberi rating +4, tetapi jika kecil diberi rating +1). Pemberian nilai rating untuk faktor kelemahan dan faktor ancaman adalah

kebalikannya. Jika ratingnya sangat besar, ratingnya adalah -1. Sebaliknya jika nilainya kecil ratingnya adalah -4.

- d. Kalikan bobot pada kolom 2 dan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (outstanding) sampai dengan 1,0 (poor).
- e. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4) untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis internalnya. Dengan perusahaan lainnyadalam kelompok industri yang sama.



2.3 Kerangka Pemikiran

Kabupaten Jember merupakan salah satu Kabupaten di Provinsi Jawa Timur yang banyak memproduksi kedelai. Mayoritas masyarakat, khususnya di Kabupaten Jember memasarkan kedelai baik secara langsung maupun diolah terlebih dahulu menjadi produk lanjutan, seperti tempe, tahu, susu kedelai, oncom, tauc, kecap, dan masih banyak lagi. Produk olahan dari kedelai yang sangat familiar yaitu tempe. Kita tahu bahwa tempe adalah salah satu produk yang sangat digemari oleh masyarakat. Tempe ini biasanya diproduksi oleh sebuah perusahaan atau agroindustri yang dijual dengan harga terjangkau, sehingga hampir sebagian besar kalangan masyarakat dapat mengkonsumsi dan menikmati rasanya yang khas dan enak. Hal tersebut menjadikan tempe memiliki peluang pasar yang cukup besar.

Di Kabupaten Jember, ada beberapa agroindustri tempe yang tersebar di beberapa kecamatan, salah satunya di Kecamatan Patrang. Masing-masing agroindustri tempe tersebut memiliki keunggulan yang berbeda-beda. Dari beberapa agroindustri tempe yang ada di Jember, agroindustri yang masih mampu beroperasi sampai puluhan tahun dan produksinya relatif lebih stabil adalah agroindustri tempe “Sumber Mas”.

Agroindustri “Sumber Mas” sudah berdiri sejak lama yaitu pada tahun 1989 sampai sekarang. Berawal mula dari pemilik agroindustri tempe “Sumber Mas” dulunya pernah bekerja sebagai salah satu tenaga kerja di agroindustri tempe daerah pakusari. Setelah beberapa lama bekerja, akhirnya beliau memutuskan untuk mencoba memproduksi tempe sendiri. Tempe yang diproduksi, dikemas secara rapi di dalam plastik. Untuk kemasan yang paling kecil dijual dengan harga Rp. 3.000,00 sedangkan untuk kemasan yang paling besar dijual dengan harga Rp. 25.000,00. Pemasaran produk tempe tersebut sampai saat ini berhasil dipasarkan ke beberapa tempat yaitu di rumah sendiri, di pasar, dan rumah makan.

Meskipun usaha tempe ini mampu bertahan lama hingga puluhan tahun, akan tetapi agroindustri “Sumber Mas” masih memiliki permasalahan-permasalahan yang perlu diatasi yaitu yang pertama pada saat melakukan

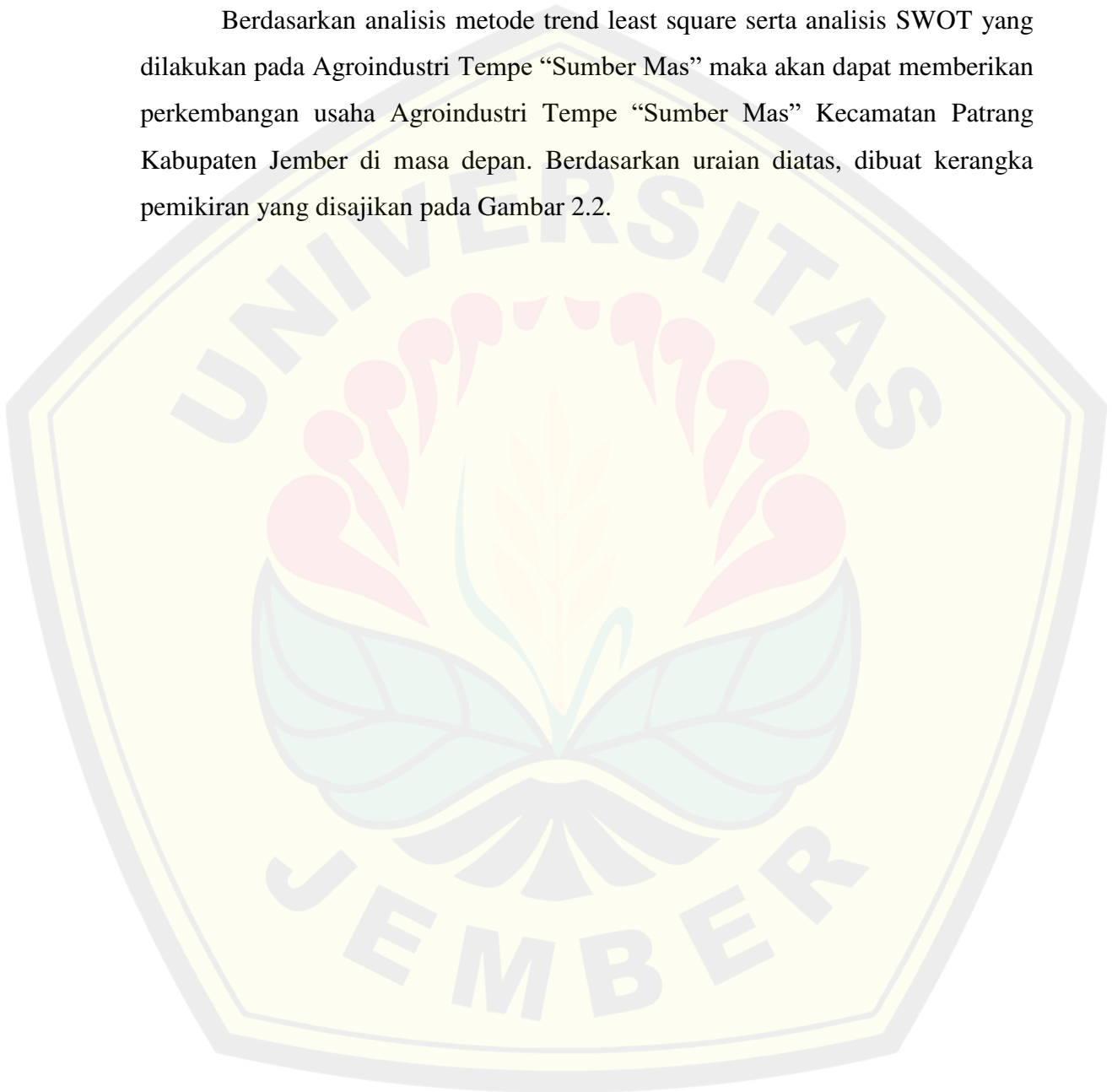
produksi persediaan bahan baku yang tidak menentu jumlahnya mengakibatkan Meskipun usaha tempe ini mampu bertahan lama hingga puluhan tahun, akan tetapi agroindustri “Sumber Mas” masih memiliki permasalahan-permasalahan yang perlu diatasi yaitu yang pertama harga bahan baku yang tidak pasti dan berubah-ubah mengakibatkan permintaan produsen tidak stabil sehingga mengakibatkan terjadinya proses produksi berfluktuasi setiap waktu Yang kedua, permintaan yang belum diketahui secara pasti mengakibatkan pihak agroindustri tempe “Sumber Mas” belum bisa menentukan volume penjualan secara pasti.. Oleh karena itu, untuk mengetahui apakah agroindustri ini ke depannya akan dapat selalu tumbuh dan berkembang, khususnya dilihat dari besarnya volume penjualan tempe pada waktu yang akan datang, maka perlu untuk diketahui trend dari ramalan volume penjualannya agar kecenderungan naik atau turunnya volume penjualan tempe dapat dijadikan pertimbangan dalam upaya pengambilan keputusan usaha.

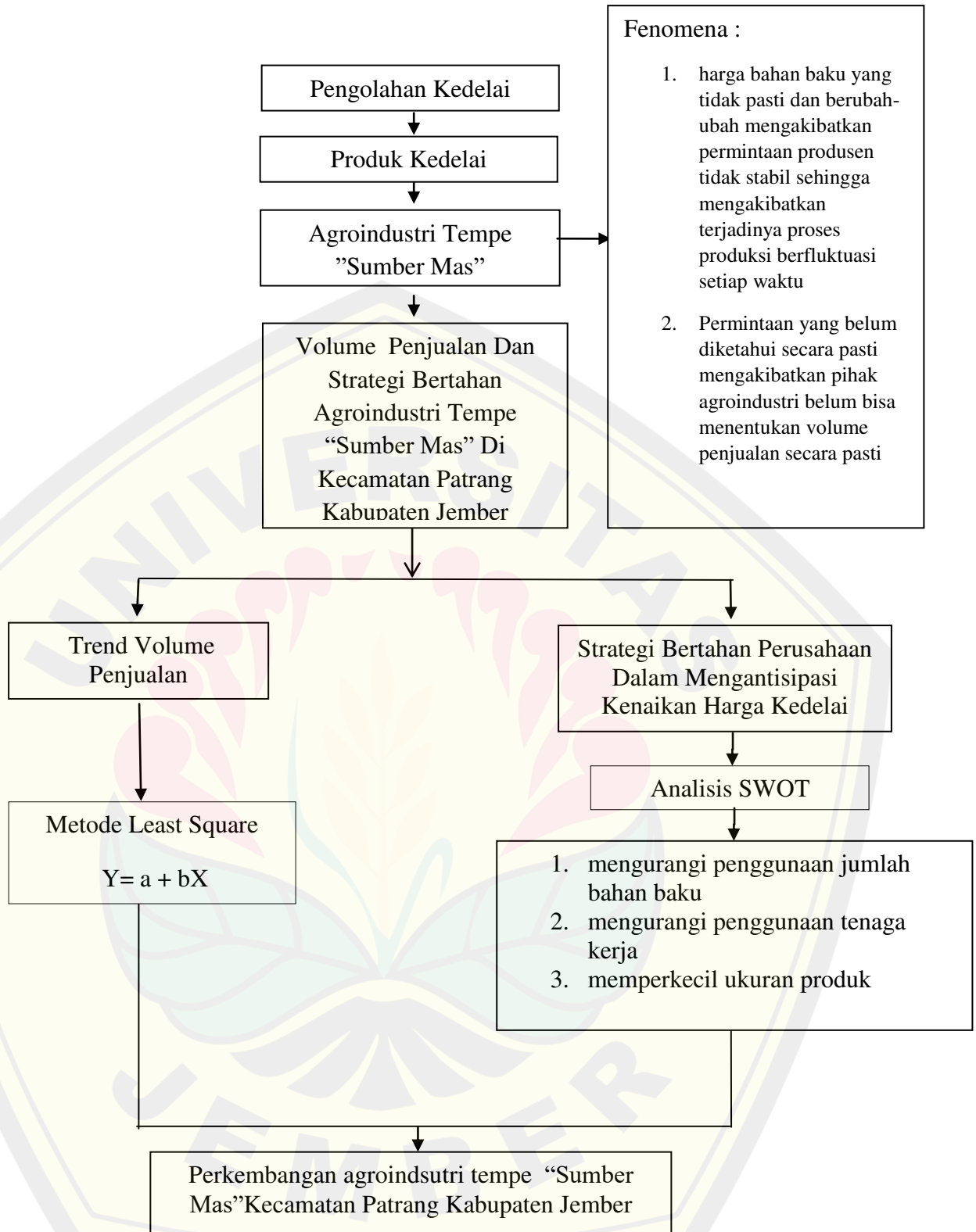
Oleh karena itu, perlu dilakukan ramalan volume penjualan yang akan diuji menggunakan alat analisis dengan metode least square. Analisis trend ini juga dapat digunakan untuk meramalkan atau memperkirakan penjualan secara akurat dari waktu ke waktu sehingga dapat dibuat rencana produksi sesuai dengan perkiraan penjualan. Data-data yang digunakan nantinya sebagai *input* adalah data volume penjualan dari agroindustri tempe “Sumber Mas”. Hasil dari analisis tersebut nantinya akan memberikan *output* berupa ramalan volume penjualan beberapa bulan berikutnya, sehingga nantinya akan dapat diketahui trend volume penjualan tempe “Sumber Mas”.

Untuk mengetahui strategi bertahan perusahaan dalam mengantisipasi kenaikan harga kedelai digunakan analisis SWOT. Adanya strategi bertahan ini bertujuan agar perusahaan melakukan tindakan-tindakan penyelamatan sehingga dapat terlepas dari kerugian yang lebih besar, yang pada ujung-ujungnya adalah kebangkrutan. Jika dapat dikatakan bahwa analisis SWOT merupakan instrumen yang ampuh dalam melakukan analisis strategi, kemampuan tersebut terletak pada kemampuan para penentu strategi perusahaan untuk memaksimalkan peranan faktor kekuatan dan pemanfaatan peluang sehingga berperan sebagai alat untuk

meminimalisasi kelemahan yang terdapat dalam tubuh perusahaan dan menekan dampak ancaman yang timbul dan harus dihadapi. Matrik SWOT dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.

Berdasarkan analisis metode trend least square serta analisis SWOT yang dilakukan pada Agroindustri Tempe “Sumber Mas” maka akan dapat memberikan perkembangan usaha Agroindustri Tempe “Sumber Mas” Kecamatan Patrang Kabupaten Jember di masa depan. Berdasarkan uraian diatas, dibuat kerangka pemikiran yang disajikan pada Gambar 2.2.





Gambar 2.2 Skema Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

1. Trend volume penjualan agroindustri tempe “Sumber Mas” di Kecamatan Patrang Kabupaten Jember terjadi fluktuatif dengan trend yang cenderung meningkat setiap bulan.
2. Strategi bertahan agroindustri tempe “Sumber Mas” di Kecamatan Patrang Kabupaten Jember dalam mengantisipasi kenaikan harga kedelai yaitu dengan melakukan upaya antara lain mengurangi penggunaan jumlah bahan baku, mengurangi penggunaan tenaga kerja, dan memperkecil ukuran produk.



BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penentuan Lokasi Penelitian

Metode penentuan daerah penelitian ini menggunakan metode *purposive method*. *Purposive method* artinya daerah penelitian dipilih secara sengaja berdasarkan tujuan tertentu yang dipandang sesuai dengan tujuan penelitian (Neliyana, 2014). Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Patrang Kabupaten Jember dipilih karena daerah tersebut karena telah berdiri sejak lama pada tahun 1989 sampai sekarang. Daerah tersebut merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi untuk dilakukan agroindustri karena dekat dengan bahan baku dan mudah untuk dipasarkan.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan analitik. Metode deskriptif adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat serta hubungan antara fenomena-fenomena yang diselidiki, untuk mendapatkan kebenaran menerangkan hubungan dan menguji hipotesis sehingga memperoleh makna dan implikasi suatu masalah yang ingin dipecahkan. Metode analitik adalah untuk menguji hipotesis-hipotesis dan mengadakan interpretasi yang lebih mendalam (Nazir, 2009).

3.3 Metode Pengambilan Contoh

Metode pengambilan contoh dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode *purposive sampling*. Metode *purposive sampling* digunakan karena pengambilan sampel didasarkan pada kebutuhan penelitian. Sampel penelitian yang diambil dalam penelitian ini adalah pihak yang berkaitan langsung dan yang paling mengerti ataupun mengetahui tentang agroindustri tempe “Sumber Mas” yaitu sebanyak 5 orang yang terdiri dari 1 orang pemilik agroindustri tempe “Sumber Mas”, 2 orang tenaga kerja bagian pengolahan dan 2 orang tenaga kerja bagian pengemasan.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini digunakan untuk mendapatkan data yang sesuai dengan kebutuhan peneliti. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder:

1. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber data pertama di lokasi penelitian. Data ini berupa daftar pertanyaan angket atau kuisioner dengan informan yang dijadikan sampel dalam penelitian. Sampel yang diambil dalam penelitian ini yaitu orang yang dianggap ahli tentang agroindustri tempe “sumber mas”.
2. Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari berbagai literatur dan instansi-instansi yang ada kaitannya dengan penelitian ini. Instansi yang terkait dalam memperoleh data sekunder yaitu Badan Pusat Statistik. Data yang diambil dari Badan Pusat Statistik meliputi data produksi kedelai di Provinsi Jawa Timur, data yang diambil dari Dinas Pertanian Jember meliputi data luas panen, produktivitas, dan produksi kedelai di Kabupaten Jember dan data yang diambil dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Jember meliputi harga kedelai impor dan lokal.

3.5 Metode Analisis Data

Untuk menjawab permasalahan pertama yaitu mengenai trend volume penjualan agroindustri tempe “Sumber Mas” di Kecamatan Patrang Kabupaten Jember yaitu menggunakan metode least square (Metode Jumlah Kuadra Terkecil). Aplikasi metode jumlah kuadrat terkecil untuk data deret waktu ditujukan untuk melihat trendnya. Model yang digunakan bisa berbentuk linier atau kurvilinier. Bila modelnya berupa kurvilinier seperti telah dijelaskan sebelumnya pada regresi linier terdahulu, perlu dilakukan tranformasi (Siagan dan Sugiarto, 2006).

Model trend linier deret waktu ditentukan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Dimana :

Y = Nilai yang diramalkan

a = konstanta

X = Serangkaian bulan yang dihitung

b = koefisien

Nilai a dan b dapat dicari dengan menggunakan persamaan, sebagai berikut :

$$a = \frac{\sum Y}{n} \qquad b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

dimana :

n = jumlah data

$\sum Y$ = total dari data penjualan

$\sum X^2$ = total dari periode waktu yang dikuadratkan

$\sum XY$ = total dari data penjualan dikali dengan periode waktu

Model tersebut sama dengan regresi linier sederhana dengan periode (t) sebagai variabel bebas. Pada umumnya pemberian nilai untuk waktu dimulai dari 1,2,3 dan seterusnya. Metode least square merupakan metode yang paling umum digunakan dalam peramalan untuk data time series.

Untuk menjawab permasalahan yang kedua yaitu mengenai strategi bertahan dalam mengantisipasi kenaikan harga kedelai agroindustri tempe “Sumber Mas” di Kecamatan Patrang Kabupaten Jember yaitu menggunakan analisis deskriptif dengan metode SWOT.

IFAS	STRENGTH (S) (Tentukan faktor kekuatan internal)	WEAKNESSES (Tentukan faktor kelemahan internal)
EFAS	Strategi SO Daftar kekuatan untuk meraih keuntungan dari peluang yang ada	Strategi WO Daftar untuk memperkecil kelemahan dengan memanfaatkan keuntungan dari peluang yang ada

<p style="text-align: center;">THREATS (T) (Tentukan faktor ancaman eksternal)</p>	<p style="text-align: center;">Strategi ST Daftar kekuatan untuk menghindari ancaman</p>	<p style="text-align: center;">Strategi WT Daftar untuk memperkecil kelemahan dan menghindari ancaman</p>
---	---	--

Berdasarkan Matriks SWOT diatas maka didapatkan 4 langkah Strategi yaitu sebagai berikut :

1. Strategi SO

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar- besarnya. Strategi SO menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang eksternal.

2. Strategi ST

Strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. Strategi ST menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal.

3. Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang sudah ada. Dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Strategi WO bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal.

4. Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat definitif dan berusaha meminimalkan kelemahan serta menghindari ancaman. Strategi WT bertujuan untuk mengurangi kelemahan internal dengan menghindari ancaman eksternal.

Matriks SWOT merupakan alat pencocokan yang penting untuk membantu para manajer mengembangkan empat tipe strategi : Strategi SO (*strength opportunities*), Strategi WO (*weaknesses – opportunities*) Strategi ST (*strength-treats*), Strategi WT (*Weaknesses-Treats*).

- a. Tentukan faktor-faktor yang meliputi kekuatan serta kelemahan untuk IFAS (*internal strategic faktor analisis summary*) dan yang menjadi peluang dan ancaman untuk EFAS (*eksternal strategic faktor analisis summary*) dalam

- kolom 1 (5 sampai 10 faktor IFAS dan EFAS).
- b. Bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap strategi perusahaan (semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00)
 - c. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian nilai rating untuk faktor kekuatan dan faktor peluang bersifat positif (sangat besar diberi rating +4, tetapi jika kecil diberi rating +1). Pemberian nilai rating untuk faktor kelemahan dan faktor ancaman adalah kebalikannya. Jika ratingnya sangat besar, ratingnya adalah -1. Sebaliknya jika nilainya kecil ratingnya adalah -4.
 - d. Kalikan bobot pada kolom 2 dan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (outstanding) sampai dengan 1,0 (poor).
 - e. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4) untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis internalnya. Dengan perusahaan lain dalam kelompok industri yang sama.

3.6 Definisi Operasional

1. Agroindustri tempe merupakan suatu kegiatan mengolah bahan baku yang berasal dari komoditas pertanian yaitu kedelai menjadi produk tempe.
2. Kedelai merupakan salah satu komoditas tanaman pangan yang dibudidayakan di Kecamatan Patrang dan dijadikan sebagai bahan baku utama pembuatan tempe.
3. Tempe adalah salah satu makanan tradisional khas Indonesia di tanah air, tempe berasal dari olahan tanaman kedelai yang diolah oleh agroindustri tempe “Sumber Mas”.
4. Kemasan merupakan bagian terluar (plastik) yang membungkus produk tempe “Sumber Mas”.
5. Volume penjualan adalah banyaknya produk tempe tiap kemasan (per batang) yang dapat dijual oleh Agroindustri “Sumber Mas” dalam sebulan.
6. Permintaan tempe adalah jumlah atau banyaknya tempe “Sumber Mas” yang dibeli atau diminta oleh konsumen pada harga dan waktu tertentu.
7. Harga bahan baku merupakan nilai yang harus dibayarkan pemilik agroindustri tempe “Sumber Mas” kepada pemasok kedelai sebagai bahan utama pembuatan tempe “Sumber Mas” dalam satuan rupiah perkilogram.
8. Tenaga kerja merupakan pelaku atau orang yang melakukan segala kegiatan dalam upaya menghasilkan tempe di Agroindustri Tempe “Sumber Mas” yang dinyatakan dalam jiwa.
9. Responden adalah pemilik dan tenaga kerja agroindustri tempe “Sumber Mas”
10. Pola musiman merupakan pola yang terjadi bila nilai data dipengaruhi oleh faktor musiman (misalnya kuartal tahun tertentu, bulanan atau hari-hari pada minggu tertentu).
11. Pola siklik merupakan pola yang terjadi bila data dipengaruhi oleh fluktuasi ekonomi jangka panjang seperti yang berhubungan dengan siklus bisnis.
12. Pola trend merupakan pola yang terjadi bila ada kenaikan atau penurunan sekuler jangka panjang dalam data.
13. Pola stasioner merupakan pola yang terjadi bila data berfluktuasi di sekitar

rata-ratanya.

14. *Purposive method* merupakan daerah penelitian dipilih secara sengaja berdasarkan tujuan tertentu yang dipandang sesuai dengan tujuan penelitian
15. Metode analitis adalah metode dengan serangkaian tindakan dan pemikiran yang disengaja untuk menelaah suatu hal secara mendalam ataupun terinci terutama dalam mengkaji bagian-bagian dari suatu totalitas.
16. Metode kuantitatif adalah metode yang dilakukan dengan cara pencatatan dan penganalisaan data hasil penelitian secara eksak dengan menggunakan perhitungan statistik.
17. Faktor internal merupakan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh agroindustri tempe “Sumber Mas” dalam mengembangkan usaha tempe.
18. Faktor eksternal merupakan peluang dan ancaman diluar agroindustri tempe “Sumber Mas” yang mempengaruhi pengembangan usaha tempe.

BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Agroindustri

4.1.1 Sejarah Umum Agroindustri Tempe “Sumber Mas”

Agroindustri tempe “Sumber Mas” berdiri sejak tahun 1991. Agroindustri tempe “Sumber Mas merupakan salah satu perusahaan agroindustri tempe yang terletak di Jalan Ciliwung, Kecamatan Patrang, Kabupaten Jember. Agroindustri ini didirikan karena pada mulanya pemilik coba-coba untuk memproduksi olahan kedelai tersebut menjadi tempe, dan ternyata banyak peminat akan tempe yang diproduksi tersebut. Produk tempe “Sumber Mas” tersebut dirasa memiliki peluang usaha yang besar karena banyak sekali peminatnya.

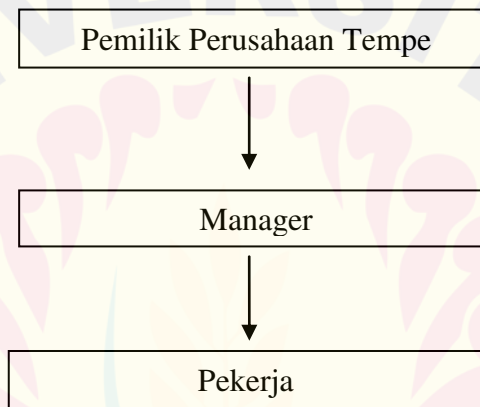
Agroindustri tempe “Sumber Mas” didirikan oleh Bapak Shaleh. Modal awal yang digunakan dalam mendirikan Agroindustri Agroindustri tempe “Sumber Mas” ini seluruhnya berasal dari pemilik tanpa pinjaman pihak ketiga maupun bank. Bahan baku yang berupa kedelai berasal dari *supplier*, karena kedelai tersebut adalah kedelai impor yang dibutuhkan oleh Agroindustri tempe “Sumber Mas”. Seluruh produk yang dihasilkan oleh agroindustri ini dapat langsung digunakan oleh konsumen. Agroindustri tempe “Sumber Mas” ini merupakan salah satu agroindustri rumahan yang ada di Kabupaten Jember.

4.1.2 Lokasi Agroindustri Tempe “Sumber Mas”

Agroindustri tempe “Sumber Mas” berada di Jalan Ciliwung 1 no.70 wilayah Kecamatan Patrang Kabupaten Jember. Lokasi Agroindustri tempe “Sumber Mas” ini berada di tengah-tengah pemukiman penduduk desa. Bagian utara, timur, selatan dan barat dibatasi oleh rumah-rumah penduduk. Bangunan perusahaan terdiri dari ruang proses, ruang packing dan tempat penyimpanan tempe. Lokasi pengolahan produksi berada di belakang rumah pemilik Agroindustri tempe tersebut. Akses untuk menuju ketempat produksi sangat mudah karena jalanannya sudah bagus, sehingga untuk melakukan pengiriman produk ke pasaran tidak mengalami kesulitan yang berarti.

4.1.3 Struktur Organisasi Agroindustri Tempe “Sumber Mas”

Struktur organisasi merupakan susunan pola yang tetap, hubungan antara bagian-bagian atau posisi setiap orang yang menunjukkan kedudukan, tugas, wewenang dan tanggung jawan yang berbeda-beda pada suatu organisasi atau perusahaan. Struktur organisasi Agroindustri tempe “Sumber Mas” berada dibawah pengawasan langsung oleh pemilik agroindustri. Masing masing karyawan mempunyai tugas masing masing dan bisa membantu yang lain dan bisa mempertanggung jawabkannya. Berikut merupakan struktur organisasi agroindustri tempe Sumber Mas :



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Agroindustri Tempe “Sumber Mas”

Pengorganisasian dalam agroindustri tempe “Sumber Mas”, pemilik membutuhkan tenaga kerja dari dalam keluarga dan juga dari luar. Pemilik menggunakan tenaga kerja dari dalam yaitu keluarga, dan tenaga kerja dari luar yaitu memanfaatkan tetangga sekitar sebagai tenaga kerja. Pemilik bertugas sebagai manajer yang mengatur jalannya agroindustri. Pengorganisasian kegiatan agroindustri juga dipimpin oleh pemilik yang melakukan pembagian kerja untuk para pekerjanya sesuai dengan kemampuan para pekerja.

Pemilik yang bertugas juga sebagai manajer agroindustri memiliki beberapa pekerja yang bertugas dalam proses pengupasan kedelai, perebusan dan pengepakan. Pekerjaan yang bertugas dalam proses pengupasan kedelai, perebusan dan *packing* dipilih dari orang-orang yang memang sudah memiliki

keahlian khusus dalam menangani kegiatan agroindustri tersebut agar meminimalisir kemungkinan terjadinya kesalahan-kesalahan dalam kegiatan.

4.1.4 Personalia Agroindustri Tempe “Sumber Mas”

Pekerja di Agroindustri Tempe “Sumber Mas” dibedakan menjadi dua jenis yaitu pegawai dibagian pengolahan dan pengemasan. Jumlah pegawai dibagian pengolahan terdapat 7 orang, dan dibagian pengemasan terdapat 5 orang. Pekerja dibagian pengolahan terdiri dari beberapa bagian yaitu, perebusan dan perendaman, pembuangan kulit dan pembelahan biji, pencucian dan perebusan kulit tanpa biji, dan pemberian ragi. Pekerja dibagian pengemasan terdiri dari beberapa bagian yaitu, pembukusan dan fermentasi. Lokasi pengolahan dan pengemasan tersebut dilakukan di satu lokasi atau ruangan yang sama.

4.1.5 Kegiatan Produksi Agroindustri Tempe “Sumber Mas”

Produksi tempe biasanya dilakukan setiap hari mulai dari pagi hari hingga sore hari. Dalam sehari usaha tempe sumber mas mampu menghasilkan tempe sebanyak 1000-4000 bungkus tempe. Berikut merupakan proses produksi tempe di usaha tempe “Sumber Mas”:

1. Perebusan dan perendaman

Kedelai yang telah disiapkan direbus hingga mendidih ditambahkan air rebusan sebanyak 2 - 2,5 liter air untuk 1 kg kedelai. Kedelai rebusan yang telah mendidih airnya diangkat kemudian kedelai tersebut direndam di dalam air selama satu sampai dua hari sampai air yang dibuat merendam berlendir. Air yang telah berlendir dibuang dan biji kedelai dibersihkan kembali sampai lendirnya hilang sempurna.

2. Pembuangan kulit dan pembelahan biji

Biji kedelai yang telah dibersihkan dari lendir tadi direndam kembali dalam air. Tujuan biji kedelai direndam kembali adalah melunakkan kulit biji agar mudah lepas dari biji kemudian meremas biji kedelai tersebut sampai kulitnya mengelupas dan mengambang di permukaan air. Langkah selanjutnya adalah

memisahkan biji kedelai dengan kulit yang telah mengambang dan membuang kulit yang mengambang. Biji kedelai yang telah dipisahkan tadi kemudian dibelah menjadi dua keping dengan cara memasukkan biji kedelai ke dalam karung goni, kemudian diinjak-injak sampai biji terbelah menjadi dua keping.

3. Pencucian dan perebusan biji tanpa kulit

Mencuci kembali kedelai yang telah terbelah menjadi dua keping. Kedelai dicuci di air yang mengalir agar lebih bersih. Kedelai yang telah dicuci kemudian direbus kembali ke dalam air mendidih hingga kedelai menjadi lunak. Perebusan dilakukan sekitar 20-30 menit.

4. Pemberian ragi tempe

Mengambil ragi yang telah disiapkan di tahapan persiapan kemudian menaburkannya ke atas permukaan kedelai. Takaran untuk 10 kg kedelai memerlukan ragi sebesar 200 gram. Jumlah ragi tersebut disesuaikan dengan jumlah bahan baku yang digunakan. Pemberian ragi menjadi salah satu proses penting dalam pembuatan tempe karena pemberian ragi memicu timbulnya jamur dalam pembuatan tempe yang bernama jamur *rhizopus oryzae*.

5. Pembungkusan

Plastik yang digunakan untuk membungkus kedelai yang telah diberi ragi sebaiknya dilubangi kecil-kecil terlebih dahulu dengan menggunakan jarum. Lubang kecil tersebut berguna untuk sirkulasi udara paada saat fermentasi tempe. Kedelai yang telah diberi ragi kemudian dibungkus ke dalam plastik hingga cukup penuh kemudian menutup ujung plastiknya dan memipihkan isinya hingga mencapai ketebalan 1,5 sampai 2 cm.

6. Fermentasi

Fermentasi dilakukan dengan cara meletakkan biji kedelai yang telah dibungkus tadi di rak yang terbuat dari kayu atau bambu. Proses fermentasi kedelai ini dilakukan sekitar 1,5 sampai 2 hari. Fermentasi tempe dapat dilakukan hingga bakal tempe setengah matang sehingga konsumen atau pembeli dapat menyimpannya hingga dapat diolah.

Agroindustri Tempe “Sumber Mas” menggunakan alat-alat yang cukup sederhana dalam proses produksi tempe. Peralatatan yang digunakan adalah mesin diesel, mesin penggiling, bak perebus, bak penyaringan dan pisau. Mesin diesel digunakan untuk menyalakan mesin penggiling yang digunakan untuk menggiling kedelai yang sudah direndam untuk memisahkan kedelai dengan kulit ari nya (kulit tipis yang melapis kedelai). Bak perebus digunakan sebagai tempat untuk merebus kedelai. Bak penyaringan digunakan untuk memisahkan kedelai yang telah direbus dengan air dan sebagai tempat pendinginan kedelai sebelum di beri ragi. Pisau digunakan untuk memotong tempe yang telah jadi sesuai dengan ukuran yang diminta oleh konsumen. Pemilihan teknologi yang digunakan berdasarkan kapasitas produksi tempe sumber mas yang lumayan besar.

Teknologi yang digunakan saat pengemasan tempe juga tergolong masih sederhana karena dapat dilakukan tanpa bantalan mesin yaitu. Pengemasan dilakukan setelah tempe diinokulasi atau pemberian ragi tempe. Pengemasan tempe dapat menggunakan plastik. Agroindustri tempe “Sumber Mas” menggunakan teknologi pengemasan secara konvensional dengan menggunakan plastik. Biji-biji-biji tempe ditempatkan kedalam plastik untuk fermentasi, selanjutnya plastik dijilid dengan bantuan lilin. Plastik tempe kemudian ditusuk-tusuk karena kapang tempe membutuhkan oksigen untuk tumbuh.

4.1.6 Pasar dan Pemasaran Agroindustri Tempe “Sumber Mas”

Faktor terpenting dari agroindustri tempe adalah pemasarannya. Pemasaran yang efisien sangat dibutuhkan dalam memasarkan hasil olahan produk kedelai agar keuntungan yang diperoleh maksimal. Agroindustri tempe “Sumber Mas” harus menjamin ketersediaan kedelai yang akan diolah menjadi tempe agar kegiatan produksi dapat berjalan dengan lancar sehingga dapat memasarkan secara maksimal. Pemasaran dari agroindustri tempe “Sumber Mas” dilakukan sendiri oleh pihak agroindustri yaitu secara langsung berinteraksi dengan konsumen. Konsumen dapat langsung datang ke tempat agroindustri untuk membeli produk “Sumber Mas” berupa tempe. Agroindustri tempe “Sumber Mas”

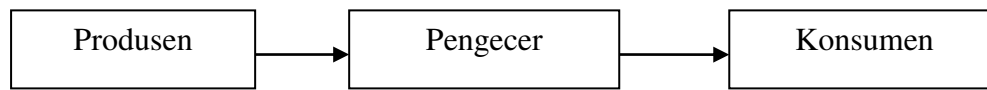
juga mendistribusikan produknya di pasar-pasar, salah satunya adalah pasar tanjung.

Segmenting atau segmentasi pasar agroindustri tempe ditujukan untuk membagi potensi pasar ke dalam beberapa bagian tertentu. Bentuk dan ukuran dalam agroindustri tempe “Sumber Mas” merupakan pembeda untuk membagi segmentasi. Bentuk tempe di agroindustri tempe “Sumber Mas” ada dua, yaitu bentuk tabung dan persegi panjang. Ukuran tempe di agroindustri tempe

Targeting atau penentuan target merupakan sasaran utama dalam kegiatan pemasaran suatu produk. Pemilihan sasaran yang dalam pemasaran suatu produk sangat penting agar produk tersebut dapat meningkatkan keuntungan dan efisiensi. Target pemasaran utama dari agroindustri tempe “Sumber Mas” adalah pasar-pasar yang telah bersedia menjual olahan tempe agroindustri tempe “Sumber Mas”. Target pemasaran lainnya berupa konsumen atau pedagang yang dapat langsung membeli produk tempe di agroindustri tempe “Sumber Mas” untuk dikonsumsi maupun dijual kembali.

Kabupaten Jember merupakan salah satu daerah yang memproduksi komoditas kedelai. *Positioning* atau penentuan posisi menjadi hal penting dalam agroindustri. Posisi yang tepat akan mempermudah pelaku atau pengusaha agroindustri dalam melaksanakan agroindustri. Agroindustri “Sumber Mas” di Kabupaten Jember yang mengolah tempe akan dengan mudah mendapatkan bahan baku berupa kedelai karena Kabupaten Jember merupakan salah satu daerah yang memproduksi kedelai.

Saluran pemasaran merupakan badan-badan yang saling tergantung yang tercangkup dalam proses yang membuat produk dan jasa menjadi tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen. Saluran pemasaran agroindustri tempe “Sumber Mas” melalui beberapa lembaga diantaranya produsen tempe, pengecer (warung), kemudian dikonsumsi oleh konsumen. Saluran pemasaran ini biasanya disebut saluran pemasaran langsung. Berikut merupakan saluran pemasaran yang dilakukan agroindustri tempe “Sumber Mas” :



Gambar 4.2 Saluran Pemasaran Tidak Langsung

Saluran pemasaran yang pertama adalah saluran pemasaran tidak langsung, yaitu adanya lembaga pemasaran antara produsen dengan konsumen. Lembaga tersebut dapat berupa penjual-penjual di pasar maupun warung-warung yang menjual produk dari agroindustri tempe “Sumber Mas”. Penjual tersebut akan menjual kembali produk dari agroindustri tempe “Sumber Mas” langsung kepada konsumen dan mengambil keuntungan mereka sendiri, jadi harga tempe akan sedikit lebih mahal daripada yang dijual langsung dari agroindustri tempe “Sumber Mas”.



Gambar 4.3 Saluran Pemasaran Langsung

Saluran pemasaran kedua merupakan saluran pemasaran secara langsung. Saluran pemasaran secara langsung ditunjukkan dengan tidak adanya lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran. Produsen langsung memasarkan tempe kepada konsumen dengan cara konsumen langsung datang ke tempat agroindustri tempe “Sumber Mas”.

Bauran pemasaran merupakan salah satu strategi pemasaran untuk menyampaikan informasi secara luas, memperkenalkan suatu produk barang dan jasa, merangsang konsumen untuk memberi bahkan menciptakan preferensi pribadi terhadap *image* suatu produk. Agroindustri “Sumber Mas” telah menjalankan kegiatan pemasaran yang dapat dianalisa melalui bauran pemasaran 4p yaitu bauran produk, tempat, harga dan distribusi. Bauran produk yang dilakukan agroindustri tempe “Sumber Mas” adalah dengan mengemas produk tempe dengan plastik. Pengemasan ini bertujuan untuk menghindari produk tempe dari kotoran yang menempel di permukaan tempe. Bauran tempat merupakan lokasi yang digunakan untuk memproduksi tempe sekaligus menjadi tempat menjual tempe tersebut. Bauran harga dilakukan dengan diskriminasi harga yaitu

membedakan harga antara tempe berukuran kecil dan besar. Tempe berukuran kecil berharga 2.500 rupiah, sedangkan tempe berukuran besar 15.000 rupiah. Bauran promosi yang dilakukan agroindustri tempe “Sumber Mas” masih tergolong sederhana yaitu dengan memberi logo “Sumber Mas” di plastik yang digunakan untuk mengemas tempe. Bauran distribusi dilakukan dengan memasarkan produk melalui pengecer di pasar maupun di warung dan tempat lokasi penjualan.

4.2 Analisis Trend Volume Penjualan Tempe “Agroindustri Tempe “Sumber Mas”

Analisis trend merupakan suatu perkiraan terhadap keadaan yang akan terjadi di masa yang akan datang. Tujuan trend dalam kegiatan produksi adalah untuk meredam ketidakpastian, sehingga diperoleh suatu perkiraan yang mendekati keadaan yang sebenarnya. Analisis trend tidak akan pernah “perfect”, tetapi meskipun demikian hasil peramalan akan memberikan arahan bagi suatu perencanaan. Suatu perusahaan biasanya menggunakan prosedur tiga tahap untuk sampai pada peramalan penjualan, yaitu diawali dengan melakukan peramalan lingkungan, diikuti dengan peramalan penjualan industri, dan diakhiri dengan peramalan penjualan perusahaan. Pada penelitian ini analisis trend yang diperhitungkan yaitu volume penjualan tempe pada agroindustri tempe “Sumber Mas”. Data yang digunakan dalam penelitian berupa data volume penjualan tempe pada bulan juni 2021 sampai bulan agustus 2022.

Analisis trend volume penjualan ini digunakan untuk mengetahui trend volume penjualan agroindustri tempe “Sumber Mas” mengalami peningkatan atau penurunan di masa yang akan, sehingga agroindustri bisa mengantisipasi apa yang akan terjadi nantinya. Tabulasi perhitungan trend penjualan tempe di agroindustri tempe “Sumber Mas” di Kecamatan Patrang Kabupaten Jember disajikan pada tabel 4.1

Tabel 4.1 Tabulasi perhitungan trend penjualan tempe di agroindustri tempe “Sumber Mas” di Kecamatan Patrang Kabupaten Jember pada bulan juni 2021- agustus 2022

No	Bulan	X (waktu)	Volume Penjualan Tempe (Y)	X ²	XY	Trend (Y) Y = a + bX
1	Juni	-6	115.940	36	-695640	79943,62
2	Juli	-5	124.000	25	-620000	86302,12
3	Agustus	-4	112.200	16	-448800	92660,63
4	september	-3	105.000	9	-315000	99019,14
5	Oktober	-2	113.150	4	-226300	105377,65
6	November	-1	127.500	1	-127500	111736,16
7	Desember	0	128.650	0	0	118094,67
8	Januari	1	117.800	1	117800	124453,18
9	Februari	2	104.000	4	208000	130811,68
10	Maret	3	114.000	9	342000	137170,19
11	April	4	122.450	16	489800	143528,70
12	Mei	5	121.500	25	607500	149887,21
13	Juni	6	129.270	36	775620	156245,72
14	Juli	7	119.400	49	835800	162604,23
15	Agustus	8	116.560	64	932480	168962,73
Jumlah			1.771.420	295	1.875.760	1.866.797,63

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui trend volume penjualan tempe agroindustri tempe “Sumber Mas” mengalami peningkatan. Dimana jumlah volume penjualan tempe pada bulan juni 2021- agustus 2022 sebesar 1.771.420 pcs. Total periode waktu jika dikuadratkan sebesar 295. Untuk totalpenjualan yang sudah dikalikan jumlah waktu yang dikuadratkan sebesar 1.875.760 pcs.

Metode trend linier dengan deret waktu dengan persamaan garis trend sebagai berikut : $Y = a + bx$

$$\begin{aligned}
 a &= \sum Y/n & b &= \sum XY/\sum X^2 \\
 &= 1.771.420/15 & &= 1.875.760/295 \\
 &= 118.095 & &= 6358,51
 \end{aligned}$$

Persamaan garis trend :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 118.095 + 6358,51X$$

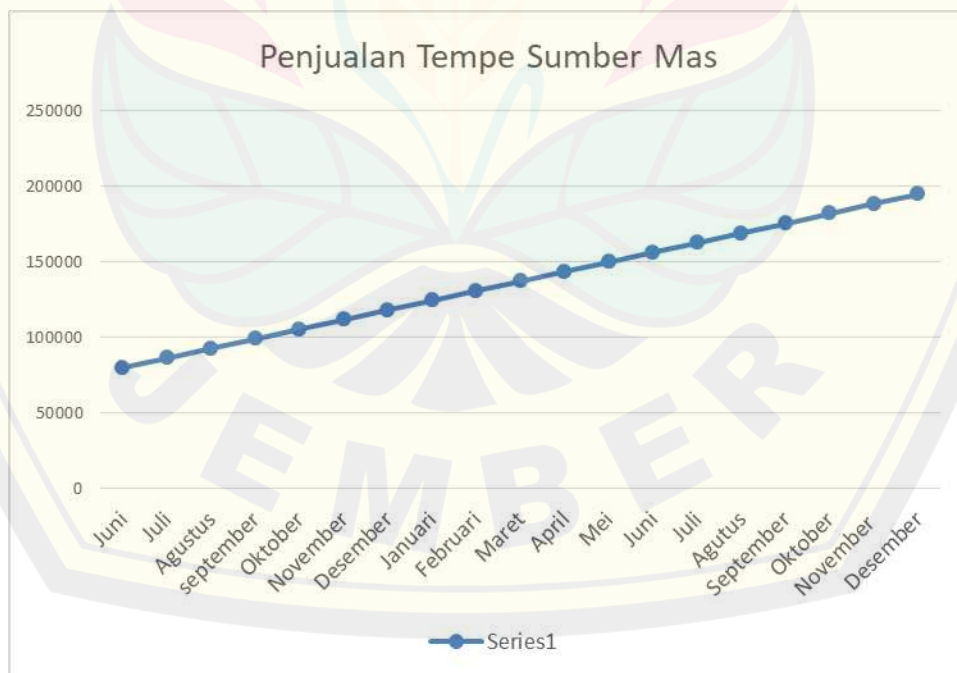
Tabel 4.2 Peramalan produk penjualan tempe agroindustri tempe “Sumber Mas” di Kecamatan Patrang Kabuapten Jember pada bulan september- desember 2022

Bulan	X	Penjualan (Y)
September	9	175321,24
Oktober	10	181679,75
November	11	188038,26
Desember	12	194396,77
Jumlah		739436,02

Sumber : Data Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui penjualan tempe agroindustri “Sumber Mas” dari bulan september sampai desember mengalami peningkatan setiap bulannya. Penjualan pada bulan september sebesar 175321, 24 pcs. Pada bulan oktober penjualan sebesar 181679,75 pcs. Penjualan pada bulan november sebesar 188038,26 pcs. Pada bulan desember penjualan tempe sebesar 194396,77 pcs. Junlah peramalan produk penjualan tempe agroindustri tempe “Sumber Mas” di Kecamatan Patrang Kabupaten Jember yaitu sebesar 739439,02 pcs.

Gambar 4.4 Grafik penjualan tempe agroindustri tempe “Sumber Mas” di Kecamatan Patrang Kabupaten Jember



4.3 Analisis Strategi Bertahan Agroindustri Tempe “Sumber Mas”

Agroindustri tempe “Sumber Mas” merupakan agroindustri yang mengusahakan produk tempe. Agroindustri tempe “Sumber Mas” mengolah kedelai menjadi tempe. Sebagai salah satu produk yang sangat digemari oleh masyarakat di kabupaten Jember, diperlukan adanya strategi bertahan dengan menganalisis faktor internal eksternal agroindustri menggunakan analisis SWOT. Adanya analisis strategi tersebut, diharapkan dapat membantu agroindustri meningkatkan produk tempe yang sudah berdiri sejak lama dan memiliki pesaing dimana-mana agar usaha tempe tersebut tetap terus berproduksi.

4.3.1 Analisis Faktor Internal Agroindustri Tempe “Sumber Mas” di Kabupaten Jember

Faktor internal merupakan faktor yang dimiliki oleh agroindustri berupa kekuatan dan kelemahan dalam mengembangkan suatu usaha. Faktor internal perlu diketahui guna mengembangkan usaha dan mencapai tujuan agroindustri. Berdasarkan kondisi dilapang, terdapat 5 kekuatan dan 5 kelemahan yang dimiliki agroindustri tempe “Sumber Mas” yang secara rinci disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4.3 Faktor Internal Strategi Bertahan pada Agroindustri Tempe “Sumber Mas” di Kecamatan Patrang Kabupaten Jember

Faktor Internal	Strength	Weakness
Kekuatan (<i>Strength</i>)		
Kualitas Tempe	S1	
Penggunaan Kedelai Berkualitas	S2	
Harga Rakyat	S3	
Bebas dari bahan kimia yang berbahaya	S4	
Memahami selera konsumen	S5	
Kelemahan (<i>Weakness</i>)		
Memiliki banyak pesaing		W1
Produk hanya bertahan dalam 3 hari dalam suhu ruangan		W2
Kurangnya pencatatan keuangan		W3
Proses produksi tergolong manual		W4
Jumlah tenaga kerja terbatas		W5

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 4.3 Analisis faktor internal agroindustri meliputi kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*) yang dimiliki agroindustri tempe “Sumber Mas”. Faktor internal yang tergolong kekuatan agroindustri tempe “Sumber Mas” yaitu: kualitas tempe (S1), penggunaan kedelai berkualitas (S2), harga merakyat (S3), bebas dari bahan kimia yang berbahaya (S4), dan memahami selera konsumen (S5). Faktor internal yang tergolong kelemahan agroindustri tempe “Sumber Mas” yaitu memiliki banyak pesaing (W1), produk hanya bertahan dalam 3 hari dalam suhu ruangan (W2), kurangnya pencatatan keuangan (W3), proses produksi tergolong manual (W4), jumlah tenaga kerja terbatas (W5).

a. Kekuatan (*Strength*)

1. Kualitas Tempe (S1)

Pengolahan produk tempe pada agroindustri agroindustri tempe “Sumber Mas” dijamin akan kualitasnya. Bahan baku yang digunakan dalam pengolahan tempe tersebut menggunakan kedelai berkualitas. Teknologi yang digunakan untuk mengolah produk tempe tersebut cukup memadai. Penggunaan teknologinya, selalu dikontrol dan harus selalu bersih. Pengemasan produk tempe tersebut juga dibuat sebaik mungkin. Oleh karena itu kualitas tempe penting bagi agroindustri

2. Penggunaan Kedelai Berkualitas (S2)

Bahan baku merupakan komponen paling penting dalam proses pengolahan tempe, sehingga agroindustri dituntut untuk mampu memperoleh bahan baku berkualitas. Bahan baku yang baik digunakan sejauh ini adalah kedelai impor. Penggunaan bahan baku sangat mempengaruhi kualitas produk yang dihasilkan karena tidak terdapat bahan baku tambahan lain. Berdasarkan kondisi di lapang, agroindustri tempe “Sumber Mas” mampu memperoleh bahan baku berkualitas dengan mudah. Hal tersebut dapat diperoleh karena adanya komunikasi yang baik antara agroindustri dengan supplier, sehingga kemampuan agroindustri dalam memperoleh bahan baku berkualitas merupakan suatu kekuatan yang dimiliki agroindustri dalam menjaga kualitas produknya.

3. Harga Merakyat (S3)

Produk tempe “Sumber Mas” memiliki produk yang ciri khas dan dikenal oleh banyak masyarakat. Digunakannya bahan baku yang berkualitas serta pengemasan yang baik, agroindustri tempe “Sumber Mas” mampu berikaan harga produk tempe yang merakyat. Meskipun harga bahan baku tidak menentu, namun agroindustri tempe “Sumber Mas” tetap menjual produk tempe dengan harga pasaran. Hal tersebut merupakan kekuatan bagi agroindustri karena memiliki produk dengan harga merakyat.

4. Bebas dari bahan kimia yang berbahaya (S4)

Bahan – bahan yang digunakan dalam pengolahan produk tempe “Sumber Mas” tidak menggunakan bahan kimia yang berbahaya. Semua bahan yang digunakan pengolahan produk higienis dan terjamin akan keamanannya. Dikarenakan bahan yang digunakan untuk pengolahan tidak banyak sehingga terbebas dari bahan kimia yang berbahaya. Jika memang menggunakan bahan kimia yang berbahaya, pasti akan ada perbedaan rasa dari produk tempe tersebut. Hal tersebut menjadi kekuatan bagi agroindustri tempe “Sumber Mas” untuk menjaga kepercayaan pelanggan.

5. Memahami selera konsumen (S5)

Produk tempe agroindustri “Sumber Mas” memiliki banyaknya pelanggan. Dengan banyaknya pelanggan tersebut agroindustri tempe “Sumber Mas” memahami akan selera para konsumennya. Menciptakan akan rasa yang khas dan enak, serta dengan harga yang merakyat berarti agroindustri tempe “Sumber Mas” sudah memahami selera konsumen. Hal tersebut menjadi kekuatan agroindustri tempe “Sumber Mas” karena dengan memahami selera konsumen dapat dipercaya oleh konsumen dan menambah konsumen.

b. **Kelemahan (*Weakness*)**

1. Memiliki banyak pesaing (W1)

Agroindustri tempe di Kota Jember tidak hanya agroindustri tempe “Sumber Mas” saja. Banyak agroindustri tempe di Jember yang berkembang pula. Meskipun agroindustri ini sudah berdiri sejak lama, namun agroindustri tempe “Sumber Mas” belum bisa memastikan penjualan tempe secara pasti. Hal tersebut menjadi

kelemahan karena bagi suatu agroindustri yang akan mengembangkan usaha tentunya harus menjaga mutu produk dan keberlanjutan usahanya.

2. Produk hanya bertahan 3 hari dalam suhu ruangan (W2)

Produk tempe ini hanya dapat bertahan 3 hari dalam suhu ruangan. Karena tidak digunakannya bahan pengawet maka tempe tersebut tidak mampu bertahan lama. Jika ingin produk bertahan lama, bisa disimpan di ruangan dingin (lemari es). Hal tersebut menjadi suatu kelemahan bagi suatu agroindustri “Sumber Mas”.

3. Kurangnya pencatatan keuangan (W3)

Pencatatan keuangan tidak selalu diterapkan pada agroindustri tempe “Sumber Mas”, hanya saja agroindustri tempe “Sumber Mas” melakukan pencatatan secara manual. Hal ini menjadi kelemahan karena dengan adanya kenaikan harga bahan baku dapat mempengaruhi pendapatan yang diterima oleh agroindustri, yang nantinya juga berpengaruh terhadap ketersediaan modal produksi. Oleh karena itu pencatatan keuangan merupakan hal yang sangat penting dilakukan oleh agroindustri.

4. Proses produksi tergolong manual (W4)

Proses produksi tempe “Sumber Mas” masih menggunakan alat-alat yang sederhana. Hal tersebut menyebabkan proses produksi tempe “Sumber mas” berlangsung lama atau berjam-jam. Oleh sebab itu hal ini menjadi kelemahan bagi agroindustri tempe “Sumber Mas” dalam pengembangan usahanya.

5. Jumlah tenaga kerja terbatas (W5)

Tenaga kerja yang dimiliki agroindustri tempe “Sumber Mas” dalam mengolah tempe sebanyak 12 orang, dimana 7 orang pria dibagian pengolahan, dan 5 orang wanita dibagian pengemasan. Untuk pemasaran dilakukan oleh pemilik sendiri. Tenaga kerja yang terbatas menyebabkan kurangnya tenaga dalam pemasaran, sehingga hal tersebut menjadi suatu kelemahan bagi agroindustri tempe “Sumber Mas”.

4.3.2 Analisis Faktor Eksternal Agroindustri Tempe “Sumber Mas” di Kecamatan Patrang Kabupaten Jember

Faktor eksternal merupakan faktor diluar agroindustri berupa peluang dan ancaman dalam mengembangkan suatu usaha. Selain faktor internal, faktor eksternal perlu diketahui guna mengembangkan usaha dan mencapai tujuan agroindustri. Berdasarkan kondisi dilapang, terdapat 4 peluang dan 4 ancaman bagi agroindustri tempe “Sumber Mas” yang secara rinci disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4.4 Faktor Eksternal Strategi Bertahan agroindustri tempe “Sumber Mas” di Kecamatan Patrang Kabupaten Jember

Faktor Eksternal	Opportunities	Threats
Peluang (<i>Opportunities</i>)		
Tingginya permintaan pasar	O1	
Kemudahan memperoleh bahan baku	O2	
Penggunaan teknologi modern	O3	
Adanya kerjasama dengan pemerintah	O4	
Ancaman (<i>Threats</i>)		
Kualitas bahan baku kurang konsisten		T1
Harga bahan baku cenderung meningkat		T2
Adanya negosiasi perluasan pasar yang merugikan		T3
Adanya ijin dagang		T4

Sumber: Data Primer Diolah 2022

Berdasarkan Tabel 4.4 Analisis faktor eksternal agroindustri meliputi peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*) yang dimiliki agroindustri tempe “Sumber Mas”. Faktor eksternal yang tergolong peluang bagi agroindustri tempe “Sumber Mas” yaitu; tingginya permintaan pasar (O1), kemudahan memperoleh bahan baku (O2), penggunaan teknologi modern (O3), dan adanya kerjasama dengan pemerintah (O4). Faktor eksternal yang tergolong ancaman bagi agroindustri tempe “Sumber Mas” yaitu kualitas bahan baku kurang konsisten (T1), harga bahan baku cenderung meningkat (T2), adanya negosiasi perluasan pasar yang merugikan (T3), dan adanya ijin dagang (T4).

c. Peluang (*Opportunities*)

1. Tingginya permintaan pasar (O1)

Permintaan pasar produk tempe agroindustri “Sumber Mas” cukup tinggi, dimana ketika tempe selesai diproduksi terdapat konsumen yang membeli langsung, dan sisanya dibawa ke pasar dan rumah makan. Hal tersebut menjadi peluang bagi agroindustri untuk mengembangkan usahanya dengan meningkatkan kapasitas produksi.

2. Kemudahan memperoleh bahan baku (O2)

Bahan baku yang digunakan untuk menghasilkan produk tempe di agroindustri ini sudah berkualitas. Terjalannya komunikasi yang bagus dengan pihak supplier, memudahkan agroindustri tempe “Sumber Mas” memperoleh bahan baku dengan mudah. Kemudahan memperoleh bahan baku tersebut, menjadikan peluang bagi agroindustri terus memproduksi dan mengembangkan usaha tempe tersebut.

3. Penggunaan teknologi modern (O3)

Adanya teknologi modern dalam proses produksi tempe dapat memudahkan agroindustri dalam meningkatkan produksinya. Penggunaan teknologi modern ini. Hal tersebut tentunya menjadi peluang bagi agroindustri untuk mengembangkan usahanya.

4. Adanya kerjasama dengan pemerintah (O4)

Kerjasama yang dimaksudkan adalah ketika pemerintah melakukan pengabdian masyarakat. Pengabdian tersebut membantu agroindustri dalam menyediakan peralatan produksi. Hal tersebut menjadi peluang bagi agroindustri dalam mengembangkan usaha melalui penyediaan peralatan yang membantu proses produksi tempe.

d. Ancaman (*Threats*)

1. Kualitas bahan baku kurang konsisten (T1)

Agroindustri tempe “Sumber Mas” sudah mampu memperoleh bahan baku berkualitas, namun terkadang bahan baku tersebut kurang konsisten dalam artian masih terdapat kotoran, sehingga perlu dibersihkan lagi.. Hal tersebut dapat mempengaruhi kualitas produk tempe yang dihasilkan. Oleh karena itu kualitas

bahan baku yang kurang konsisten menjadi ancaman bagi pengembangan usaha tempe

2. Harga bahan baku cenderung meningkat (T2)

Harga bahan baku cenderung mengalami peningkatan pada tahun 2021, dimana harga bahan baku yang semula dihargai Rp 8.000/kg meningkat menjadi Rp. 10.333/kg. Peningkatan harga bahan baku dan lambatnya perputaran modal dapat menghambat atau mengurangi kapasitas produksi tempe. Oleh karena itu harga bahan baku menjadi ancaman bagi agroindustri dalam mengembangkan usaha tempe.

3. Adanya negosiasi perluasan pasar yang merugikan agroindustri (T3)

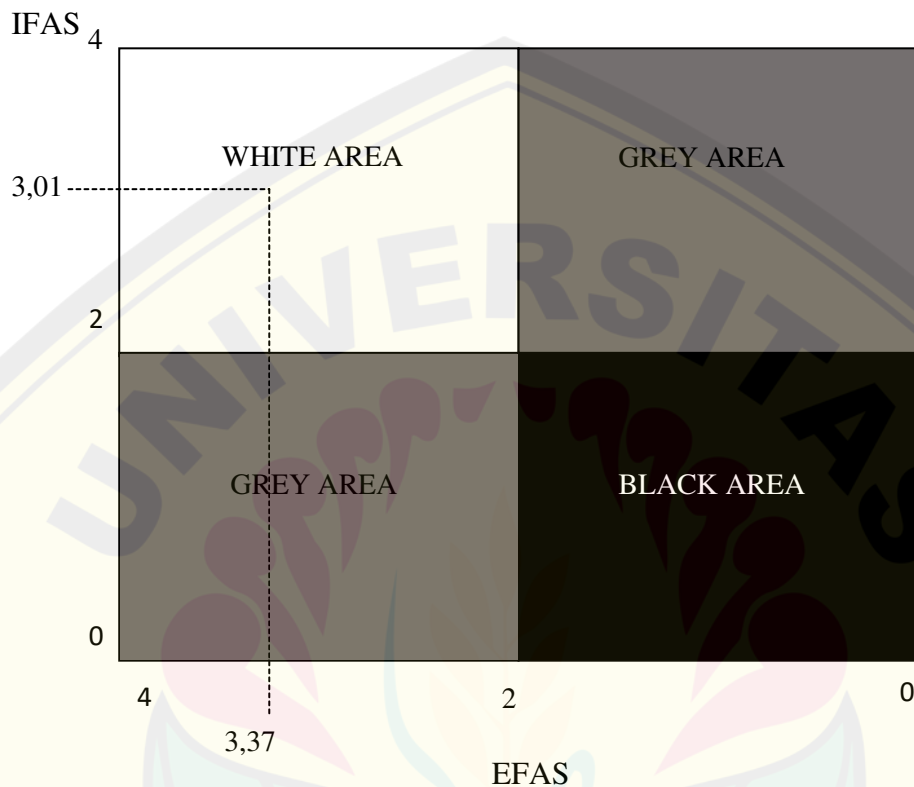
Dengan memasukkannya produk tempe di rumah makan, diperlukan promosi agar konsumen tertarik untuk membeli produk tersebut. Saat ini hal tersebut dapat menjadi ancaman bagi agroindustri dalam mengembangkan usaha karena dapat mengurangi modal usaha untuk produksi tempe. Namun disisi lain, hal ini juga memiliki manfaat kedepannya bagi agroindustri dalam meningkatkan penjualan produknya.

4. Adanya ijin dagang (T4)

Produk agroindustri tempe “Sumber Mas” merupakan produk yang sudah dikenal di masyarakat, namun belum adanya ijin dagang pada usaha ini. Hal itu memungkinkan konsumen untuk beralih ke agroindustri yang sudah mendapat ijin dagang. Oleh karena itu adanya ijin dagang menjadi ancaman bagi pengembangan usaha tempe di agroindustri “Sumber Mas”.

4.3.3 Analisis Matrik Posisi Kompetitif Relatif Usaha Tempe pada Agroindustri Tempe “Sumber Mas” di Kecamatan Kabupaten Jember.

Hasil perhitungan faktor internal dan eksternal usaha tempe pada agroindustri tempe “Sumber Mas” dapat diketahui melalui diagram matriks posisi kompetitif relative pada gambar 4.5



Gambar 4.5 Diagram Matriks Posisi Kompetitif Tempe pada Agroindustri Tempe “Sumber Mas” di Kecamatan Patrang Kabupaten Jember

Berdasarkan Gambar 4.5 dapat diketahui nilai IFAS dan EFAS hasil analisis faktor internal dan eksternal agroindustri tempe “Sumber Mas”. Nilai IFAS 3,01 dan nilai EFAS 3,37. Besarnya nilai EFAS dan IFAS yang diperoleh, menempatkan posisi kompetitif agroindustri pada kuadran satu yaitu bidang *white area* (bidang kuat-berpeluang). Hal tersebut menunjukkan bahwa kondisi usaha tempe agroindustri tempe “Sumber Mas” menguntungkan, dimana usaha tempe memiliki peluang dan kekuatan yang diharapkan dengan kekuatan tersebut mampu memanfaatkan peluang yang ada untuk mengembangkan usaha. Strategi yang digunakan untuk pengembangan usaha produk tempe yaitu strategi

agresif, sesuai dengan kuadran posisi kompetitif, dimana kuadran satu mendukungnya strategi agresif.

Terdapat lima kekuatan dan lima peluang bagi agroindustri dalam mengembangkan usahanya. Kekuatan tersebut antara lain kualitas tempe (S1), penggunaan kedelai berkualitas (S2), harga merakyat (S3), bebas dari bahan kimia yang berbahaya (S4), dan memahami selera konsumen (S5). Peluang yang dimiliki tingginya permintaan pasar (O1), kemudahan memperoleh bahan baku (O2), penggunaan teknologi modern (O3), dan adanya kerjasama dengan pemerintah (O4). Berdasarkan analisis faktor internal eksternal tersebut strategi yang dipilih yaitu strategi agresif dengan memaksimalkan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.

4.3.4 Analisis Matrik Internal Eksternal Usaha Tempe pada Agroindustri Tempe “Sumber Mas” di Kecamatan Patrang Kabupaten Jember

Hasil perhitungan nilai faktor internal dan eksternal usaha tempe dapat dilihat pada matriks internal eksternal gambar 4.6

TOTAL SKOR IFAS

		Kuat	Rata-rata	Lemah
		4,0	3,01 3,0	2,0 1,0
TOTAL SKOR EFAS	Tinggi	I Pertumbuhan	II Penciptaan	III Penciptaan
	Menengah	IV Stabilitas	V Pertumbuhan/ Stabilitas	VI Divestasi
	Rendah	VII	VIII	IX
		1,0		

Gambar 4.6 Matriks Internal Eksternal

Berdasarkan Gambar 4.6 hasil perhitungan nilai IFAS sebesar 3,01 dan EFAS sebesar 3,37 menunjukkan posisi produk tempe berada pada daerah I yaitu daerah pertumbuhan, sehingga hipotesis bahwa strategi bertahan produk tempe pada daerah V ditolak. Pada gambar 4.6 strategi konsentrasi dilakukan apabila posisi perusahaan pada daerah I, II, dan V sedangkan strategi diversifikasi dilakukan apabila perusahaan menempati daerah VII dan VIII. Berdasarkan hal tersebut, maka strategi yang dapat dilakukan agroindustri dalam mengembangkan usaha tempe yaitu strategi pertumbuhan konsentrasi. Strategi pertumbuhan konsentrasi merupakan strategi dimana perusahaan berkonsentrasi dan bertumbuh kembang pada semua atau hampir semua sumber daya yang sejenis. Strategi pertumbuhan konsentrasi dibagi menjadi 2 yaitu integrasi horizontal dan vertikal, namun pada daerah I pertumbuhan konsentrasi dilakukan melalui integrasi vertikal. Integrasi vertikal dapat dilakukan dengan mengambil alih atau melakukan kerjasama dengan pemasok atau distributor. Berikut adalah alternatif strategi yang dapat dilakukan oleh agroindustri dalam mengembangkan usaha tempe.

4.3.5 Analisis Matrik SWOT Usaha Tempe pada Agroindustri Tempe “Sumber Mas” di Kecamatan Patrang Kabupaten Jember

Berdasarkan analisis faktor internal maupun eksternal untuk pengembangan usaha tempe pada agroindustri diperoleh beberapa alternatif strategi yang dapat digunakan. Berikut adalah tabel matrik SWOT usaha tempe pada agroindustri tempe “Sumber Mas” di Jember.

Tabel 4.5 Matriks SWOT Usaha Produk Tempe

Faktor Internal	Kekuatan (<i>Strength-S</i>) 1. Kualiatas tempe 2. Penggunaan kedelai berkualitas 3. Harga merayat 4. Bebas dari bahan kimia yang berbahaya 5. Memahami selera konsumen	Kelemahan (<i>Weakness-W</i>) 1. Memiliki banyak pesaing 2. Produk hanya bertahan 3 hari dalam suhu ruangan 3. Kurangnya pencatatan keuangan 4. Proses produksi tergolong manual 5. Jumlah tenaga kerja terbatas
Faktor Eksternal		
Peluang (<i>Opportunities-O</i>) 1. Tingginya permintaan pasar 2. Kemudahan memperoleh bahan baku 3. Penggunaan teknologi modern 4. Adanya kerjasama dengan pemerintah	Strategi (S-O) 1. Meningkatkan kapasitas produksi tempe	Strategi (W-O) 1. Menjaga dan mempertahankan kualitas produk
Ancaman (<i>Threats-T</i>) 1. Kualitas bahan baku kurang konsisten 2. Harga bahan baku cenderung meningkat 3. Adanya negosiasi perluasan pasar yang merugikan 4. Adanya izin dagang	Strategi (S-T) 1. Meningkatkan kualitas produk	Strategi (W-T) 1. Melakukan pencatatan keuangan yang teratur

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

1. Strategi S-O

Strategi S-O merupakan strategi dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang sebagai upaya bertahan usaha agroindustri tempe “Sumber Mas”. Terdapat dua alternatif strategi yang dapat dilakukan yaitu:

a. Meningkatkan produksi tempe

Hal tersebut didukung dengan segala kekuatan yang dimiliki agroindustri. Dimana dengan adanya penggunaan kedelai yang berkualitas dan kemampuan agroindustri dalam memahami selera konsumen diharapkan mampu meningkatkan kapasitas produksi karena kedua faktor internal tersebut nantinya juga dapat mempengaruhi kualitas produk yang dihasilkan, sehingga agroindustri tempe “Sumber Mas” mampu menghasilkan produk dengan kuantitas dan kualitas yang sesuai dengan permintaan pasar. Peningkatan kapasitas produksi didukung dengan peluang yaitu tingginya permintaan pasar, serta kemudahan memperoleh bahan baku. Adanya peluang tersebut diharapkan dengan meningkatnya kapasitas produksi juga akan memperluas pasar produk tempe tersebut. Hal itu didukung dengan kekuatan pada produk tempe yang memiliki harga merakyat dan produk bebas dari bahan kimia yang berbahaya sehingga mampu menarik perhatian konsumen dalam membeli produk yang nantinya juga dapat meningkatkan keuntungan agroindustri.

2. Strategi W-O

Strategi W-O merupakan strategi dengan memanfaatkan peluang untuk meminimalisir kelemahan yang dimiliki agroindustri. Adapun strategi alternatif yang digunakan yaitu menjaga dan pengu. Strategi tersebut didukung dengan tingginya permintaan pasar dan kemudahan memperoleh bahan baku, sehingga perlu menjaga dan mempertahankan kualitas produk agar produk tersebut dapat berproduksi secara modern. Apabila produk tersebut proses produksinya modern, maka mengurangi adanya persaingan.

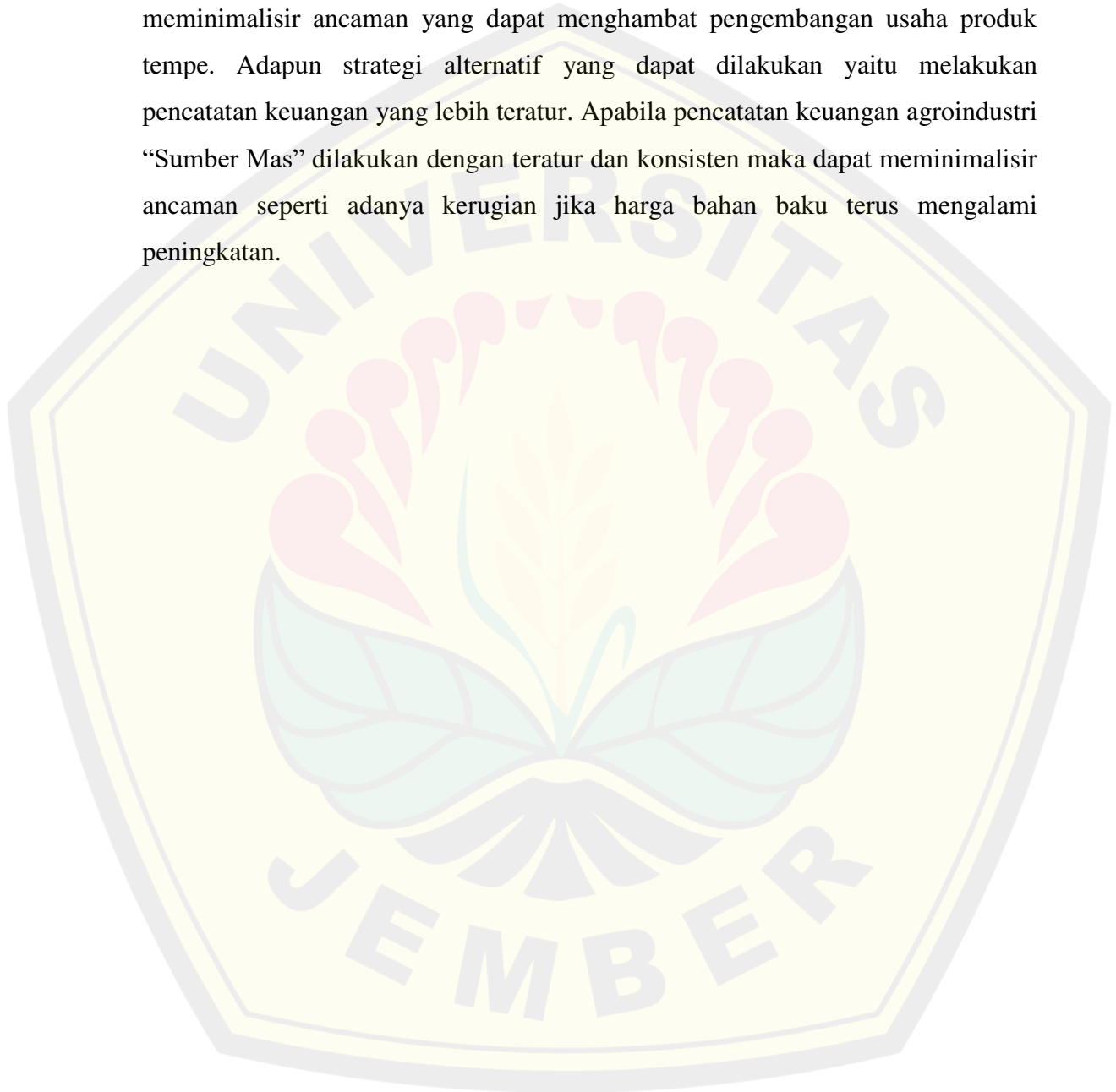
3. Strategi S-T

Strategi S-T merupakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk meminimalisir ancaman yang dapat menghambat pengembangan usaha agroindustri tempe “sumber Mas”. Adapun strategi alternatif yang dapat dilakukan yaitu dengan mengurangi ukuran produk. Strategi tersebut didukung dengan kekuatan yang dimiliki agroindustri dimana penggunaan kedelai yang berkualitas dan memahami selera konsumen dapat meningkatkan kualitas produk. Selain itu dengan harga yang merakyat dapat menarik konsumen untuk

membeli produk tempe, sehingga meskipun terdapat adanya negosiasi perluasan pasar yang merugikan tidak akan mempengaruhi pengembangan usaha tempe agroindustri “Sumber Mas” karena tetap meningkatkan kualitas produk.

4. Strategi W-T

Strategi W-T merupakan strategi dengan menggunakan kelemahan untuk meminimalisir ancaman yang dapat menghambat pengembangan usaha produk tempe. Adapun strategi alternatif yang dapat dilakukan yaitu melakukan pencatatan keuangan yang lebih teratur. Apabila pencatatan keuangan agroindustri “Sumber Mas” dilakukan dengan teratur dan konsisten maka dapat meminimalisir ancaman seperti adanya kerugian jika harga bahan baku terus mengalami peningkatan.



BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Trend volume penjualan tempe pada Agroindustri Tempe “Sumber Mas” di Kecamatan Patrang Kabupaten Jember mengalami kenaikan setiap bulannya. Penjualan tempe rata-rata sebesar 118,095 pcs dari bulan Juni 2021 – Agustus 2022 dengan kenaikan sebesar 6358,51 pcs per bulan.
2. Berdasarkan hasil analisis SWOT, Strategi bertahan agroindustri tempe “Sumber Mas” di Kecamatan Patrang Kabupaten Jember dalam mengantisipasi kenaikan harga kedelai yaitu dengan melakukan upaya antara lain meningkatkan kualitas produk serta menjaga dan mempertahankan kualitas produk.

5.2 Saran

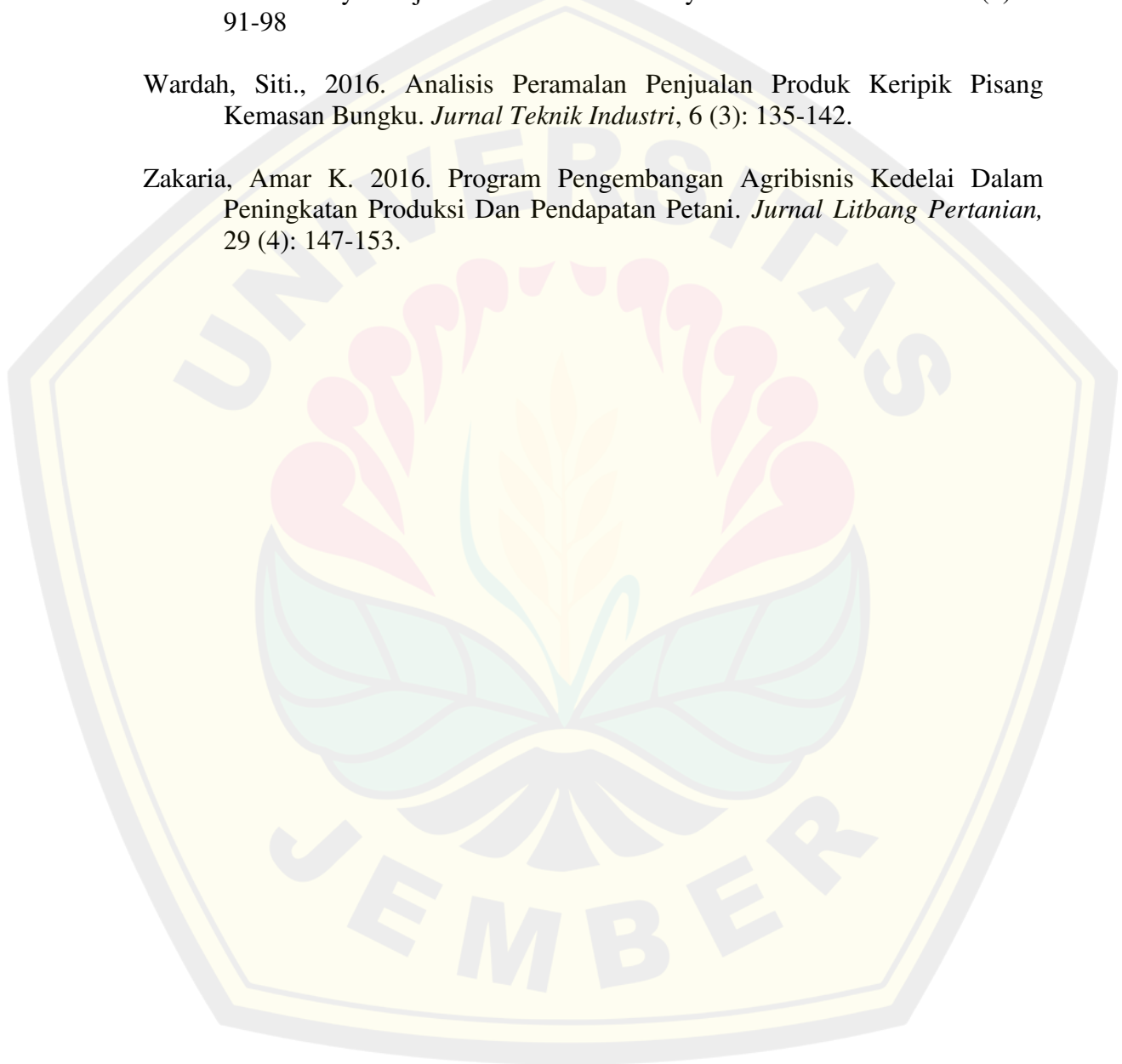
1. Agroindustri Tempe “Sumber Mas” sebaiknya menambah kapasitas produksi sehingga mampu memenuhi seluruh permintaan konsumen terhadap produk tempe serta memperbaiki manajemen didalam Agroindustri Tempe “Sumber Mas” sehingga mampu mengatur bahan baku, tenaga kerja serta keuangan dengan baik.
2. Agroindustri Tempe “Sumber Mas” sebaiknya mempertahankan kualitas dan cita rasa dengan selalu menggunakan kedelai yang berkualitas sebagai bahan baku pembuatan tempe dan selalu melakukan proses produksi dengan sebaik-baiknya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustian Adang. 2014. Analisis Permintaan Dan Penawaran Komoditas Kedelai di Indonesia. *ISBN* 1(1): 455-473
- Ahmad Effendi, Ni Wayan S Wardhani, Rahma Fitriani, Eni Sumarningsih. 2020. *Analisis Regresi Teori dan Aplikasi Dengan R*. Malang: UB Press
- Arum Winanti Puspa. 2017. Kelayakan Usaha Dan Nilai Tambah Agroindustri Tempe. *JIA*, 5 (2) : 1-10.
- Bantacut Tatjudin. 2017. Pengembangan Kedelai untuk Kemandirian Pangan, Energi, Industri, dan Ekonomi. *Pangan* 26 (1): 81-96
- BPS Jawa Timur. 2018. Jawa Timur. dalam Angka 2018. IJatim: Badan Pusat Statistik Kolaka.
- Bafdal, N. 2012. *Pengantar Teknologi Produksi Pertanian*. Bandung: Unpad Press.
- David Hunger dan Thomas L Whelen, 2003. *Manajemen Strategi*. Yogyakarta : Andi.
- Dewi Sri Susanti, Yuana Sukmawati, Nur Salam. 2019. *Analisis Regresi Dan Korelasi*. Purwokerto : CV IRDH
- Dr. Ir. Hery Winarsih, MS. 2010. *Protein Kedelai dan Kecambah Manfaatnya Bagi Kesehatan* . Yogyakarta: Kanisius
- Edwi Aristio Setiawan., 2017. Analisis Dampak Kenaikan Harga Kedelai Terhadap Kelayakan Usaha Industri Tahu dan Tempe Di Kecamatan Medan Deli. *Skripsi*. Universitas Sumatra Utara
- Freddy Rangkuti, 2004. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Freddy Rangkuti, 2006. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Hidayat Agrianata F. 2018. Analisa Kelayakan Finansial Usaha Agroindustri Abon Ikan Di Tanjung Karang, Kota Mataram *JRPB*, 6 (1) : 1-7.
- Hariati, Indah Putri., 2016. Peramalan Pemintaan Produk Keripik Tempe CV Aneka Rasa Dengan Metode Jaringan Syaraf Tiruan. *Jurnal Industria*, 1(1): 10-21.

- Hasyati, 2017. Trend Volume Pejualan dan Strategi Pengembangan Usaha Agroindustri Tape “Sumber Madu” (Desa Sumberpinang Kecamatan Pakusari Kabupaten Jember). *Skripsi*. Universitas Jember
- Husein Umar, 2001. *Strategis Management In Action*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Ir. Rahmat Rukmana. 1996. *Kedelai* . Yogyakarta: Kanisius
- Indarwanta, D., E. E. 2 Pujiastuti. 2011. Kajian Potensi (Uji Kelayakan) Pengembangan Agroindustri di Desa Gondangan Kecamatan Jogonalan Klaten. *Administrasi Bisnis*, 8 (2) : 1-13.
- Intan Sekar Arum., 2018. Analisis Nilai Tambah dan Strategi Pengembangan Agroindustri Olahan Bawang Merah UD. Dua Putri Sholehah di Kabupaten Probolinggo. *Skripsi*. Universitas Jember
- Karina Dinda Aini., 2019. Analisis Nilai Tambag dan Strategi Pengembangan Olahan Tape Pada Agroindustri Koplak Food di Kabupaten Jember. *Skripsi*. Universitas Jember
- Kurniadi Win. 2018. Pendukung Keputusan Dalam Peramalan Penjualan Ayam Broiler Dengan Metode Trend Moment Dan Simple Moving Average Pada CV. Merdeka Adi Perkasa. *Jurnal Riset Sain Manajemen*, 1 (1) : 1-15.
- Nasution Muhammad Irfan. 2017. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan. *Media Informatika Budidarma*, 2 (3) : 1-12.
- Nazir, M. 2009. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Neliyana., Budy Wiryawan., 2014. Analisis Kelayakan Usaha Perikanan Pukat Cincin Di Pelabuhan Perikanan Pantai (PPP) Lampulo Banda Aceh Profinsi Aceh. *Marine Fisheries*, 5(2): 163-169
- Massinal, R., P. Sudira, M. Mawardi dan D. H. Darwanto. 2013. Strategi Pengembangan Agroindustri Berbasis Sistem Usahatani Terpadu Di Wilayah Pasang Surut. *Agritech*, 33 (2) : 234-243.
- Robert Kurniawan dan Budi Yuniarto. 2016. *Analisis Regresi Dasar : Dasar dan Penerapannya dengan R*. Jakarta: KENCANA.
- Sarman, S. Edwina dan A. Rifa’i. 2015. Analisis Usaha Agroindustri Jamu Tradisional Skala Rumah Tangga Di Kelurahan Labuh Baru Timur Kecamatan Payung Sekaki Kota Pekanbaru. *Jom Faperta*, 1 (2) : 1-8.

- Siagian, D dan Sugiarto. 2006. *Metode Statistika: Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Gramedia.
- Siringo, H. B. Dan M. Daulay. Analisis Keterkaitan Produktivitas Pertanian Dan Impor Beras Di Indonesia. *Ekonomi dan Keuangan*, 2 (8): 488-499.
- Setyono Felicia. 2013. Pengaruh Kualitas Komunikasi Interpersonal Pemimpin Kelompok Sel terhadap Komitmen Organisasi Anggota Kelompok Sel di Satelit Holy Gereja Mawar Sharon Surabaya. *Jurnal E-komunikasi*. 1(2): 91-98
- Wardah, Siti., 2016. Analisis Peramalan Penjualan Produk Keripik Pisang Kemasan Bungku. *Jurnal Teknik Industri*, 6 (3): 135-142.
- Zakaria, Amar K. 2016. Program Pengembangan Agribisnis Kedelai Dalam Peningkatan Produksi Dan Pendapatan Petani. *Jurnal Litbang Pertanian*, 29 (4): 147-153.



LAMPIRAN

Lampiran A. Data Volume Penjualan Tempe Agroindustri “Sumber Mas” Pada Bulan Juni 2021-Agustus 2022

No.	Bulan	Volume Penjualan Tempe (Y)
1.	Juni	115.940
2.	Juli	124.000
3.	Agustus	112.200
4.	September	105.000
5.	Oktober	113.150
6.	November	127.500
7.	Desember	128.650
8.	Januari	117.800
9.	Februari	104.000
10.	Maret	122.450
11.	April	121.500
12.	Mei	121.500
13.	Juni	129.270
14.	Juli	119.400
15.	Agustus	116.560

Lampiran B .Tabulasi perhitungan trend penjualan tempe di agroindustri tempe “Sumber Mas” di Kecamatan Patrang Kabupaten Jember pada bulan juni 2021- agustus 2022

No	Bulan	X (waktu)	Volume Penjualan Tempe (Y)	X ²	XY	Trend (Y) Y = a + bX
1	Juni	-6	115.940	36	-695640	79943,62
2	Juli	-5	124.000	25	-620000	86302,12
3	Agustus	-4	112.200	16	-448800	92660,63
4	september	-3	105.000	9	-315000	99019,14
5	Oktober	-2	113.150	4	-226300	105377,65
6	November	-1	127.500	1	-127500	111736,16
7	Desember	0	128.650	0	0	118094,67
8	Januari	1	117.800	1	117800	124453,18
9	Februari	2	104.000	4	208000	130811,68
10	Maret	3	114.000	9	342000	137170,19
11	April	4	122.450	16	489800	143528,70
12	Mei	5	121.500	25	607500	149887,21
13	Juni	6	129.270	36	775620	156245,72
14	Juli	7	119.400	49	835800	162604,23
15	Agutus	8	116.560	64	932480	168962,73
Jumlah			1.771.420	295	1.875.760	1.866.797,63

$$a = \frac{\sum Y}{n} = \frac{1.771.420}{15} = 118.095$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{1.875.760}{295} = 6358,51$$

Persamaan garis trend :

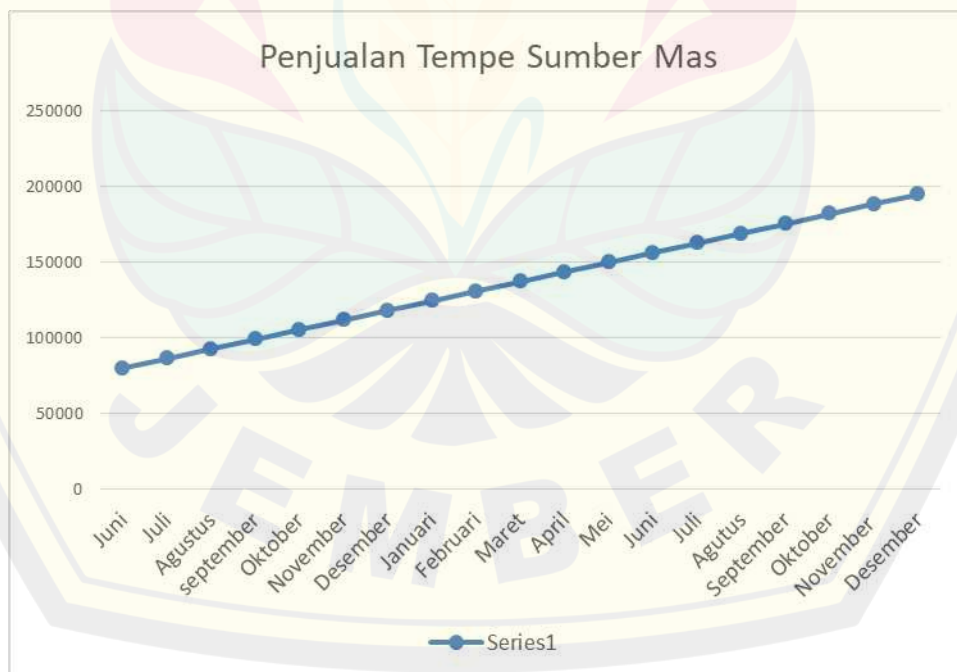
$$Y = a + bX$$

$$Y = 118.095 + 6358,51X$$

*)Peramalan Penjualan Tempe Pada Agroindustri Tempe “Sumber Mas” Di Kecamatan Patrang Kabupaten Jember Bulan September 2022-Oktober 2022

Bulan	X	Penjualan (Y)
September	9	175321,24
Oktober	10	181679,75
November	11	188038,26
Desember	12	194396,77
Jumlah		739436,02

Grafik Penjualan Tempe



Lampiran C. Analisis Faktor Internal

Faktor Internal	Strength	Weakness
Kekuatan (<i>Strength</i>)		
Kualitas Tempe	S1	
Penggunaan Kedelai Berkualitas	S2	
Harga Rakyat	S3	
Bebas dari bahan kimia yang berbahaya	S4	
Memahami selera konsumen	S5	
Kelemahan (<i>Weakness</i>)		
Memiliki banyak pesaing		W1
Produk hanya bertahan dalam 3 hari dalam suhu ruangan		W2
Kurangnya pencatatan keuangan		W3
Proses produksi tergolong manual		W4
Jumlah tenaga kerja terbatas		W5

Lampiran D. Analisis Faktor Eksternal

Faktor Eksternal	Opportunities	Threats
Peluang (<i>Opportunities</i>)		
Tingginya permintaan pasar	O1	
Kemudahan memperoleh bahan baku	O2	
Penggunaan teknologi modern	O3	
Adanya kerjasama dengan pemerintah	O4	
Ancaman (<i>Threats</i>)		
Kualitas bahan baku kurang konsisten		T1
Harga bahan baku cenderung meningkat		T2
Adanya negosiasi perluasan pasar yang merugikan		T3
Adanya ijin dagang		T4

DIGITAL REPOSITORY UNIVERSITAS JEMBER

Lampiran E. Pemberian Bobot dan Rating Internal

Faktor-Faktor Internal	Bobot		Bobot Rata-rata	Rating		Rating Rata-rata	Nilai (B*R)
	Responden			Responden			
	1	2	1	2			
Kekuatan							
Kualitas Tempe	0,105263	0,076923	0,091093117	4	2	3	0,273279
Penggunaan kedelai berkualitas	0,078947	0,076923	0,077935223	3	2	2,5	0,194838
Harga merakyat	0,105263	0,153846	0,129554656	4	4	4	0,518219
Bebas dari bahan kimia yang berbahaya	0,105263	0,115385	0,110323887	4	3	3,5	0,386134
Memahami selera konsumen	0,105263	0,076923	0,091093117	4	2	3	0,273279
Total	0,5	0,5	0,5	19	13	16	1,64575

Faktor-Faktor Internal	Bobot		Bobot Rata-rata	Rating		Rating Rata-rata	Nilai (B*R)
	Responden			Responden			
	1	2	1	2			
Kelemahan							
Memiliki banyak pesaing	0,09375	0,090909	0,092329545	3	2	2,5	0,230823864
Produk hanya bertahan 3 hari dalam suhu ruangan	0,09375	0,090909	0,092329545	3	2	2,5	0,230823864
Kurangnya pencatatan keuangan	0,09375	0,090909	0,092329545	3	2	2,5	0,230823864
Proses produksi tergolong manual	0,125	0,090909	0,107954545	4	2	3	0,323863636
Jumlah tenaga kerja terbatas	0,09375	0,136364	0,115056818	3	3	3	0,345170455
Total	0,5	0,5	0,5	16	11	13,5	1,361505682

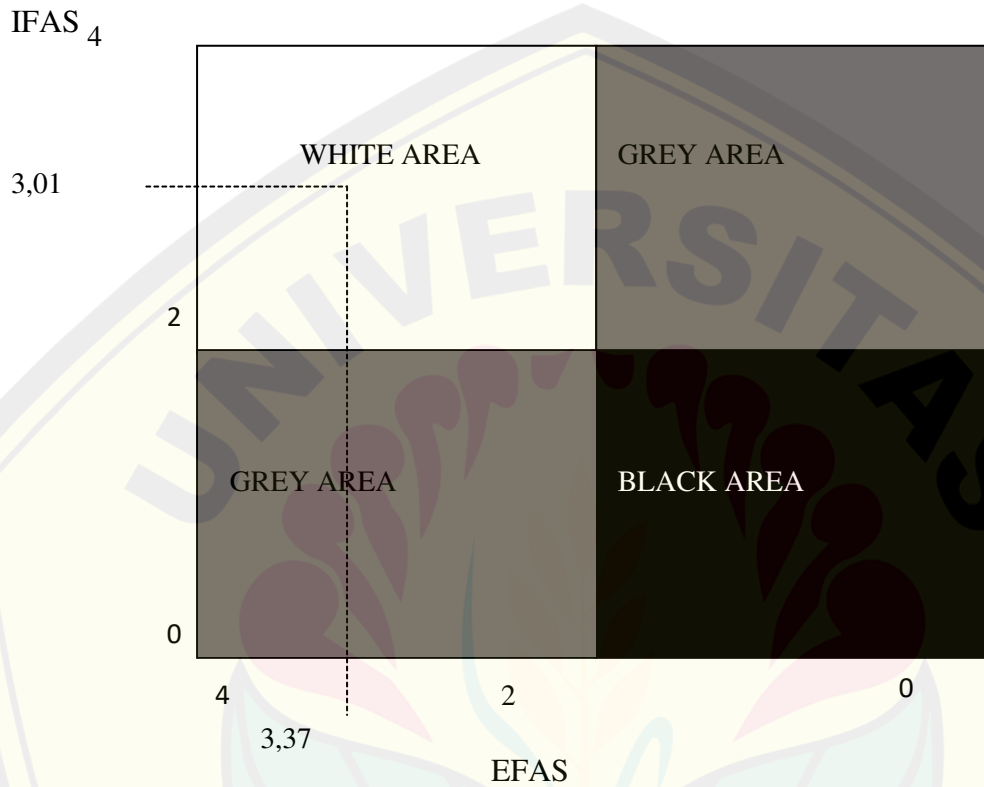
Lampiran F. Pemberian Bobot Dan Rating Faktor Eksternal

Faktor-Faktor Eksternal	Bobot		Bobot Rata-rata	Rating		Rating Rata-rata	Nilai (B * R)
	Responden			Responden			
	1	2	1	2			
Peluang							
Tingginya permintaan pasar	0,098824	0,105	0,101911765	3	3	3	0,305735294
Kenudahan memperoleh bahan baku	0,131765	0,14	0,135882353	4	4	4	0,543529412
Penggunaan teknologi modern	0,131765	0,105	0,118382353	4	3	3,5	0,414338235
Adanya kerjasama pemerintah	0,065882	0,105	0,085441176	2	3	2,5	0,213602941
Total	0,56	0,56	0,56	17	16	16,5	1,89154

Faktor-Faktor Eksternal	Bobot		Bobot Rata-rata	Rating		Rating Rata-rata	Nilai (B * R)
	Responden			Responden			
	1	2	1	2			
Ancaman							
Kualitas bahan baku kurang konsisten	0,125714	0,073333	0,09952381	4	2	3	0,298571429
Harga bahan baku cenderung meningkat	0,094286	0,073333	0,083809524	3	2	2,5	0,20952381
Adanya negosiasi perluasan pasar yang merugikan	0,125714	0,146667	0,136190476	4	4	4	0,544761905
Adanya ijin dagang	0,094286	0,146667	0,12047619	3	4	3,5	0,421666667
Total	0,44	0,44	0,44	14	12	13	1,47452381

*)Nilai IFAS = 3,007255
 Nilai EFAS = 3,366068

Lampiran G. Diagram Matriks Posisi Kompetitif Usaha Tempe Pada Agroindustri Tempe
 “Sumber Mas”



Lampiran H. Matriks Internal Eksternal

TOTAL SKOR IFAS

		Kuat	Rata-rata	Lemah
		4,0	3,01 3,0	2,0 1,0
T O T A L	Tinggi	I	II Pertumbuhan	III Penciutan
	Menengah	IV Stabilitas	V Pertumbuhan/ Stabilitas	VI Divestasi
	Rendah	VII	VIII	IX
S K O R	EFAS	2,0	3,0	4,0

Lampiran I. Matriks SWOT

<p>Faktor Internal</p>	<p>Kekuatan (<i>Strength-S</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kualiatas tempe 2. Penggunaan kedelai berkualitas 3. Harga merayat 4. Bebas dari bahan kimia yang berbahaya 5. Memahami selera konsumen 	<p>Kelemahan (<i>Weakness-W</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki banyak pesaing 2. Produk hanya bertahan 3 hari dalam suhu ruangan 3. Kurangnya pencatatan keuangan 4. Proses produksi tergolong manual 5. Jumlah tenaga kerja terbatas
<p>Faktor Eksternal</p> <p>Peluang (<i>Opportunities-O</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tingginya permintaan pasar 2. Kemudahan memperoleh bahan baku 3. Penggunaan teknologi modern 4. Adanya kerjasama dengan pemerintah 	<p>Strategi (S-O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kapasitas produksi tempe 	<p>Strategi (W-O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menjaga dan mempertahankan kualitas produk
<p>Ancaman (<i>Threats-T</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas bahan baku kurang konsisten 2. Harga bahan baku cenderung meningkat 3. Adanya negosiasi perluasan pasar yang merugikan 4. Adanya ijin dagang 	<p>Strategi (S-T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kualitas produk 	<p>Strategi (W-T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan pencatatan keuangan yang teratur

DIGITAL REPOSITORY UNIVERSITAS JEMBER

Lampiran J. Kuesioner

UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS PERTANIAN
PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

KUISIONER

JUDUL PENELITIAN : Trend Volume Penjualan Dan Strategi Bertahan Agroindustri Tempe “Sumber Mas Di Kecamatan Patrang Kabupaten Jember

LOKASI PENELITIAN : Kecamatan Patrang Kabupaten Jember

Pewawancara

Nama : Mutiara Ramdhanti
 Nim : 151510601027
 Hari/Tgl. Wawancara :

Identitas Responden

Nama :
 Umur :
 Pekerjaan :
 Pendidikan :
 Jumlah Anggota Keluarga :
 Dusun/Desa :
 Kecamatan :
 Kabupaten :

Responden

()

A. KONDISI UMUM AGROINDUSTRI TEMPE “SUMBER MAS”

1. Sejak kapan agroindustri tempe ini diusahakan?
.....
2. Apakah alasan Bapak/Ibu dalam memilih agroindustri tempe ini?
.....
3. Apa nama usaha agroindustri olahan tempe ini?
.....
4. Keberadaan agroindustri: a. Terdaftar b. Tidak terdaftar
.....
5. Apakah ada nama dagang dari produk tempe ini?
a. Ada b. Tidak ada
Jelaskan:
6. Apakah pemilihan lokasi agroindustri sudah dipertimbangkan?
a. Ya b. Tidak
Jelaskan:
7. Apakah lokasi usaha sudah strategis terhadap pasar dan bahan baku?
a. Ya b. Tidak
Jelaskan:
8. Apa saja pertimbangan yang dilakukan dalam menentukan lokasi usaha?
Jelaskan:
9. Bagaimana kondisi perkembangan agroindustri tempe sumber mas ini?
.....

B. PROSPEK PRODUK TEMPE AGROINDUSTRI “SUMBER MAS”

Faktor internal

a. Bahan Baku

1. Darimana asal bahan baku yang digunakan?
.....
2. Apa saja bahan baku yang digunakan selama proses produksi?
Jelaskan:
3. Apakah ada kualitas khusus untuk bahan baku yang digunakan?
a. Ada b. Tidak
Jelaskan:
4. Apakah pengadaan bahan baku hanya tergantung pada satu pemasok?
a. Ya b. Tidak

Jelaskan:
5. Apakah persediaan bahan baku bisa kontinyu?
a. Ya b. Tidak

Jelakan:.....

6. Apakah harga bahan baku tersebut selalu mengalami perubahan setiap waktu?

- a. Ya b. Kadang-kadang c. Tidak

Jelaskan:

7. Bagaimana sistem pembayaran pembelian bahan baku?

- a. Bayar dimuka b. Tunai c. Bayar dibelakang.

Jelaskan:

8. Siapakah penentu harga bahan baku tersebut?

- a. Penjual
b. Pembeli
c. Lainnya ()

Jelaskan:

9. Apakah terdapat kendala dalam pengadaan bahan baku?

- a. Ada b. Tidak ada

Jelaskan:

10. Apakah terdapat kendala dalam pengadaan bahan baku?

- a. Ada b. Tidak ada

Jelaskan:

b. Proses Produksi

1. Apa saja bahan baku yang digunakan dalam proses pengolahan tempe?

.....

2. Siklus produksi pengolahan tempe:

- a. Sepanjang tahun c. Musiman, bulans/d.....
b. Bulan tertentu d. Lainnya

3. Bagaimana proses pengolahan tempe?

.....

4. Berapa lama waktu yang dibutuhkan dalam satu kali proses pengolahan tempe?

.....

5. Berapa kapasitas yang dihasilkan dalam satu kali proses produksi?

.....
 6. Apa saja teknologi yang digunakan dalam proses prngolahan tempe?

.....
 7. Apa kendala yang sering dialam dalam proses pengolahan tempe?

.....
 8. Berapa banyak tempe yang dihasilkan dalam satu kali produksi?

.....
 9. Apakah terdapat penigkatan produksi setiap tahun dari produk tempe agroindustri ini?

.....
 10. Bagaimana cara yang dilakukan untuk meningkatkan produk tempe?

c. Penjualan dan Pemasaran

1. Bagaimana cara promosi agroindustri untuk mengenalkan produk-produk kepada masyarakat?

2. Apa saja informasi terkait produk yang diberikan saat mempromosikan tempe ini?

3. Dalam jenis dan bentuk apa saja produk tempe dipasarkan?

4. Berapa banyak produk yang dijual dari setiap produk tempe ini?

5. Bagaimana agroindustri menentukan harga dari produk tempe tersebut?

6. Bagaimana sistem pemasaran yang dilakukan?

- a. Penjualan langsung
- b. Sistem titip
- c. Lainnya

Jelaskan:

7. Kemana produk tempe ini dipasarkan?

- a. Wilayah lokal (desa atau kecamatan lokal)
- c. Pasar

- b.Kemitraan
- d. Lainnya

Jelaskan:

8. Bagaimana sistem penjualan terhadap produk yang belum terjual?
9. Bagaimana sistem pembayaran penjualan produk olahan tempe dari setiap konsumen atau lembaga pemasaran?
.....

10. Apakah ada pembeli tetap dalam memasarkan produk ini?
.....

11. Apa kendala yang dihadapi dalam proses pemasaran dan penjualan produk tempe ini?
.....

13. Bagaimana upaya yang dilakukan dalam mengatasi kendala tersebut?
.....

d. Pelayanan

1. Bagaimana langkah yang dilakukan agroindustri dalam menjaga kualitas produk?
.....

2. Apa keunggulan yang dimiliki produk tempe pada agroindustri ini daripada produk tempe dari agroindustri lain?
.....

3. Bagaimana sistem pengemasan produk di agroindustri ini?
.....

4. Bagaimana langkah yang dilakukan agroindustri dalam menarik daya beli konsumen terhadap produk?
.....

5. Bagaimana sistem pengemasan produk di agroindustri ini?
.....

e. Infrastruktur Perusahaan

1. Apa saja infrastruktur perusahaan yang mendukung agroindustri tempe?
.....

2. Bagaimana kondisi infrastruktur yang ada untuk mendukung agroindustri tempe?
.....
3. Apakah terdapat kendala terkait infrastruktur yang mendukung kegiatan agroindustri?
.....
4. Bagaimana upaya yang telah dilakukan ddalam mengatasi kendala yang terjadi?
.....

f. Tenaga Kerja

1. Berapa jumlah tenaga kerja yang digunakan pada agroindustri tempe ini?
.....
2. Bagaimana tahap rekrutmen tenaga kerja yang ada di agroindustri ini?
.....
3. Apabila menggunakan tenaga kerja luar keluarga, darimana asalnya?
 - a. Tenaga kerja dari desa setempat
 - b. Luar desa
 - c. Lainnya

Jelaskan
4. Apakah terdapat kendala dalam perekrutan dan keterampilan tenaga kerja?
.....
5. Bagaimana upaya yang dilakukan dalam mengatasi kendala tersebut?
.....
6. Apakah ada pelatihan untuk tenaga kerja di agroindustri ini?
.....
7. Dalam bentuk apa pelatihan yang diberikan kepada tenaga kerja agroindustri ini?
.....
8. Apa manfaat dari adanya pelatihan tenaga kerja di agroindustri ini?
.....
9. Berapa banyak tenaga kerja yang dibutuhkan dalam sekali produksi?
.....
10. Berapa lama waktu kerja dari tenaga kerja yang digunakan dalam sehari?

.....

11. Bagaimana sistem pengupahan yang diterapkan?

- a. Harian b. Borongan

Jelaskan

12. Berapa upah yang diterima tenaga kerja?

.....

12. Apakah upah tersebut sudah sesuai dengan UMR di Kabupaten Jember?

.....

13. Apakah ada reward yang diberikan agroindustri terhadap tenaga kerja?

.....

g. Teknologi

1. Apa saja teknologi yang digunakan selama proses produksi tempe hingga tahap pengemasan pada tempe?

.....

2. Darimana teknologi tersebut diperoleh?

.....

3. Apa manfaat setiap teknologi yang digunakan dalam agroindustri ini?

.....

h. Modal

1. Berasal darimana modal yang digunakan dalam agroindustri ini?

- a. Modal sendiri
- b. dana pinjaman dari Bank/Koperasi
- c. Lainnya

Jelaskan:

2. Apakah mengalami kesulitan dalam menyediakan modal usaha?

- a. Ya
- b. Tidak

Jelaskan:

3. Apakah dengan ukuran usaha yang dilakukan saat ini sudah menguntungkan?

- a. Ya
- b. Tidak

Jelaskan:

4. Apakah ada keinginan untuk mengembangkan usaha yang telah didirikan?
 - a. Ya
 - b. Tidak
 Jelaskan:

5. Apakah sudah melakukan pembukuan keuangan usaha secara teratur?
 - a. Sudah
 - b. Belum
 Jelaskan:

Faktor eksternal

a. Persaingan

1. Bagaimana upaya untuk mengetahui informasi harga pasar produk tempe?
 - a. Antar petani
 - b. Pedagang/tengkulak
 - c. Lainnya
 Jelaskan:

b. Peran Kelembagaan

1. Bagaimana peran kelembagaan formal (koperasi, dinas terkait) dalam kegiatan usaha Bapak/Ibu?
 - a. Membantu
 - b. Tidak membantu
 Jelaskan:

2. Bagaimana dukungan lembaga nonformal (LSM, Perhimpunan, dsb) terhadap perkembangan produk tempe?
 - a. Mendukung
 - b. Tidak mendukung
 Jelaskan:

3. Apakah ada kerja sama dengan pihak swasta dalam usaha pengembangan produk tempe?
 - a. Ada
 - b. Tidak ada
 Jelaskan:

c. Kebijakan Pemerintah

1. Pernahkah mendapat bantuan dan pembinaan dari pemerintah ataupun lembaga formal lainnya?
 - a. Pernah

b. Tidak pernah

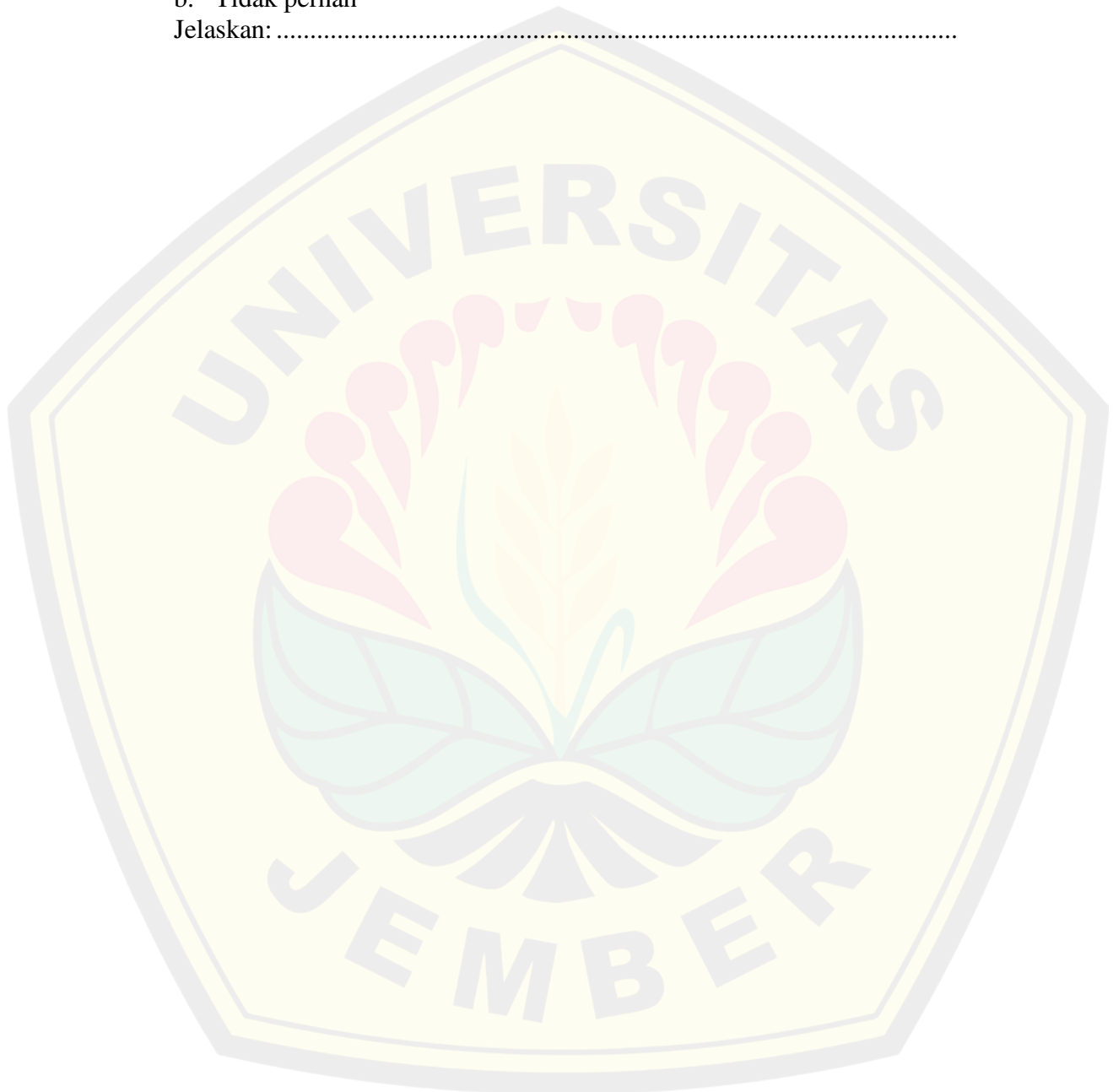
Jelaskan:

2. Pernahkah pemerintah memberikan penyuluhan atau pelatihan dalam mengembangkan produk tempe?

a. Pernah

b. Tidak pernah

Jelaskan:



KUESIONER MATRIKS SWOT

Uraian Faktor-Faktor Internal dan Eksternal	Bobot	Rating	Skor
1. Kekuatan <ul style="list-style-type: none"> • Kualitas tempe • Penggunaan kedelai berkualitas • Harga merakyat • Bebas dari bahan kimia yang berbahaya • Memahami selera konsumen 			
2. Kelemahan <ul style="list-style-type: none"> • Memiliki banyak pesaing • Produk hanya bertahan dalam 3 hari dalam suhu ruang • Kurangnya pencatatan keuangan • Proses produksi tergolong manual • Jumlah tenaga kerja terbatas 			
Total skor faktor kekuatan-kelemahan			
3. Peluang <ul style="list-style-type: none"> • Tingginya permintaan pasar • Kemudahan memperoleh bahan baku • Penggunaan teknologi modern • Adanya kerjasama pemerintah 			
4. Ancaman <ul style="list-style-type: none"> • Kualitas bahan baku kurang konsisten • Harga bahan baku cenderung meningkat • Adanya negosiasi perluasan pasar yang merugikan • Adanya ijin dagang 			
Total skor faktor peluang-ancaman			

DOKUMENTASI



