



**ANALISIS EFISIENSI, NILAI TAMBAH, SALURAN PEMASARAN,
SERTA STRATEGI PENGEMBANGAN PADA
AGROINDUSTRI TAHU TAKWA
DI KOTA KEDIRI**

SKRIPSI

Oleh:

**Rahardian Dwi Pratomo
NIM 101510601090**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS JEMBER
2015**



**ANALISIS EFISIENSI, NILAI TAMBAH, SALURAN PEMASARAN,
SERTA STRATEGI PENGEMBANGAN PADA
AGROINDUSTRI TAHU TAKWA
DI KOTA KEDIRI**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Persyaratan untuk Menyelesaikan Program
Sarjana pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Jember

Oleh:

Rahardian Dwi Pratomo
NIM 101510601090

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS JEMBER
2015**

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur, karya tulis ini ingin kupersembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Ir. Kushartono, SP. dan Ibu Jujuk Tri Wuriandani, yang telah melimpahkan kasih sayang, dorongan, nasihat dan untaian doa yang tiada henti terucap mengiringi setiap langkah untuk keberhasilanku
2. Guru-guruku sejak Taman Kanak-kanak hingga Perguruan Tinggi, yang telah memberikan ilmu dan membimbing dengan penuh kesabaran
3. Almamater yang kubanggakan, Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jember

MOTO

Waktu lebih berharga daripada uang. Anda bisa meraih uang lebih, tetapi Anda tidak bisa meraih tambahan waktu
(Jim Rohn)

Allah tidak akan membebani seseorang itu melainkan sesuai dengan kesanggupannya
(QS Al- Baqarah: 286)

Anda tidak akan pernah menang jika Anda tidak pernah memulai
(Helen Rowland)

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rahardian Dwi Pratomo

NIM : 101510601090

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Karya Ilmiah Tertulis berjudul “Analisis Efisiensi, Nilai Tambah, Saluran Pemasaran, serta Strategi Pengembangan pada Agroindustri Tahu Takwa di Kota Kediri” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan dan data sekunder jika disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 20 Mei 2015
yang menyatakan,

Rahardian Dwi Pratomo
NIM 101510601090

SKRIPSI

**ANALISIS EFISIENSI, NILAI TAMBAH, SALURAN PEMASARAN,
SERTA STRATEGI PENGEMBANGAN PADA
AGROINDUSTRI TAHU TAKWA
DI KOTA KEDIRI**

Oleh:

Rahardian Dwi Pratomo
NIM. 101510601090

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama : Prof. Dr. Ir. Yuli Hariyati. MS.
NIP 196107151985032002

Dosen Pembimbing Anggota : Dr. Ir. Jani Januar, MT.
NIP 195901021988031002

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “**Analisis Efisiensi, Nilai Tambah, Saluran Pemasaran, serta Strategi Pengembangan pada Agroindustri Tahu Takwa di Kota Kediri**” telah diuji dan disahkan pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 20 Mei 2015

Tempat : Fakultas Pertanian Universitas Jember

Dosen Pembimbing Utama,

Prof. Dr. Ir. Yuli Hariyati, MS.
NIP 196107151985032002

Dosen Pembimbing Anggota,

Dr. Ir. Jani Januar, MT.
NIP 195901021988031002

Penguji,

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

Mengesahkan
Dekan,

Dr. Ir. Jani Januar, MT.
NIP 195901021988031002

RINGKASAN

Analisis Efisiensi, Nilai Tambah, Saluran Pemasaran, serta Strategi Pengembangan pada Agroindustri Tahu Takwa di Kota Kediri, Rahardian Dwi Pratomo, 101510601090, Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Jember.

Peningkatan kontribusi agroindustri dalam pembangunan nasional terutama dilaksanakan melalui peningkatan produktivitas yang berorientasi pada perluasan kesempatan kerja, peningkatan nilai tambah, efisiensi usaha dan peningkatan pendapatan usaha agroindustri. Industri Tahu Takwa Kota Kediri termasuk ke dalam golongan IKM (Industri Kecil Menengah). IKM memainkan peran yang semakin konkret terhadap pembangunan daerah dan pertumbuhan ekonomi Kota Kediri. Seiring berkembangnya jaman, industri-industri tahu di Kota Kediri semakin menjamur. Hal tersebut yang membuat persaingan dalam bisnis industri ini semakin ketat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) tingkat efisiensi produksi yang dilakukan oleh Agroindustri Tahu Takwa dengan skala produksi yang berbeda, (2) nilai tambah kedelai pada Agroindustri Tahu Takwa dengan skala produksi yang berbeda, (3) mengidentifikasi pola saluran pemasaran yang dilakukan Agroindustri Tahu Takwa dengan skala produksi yang berbeda, dan (4) strategi pengembangan pada Agroindustri Tahu Takwa dengan skala produksi yang berbeda.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan metode analitis. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah agroindustri tahu takwa di Kota Kediri Provinsi Jawa Timur. Terdapat 27 Agroindustri Tahu Takwa yang terdapat di Kota Kediri berupa industri kecil menengah (IKM). Berdasarkan metode *purposive sampling* dan kondisi lapang tempat penelitian didapat 3 Agroindustri Tahu Takwa dengan skala produksi yang berbeda. Hal tersebut dikarenakan banyak hal sehingga pihak produsen tertutup dengan masyarakat luas maupun pemerintah. Untuk saluran pemasaran dalam penelitian ini digunakan metode *Snowball sampling*.

Hasil analisis menunjukkan bahwa: (1) Penggunaan biaya produksi pada 3 sampel Agroindustri Tahu Takwa dengan skala produksi yang berbeda adalah efisien, karena nilai R/C ratio lebih besar dari 1. (2) Nilai tambah yang didapat pada 3 sampel Agroindustri Tahu Takwa dengan skala produksi yang berbeda, terbesar diterima oleh Agroindustri soponyono dengan nilai tambah sebesar Rp 7.723,70/kg, kemudian Agroindustri Mikimos dengan nilai tambah sebesar Rp 6.690,00/kg, dan Agroindustri LTT dengan nilai tambah sebesar Rp 4.354,92/kg. Nilai tersebut merupakan nilai yang didapat dalam satu kali produksi Tahu Takwa. (3) Saluran pemasaran yang dilakukan oleh ketiga sampel Agroindustri Tahu Takwa dengan skala produksi yang berbeda masih sangat sederhana, dan (4) Posisi ketiga sampel Agroindustri Tahu Takwa dengan skala produksi yang berbeda berada pada daerah *White area* pada matriks posisi kompetitif relatif dan berada pada kuadran V (pertumbuhan/stabilitas) pada matriks internal eksternal sehingga layak untuk dikembangkan. Strategi pengembangan yang dapat dilakukan oleh sampel Agroindustri Tahu Takwa tersebut adalah strategi S(Strengths)-O(Opportunities). Strategi S-O adalah strategi yang digunakan dengan memaksimalkan kekuatan dan peluang yang dimiliki oleh Agroindustri Tahu Takwa. Strategi yang dapat digunakan adalah menjaga kualitas produk, melakukan pengembangan usaha, dan meningkatkan promosi.

SUMMARY

Analysis of Efficiency, Value-Added, Marketing Channel, and Development Strategy of “Tahu Takwa” Agroindustry in Kediri, Rahardian Dwi Pratomo, 101510601090, Department of Social Economics Faculty of Agriculture, University of Jember.

The increasing of agroindustry contribution in national development is mainly conducted through increased productivity which is oriented to broaden employment opportunities, the increased value-added business efficiency and the increasing of agroindustry income. Kediri “Tahu Takwa” Industry is categorized as SME (Small and Medium Enterprises). SME plays a more concrete role toward regional development and economical growth of Kediri. As time goes by, “Tahu Takwa” industry in Kediri is mushrooming. It is the reason why the competition is getting harder in this industry.

This research is aimed to know: (1) the level of product efficiency which is conducted by “Tahu Takwa” Agroindustry with different scale of production (2) value-added of soya on “Tahu Takwa” Agroindustry with different scale of production (3) identify the marketing channel pattern which is conducted on “Tahu Takwa” Agroindustry with different scale of production (4) development strategy on Tahu Takwa Agroindustry with different scale of production.

The research methodology of this research is descriptive and analytical method. The population of this research is “Tahu Takwa” Agroindustries in Kediri East Java. Twenty seven of “Tahu Takwa” Agroindustries in Kediri are SME (Small and Medium Enterprises). Based on purposive sampling method and the condition of research location, it is found that there are 3 “Tahu Takwa” Agroindustries with different scale of production. There are many complicated things which make the producers are not open to the common people or government. For marketing channel, snowball sampling is used as the method in this research.

The research result shows that: (1) the use of production cost on three samples of “Tahu Takwa” Agroindustry with different scale of production is efficient. It is because the value of R/C ratio is bigger than 1. (2) Additional value

which is achieved from three “Tahu Takwa” Agroindustry samples with different scale of production, the biggest is accepted by Soponyono Agroindustry with value-added Rp 7.723,70/kg, then Mikimos Agroindustry with Rp 6.690,00/kg and the last LTT Agroindustry Rp 4.354,92/kg. The amount is resulted from once “Tahu Takwa” production. (3) the marketing channel conducted by the three samples of “Tahu Takwa” Agroindustry with different scale of production is very simple, and (4) the position of the 3 samples is on White Area of competitive and relative position matrix and on V Quadrant (the growth/stability) on internal and external matrix so it deserves to be developed. The developing strategy which can be done by the “Tahu Takwa” Agroindustry samples is S(Strengths)-O(Opportunities). S-O strategy is a strategy used to maximize the power and opportunity of “Tahu Takwa” Agroindustry. The strategy which can be done is keeping the product quality, doing business expansion and improving the promotion.

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulisan Karya Ilmiah Tertulis yang berjudul “Analisis Efisiensi, Nilai Tambah, Saluran Pemasaran, serta Strategi Pengembangan pada Agroindustri Tahu Takwa di Kota Kediri” dapat terselesaikan. Karya ilmiah tertulis ini diajukan sebagai salah satu syarat menyelesaikan studi Sarjana Strata 1 (S-1), Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Program Studi Agribisnis pada Fakultas Pertanian Universitas Jember.

Penyusunan karya ilmiah tertulis ini tidak lepas dari bantuan banyak pihak. Oleh karena itu, penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan rasa terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Dr. Ir. Jani Januar, MT., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Jember,
2. Dr. Ir. Joni Murti Mulyo Aji, M. Rur. M., selaku Ketua Program Studi Agribisnis, Dosen Pembimbing Akademik, dan Dosen Penguji yang telah memberikan bimbingan dan nasihat, tidak hanya dalam menyelesaikan karya ilmiah ini, namun juga selama masa studi.
3. Prof. Dr. Ir. Yuli Hariyati. MS. selaku Dosen Pembimbing Utama dan Dr. Ir. Jani Januar, MT.; selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah meluangkan waktu dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan memberikan semangat sehingga penulis mampu menyelesaikan karya ilmiah ini.
4. Pemerintah Kota Kediri, khususnya Dinas Perindustrian, Perdagangan, Pertambangan dan Energi (DISPERINDAGTAMBEN) Kota Kediri atas bantuan yang diberikan dalam pencarian informasi yang mendukung karya ilmiah ini.
5. Bapak Ruddy Setijo selaku ketua Asosiasi Pengusaha Tahu (APETA) Kota Kediri beserta anggota yang berkenan memberikan informasi yang mendukung penyelesaian karya ilmiah ini.

6. Kedua orang tuaku tersayang, Bapak Ir. Kushartono, SP. dan Ibu Jujuk Tri Wuriandani, kakakku Febry Eka Rianto, SE.; serta adikku Octavian Tri Kusuma yang memberikan motivasi, kepercayaan, doa, dan dukungan yang tanpa henti hingga terselesaikannya karya tulis ini.
7. Teman terbaikku, Laksmianindya Ririezka Pratianingrum, SP.; yang selalu menemani, memberi semangat, bantuan, dan doa hingga akhir masa studi.
8. Sahabat-sahabatku, Egi Firyanto, SE.; David Dwi C, SP.; Angga Wijaya, SP.; Septian Maulana P, Deny Afiansyah, Agung Prasetio, Andy Rosdianto dan masih banyak lainnya yang tidak bisa saya sebutkan, terima kasih atas kebersamaan, persahabatan, semangat, doa, bantuan dan perhatiannya selama masa studi.
9. Dulur-dulur Agribisnis angkatan 2010 Fakultas Pertanian Universitas Jember atas dukungan dan semangatnya.
10. Pihak-pihak yang telah membantu terselesaikannya karya ilmiah tertulis ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa karya ilmiah tertulis ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu diharapkan adanya kritik dan saran yang membangun dari semua pihak demi kesempurnaan tulisan ini. Semoga karya ilmiah tertulis ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Jember, Mei 2015

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	ii
MOTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PEMBIMBING.....	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
RINGKASAN.....	vii
SUMMARY.....	ix
PRAKATA	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB 1. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Permasalahan.....	7
1.3. Tujuan dan Manfaat	7
1.3.1. Tujuan.....	7
1.3.2. Manfaat.....	7
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Penelitian Terdahulu.....	8
2.2. Kacang Kedelai.....	10
2.3. Agroindustri	11
2.4. Proses Pembuatan Tahu.....	13
2.5. Dasar Teori	14
2.5.1. Teori Pendapatan	14
2.5.2. Analisis Rasio R/C	16

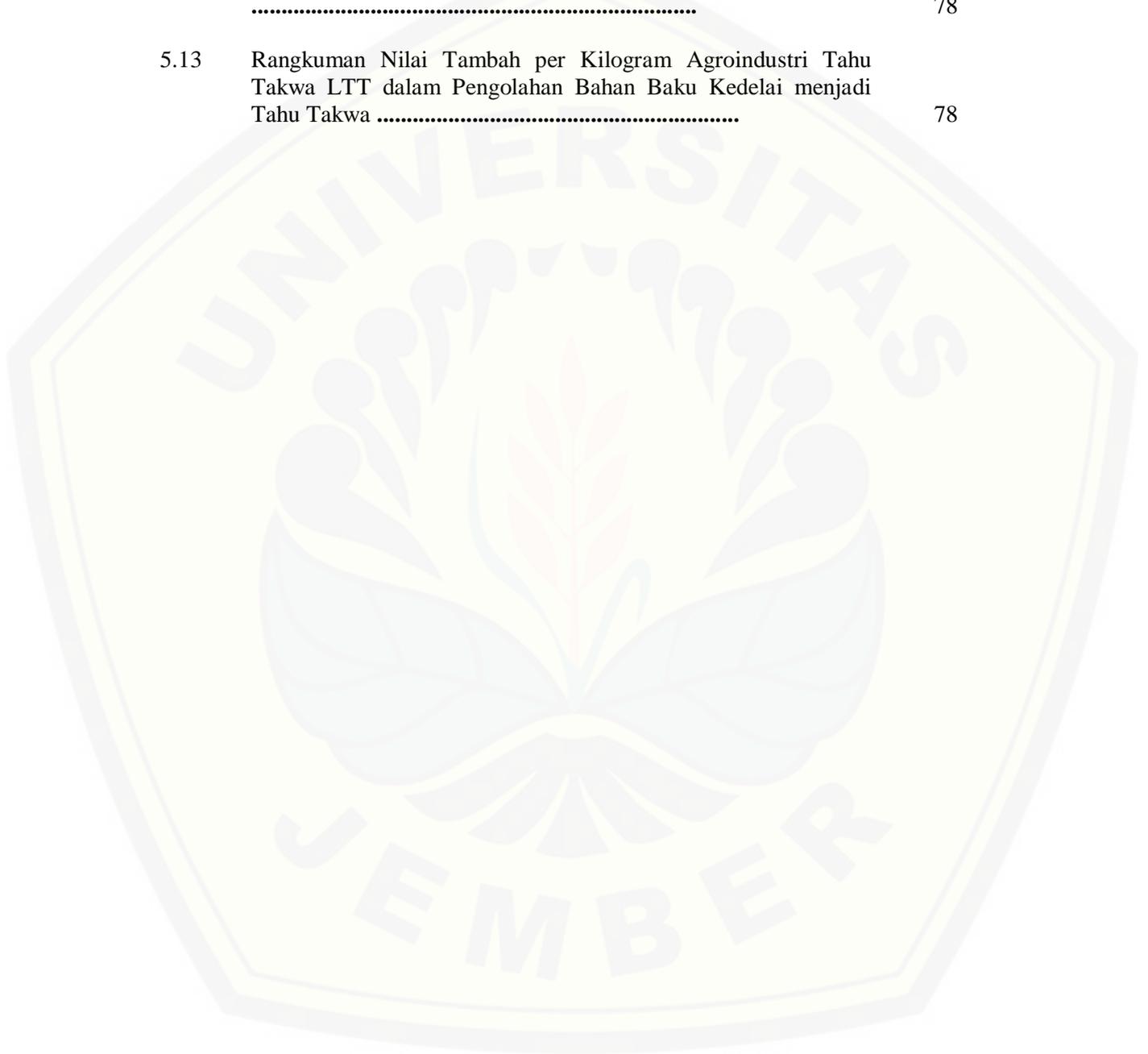
2.5.3. Teori Nilai Tambah	16
2.5.4. Teori Pemasaran	18
2.5.5. Teori SWOT	19
2.6. Kerangka Pemikiran	21
BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1. Metode Penentuan Daerah Penelitian	27
3.2. Metode Penelitian	27
3.3. Metode Pengambilan Contoh.....	27
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	28
3.5. Metode Analisis Data.....	28
3.6. Definisi Operasional	34
BAB 4. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN	36
4.1. Keadaan Geografis Kota Kediri	36
4.2. Kondisi Penduduk Kota Kediri	37
4.3. Potensi Kota Kediri	37
4.3.1. Potensi Kegiatan Pertanian Kota Kediri.....	37
4.3.2. Potensi Kegiatan Industri Kota Kediri	39
4.4. Agroindustri Tahu Takwa Kota Kediri	40
4.5. Agroindustri Tahu Takwa Mikimos	41
4.6. Agroindustri Tahu Takwa Sponyono	42
4.7. Agroindustri Tahu Takwa Liem Tien Tin (LTT)	42
BAB 5. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	43
5.1. Tingkat Efisiensi pada Agroindustri Tahu Takwa di Kota Kediri	44
5.1.1. Tingkat Efisiensi pada Agroindustri Tahu Takwa Mikimos	45
5.1.2. Tingkat Efisiensi pada Agroindustri Tahu Takwa Sponyono	47

5.1.3. Tingkat Efisiensi pada Agroindustri Tahu Takwa Mikimos	50
5.2. Nilai Tambah pada Agroindustri Tahu Takwa di Kota Kediri	52
5.2.1. Nilai Tambah pada Agroindustri Tahu Takwa Mikimos	53
5.2.2. Nilai Tambah pada Agroindustri Tahu Takwa Sopenyono	54
5.2.3. Nilai Tambah pada Agroindustri Tahu Takwa LTT	55
5.3. Saluran Pemasaran pada Agroindustri Tahu Takwa di Kota Kediri	57
5.4. Strategi Pengembangan Agroindustri Tahu Takwa di Kota Kediri	59
5.4.1. Analisis Faktor Strategis Internal dan Eksternal Agroindustri Tahu Takwa	59
5.4.2. Analisis Matriks Posisi Kompetitif Relatif	66
5.4.3. Matriks Internal Eksternal	70
5.5. Rangkuman Pembahasan	78
BAB 6. SIMPULAN DAN SARAN.....	80
6.1. Simpulan	80
6.2. Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	84
KUISIONER	105
DOKUMENTASI.....	111

DAFTAR TABEL

	Halaman
1.1	Pertumbuhan IKM di Kota Kediri 4
1.2	Unit Usaha IKM di Kota Kediri 5
3.1	Analisis Faktor Internal (IFAS) 31
3.2	Analisis Faktor Eksternal (EFAS) 31
4.1	Luas Wilayah Kota Kediri Berdasarkan Kecamatan..... 36
4.2	Kependudukan Kota Kediri Berdasarkan Jenis Kelamin 37
4.3	Potensi Sektor Pertanian Kota Kediri 38
4.4	Sektor Perindustrian Kota Kediri Tahun 2011 39
5.1	Volume Produksi, Total Penerimaan, Total Biaya, Pendapatan Bersih, dan Efisiensi Produksi pada Agroindustri Tahu Takwa Mikimos 45
5.2	Volume Produksi, Total Penerimaan, Total Biaya, Pendapatan Bersih, dan Efisiensi Produksi pada Agroindustri Tahu Takwa Sopynyono 48
5.3	Volume Produksi, Total Penerimaan, Total Biaya, Pendapatan Bersih, dan Efisiensi Produksi pada Agroindustri Tahu Takwa LTT 50
5.4	Nilai Tambah per Kilogram Agroindustri Tahu Takwa Mikimos dalam Pengolahan Bahan Baku Kedelai menjadi Tahu Takwa 53
5.5	Nilai Tambah per Kilogram Agroindustri Tahu Takwa Sopynyono dalam Pengolahan Bahan Baku Kedelai menjadi Tahu Takwa 54
5.6	Nilai Tambah per Kilogram Agroindustri Tahu Takwa LTT dalam Pengolahan Bahan Baku Kedelai menjadi Tahu Takwa 56
5.7	Analisis Faktor Strategis Internal Agroindustri Tahu Takwa di Kota Kediri 60
5.8	Analisis Faktor Strategis Eksternal Agroindustri Tahu Takwa di Kota Kediri 61
5.9	Analisis Skor IFAS dan EFAS dari Agroindustri Tahu Takwa Mikimos 66
5.10	Analisis Skor IFAS dan EFAS dari Agroindustri Tahu Takwa 68

Soponyono	
5.11 Analisis Skor IFAS dan EFAS dari Agroindustri Tahu Takwa LTT	69
5.12 Rangkuman Efisiensi Produksi pada Agroindustri Tahu Takwa dalam Pengolahan Bahan Baku Kedelai menjadi Tahu Takwa	78
5.13 Rangkuman Nilai Tambah per Kilogram Agroindustri Tahu Takwa LTT dalam Pengolahan Bahan Baku Kedelai menjadi Tahu Takwa	78



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Pola Pemasaran Tahu Takwa	10
2.2 Kurva Biaya Total	14
2.3 Pemasaran Komoditas Non-Pertanian dan Pertanian.....	19
2.4 Kuadran Analisis SWOT.....	20
2.5 Skema Kerangka Pemikiran	25
3.1 Matriks Posisi Kompetitif Relatif	32
3.2 Matriks Internal-Eksternal	33
3.3 Matriks SWOT	33
5.1 Saluran Pemasaran Produk Tahu Takwa di Kota Kediri	58
5.2 Matriks Posisi Kompetitif Relatif Agroindustri Tahu Takwa Mikimos	67
5.3 Matriks Posisi Kompetitif Relatif Agroindustri Tahu Takwa Sopyono	68
5.4 Matriks Posisi Kompetitif Relatif Agroindustri Tahu Takwa LTT	70
5.5 Matriks Internal Eksternal Agroindustri Tahu Takwa Mikimos	71
5.6 Matriks Internal Eksternal Agroindustri Tahu Takwa Sopyono	72
5.7 Matriks Internal Eksternal Agroindustri Tahu Takwa LTT	73
5.8 Rancangan dan Alternatif Strategi Agroindustri Tahu Takwa di Kota Kediri	76

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
A. Identitas Responden	84
B. Nilai Investasi Peralatan Agroindustri Mikimos	85
C. Nilai Investasi Peralatan Agroindustri Soponyono	86
D. Nilai Investasi Peralatan Agroindustri LTT	87
E. Biaya Penyusutan Peralatan Agroindustri Tahu Takwa (TFC)	88
F. Biaya Bahan Baku Agroindustri Tahu Takwa	89
G. Biaya Tenaga Kerja Agroindustri Tahu Takwa	90
H. Biaya Lain-Lain Agroindustri Tahu Takwa	91
I. Total Biaya Variabel (TVC) Agroindustri Tahu Takwa	92
J. Total Biaya (TC)	93
K. Penerimaan Agroindustri Tahu Takwa	94
L. Pendapatan Agroindustri Tahu Takwa	95
M. Nilai Tambah Agroindustri Tahu Takwa Mikimos	96
N. Nilai Tambah Agroindustri Tahu Takwa Soponyono	97
O. Nilai Tambah Agroindustri Tahu Takwa LTT	98
P. Analisis SWOT Agroindustri Tahu Takwa Mikimos	99
Q. Analisis SWOT Agroindustri Tahu Takwa Soponyono	101
R. Analisis SWOT Agroindustri Tahu Takwa LTT	103

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Permasalahan

Pertanian adalah suatu jenis kegiatan produksi yang berlandaskan proses pertumbuhan dari tumbuh-tumbuhan dan hewan. Pertanian dalam arti sempit dinamakan pertanian rakyat sedangkan pertanian dalam arti luas meliputi pertanian dalam arti sempit, kehutanan, peternakan, dan perikanan. Semuanya itu merupakan suatu hal yang penting. Secara garis besar, pengertian pertanian dapat diringkas menjadi: (1) proses produksi; (2) petani atau pengusaha; (3) tanah tempat usaha; (4) usaha pertanian (*farm business*). Pertanian dapat diberi arti terbatas dan arti luas. Pertanian arti terbatas, ialah pengelolaan tanaman dan lingkungannya agar memberikan suatu produk, sedangkan dalam arti luas pertanian ialah pengolahan tanaman, ternak, dan ikan agar memberikan suatu produk. Pertanian yang baik ialah pertanian yang dapat memberikan produk baik dari tanaman, ternak, atau ikan tersebut dibiarkan hidup secara alami. Ilmu pertanian ialah ilmu yang mempelajari bagaimana mengelola tanaman, ternak, ikan dan lingkungannya agar memberikan hasil yang semaksimal mungkin. Ilmu pertanian sekarang sudah berkembang menjadi ilmu pertanian yang sangat luas tidak hanya mempelajari pengelolaan tanaman. Ilmu peternakan tidak hanya mempelajari pengelolaan ternak dan ilmu perikanan tidak hanya mempelajari pengelolaan ikan dan hewan air lainnya. Ketiga ilmu tersebut termasuk ilmu pertanian dalam arti luas sedangkan ilmu yang hanya mempelajari pengelolaan tanaman termasuk ilmu pertanian dalam arti terbatas, dan yang terakhir itulah yang biasa disebut ilmu pertanian (Soetrisno dkk, 2002).

Sektor pertanian memegang peranan penting dari keseluruhan sistem perekonomian Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari sebagian besar penduduk yang hidup atau bekerja pada sektor pertanian. Potensi kekayaan alam yang melimpah sangat mendukung keberhasilan pelaksanaan pembangunan sektor pertanian. Menurut Sutawi (2002), pemilihan sektor pertanian sebagai andalan pembangunan nasional setidaknya didukung oleh beberapa alasan. Alasan pertama, sebagian besar penduduk Indonesia masih hidup di sektor pertanian atau menggantungkan

kehidupannya dari kegiatan yang secara langsung atau tidak langsung memiliki kaitan dengan kegiatan sektor pertanian. Kedua, Indonesia masih menghadapi masalah pangan, baik untuk masa sekarang maupun masa mendatang. Ketiga, besarnya sumbangan sektor pertanian bagi pengembangan sektor industri.

Pembangunan pertanian di Indonesia menempati prioritas utama dan menjadi sektor utama dalam pembangunan ekonomi nasional. Kedudukan sektor pertanian dalam pembangunan ekonomi nasional adalah cukup nyata, dilihat dari proporsinya terhadap pendapatan nasional. Selain kontribusinya melalui pendapatan nasional, peran sektor pertanian dalam pembangunan nasional adalah sangat luas antara lain sebagai sektor penyerap tenaga kerja terbesar, sebagai sentra penyedia bahan pangan penduduk dan penganekaragaman makanan. Sejalan dengan peranan tersebut maka pembangunan pertanian harus dilaksanakan dengan paradigma baru yaitu peningkatan kualitas dan profesionalitas sumber daya manusia tani sebagai pelaku aktif pembangunan pertanian serta adanya optimalisasi pemanfaatan sumber daya alam dan teknologi yang murah, sederhana, efektif, disertai dengan penataan dan pengembangan kelembagaan pertanian di pedesaan (Wibowo, 2000).

Salah satu tanaman pangan yang sering dibudidayakan dan digemari di Indonesia setelah tanaman pokok beras dan jagung adalah tanaman kedelai. Menurut Rukmana dkk (2003), kedelai atau kacang kedelai merupakan tanaman “polong” yang tersusun dalam rangkaian buah. Bagian yang paling penting dari tanaman kedelai adalah bijinya. Biji kedelai dapat diolah menjadi berbagai macam jenis makanan, seperti tahu, tempe, tauco, kecap, dan susu sari kedelai. Alasan utama kedelai diminati oleh masyarakat luas adalah karena dalam biji kedelai terkandung gizi yang tinggi, terutama kadar protein nabati. Kedelai juga berkhasiat sebagai obat beberapa jenis penyakit. Hasil penelitian di Inggris menunjukkan bahwa kedelai berkhasiat pencegah kanker dan jantung koroner.

Kedelai merupakan tanaman palawija yang kaya akan protein sebagai sumber protein nabati untuk peningkatan gizi dan mengatasi penyakit kurang gizi. Bagi Indonesia, kedelai termasuk komoditas pangan yang penting. Saat ini tanaman kedelai merupakan salah satu bahan pangan yang penting setelah beras.

Kedelai digunakan sebagai bahan pakan dan industri olahan, namun karena hampir 90 % kedelai digunakan sebagai bahan pangan, maka ketersediaan kedelai menjadi faktor yang cukup penting. Perkembangan manfaat kedelai di samping sebagai sumber protein, makanan berbahan kedelai juga dapat mencegah berbagai penyakit. Oleh karena itu, proyeksi kebutuhan kedelai di masa mendatang akan meningkat seiring dengan kesadaran masyarakat tentang makanan sehat. Produk kedelai sebagai bahan olahan pangan berpotensi dan berperan dalam menumbuhkembangkan industri kecil menengah bahkan sebagai komoditas ekspor (Anonymous, 2004).

Tahu merupakan salah satu makanan yang memanfaatkan kedelai sebagai bahan baku utama pembuatannya. Tahu pertama kali dibuat oleh masyarakat Thionghoa di daratan Cina. Tahu sudah dikenal oleh masyarakat Thionghoa sejak 2200 tahun yang lalu, tepatnya sejak Dinasti Han memegang kekuasaan. Oleh karena itu tahu selalu identik dengan masyarakat Thionghoa. Pembuatan tahu pertama kali diperkenalkan oleh para pedagang dan imigran Cina yang datang dan menetap di Indonesia. Sebelum populer di Asia Tenggara, tahu terlebih dahulu menyebar ke Jepang dan dikenal dengan nama *tofu*. Karena prosesnya yang mudah dan bahan-bahannya yang murah, tahu kemudian dibuat oleh masyarakat Indonesia. Makanan ini pun digemari oleh seluruh lapisan masyarakat, dari masyarakat nelayan dipinggir pantai sampai petani di lereng gunung. Bahkan, di hotel bintang lima sekalipun tahu menjadi menu yang tersedia. Tahu juga memiliki banyak ragam, misalnya tahu putih, tahu coklat, tahu putih yang sudah digoreng, tahu bandung, tahu kediri, tahu sumedang, tahu cina, dan tahu pong dari Semarang (Redaksi Agromedia, 2010).

Pembangunan agroindustri merupakan bagian integral dari pembangunan nasional yang bertujuan untuk mewujudkan masyarakat adil dan makmur baik material maupun spiritual. Peningkatan kontribusi agroindustri dalam pembangunan nasional terutama dilaksanakan melalui peningkatan produktivitas yang berorientasi pada perluasan kesempatan kerja, peningkatan nilai tambah, efisiensi usaha dan peningkatan pendapatan usaha agroindustri. Salah satu strategi

yang ditempuh dalam rangka memajukan agroindustri adalah meningkatkan pendapatan dan taraf hidup petani dan nelayan (Soekartawi, 2000).

Kota Kediri merupakan salah satu kota di Provinsi Jawa Timur. Selain terkenal sebagai kota penghasil rokok di Indonesia, Kota Kediri juga terkenal dengan julukan kota tahu. Hal tersebut dikarenakan Kota Kediri menjadikan tahu sebagai makanan khas yang berasal dari kota tersebut. Tahu kuning adalah makanan yang dibuat dari kacang kedelai yang difermentasikan dan diambil sarinya. Tahu yang dihasilkan memiliki ciri khas yang berbeda dari tahu pada umumnya. Ciri yang umum yaitu tahu kediri memiliki bentuk dan ukuran yang lebih besar dan padat dibandingkan dengan tahu pada umumnya.

Industri Tahu Takwa Kota Kediri termasuk ke dalam golongan IKM (Industri Kecil Menengah). IKM memainkan peran yang semakin konkret terhadap pembangunan daerah dan pertumbuhan ekonomi Kota Kediri. Terbukti bahwa jumlah unit usaha dan daya serap tenaga kerja menunjukkan *trend* positif dari tahun ke tahun. Pertumbuhan IKM secara umum di Kota Kediri dalam enam tahun terakhir dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1.1 Pertumbuhan IKM di Kota Kediri

No.	Tahun	Jumlah Unit Usaha	Nilai Produksi (Rp)*	Jml. Tenaga Kerja (Orang)
1.	2006	448	354.618	5.084
2.	2007	469	364.072	5.222
3.	2008	476	366.069	5.265
4.	2009	505	381.865	5.402
5.	2010	528	403.347	5.560
6.	2011	560	437.339	5.825

*) dalam juta

Sumber : Disperindagtamben Kota Kediri, 2011

Berdasarkan tabel 1.1 diatas dapat dilihat jumlah unit usaha IKM di Kota Kediri dari tahun 2006 sampai 2011 mengalami peningkatan. Tahun 2006 jumlah unit usaha IKM yaitu sebesar 448 unit dan pada tahun 2011 mencapai 560 unit. Hal tersebut menunjukkan pada rentang waktu tahun 2006-2011 terjadi peningkatan jumlah unit usaha sebesar 122 unit atau kurang lebih sebesar 22%. Selain terjadi peningkatan jumlah unit usaha, terjadi pula peningkatan jumlah nilai

produksi yang semula sebesar 354.616.000 pada tahun 2006, menjadi 437.339.000 pada tahun 2011. Hal tersebut menunjukkan peningkatan nilai produksi sebesar Rp. 82.723.000 atau sebesar 19%. Peningkatan jumlah unit usaha IKM yang terjadi pada tahun 2006-2011 di Kota Kediri akan berdampak pada penyerapan jumlah tenaga kerja sebesar 12,72%.

Unit IKM di Kota Kediri sebagian besar bergerak dalam produksi makanan dan pengolahan hasil pertanian. Hal ini dikarenakan wilayah-wilayah penyangga disekitar Kota Kediri merupakan penghasil berbagai komoditas pertanian sehingga banyak pihak yang melihatnya sebagai peluang usaha yang prospektif dan kemudian diolah menjadi produk yang memiliki nilai tambah, bahkan beberapa diantaranya telah berhasil memasarkan produknya menembus pasar internasional. Berikut adalah beberapa unit usaha IKM yang ada di Kota Kediri.

Tabel 1.2 Unit Usaha IKM di Kota Kediri

No	Jenis Usaha	Jumlah Unit Usaha	Volume Produksi	Nilai Produksi (Rp. 000)	Jumlah Tenaga Kerja
1	Emping Mlinjo	21	22500	450000	27
2	Makanan Olahan atau Roti	50	1.022.295	1.600.350	105
3	Jamu	61	380.700	596.122	75
4	Krupuk	45	1.031.751	2.523.050	133
5	Kue	81	7.677.500	1.739.300	192
6	Tahu	121	32.311.300	7.159.678	279
7	Tempe	32	206.318	1.455.000	83

Sumber: Disperindagtamben Kota Kediri, 2013

Berdasarkan tabel 1.2 diatas dapat dilihat bahwa sektor industri tahu memiliki jumlah unit usaha terbanyak dibandingkan unit usaha yang lain. Selain itu, jumlah unit usaha yang bergerak di sektor industri tahu lebih banyak dibandingkan dengan unit usaha yang lain maka usaha tahu ini dapat menghasilkan volume produksi dan nilai produksi yang lebih besar pula. Unit usaha tahu ini pun mampu menyerap tenaga kerja yang besar pula. Oleh karena itu unit usaha IKM tahu ini sangat berperan penting dalam pembangunan daerah dan perkembangan perekonomian di Kota Kediri.

Industri tahu yang ada di Kota Kediri sudah dimulai sejak tahun 1912. Pelopor industri tahu itu sendiri adalah seorang keturunan Cina bernama Lauw Soen Hoek atau kini biasa dikenal dengan Bah Kacung. Tahu ini biasa dikenal masyarakat sebagai salah satu produk yang telah melegenda dimasyarakat dengan nama Tahu Poo atau tahu Takwa. Mutu kualitas dan kuantitas yang tetap dijaga membuat industri ini tetap mampu bersaing dan memiliki pelanggan yang setia dengan produk tahu ini. Permintaan pasar yang begitu tinggi membuat para produsen harus mengembangkan industri mereka agar permintaan akan produk mereka dapat terpenuhi. Proses pemasaran produk ini dilakukan kepada dua pihak, yaitu dilakukan dengan dua cara, yaitu melalui pengecer dan dengan menjual sendiri melalui *outlet* milik agroindustri yang terpusat di Kota Kediri sendiri sehingga konsumen mudah untuk memperoleh tahu tersebut. Pembangunan dan pengembangan sektor industri ini sangat berpengaruh terhadap pembangunan daerah dan pertumbuhan ekonomi di Kota Kediri.

Seiring berkembangnya jaman, industri-industri tahu di Kota Kediri semakin menjamur. Hal tersebut yang membuat persaingan dalam bisnis industri ini semakin ketat. Selain persaingan yang ketat antar Agroindustri Tahu Takwa, harga bahan baku yang cenderung meningkat sangat mempengaruhi perkembangan dan keberlanjutan dari Agroindustri Tahu Takwa tersebut. Harga jual produk Tahu Takwa yang ditawarkan oleh produsen masih terbilang murah. Fenomena tersebut menyebabkan banyak Agroindustri Tahu Takwa berhenti berproduksi. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa efisien usaha yang dilakukan oleh agroindustri tahu Takwa dengan berbagai skala usaha di Kota Kediri. Selain itu, penelitian ini juga ditujukan untuk mengetahui seberapa besar nilai tambah yang dihasilkan oleh produk olahan kedelai serta untuk dapat mengetahui bagaimana posisi agroindustri dengan berbagai skala usaha dari segi sosial agar pelaku usaha dapat mengambil keputusan secara tepat. Penelitian ini juga mencakup bagaimana pola saluran pemasaran yang dilakukan oleh agroindustri Tahu Takwa dengan berbagai skala produksi. Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi dan pertimbangan bagi agroindustri tahu Takwa di Kota Kediri, sebagai bahan

informasi bagi penulis dan pembaca pada umumnya agar berguna dalam penelitian selanjutnya. Selain itu, penelitian ini dibuat sebagai bahan pertimbangan bagi pemerintah untuk keberlanjutan agroindustri Tahu Takwa di Kota Kediri.

1.2 Identifikasi Permasalahan

- 1) Bagaimana tingkat efisiensi pada agroindustri Tahu Takwa dengan berbagai skala usaha di Kota Kediri?
- 2) Bagaimana nilai tambah kedelai pada agroindustri Tahu Takwa dengan berbagai skala usaha di Kota Kediri?
- 3) Bagaimana saluran pemasaran yang dilakukan oleh agroindustri Tahu Takwa dengan berbagai skala usaha di Kota Kediri?
- 4) Bagaimana strategi pengembangan pada agroindustri Tahu Takwa dengan berbagai skala usaha di Kota Kediri?

1.3 Tujuan dan Manfaat

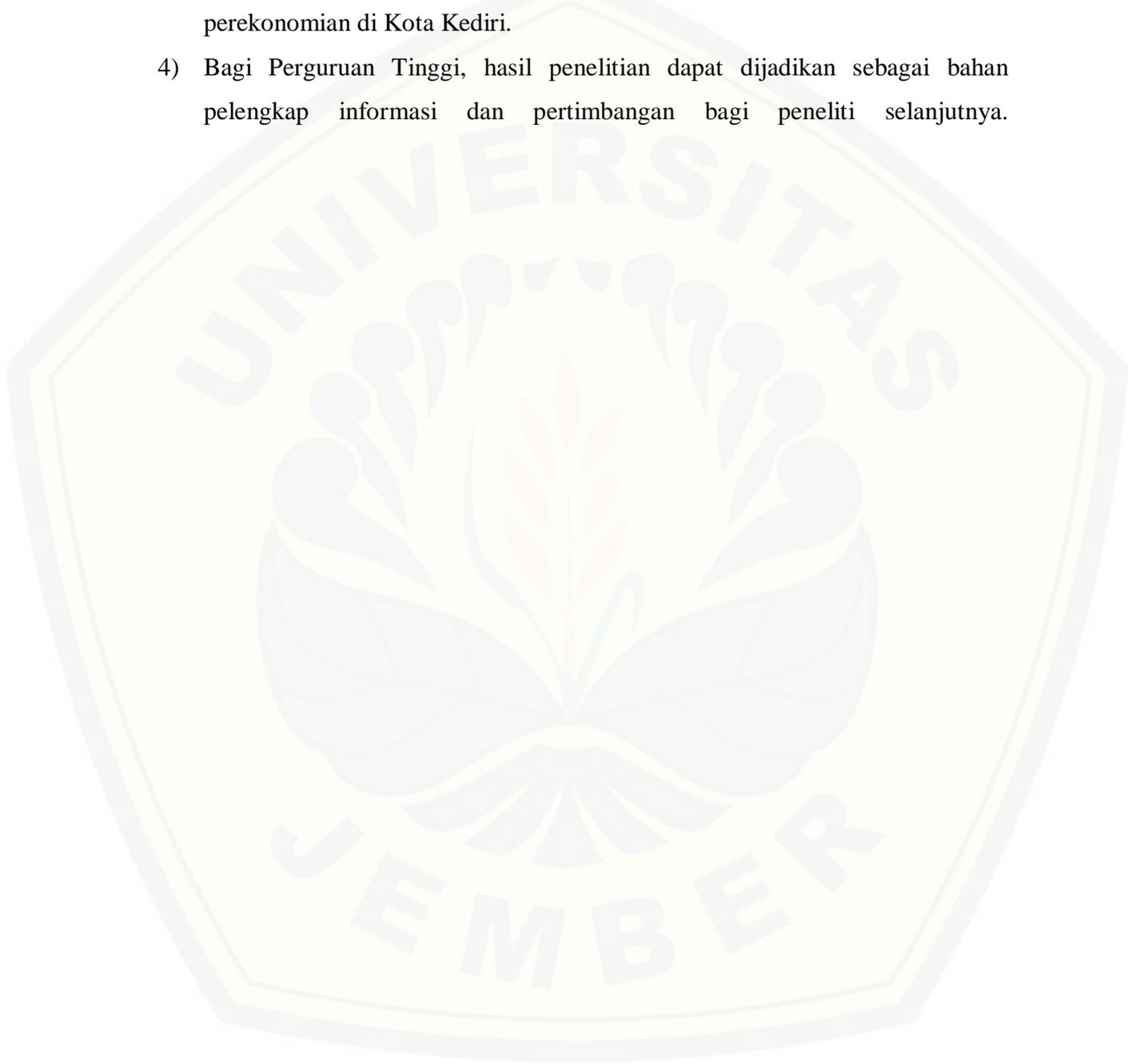
1.3.1 Tujuan

- 1) Untuk mengetahui tingkat efisiensi pada agroindustri Tahu Takwa dengan berbagai skala usaha.
- 2) Untuk mengetahui nilai tambah kedelai pada agroindustri Tahu Takwa dengan berbagai skala usaha.
- 3) Untuk mengidentifikasi pola saluran pemasaran yang dilakukan oleh agroindustri Tahu Takwa dengan berbagai skala usaha.
- 4) Untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan pada agroindustri Tahu Takwa dengan berbagai skala usaha.

1.3.2 Manfaat

- 1) Bagi konsumen, hasil penelitian dapat digunakan sebagai bahan informasi bagi masyarakat.

- 2) Bagi pedagang, hasil penelitian dapat digunakan sebagai informasi dalam pengembangan usahanya di waktu yang akan datang.
- 3) Bagi pemerintah, hasil penelitian dapat digunakan sebagai informasi dalam menentukan kebijakan yang tepat untuk meningkatkan sektor industri dan perekonomian di Kota Kediri.
- 4) Bagi Perguruan Tinggi, hasil penelitian dapat dijadikan sebagai bahan pelengkap informasi dan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya.



BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian Yulida (2011) yang berjudul Analisis Efisiensi Agroindustri Kacang Kedelai di Desa Dayun Kecamatan Dayun Kabupaten Siak menyatakan bahwa nilai tambah (pendapatan) rata-rata selama bulan September 2009 untuk tahu adalah Rp 3.642,40/bahan baku kacang kedelai artinya setiap satu kilogram bahan baku kacang kedelai memberikan nilai tambah sebesar Rp 3.642,40. Untuk nilai tambah tempe adalah sebesar Rp 3.825,18 artinya setiap satu kilogram bahan baku kacang kedelai yang digunakan untuk memproduksi tempe memberikan nilai tambah sebesar Rp 3.642,40. Distribusi nilai tambah untuk tahu terhadap tenaga kerja rata-rata 0,72% dan rata-rata 99,28% untuk tingkat keuntungan, sedangkan untuk tempe rata-rata 2,18% distribusi nilai tambah untuk tenaga kerja dan 97,82% rata-rata untuk distribusi tingkat keuntungan. Besar kecilnya proporsi bagian tenaga kerja ini tidak mencerminkan besar kecilnya perolehan pekerja. Angka ini hanya memberikan gambaran perimbangan antara besarnya bagian pendapatan tenaga kerja (*labour income*) dengan bagian pendapatan responden. Tahu memberikan margin rata-rata sebesar Rp 5.900/kg bahan baku yang didistribusikan untuk tenaga kerja sebesar 0,44% sumbangan input lain 38,26% dan keuntungan perusahaan 61,29%, sedangkan tempe memberikan margin rata-rata sebesar Rp 5.600/kg bahan baku yang didistribusikan untuk tenaga kerja sebesar 1,48% sumbangan input lain 31,69% dan keuntungan perusahaan 66,81%.

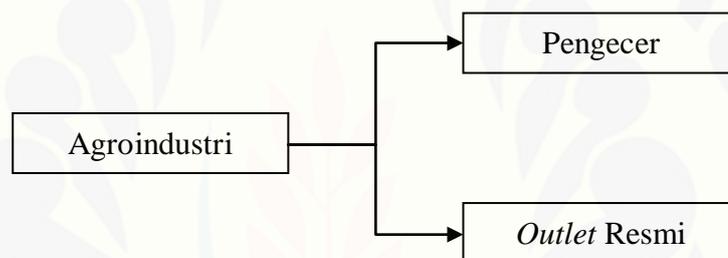
Menurut penelitian Leksana (2006) yang berjudul Analisis Nilai Tambah dan Prospek Agroindustri Suwar-Suwir di Kabupaten Jember menyatakan bahwa nilai R/C ratio pada agroindustri suwar-suwir adalah sebesar 1,46 yang berarti bahwa penggunaan biaya produksi sudah efisien karena nilai R/C ratio lebih besar dari satu. Nilai R/C ratio sebesar 1,46 dapat diartikan bahwa dengan penggunaan biaya produksi sebesar Rp 1,00 akan memperoleh penerimaan sebesar Rp 1,46 sehingga keuntungan yang diperoleh sebesar Rp 0,46. Hal ini menunjukkan bahwa pengusaha suwar-suwir mampu mengalokasikan biaya produksinya secara efisien.

Berdasarkan penelitian Budiman dkk (2014) yang berjudul Analisis Efisiensi dan Nilai Tambah Agroindustri Tahu di Kota Pekanbaru menyatakan bahwa usaha agroindustri tahu sudah efisien karena R/C Rasio lebih dari satu yaitu sebesar 1,39 berarti bahwa setiap Rp 1,00 biaya yang dikeluarkan dalam usaha agroindustri tahu memberikan penerimaan sebesar 1,39 kali dari biaya yang telah dikeluarkan. Selain itu, nilai tambah yang diperoleh dari tahu ukuran kecil adalah sebesar Rp7.607,69/kg. Nilai tambah ini diperoleh dari pengurangan nilai output (produksi tahu ukuran kecil) dengan biaya bahan baku dan biaya bahan penunjang lainnya. Rasio nilai tambah tahu ukuran kecil adalah sebesar 51,49%, artinya 51,49 persen dari nilai output (tahu kecil) merupakan nilai tambah yang diperoleh dari pengolahan agroindustri tahu. Nilai tambah yang diperoleh dari tahu ukuran besar adalah sebesar Rp 5.578,80/kg. Nilai tambah ini diperoleh dari pengurangan nilai output (produksi tahu ukuran besar) dengan biaya bahan baku dan biaya bahan penunjang lainnya. Rasio nilai tambah tahu ukuran kecil adalah sebesar 43,77%, artinya 43,77 persen dari nilai output (tahu besar) merupakan nilai tambah yang diperoleh dari pengolahan agroindustri tahu.

Penelitian Rahmanta (2013) yang berjudul Analisis Nilai Tambah dan Strategi Pemasaran Usaha Agroindustri Tahu di Kota Medan menyatakan bahwa nilai tambah yang dihasilkan usaha industri tahu cina Rp 2.295,14/kg, nilai tambah yang dihasilkan usaha industri tahu sumedang mentah Rp 2.728,51/kg, dan nilai tambah yang dihasilkan usaha industri tahu sumedang goreng Rp 17.692,22/kg. Dengan demikian nilai tambah yang dihasilkan usaha industri tahu adalah positif, baik untuk tahu cina, tahu sumedang mentah dan tahu sumedang goreng.

Berdasarkan penelitian Astuti (2008) yang berjudul Analisis Nilai tambah dan Pendapatan Agroindustri Berbahan Baku Tape di Kabupaten Bondowoso menyatakan bahwa agroindustri berbahan baku tape mampu memberikan nilai tambah positif jika di olah menjadi suwar-suwir, proll tape dan brownies tape. Pendapatan agroindustri berbahan baku tape yaitu menguntungkan dan penggunaan biaya produksi pada agroindustri tersebut sudah efisien. Agroindustri berbahan baku tape telah mampu melampaui *Break Even Point* (BEP).

Penelitian Asmaul dkk (2006) yang berjudul Analisis Aspek Pemasaran dalam Pengembangan Usaha Tahu Takwa di Kediri menyatakan bahwa pemasaran yang dilakukan oleh agroindustri Tahu Takwa Kota Kediri adalah melalui pengecer dengan mempertimbangkan lokasi pengecer produk dapat terdistribusikan secara maksimal. Hal tersebut dilakukan untuk mengurangi kerugian agroindustri, karena pengecer langsung membeli produk tahu ke agroindustri dan tidak berhak mengembalikan produk yang tidak laku terjual kepada produsen. Selain itu, ada juga agroindustri yang memasarkan produknya langsung ke *outlet* resminya. Hal tersebut bertujuan untuk memusatkan proses pemasaran di *outlet* resmi tersebut dan konsumen tidak perlu bingung mencari produknya.



Gambar 2.1 Pola Pemasaran Tahu Takwa

Penelitian Hidayat (2004) dengan judul Prospek Usaha *Home Industry* Tahu (Studi Kasus di Kecamatan Tamanan Kabupaten Bondowoso) menunjukkan bahwa berprospek *home industry* tersebut baik. Hal itu ditunjukkan dengan analisis SWOT yang menyatakan bahwa usaha *home industry* tahu di Kecamatan Tamanan Kabupaten Bondowoso berada dalam posisi *grey area*. Usaha *home industry* tahu tersebut memiliki nilai IFAS sebesar 2,3 dan nilai EFAS sebesar 1,33 yang berarti bahwa *home industry* tahu di Kecamatan Tamanan Kabupaten Bondowoso memiliki usaha yang cukup kuat dan memiliki kompetensi untuk pengerjaannya, namun peluang pasar sangat terancam.

2.2 Kacang Kedelai

Kedelai (*Glycine max* (L) Merrill) merupakan salah satu tanaman sumber protein yang penting di Indonesia. Kedelai merupakan sumber protein nabati yang

efisien dalam arti bahwa untuk memperoleh jumlah protein yang cukup diperlukan kedelai dalam jumlah kecil. Kesadaran masyarakat terhadap menu makanan yang bergizi dibarengi dengan peningkatan jumlah penduduk dan pendapatan per kapita menyebabkan kebutuhan akan kedelai semakin meningkat. Menurut perkiraan kebutuhan kacang-kacangan termasuk kedelai, meningkat sebesar $\pm 7,6\%$ per tahun (Suprpto, 2001).

Menurut Suprpto (2001), kedelai termasuk famili *Leguminosae* (kacang-kacangan). Klasifikasi lengkapnya adalah sebagai berikut:

Nama ilmiah : *Glycine max* (L) Merrill
Species : *mac*
Genus : *Glycine*
Sub famili : Papilionodeae
Famili : Leguminosae
Ordo : Polypetales

Indonesia memiliki iklim yang cocok untuk pertumbuhan kedelai, karena kedelai menghendaki hawa yang cukup panas. Pada umumnya, pertumbuhan kedelai sangat ditentukan oleh ketinggian tempat dan biasanya akan tumbuh baik pada ketinggian tidak lebih dari 500 m diatas permukaan laut. Suhu yang tinggi dan kurangnya curah hujan pada saat menjelang panen memberikan banyak keuntungan. Perkecambahan biji dilapangan dapat dihindarkan dengan pengeringan biji menggunakan sinar matahari. Hal ini akan lebih mudah dikerjakan, sehingga kualitas biji dapat lebih baik. Selain itu pertumbuhan yang optimal dapat diperoleh dengan menanam kedelai pada bulan-bulan kering, asal kelembaban tanah masih cukup terjamin (Suprpto, 2001).

2.3 Agroindustri

Agroindustri adalah suatu perusahaan yang memproses bahan-bahan baku pertanian, yang meliputi tanaman pangan dan tanaman tahunan menjadi suatu cadangan kehidupan. Tingkat prosesnya terdiri dari bermacam-macam cara mulai dari membersihkan dan memilih sampai proses menggiling, memasak, mencampur dan menambah bahan-bahan kimia untuk menciptakan makanan yang

lebih baik. Tujuan pengubahan bahan baku adalah untuk menciptakan bentuk pengubahan yang mudah dimakan, lebih praktis, mudah diawetkan, mudah diangkut, dan untuk menjadikan makanan itu enak dan mengandung nilai gizi atau energi (Cahyono, 1983).

Agroindustri sebagai penggerak pembangunan sektor pertanian diharapkan dapat memainkan peranan penting dalam kegiatan pembangunan daerah baik dalam sasaran pemerataan pembangunan, pertumbuhan ekonomi, maupun stabilitas nasional. Sektor agroindustri mampu meningkatkan pendapatan para pelaku agribisnis, mampu menyerap tenaga kerja, mampu meningkatkan perolehan devisa dan mampu mendorong munculnya industri lain. Strategi pertanian yang berwawasan agribisnis dan agroindustri pada dasarnya menunjukkan arah bahwa pengembangan agribisnis merupakan suatu upaya yang sangat penting untuk mencapai beberapa tujuan yaitu menarik dan mendorong munculnya industri baru disektor pertanian, menciptakan struktur ekonomi yang tangguh, efisien dan fleksibel, menciptakan nilai tambah, meningkatkan penerimaan devisa, menciptakan lapangan kerja, dan memperbaiki pendapatan. Agroindustri merupakan bentuk industri yang mengolah produk-produk pertanian dan merupakan bidang usaha yang strategis untuk dikembangkan. Peran strategis agroindustri adalah sebagai berikut (Soekartawi, 2000):

1. Pertumbuhan agroindustri akan menentukan perkembangan sektor pertanian;
2. Industri pengolahan yang tumbuh dengan pesat (non migas) sebagian besar merupakan produk agroindustri;
3. Ekspor non migas, komoditas pertanian, dan produk olahan masih menyumbang bagian terbesar dari nilai ekspor total;
4. Industri yang bersifat sektor pertanian memiliki keterkaitan industri yang kuat dengan berbagai sektor lain;
5. Tekanan globalisasi dan persoalan lingkungan akan semakin mendorong pemilihan industri yang memiliki keunggulan komparatif berbasis pemanfaatan sumberdaya yang relatif berlimpah dan berdampak kecil terhadap lingkungan.



2.4 Proses Pembuatan Tahu

Makanan olahan kedelai yang sangat terkenal di Indonesia adalah Tahu. Tahu merupakan makanan yang berasal dari Jepang yang biasa disebut dengan *Tafu*. Makanan ini sangat menyehatkan karena dibuat langsung dari sari biji kedelai tanpa menggunakan bahan kimia berbahaya. Proses pembuatan tahu memakan waktu yang cukup panjang dari kedelai hingga menjadi sebuah tahu. Proses pembuatan tahu adalah sebagai berikut:

1. Memilih biji kedelai yang baik. Hal tersebut bertujuan agar sari yang dihasilkan baik dan menghasilkan produk tahu yang maksimal.
2. Mencuci serta merendam kedelai di dalam air selama kurang lebih 4-6 jam tergantung tingkat kekeringan kedelai. Proses ini dilakukan berkali-kali agar kedelai benar-benar bersih dan menjadi lunak sehingga mudah untuk dijadikan bubur.
3. Setelah direndam, kemudian kedelai digiling dengan menggunakan mesin penggiling atau selep agar kedelai berubah menjadi bubur.
4. Masak bubur kedelai diatas tungku atau kompor, aduk adonan secara terus menerus agar tidak hangus dan matang secara merata. Proses ini dilakukan hingga adonan mendidih dan matang merata.
5. Saring adonan yang telah matang tadi dengan menggunakan kain saringan untuk memisahkan antara sari kedelai dengan ampas kedelai. Ampas sudah tidak digunakan lagi oleh pihak produsen, sehingga akan diambil oleh pengelola peternakan untuk digunakan sebagai pakan hewan ternaknya.
6. Setelah sari kedelai terpisah dari ampasnya, maka proses selanjutnya adalah memasukkan cuka sebanyak kurang lebih setengah cangkir kecil, hal tersebut bertujuan agar tercipta endapan dari sari kedelai yang nantinya akan menjadi produk tahu. Proses ini nantinya akan memecah sari kedelai menjadi air dan endapan yang akan digunakan untuk membuat tahu.
7. Pisahkan antara air dengan endapan tersebut. Kemudian masukkan endapan sari kedelai tersebut ke dalam cetakan tahu. Taruh pemberat diatas cetakan tahu untuk mengurangi kandungan air dan endapan tersebut menjadi produk tahu yang padat.

2.5 Dasar Teori

2.5.1 Teori Pendapatan

Pendapatan adalah merupakan selisih antara penerimaan total dengan biaya total. Dimana biaya tersebut terdiri dari biaya tetap dan biaya tidak tetap. Secara matematis analisis pendapatan dapat ditulis dan digambarkan sebagai berikut (Soekartawi, 1995):

$$Pd = TR - TC$$

$$TR = P \times Q$$

$$TC = TFC + TVC$$

Keterangan:

Pd = Pendapatan (Rp)

TR = Total Penerimaan (Rp)

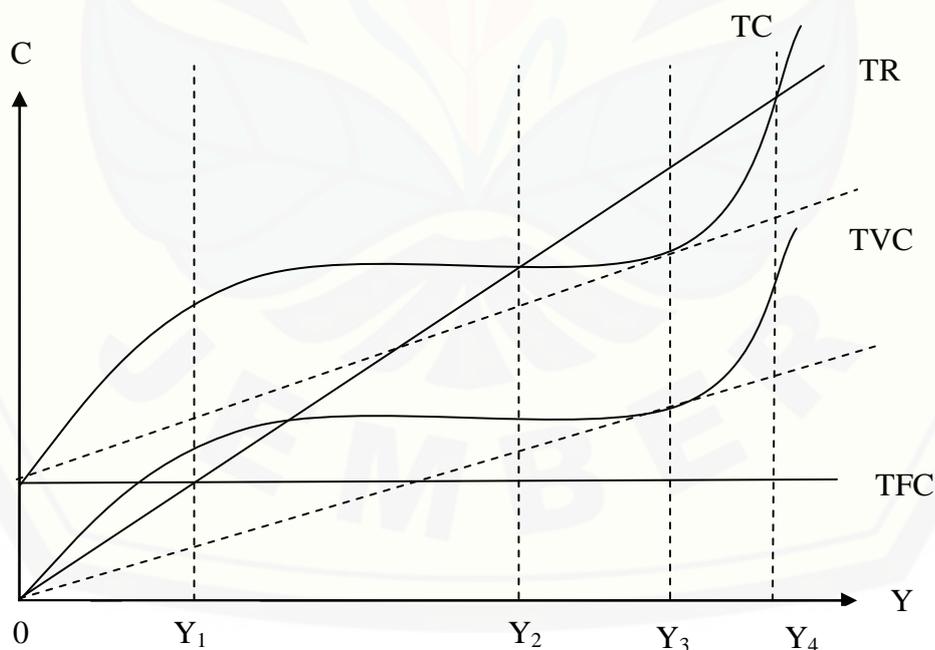
TC = Total Biaya (Rp)

P = Harga persatuan (Rp)

Q = Jumlah Produksi (Biji)

TVC = Total Biaya Variabel (Rp)

TFC = Total Biaya Tetap (Rp)



Gambar 2.2 Kurva Biaya Total

Keterangan:

Y = Pendapatan (Rp)

TC = Biaya Total (Rp)

TR = Total Penerimaan (Rp)

TVC = Total Biaya Variabel (Rp)

TFC = Total Biaya Tetap (Rp)

Kurva FC mendatar menunjukkan bahwa besarnya biaya tetap tidak tergantung pada jumlah produksi. Kurva VC membentuk huruf S terbalik, menunjukkan hubungan terbalik antara tingkat produktivitas dengan besarnya biaya. Kurva TC sejajar dengan VC menunjukkan bahwa perubahan biaya total semata-mata ditentukan oleh perubahan biaya variabel (Soetrisno, 2010).

Kurva TR merupakan garis lurus miring yang bersudut positif dengan sumbu horizontal. Jika pengusaha menjalankan usahanya dengan kapasitas produksi sebesar Y_1 satuan, maka pengusaha tersebut akan menderita kerugian maksimum, karena pada tingkat produksi sebesar Y_1 kurva TC berada di atas kurva TR dengan jarak terjauh. Jika kapasitas produksi yang dijalankan pengusaha tersebut sebesar antara 0 dengan Y_2 atau lebih besar Y_4 , pengusaha tersebut akan menderita kerugian, karena kurva TC berada di atas kurva TR. Selanjutnya bila kapasitas yang dijalankan oleh pengusaha tersebut persis sebesar Y_2 atau sebesar Y_4 maka perusahaan tersebut tidak akan menderita kerugian lagi, tapi juga belum mendapatkan keuntungan. Apabila pengusaha tersebut menjalankan usahanya dengan kapasitas produksi sebesar kapasitas Y_3 produk, keuntungan yang diperoleh oleh pengusaha tersebut adalah maksimum, karena pada tingkat tersebut kurva TC berada di bawah kurva TR yang mempunyai jarak terjauh. Jika perusahaan tersebut menjalankan usaha dengan dengan kapasitas produksi antara Y_2 dengan Y_3 atau antara Y_3 dengan Y_4 , perusahaan tersebut masih beruntung karena kurva TC masih berada di bawah kurva TR (Soetrisno, 2010).

Kriteria pengambilan keputusan :

1. $TR > TC$, maka usaha tersebut menguntungkan.
2. $TR < TC$, maka usaha tersebut tidak menguntungkan.

2.5.2 Analisis Rasio R/C

Menurut Soekartawi (1995), R/C adalah singkatan dari *Return Cost Ratio*, atau dikenal sebagai perbandingan (nisbah) antara penerimaan dan biaya. Pemilihan analisis R/C ratio didasarkan karena informasi yang diberikan oleh pihak produsen yang menjadi responden sangat minim, sehingga tidak bisa dilakukan analisis dengan lengkap mengenai kelayakan usaha Tahu Takwa. Secara matematik, dapat dituliskan dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{R/C Ratio} = \frac{\text{Total Revenue}}{\text{Total Cost}}$$

$$R = P_y \cdot Y$$

$$C = FC + VC$$

$$a = \left\{ \frac{P_y \cdot Y}{FC + VC} \right\}$$

Keterangan :

R = penerimaan

C = biaya

P_y = harga *output*

Y = *output*

FC = biaya tetap (*Fixed Cost*)

VC = biaya variabel (*Variabel Cost*)

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. R/C Ratio > 1, menunjukkan penggunaan biaya pada usaha tersebut efisien
2. R/C Ratio < 1, menunjukkan penggunaan biaya pada usaha tersebut tidak efisien.
3. R/C Ratio = 1, menunjukkan penggunaan biaya pada usaha tersebut adalah impas.

2.5.3 Teori Nilai Tambah

Menurut Soekartawi (1991), pengolahan hasil pertanian merupakan komponen kedua dalam kegiatan agribisnis setelah komponen produksi pertanian. Banyak pula dijumpai petani yang tidak melaksanakan pengolahan hasil yang disebabkan oleh berbagai sebab. Padahal disadari bahwa kegiatan pengolahan ini

sangat penting, karena dapat meningkatkan nilai tambah. Komponen pengolahan hasil memang sangat penting karena pertimbangan diantaranya yaitu meningkatkan nilai tambah, meningkatkan kualitas hasil, meningkatkan penyerapan tenaga kerja, meningkatkan keterampilan produsen dan meningkatkan pendapatan produsen.

Komoditas pertanian merupakan komoditas yang tidak memiliki umur yang panjang, artinya komoditas ini mudah rusak. Proses pengolahan lebih lanjut merupakan salah satu cara untuk menghindari komoditas tersebut agar terhindar dari kerusakan dalam waktu dekat. Selain menghambat proses kerusakan dalam waktu dekat, pengolahan lebih lanjut juga akan memberikan nilai keuntungan lebih oleh pihak-pihak yang menjalankannya. Pengolahan lebih lanjut akan menghasilkan variasi produk sehingga dapat memaksimalkan potensi yang dimiliki oleh produk tersebut. Hal tersebut juga didukung dengan faktor permintaan pasar yang tinggi, sehingga membutuhkan jumlah produk yang berskala besar.

Nilai tambah merupakan nilai keuntungan dari proses pengolahan yang diperoleh dari pengurangan nilai produk yang dihasilkan dengan biaya penunjang (*intermediate cost*) tidak termasuk tenaga kerja manusia. Secara matematik, dapat ditulis sebagai berikut (Sudiyono, 2002):

Cara menghitung besarnya nilai tambah pada agroindustri Tahu Takwa:

$$VA = NP - IC$$

Cara menghitung keuntungan yang diperoleh agroindustri Tahu Takwa :

$$\pi = VA - Bi.tk$$

Cara menghitung tingkat keuntungan pada agroindustri Tahu Takwa :

$$(\pi : NP) \times 100\%$$

Cara menghitung bagian tenaga kerja pada agroindustri Tahu Takwa :

$$(Bi.tk : VA) \times 100\%$$

Keterangan :

VA : *Value Added* atau Nilai Tambah pada hasil olahan

NP : Nilai Produksi yaitu penjualan hasil produksi

IC : *Intermediate Cost* atau biaya-biaya yang menunjang dalam proses produksi selain biaya tenaga kerja

Bi.Tk : Biaya tenaga kerja

π : Keuntungan yang diperoleh agroindustri Tahu Takwa



Kriteria pengambilan keputusan :

1. $VA > 0$, Usaha tersebut menghasilkan nilai tambah yang positif.
2. $VA \leq 0$, Usaha tersebut menghasilkan nilai tambah yang negatif.

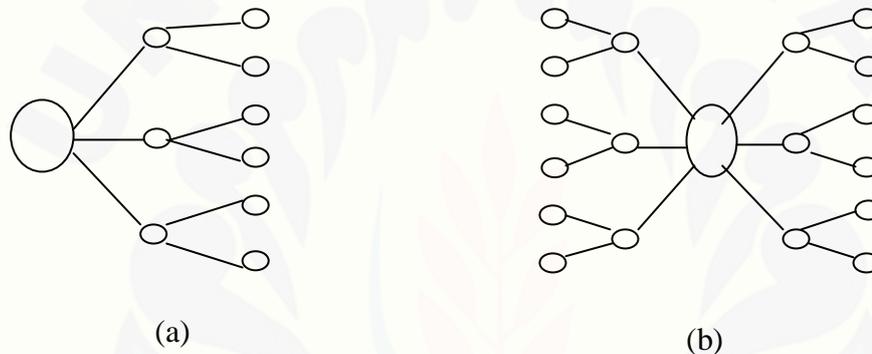
2.5.4 Teori Pemasaran

Pemasaran menurut Kotler dalam Sudiyono (2002) adalah proses sosial dan manajemen, dimana individu-individu atau kelompok dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya melalui pembuatan dan pertukaran suatu produk dan uang dengan individu-individu atau kelompok lain. Pembagian pemasaran dibagi menjadi dua, yaitu pemasaran makro (*macro marketing*) dan pemasaran mikro (*micro marketing*). Pemasaran mikro adalah kenampakan dari aktivitas-aktivitas untuk mencapai tujuan organisasi atau perusahaan dengan mengantisipasi kebutuhan konsumen atau pelanggan dengan cara mengendalikan aliran barang dan jasa dari produsen ke konsumen atau pelanggan. Pemasaran makro merupakan proses sosial dimana terjadi pengaturan arus barang-barang dan jasa-jasa ekonomis dari produsen dan konsumen, melakukan interaksi penawaran dan permintaan secara efektif dengan harapan mencapai tujuan masyarakat (Mcchartry dan Perceaunt Jr. dalam Sudiyono, 2002).

Pemasaran merupakan bagian manajemen yang diterapkan secara strategis dalam perencanaan, pengaturan dan pengawasan dengan motivasi untuk mencapai keuntungan dengan jalan memenuhi kebutuhan konsumen secara baik dengan melakukan integrasi usaha ke belakang (*Backward inkage*) maupun integritas ke depan (*forward linkage*). Integrasi usaha ke belakang pada umumnya bertujuan untuk menjamin ketersediaan bahan baku, sedangkan integrasi ke depan lebih menekankan aspek pemasaran. Integrasi usaha ini dapat dilakukan melalui kegiatan pengolahan, pendirian lembaga keuangan dan penjualan dalam suatu sistem pemasaran (Bell dalam Sudiyono, 2002).

Menurut Sudiyono (2002), pemasaran komoditi non-pertanian lokasi produsen terkonsentrasi dan barang yang dihasilkan dapat direncanakan secara cermat, mengenai jumlah, mutu, dan waktu pembuatan barang. Produsen produk non-pertanian pada umumnya menghasilkan barang dalam jumlah besar, sehingga

produsen dapat mendistribusikan secara langsung melalui pedagang besar, agen dan pengecer serta konsumen. Sebaliknya pada komoditi pertanian dihasilkan secara terpecah-pecah, berupa bahan mentah yang perlu pengolahan lebih lanjut dan dalam jumlah yang relatif sedikit sehingga untuk menutup biaya-biaya yang diperlukan lembaga pemasaran dalam melakukan fungsi-fungsi pemasaran diperlukan volume perdagangan yang cukup besar. Pemasaran komoditi pertanian dimulai dari proses konsentrasi yaitu pengumpulan produk-produk pertanian dari petani ke tengkulak, pedagang pengumpul dan pedagang besar serta diakhiri proses distribusi yaitu penjualan barang dari pedagang ke agen pengecer dan konsumen.

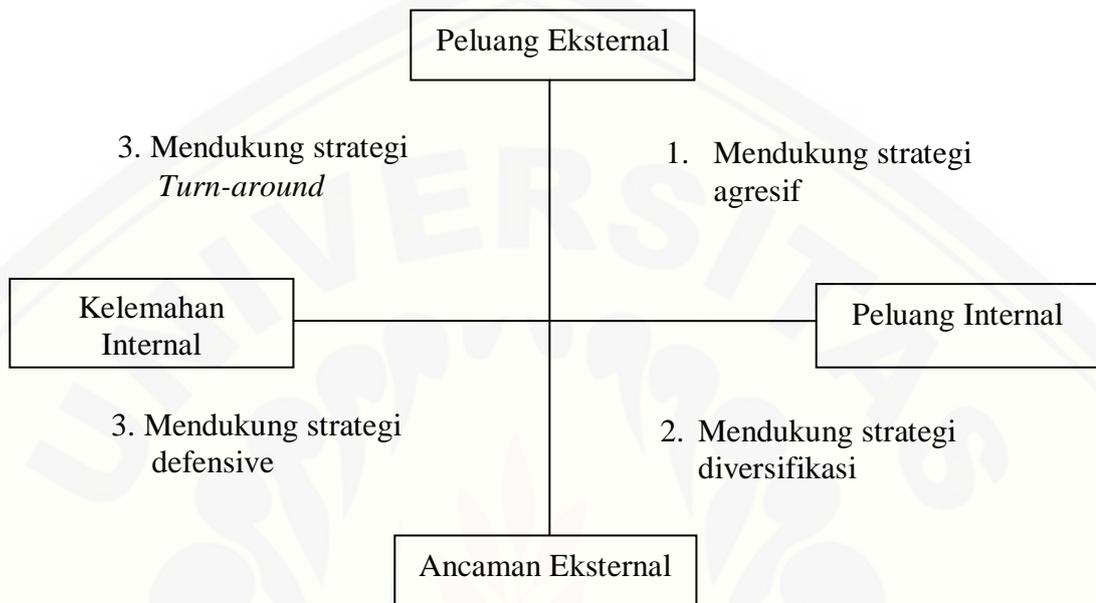


Gambar 2.3 (a) pemasaran komoditas non-pertanian
(b) pemasaran komoditas pertanian

2.5.5 Teori SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan, dengan demikian perencana strategis (*strategic planner*) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada pada saat ini. Hal ini disebut dengan analisis situasi. Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah analisis SWOT. SWOT adalah singkatan dari *Internal*

Strengths dan *Weaknesses* serta lingkungan eksternal *Opportunities* dan *Threats* yang dihadapi dunia bisnis. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*) dengan faktor internal kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weaknesses*) (Rangkuti, 2003).



Gambar 2.4 Kuadran Analisis SWOT

Kuadran 1 : Merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).

Kuadran 2 : Meskipun menghadapi berbagai macam ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (pasar/produk).

Kuadran 3 : Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak, perusahaan menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah

internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

Kuadran 4 : Merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

2.6 Kerangka Pemikiran

Agroindustri Tahu Takwa merupakan sektor usaha yang mengolah kedelai menjadi bahan makanan yang siap untuk dikonsumsi oleh konsumen. Pengolahan lebih lanjut ini bertujuan untuk mengurangi resiko kerusakan gudang yang dialami oleh komoditas kedelai tersebut. Hasil olahan kedelai dapat berupa makanan maupun minuman yang dapat mendatangkan nilai lebih kepada produsen. Sektor industri ini pun turut berperan serta dalam pengembangan daerah dan pembangunan perekonomian masyarakat sekitar industri tersebut. Masyarakat Indonesia yang telah lama mengenal tahu sebagai makanan yang banyak dikonsumsi, membuat agroindustri memiliki semangat untuk terus menjalankan usaha Tahu Takwa tersebut. Permintaan pasar yang terus meningkat membuat agroindustri ini memiliki masa depan yang cukup baik disektor perekonomian Kota Kediri. Hal tersebut mendapat dukungan penuh dari pemerintah untuk dapat terus mengembangkan makanan khas Kota Kediri ini. Agroindustri Tahu Takwa Kota Kediri juga merupakan salah satu sektor industri yang cukup terkenal di Kota Kediri dengan ciri khas dibandingkan dengan tahu-tahu pada umumnya, sehingga Kota Kediri ini dikenal sebagai Kota Tahu.

Permasalahan yang dihadapi agroindustri Tahu Takwa adalah bagaimana pemilik agroindustri terus menjalankan usaha agroindustri agar tidak kalah bersaing dengan agroindustri Tahu Takwa lainnya. Karena Tahu Takwa merupakan makanan khas yang dihasilkan Kota Kediri, maka akan semakin banyak bermunculan agroindustri-agroindustri Tahu Takwa lainnya di Kota Kediri yang terus meramaikan persaingan. Selain itu, meningkatnya harga bahan baku seiring meningkatnya nilai tukar mata uang rupiah terhadap mata uang dolar tidak sejalan dengan harga produk Tahu Takwa. Harga produk Tahu Takwa mengalami peningkatan secara perlahan. Manajemen yang baik dan mampu

membaca peluang usaha dapat mendatangkan nilai positif terhadap keberlanjutan agroindustri tersebut. Selain itu, saluran pemasaran juga menjadi salah satu proses yang perlu diperhatikan. Tahu merupakan produk yang tidak tahan lama, sehingga harus melalui saluran pemasaran sependek mungkin untuk dapat langsung sampai ke tangan konsumen. Jika tidak maka produsen akan mengalami kerugian akibat kerusakan produk tersebut. Saluran pemasaran yang dilakukan oleh pihak agroindustri juga masih bersifat lokal saja, sedangkan persaingan antar agroindustri di wilayah Kota Kediri semakin ketat. Hal tersebut membuat perkembangan Agroindustri-agroindustri Tahu Takwa semakin sulit, bahkan beberapa Agroindustri Tahu Takwa berhenti beroperasi.

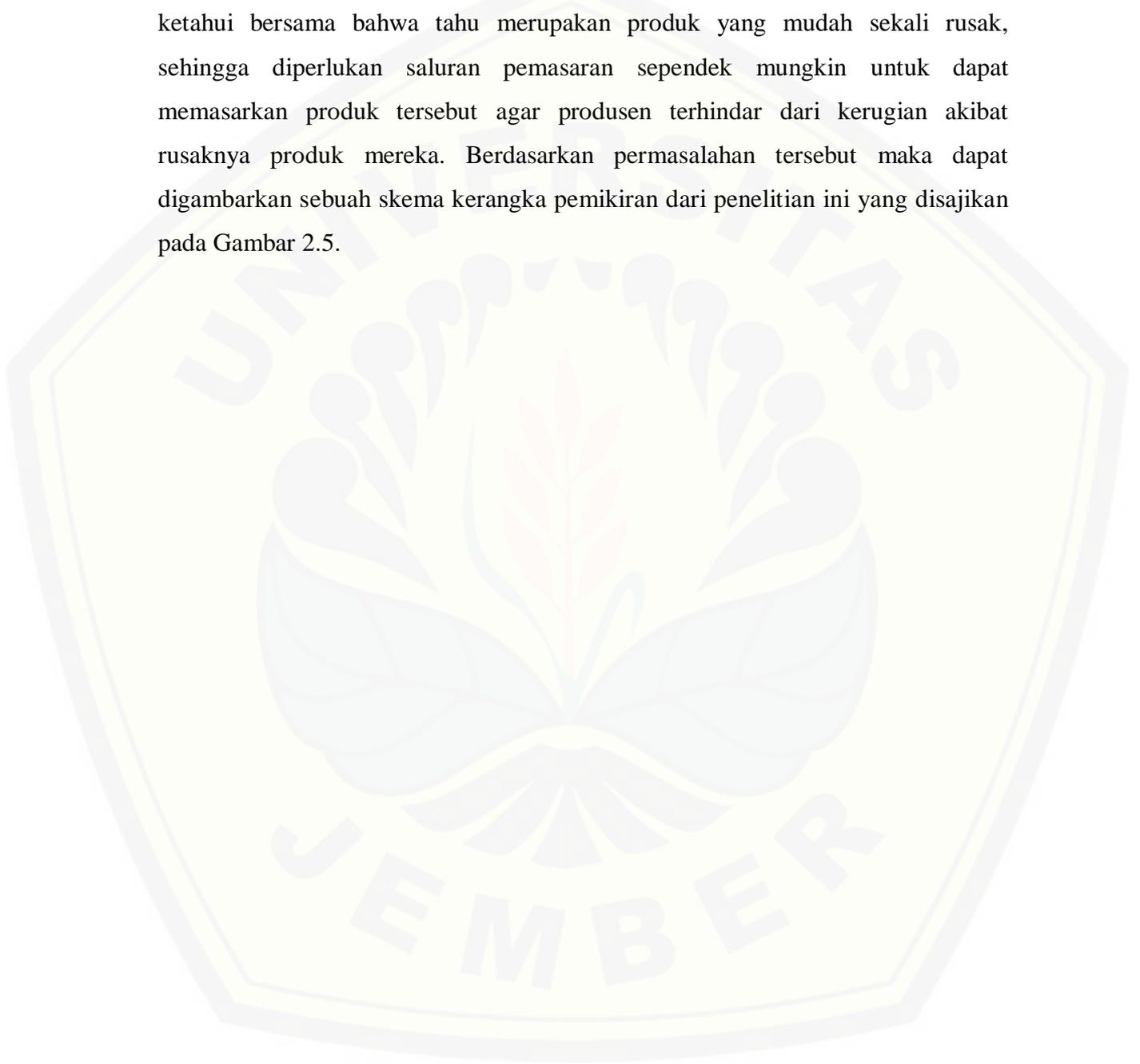
Proses produksi merupakan proses dimana bahan baku yaitu kedelai, yang dimasak hingga menciptakan produk olahan. Proses produksi tidak terlepas dari biaya-biaya yang digunakan untuk tahap ini, yaitu biaya-biaya yang harus dikeluarkan oleh produsen untuk mendapatkan dan memakai faktor-faktor produksi. Penggunaan biaya yang efisien sangatlah penting untuk mendapatkan atau meningkatkan pendapatan pada agroindustri tersebut. Biaya dalam proses produksi dapat diklasifikasikan menjadi dua, yaitu biaya tetap (*fixed cost*) dan biaya tidak tetap (*variabel cost*). Biaya tetap umumnya didefinisikan sebagai biaya yang relatif tetap jumlahnya, dan terus dikeluarkan walaupun produksi yang diperoleh banyak atau sedikit. Biaya tidak tetap biasanya didefinisikan sebagai biaya yang besar kecilnya dipengaruhi oleh produksi yang diperoleh. Untuk mengetahui biaya yang dikeluarkan pada agroindustri dapat menggunakan perhitungan R/C ratio. Manajemen yang dilakukan oleh pihak agroindustri dirasa terlaksana dengan baik. Hal tersebut dapat dilihat dari lamanya agroindustri ini dapat bertahan ditengah arus persaingan yang semakin ketat. Pemanfaatan bahan baku dan sumberdaya manusia yang tersedia secara maksimal, serta perhitungan yang matang membuat proses produksi berjalan secara efisien. Kepuasan dan kepercayaan konsumen terhadap produksi Tahu Takwa dapat terlihat dengan semakin meningkatnya konsumen yang mendatangi *outlet-outlet* Tahu Takwa.

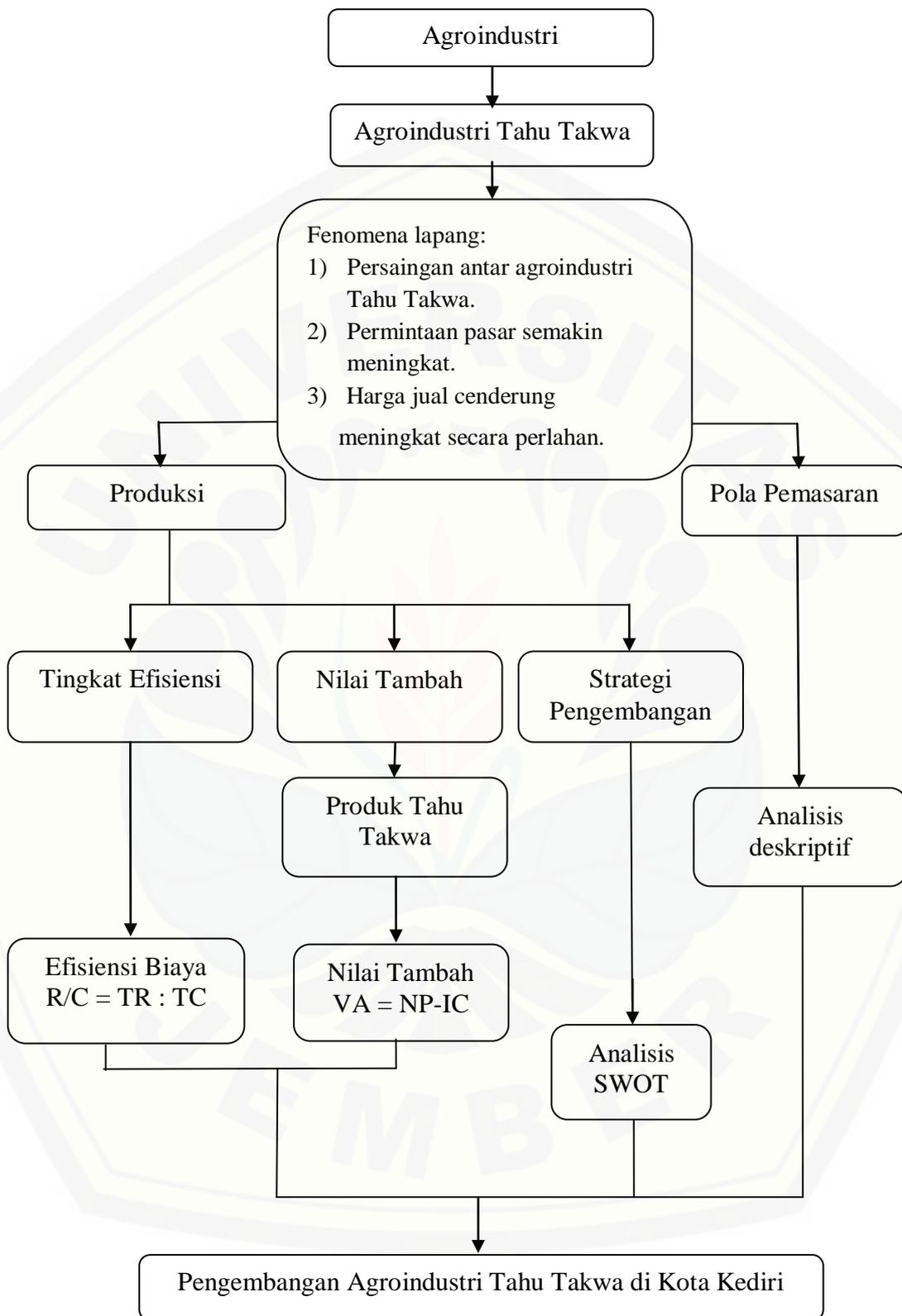
Nilai tambah suatu produk didapatkan dengan cara meningkatkan nilai guna produk dengan mengubah dan menghasilkan sebuah produk olahan.

Komoditas pertanian bersifat musiman dan cenderung tidak bisa tahan lama. Proses pengolahan lebih lanjut ini akan meningkatkan nilai ekonomis pada komoditas kedelai. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi produksi yaitu ketersediaan bahan baku, tenaga kerja, transportasi, bahan bakar dan alat produksi. Proses pengolahan ini selain diharapkan dapat meningkatkan nilai ekonomis, juga diharapkan dapat meningkatkan penyerapan tenaga kerja, meningkatkan keterampilan pengusaha maupun tenaga kerja, dan meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar maupun daerah. Proses produksi yang dilakukan oleh agroindustri telah memberikan nilai tambah yang signifikan, hal tersebut dapat terjadi dengan manajemen perusahaan yang baik serta memaksimalkan potensi bahan baku dan sumberdaya manusia yang tersedia. Perolehan nilai tambah yang signifikan juga dapat kita lihat dari berkembangnya agroindustri pada tempat penelitian, baik dari segi sumberdaya manusia maupun dari segi kapasitas produksi agroindustri tersebut. Nilai tambah diperoleh dari hasil pengurangan antara nilai produk olahan dengan *intermediate cost* atau biaya-biaya penunjang dalam produksi kecuali biaya tenaga kerja. Kemampuan pengelolaan hasil pertanian sangat penting dalam meningkatkan pendapatan hasil produksi.

Upaya pengembangan agroindustri Tahu Takwa di Kota Kediri dapat dilakukan apabila produsen mampu mengidentifikasi dan memanajemen sumberdaya yang dimiliki perusahaan secara baik. Upaya tersebut dapat dilihat melalui analisis SWOT, yaitu melihat faktor internal berupa kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*) yang dimiliki agroindustry serta faktor eksternal yang terdiri atas peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threats*). Dugaan sementara yang dapat disimpulkan berdasarkan keadaan tempat penelitian adalah agroindustri tersebut berada pada posisi *White Area*. Hal tersebut dikarenakan masing-masing agroindustri telah memiliki *brand* yang menjadikan sebuah kekuatan untuk dapat dikenali oleh konsumen lokal maupun pendatang dari luar kota yang menjadikan Tahu Takwa sebagai oleh-oleh khas Kota Kediri. Selain itu adanya dukungan pihak pemerintah yang menjadikan Tahu Takwa sebagai *icon* dan makanan khas yang dihasilkan di Kota Kediri.

Setelah dilakukan proses produksi, maka produsen akan langsung memasarkan hasil produksinya kepada konsumen. Proses pemasaran yang dilakukan pada agroindustri Tahu Takwa di Kota Kediri dilakukan melalui dua cara, yaitu melalui pengecer dan *outlet* milik agroindustri itu sendiri. Seperti kita ketahui bersama bahwa tahu merupakan produk yang mudah sekali rusak, sehingga diperlukan saluran pemasaran sependek mungkin untuk dapat memasarkan produk tersebut agar produsen terhindar dari kerugian akibat rusaknya produk mereka. Berdasarkan permasalahan tersebut maka dapat digambarkan sebuah skema kerangka pemikiran dari penelitian ini yang disajikan pada Gambar 2.5.





Gambar 2.5 Skema Kerangka Pemikiran

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas maka dapat disusun hipotesis yang digunakan untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Penggunaan biaya produksi pada agroindustri Tahu Takwa pada berbagai skala usaha efisien.
- 2) Terdapat nilai tambah positif dalam proses produksi Tahu Takwa, dengan skala usaha agroindustri yang berbeda di daerah penelitian.
- 3) Posisi Agroindustri Tahu Takwa dengan berbagai skala usaha, pada Agroindustri dengan skala besar dan sedang berada pada posisi *White Area* atau berada pada daerah yang ideal sehingga layak untuk dikembangkan, sedangkan untuk Agroindustri dengan skala kecil masuk ke dalam *Grey Area*.

BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penentuan Daerah Penelitian

Penentuan daerah pada penelitian ini ditentukan dengan sengaja (*purposive method*) yaitu di Kota Kediri, Provinsi Jawa Timur. Tahu Takwa merupakan salah satu produk makanan yang berbahan baku kedelai yang menjadi makanan khas yang dihasilkan di Kota Kediri. Pemilihan daerah penelitian ini berdasarkan pertimbangan bahwa di Kota Kediri merupakan satu-satunya daerah yang menghasilkan produk Tahu Takwa. Agroindustri tahu takwa sangat berperan dalam pembangunan perekonomian Kota Kediri.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan metode analitis. Metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki, untuk mendapatkan fakta yang menerangkan hubungan dan menguji hipotesis sehingga diperoleh sebuah jawaban dari permasalahan yang ingin dipecahkan. Metode analitis adalah metode untuk menguji hipotesis-hipotesis dan mengadakan interpretasi yang lebih dalam serta memperkuat metode deskriptif (Nazir, 1999).

3.3 Metode Pengambilan Contoh

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah agroindustri tahu takwa di Kota Kediri Provinsi Jawa Timur. Terdapat 27 agroindustri Tahu Takwa yang terdapat di Kota Kediri berupa industri kecil menengah (IKM). Kota Kediri memiliki agroindustri Tahu Takwa yang kemudian dipilih agroindustri dengan cara sengaja (*purposive sampling*). Agroindustri tersebut tersebar di 3 kecamatan, yaitu 19 agroindustri di Kecamatan Kota, 1 agroindustri di Kecamatan Mojoagung, dan 7 agroindustri di Kecamatan Pesantren. Berdasarkan metode *purposive sampling* dan sebaran populasi agroindustri di Kota Kediri, maka peneliti

mengambil sampel sebanyak 15 agroindustri Tahu Takwa, yang terdiri dari 7 agroindustri di Kecamatan Kota, 1 agroindustri di Kecamatan Mojoroto, dan 7 agroindustri di Kecamatan Pesantren.

Untuk saluran pemasaran dalam penelitian ini digunakan metode *Snowball sampling*. Menurut Soetriono dan Hanafie (2007), *snowball sampling* diartikan sebagai suatu penarikan sampel dengan metode bola salju, artinya sampel pertama menentukan sampel yang kedua. Selanjutnya sampel yang kedua menentukan sampel ketiga dan atau keempat, begitu seterusnya seperti suatu rantai. Metode *snowball sampling* ini banyak dijumpai pada penelitian rantai pemasaran. Penelitian saluran pemasaran dimulai dari produsen pertama, kemudian dilanjutkan ke pedagang pengecer dan *outlet*, hingga berujung ke konsumen.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari agroindustri Tahu Takwa dengan metode wawancara berdasarkan daftar pertanyaan yang telah disiapkan (kuisisioner). Jenis data yang diambil berupa data produksi (penggunaan bahan baku, tenaga kerja) dan data penjualan agroindustri Tahu Takwa.
2. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari instansi-instansi yang terkait yang ada hubungannya dengan penelitian ini. Data diperoleh dari Dinas Perdagangan dan dari literatur lain yang mendukung dalam penelitian ini. Jenis data yang diambil adalah berupa data agroindustri Tahu Takwa yang berada di Kota Kediri dan data-data penelitian terdahulu serta teori yang dapat menunjang dan mendukung pelaksanaan penelitian ini.

3.5 Metode Analisis Data

Metode yang digunakan untuk menganalisa hipotesis pertama yaitu efisiensi penggunaan biaya produksi pada hasil produksi Tahu Takwa di Kota Kediri, dengan menggunakan analisis R/C ratio. Penggunaan analisis R/C ratio

didasarkan karena informasi yang diberikan oleh pihak produsen yang menjadi responden sangat minim, sehingga tidak bisa dilakukan analisis dengan lengkap mengenai kelayakan usaha Tahu Takwa. Adapun analisis ratio R/C sebagai berikut (Soekartawi, 1995) :

$$R/C \text{ Ratio} = \frac{\text{Total Revenue}}{\text{Total Cost}}$$

$$R = P_y \cdot Y$$

$$C = FC + VC$$

$$a = \{ (P_y \cdot Y) / (FC + VC) \}$$

Keterangan :

R = penerimaan

C = biaya

P_y = harga *output*

Y = *output*

FC = biaya tetap (*Fixed Cost*)

VC = biaya variabel (*Variabel Cost*)

Kriteria keputusan :

1. R/C Ratio > 1, menunjukkan penggunaan biaya pada agroindustri Tahu Takwa di Kota Kediri adalah efisien.
2. R/C Ratio < 1, menunjukkan penggunaan biaya pada agroindustri Tahu Takwa di Kota Kediri adalah tidak efisien.
3. R/C Ratio = 1, menunjukkan penggunaan biaya pada agroindustri Tahu Takwa di Kota Kediri adalah impas.

Metode yang digunakan untuk menganalisa hipotesis kedua yaitu mengenai nilai tambah per kilogram bahan baku kedelai pada agroindustri tahu Takwa di Kota Kediri yaitu menggunakan analisis teori nilai tambah. Nilai tambah merupakan nilai keuntungan dari proses pengolahan yang diperoleh dari pengurangan nilai produk yang dihasilkan dengan biaya penunjang (*intermediate cost*) tidak termasuk tenaga kerja manusia. Secara matematik, dapat ditulis sebagai berikut (Sudiyono, 2002).

Cara menghitung besarnya nilai tambah pada agroindustri Tahu Takwa :

$$VA = NP - IC$$

Cara menghitung keuntungan yang diperoleh agroindustri Tahu Takwa :

$$\pi = VA - B.tk$$



Cara menghitung tingkat keuntungan pada agroindustri Tahu Takwa :

$$(\pi : NP) \times 100\%$$

Cara menghitung bagian tenaga kerja pada agroindustri Tahu Takwa :

$$(Bi.tk : VA) \times 100\%$$

Keterangan :

VA : *Value Added* atau Nilai Tambah pada hasil olahan

NP : Nilai Produksi yaitu penjualann hasil produksi

IC : *Intermediate Cost* atau biaya-biaya yang menunjang dalam proses produksi selain biaya tenaga kerja

B.Tk : Biaya tenaga kerja

π : Keuntungan yang diperoleh agroindustri susu kedelai

Kriteria pengambilan keputusan :

1. $VA > 0$, Agroindustri tahu Takwa memiliki nilai tambah yang positif.
2. $VA \leq 0$, Agroindustri tahu Takwa memiliki nilai tambah yang negatif.

Untuk menjawab hipotesis ketiga mengenai saluran pemasaran pada agroindustri Tahu Takwa di Kota Kediri adalah dengan menggunakan analisis deskriptif yang kemudian akan mendeskripsikan saluran pemasaran dan menggambarkan bagaimana saluran pemasaran Tahu Takwa yang ada didaerah penelitian. Sehingga masyarakat dapat mengetahui bagaimana saluran pemasaran yang terjadi pada agroindustri Tahu Takwa.

Metode yang digunakan untuk menganalisa hipotesis ke empat yaitu mengenai prospek pengembangan pada agroindustri tahu Takwa di Kota Kediri yaitu menggunakan analisis teori SWOT. Menurut Rangkuti (2003), analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakneeses*) dan ancaman (*Threats*).

Berdasarkan faktor internal dan eksternal yang telah ditentukan berdasarkan observasi lapang maka langkah selanjutnya pemberian bobot pada masing-masing faktor. Kemudian penentuan *rating* dan pemberian penjumlahan nilai pada masing-



masing faktor internal dan eksternal. Proses pemberian bobot, *rating* serta penilaian faktor internal dan eksternal dapat digambarkan pada Tabel 3.1 dan Tabel 3.2 berikut:

Tabel 3.1 Analisis Faktor Internal (IFAS)

Faktor-Faktor Internal	Bobot	Rating	Nilai (bobot x Rating)	Keterangan
Kekuatan				
Kelemahan				
Total				

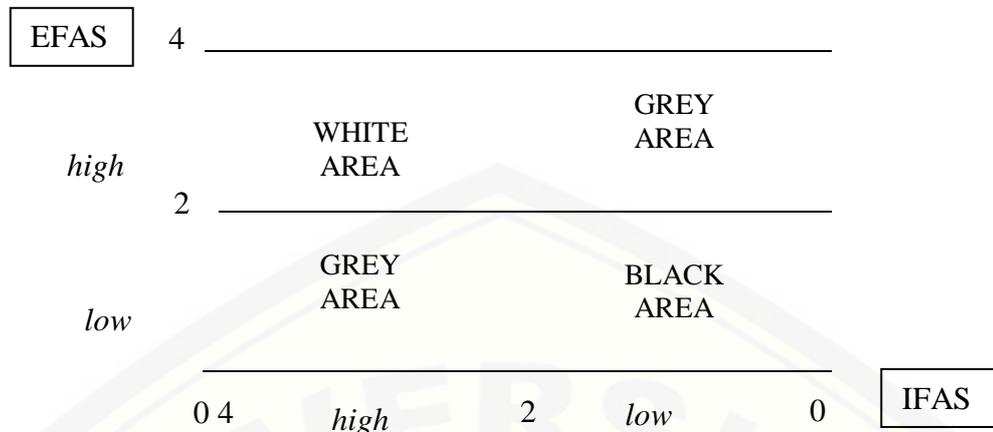
Tabel 3.2 Analisis Faktor Eksternal (EFAS)

Faktor-Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Nilai (bobot x Rating)	Keterangan
Peluang				
Ancaman				
Total				

Berdasarkan faktor-faktor yang sudah ada, maka dilakukan analisis terhadap setiap faktor tersebut yaitu :

1. Pemberian nilai bobot pada masing-masing faktor dengan skala 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting) berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap pengembangan usaha tahu Takwa.
2. Memberi skala pada kolom *rating* dari skala 1 (sangat buruk) sampai 4 (sangat baik) untuk masing-masing faktor kekuatan dan peluang yang bersifat positif. Faktor-faktor yang bersifat negatif (kelemahan dan ancaman) diberi skala 1 (sangat baik) sampai 4 (sangat buruk).

Berdasarkan nilai faktor-faktor strategi internal dan eksternal pada agroindustri tahu Takwa, maka dapat menunjukkan posisi usaha dalam matriks analisis SWOT yang ditunjukkan sebagai berikut :



Gambar 3.1 Matriks Posisi Kompetitif Relatif

Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

1. Apabila usaha agroindustri tahu Takwa berada pada *White Area* (bidang kuat-berpeluang), maka usaha tersebut memiliki peluang pasar yang prospektif dan memiliki potensi untuk mengerjakannya.
2. Apabila usaha agroindustri tahu Takwa berada pada *Grey Area* (bidang lemah-berpeluang), maka usaha tersebut memiliki peluang pasar yang prospektif, namun tidak memiliki kompetensi untuk mengerjakannya.
3. Apabila usaha agroindustri tahu Takwa berada pada *Grey Area* (bidang kuat-terancam), maka usaha tersebut cukup kuat untuk memiliki kompetensi untuk mengerjakannya, namun peluang pasar sangat mengancam.
4. Apabila usaha agroindustri tahu Takwa berada pada *Black Area* (Bidang lemah-terancam), maka usaha tersebut tidak memiliki peluang pasar yang prospektif dan kompetensi untuk mengerjakannya.

Berdasarkan faktor-faktor strategi internal dan eksternal pada agroindustri tahu Takwa telah didapat nilai IFAS dan EFAS, sehingga dapat diketahui posisi dari usaha tahu takwa.

TOTAL SKOR IFAS

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

Gambar 3.2 Matriks Internal-Eksternal

Selanjutnya adalah penentuan strategi dengan menggunakan analisis SWOT. Berdasarkan faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi agroindustri tahu Takwa dapat dibagi menjadi empat strategi yaitu *Strengths-Opportunities*, *Weaknesses-Opportunities*, *Strengths-Threats* dan *Weaknesses-Threats* seperti Gambar 3.3.

		IFAS	
		<i>Strengths (S)</i>	<i>Weaknesses (W)</i>
EFAS	<i>Opportunities (O)</i>	Strategi S-O (Menciptakan strategi dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang)	Strategi W-O (Menciptakan strategi dengan meminimalkan kelemahan dan memanfaatkan peluang)
	<i>Threats (T)</i>	Strategi S-T (Menciptakan strategi dengan menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman)	Strategi W-T (Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman).

Gambar 3.3 Matriks SWOT

Faktor yang perlu dicari untuk menganalisa permasalahan dengan alat analisis SWOT adalah faktor produksi, faktor sumber daya manusia (SDM), faktor permodalan, faktor lokasi, dan faktor pemasaran. Hal tersebut berguna untuk pengisian kuisioner yang nantinya akan diisi oleh responden. Setelah dianalisis maka peneliti dapat menentukan bagaimana kondisi agroindustri saat ini, apakah layak untuk dikembangkan atau tidak.

3.6 Definisi Operasional

1. Tahu adalah makanan yang terbuat dari endapan perasan kedelai yang difermentasikan dan diambil sarinya.
2. Tahu Takwa merupakan produk yang dihasilkan hanya di Kota Kediri, memiliki ciri ukuran tahu lebih besar dari tahu pada umumnya, lebih padat, memiliki rasa yang gurih, tidak memiliki rasa yang asam, dan dapat langsung dikonsumsi atau diolah lebih lanjut sesuai dengan selera.
3. Agroindustri merupakan bagian (subsistem) agribisnis yang mengolah bahan-bahan hasil pertanian menjadi barang-barang setengah jadi atau dapat langsung dikonsumsi.
4. Agroindustri tahu takwa adalah salah satu pihak pengolahan komoditas pangan yaitu kedelai dimana dapat meningkatkan nilai tambah dan nilai guna dari komoditas tersebut.
5. IKM adalah salah satu segmen industri yang bergerak pada sektor kecil menengah.
6. Nilai tambah merupakan nilai keuntungan dari proses pengolahan yang diperoleh dari pengurangan nilai produk yang dihasilkan dengan biaya penunjang (*intermediate cost*) tidak termasuk tenaga kerja manusia.
7. R/C adalah singkatan dari *Return Cost Ratio*, atau dikenal sebagai perbandingan antara penerimaan dan biaya.
8. Pendapatan kotor (penerimaan) adalah pendapatan agroindustri yang diperoleh dari hasil penjualan produksi sebelum dikurangi dengan biaya yang dikeluarkan agroindustri selama proses produksi yang dinyatakan dalam rupiah.

9. Efisiensi biaya adalah perbandingan antara total pendapatan kotor dengan total biaya yang dikeluarkan.
10. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*) pada agroindustri Tahu Takwa di Kota Kediri.
11. Kekuatan adalah faktor keunggulan yang dimiliki oleh agroindustri, seperti lokasi usaha, permodalan, ketersediaan tenaga kerja, dan lain-lain.
12. Kelemahan merupakan sisi yang menghambat proses produksi agroindustri, seperti keterbatasan lahan, kemampuan manajemen perusahaan, penggunaan teknologi sederhana, dan lain-lain.
13. Peluang merupakan sisi yang dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan agroindustri tersebut, seperti minat konsumen meningkat, dukungan pemerintah, dan lain-lain.
14. Ancaman merupakan hambatan yang dapat menghalangi keberlanjutan sebuah agroindustri, seperti persaingan antar agroindustri.
15. Biaya produksi adalah semua biaya yang dikeluarkan selama proses produksi, baik biaya tetap maupun biaya variabel dan dinyatakan dalam satuan rupiah.
16. Biaya tetap adalah biaya yang jumlahnya tetap selama proses produksi berlangsung dan dinyatakan dalam rupiah.
17. Biaya variabel adalah biaya besarnya sesuai dengan skala produksi dan dinyatakan dalam rupiah.
18. Produksi adalah hasil yang diperoleh dari proses produksi agroindustri dan dinyatakan dalam satuan potong.
19. Harga jual adalah nilai jual tiap produk dan dinyatakan dalam satuan rupiah.
20. Jumlah tenaga kerja adalah banyaknya tenaga kerja yang dibutuhkan pada agroindustri tersebut yang dinyatakan dalam satuan hari kerja orang.

BAB 4. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN

4.1 Keadaan Geografis Kota Kediri

Kota Kediri terletak di wilayah selatan bagian barat Jawa Timur. Topografi Kota Kediri memiliki ketinggian rata-rata 67 meter di atas permukaan laut dengan tingkat kemiringan 0% - 40%. Kota Kediri secara administratif berada di tengah wilayah Kabupaten Kediri, sehingga batas wilayah secara keseluruhan yaitu kecamatan yang berada di Kabupaten Kediri sebagai berikut.

- Sebelah Utara : Kecamatan Gampengrejo
 Sebelah Timur : Kecamatan Wates dan Kecamatan Gurah
 Sebelah Selatan : Kecamatan Kandat dan Kecamatan Ngadiluwih
 Sebelah Barat : Kecamatan Grogol dan Kecamatan Semen

Jumlah hari hujan pada tahun 2013 di Kota Kediri mencapai 114 hari. Curah hujan di Kota Kediri tahun 2013 mencapai 2.782 mm. Luas wilayah Kota Kediri mencapai 63,40 km² yang terbagi menjadi 3 kecamatan, yaitu Kecamatan Mojoroto, Kecamatan Kota dan Kecamatan Pesantren. Luas wilayah Kota Kediri berdasarkan kecamatan dapat dilihat pada Tabel 4.1.

Tabel 4.1 Luas Wilayah Kota Kediri Berdasarkan Kecamatan

Kecamatan	Luas Wilayah (km ²)	Persentase terhadap Luas Kota
Mojoroto	24,60	38,80
Kota	14,90	23,50
Pesantren	23,90	37,70
Total	63,40	100

Sumber: BPS Kota Kediri, 2014

Kota Kediri terbelah oleh Sungai Brantas sehingga menjadi dua wilayah, yaitu wilayah barat sungai dan timur sungai. Wilayah barat sungai secara keseluruhan merupakan wilayah Kecamatan Mojoroto dengan luas 24,60 km² yang merupakan kecamatan terluas dengan persentase 38,80% dari luas wilayah Kota Kediri. Wilayah Timur sungai terdiri atas Kecamatan Kota dan Kecamatan Pesantren yang memiliki luas masing-masing 14,90 km² dan 23,90 km².

4.2 Kondisi Penduduk Kota Kediri

Jumlah penduduk Kota Kediri hingga tahun 2013 yaitu sebanyak 267.310 jiwa. Berdasarkan data BPS Kota Kediri tahun 2013, nampak bahwa jumlah penduduk laki-laki di Kota Kediri lebih banyak dibandingkan jumlah penduduk perempuan. Rincian jumlah penduduk berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 4.2.

Tabel 4.2 Kependudukan Kota Kediri Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Uraian	Keterangan (Jiwa)
1	Laki-laki	134.409
2	Perempuan	132.901
Jumlah		267.310

Sumber: BPS Kota Kediri, 2014

Tabel 4.2 di atas menunjukkan jumlah penduduk laki-laki di Kota Kediri yaitu sebanyak 134.409 jiwa, sedangkan jumlah penduduk perempuan yaitu sebanyak 132.901 jiwa. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa jumlah penduduk laki-laki di Kota Kediri lebih banyak dibandingkan jumlah penduduk perempuan dengan perbedaan sebanyak 1.508 jiwa.

4.3 Potensi Kota Kediri

4.3.1 Potensi Kegiatan Pertanian Kota Kediri

Pertanian merupakan salah satu sumber mata pencaharian bagi sebagian besar masyarakat Indonesia mengingat Indonesia merupakan negara agraris. Sektor pertanian juga merupakan sektor yang diperhatikan oleh pemerintahan Kota Kediri karena sektor tersebut mendukung ketahanan pangan bagi masyarakatnya. Potensi pertanian di Kota Kediri secara terperinci dapat dilihat pada Tabel 4.3.

Tabel 4.3 Potensi Sektor Pertanian Kota Kediri

No	Komoditas	Hasil	Satuan
Tanaman Pangan			
1	Padi	131.216	kuintal
2	Jagung	63.564	kuintal
3	Kedelai	368	kuintal
4	Ubi kayu	5.765	kuintal
5	Ubi jalar	340	kuintal
6	Kacang tanah	388	kuintal
Hortikultura			
1	Jambu air	1.026,1	kuintal
2	Pisang	604,5	kuintal
3	Mangga	4.718	kuintal
4	Pepaya	104	kuintal
5	Cabe	131,9	kuintal
6	Sayuran lain	177,5	kuintal
Tanaman Perkebunan			
1	Kelapa	23,7	ton
2	Kapuk	9,5	ton
3	Jambu mente	1,2	ton
4	Melinjo	2,7	ton
5	Tebu	142.070	ton
Peternakan			
1	Sapi	3.510	ekor
2	Sapi perah	200	ekor
3	Kerbau	100	ekor
4	Kambing	1.852	ekor
5	Domba	1.045	ekor
6	Ayam kampung	78.950	ekor
7	Ayam ras	4.800	ekor
8	Itik	4.750	ekor
9	Mentok	1.250	ekor
Perikanan			
1	Gurame	23.160	Kg
2	Lele	105.960	Kg
3	Nila hitam	9.020	Kg
4	Hias	920	Kg

Sumber: BPS Kota Kediri, 2014

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa potensi pertanian di Kota Kediri meliputi tanaman pangan, hortikultura, tanaman perkebunan, peternakan dan perikanan. Tanaman pangan di Kota Kediri masih didominasi oleh tanaman padi. Hal

tersebut ditunjukkan oleh hasil tertinggi dari tanaman pangan yaitu tanaman padi sebesar 131.216 kuintal. Komoditas hortikultura di Kota Kediri didominasi oleh buah-buahan dengan hasil tertinggi yaitu mangga yang mencapai 4.718 kuintal, sedangkan untuk hortikultura sayur hanya menghasilkan 177,5 kuintal. Tanaman perkebunan dengan hasil tertinggi di tahun 2013 yaitu tebu yang mencapai 142.070 ton. Hasil tertinggi untuk peternakan di Kota Kediri yaitu ayam kampung yang mencapai 78.950 ekor. Perikanan di Kota Kediri didominasi oleh lele dengan hasil mencapai 105.960 kg di tahun 2013.

4.3.2 Potensi Kegiatan Industri Kota Kediri

Berdasarkan klasifikasi subsektor industri nonmigas yang ditetapkan oleh Kementerian Perindustrian RI, kondisi aktual sektor perindustrian di Kota Kediri menurut jumlah unit usaha, tenaga kerja dan nilai produksinya disajikan dalam Tabel 4.4.

Tabel 4.4 Sektor Perindustrian Kota Kediri Tahun 2011

No.	Sub Sektor	Unit Usaha	Jumlah Tenaga Kerja (Orang)	Nilai Produksi (Rp)*
1	Industri logam dan mesin	122	1.231	21.316
2	Industri kimia	18	139	10.461
3	Industri aneka	79	860	256.561
4	Industri hasil pertanian dan kehutanan	60	41.630	5.187.913
5	Industri makanan dan minuman	179	1.716	51.492
6	Industri tekstil pakaian jadi dan kulit	48	373	9.517
7	Industri kertas dan percetakan	57	299	10.297
Jumlah		563	46.248	5.547.557

Keterangan: *dalam juta

Sumber: Pemerintah Kota Kediri, 2012

Berdasarkan klasifikasi pada Tabel 4.4, diketahui bahwa subsektor industri hasil pertanian dan kehutanan menyerap jumlah tenaga kerja dan memiliki nilai produksi yang dominan jika dibandingkan dengan subsektor industri lainnya di Kota Kediri. Dalam hal ini, PT Gudang Garam Tbk. sebagai salah satu industri

pengolahan hasil tembakau terbesar di Indonesia memegang peranan yang cukup penting dalam penyerapan tenaga kerja di Kota Kediri dan sekitarnya.

Kota Kediri merupakan kawasan perkotaan yang sedang berkembang. Terdapat banyak unit-unit usaha industri dengan skala usaha yang bervariasi, meliputi industri besar, menengah dan kecil. Industri-industri besar yang ada di Kota Kediri bergerak di bidang industri gula dan rokok. PT Gudang Garam Tbk. sebagai salah satu industri pengolahan hasil tembakau terbesar di Indonesia memegang peranan yang cukup penting dalam penyerapan tenaga kerja di Kota Kediri dan sekitarnya. Selain itu, terdapat pula beberapa pabrik gula di Kota Kediri yang juga memiliki peran cukup penting dalam penyerapan tenaga kerja di Kota Kediri.

Sebagian besar unit usaha IKM di Kota Kediri bergerak dalam produksi makanan dan pengolahan hasil pertanian. Hal ini dikarenakan wilayah-wilayah penyangga (*greater area*) di sekitar Kota Kediri merupakan penghasil berbagai komoditas pertanian sehingga banyak pihak yang melihatnya sebagai peluang usaha yang prospektif dan kemudian diolah menjadi produk yang memiliki nilai tambah, bahkan beberapa di antaranya telah berhasil memasarkan produknya menembus pasar internasional. Dalam perkembangannya, IKM memainkan peran yang semakin konkret terhadap pembangunan daerah dan pertumbuhan ekonomi Kota Kediri. Hal tersebut ditunjukkan oleh jumlah unit usaha dan daya serap tenaga kerja menunjukkan trend positif dari tahun ke tahun.

4.4 Agroindustri Tahu Takwa Kota Kediri

Kota Kediri selain dikenal sebagai penghasil rokok terbesar di Indonesia, juga dikenal sebagai Kota Tahu. Sebutan kota tahu untuk Kota Kediri tak lepas dari sejarah masuknya warga Cina ke Indonesia pada tahun 1900 silam. Tahun 1900 mulai terjadi migrasi warga Cina ke Indonesia. Dari ribuan imigran yang datang, terdapat 3 nama yang dikenal sebagai pelopor pembuatan tahu, yaitu Lauw Soe Hoek (yang lebih dikenal dengan Bah Kacung), Liem Ga Moy, dan Kaou Loung. Hingga saat ini penerus dari 3 orang tersebut masih mempertahankan usaha yang dirintis leluhurnya, kecuali Kaou Loung.

Faktor utama yang mendorong pemilihan lokasi pembuatan tahu di Kediri yaitu karena terdapat kesamaan karakteristik air dengan yang terdapat di Cina. Dalam proses pembuatannya, tahu yang diklaim sebagai makanan khas bangsa Cina dan bernama tofu itu diyakini tidak mudah. Jenis air dianggap sangat berpengaruh terhadap hasil akhir pembuatan tahu. Pelopor usaha pembuatan tahu di Kediri senantiasa menjaga kualitas tahu yang diproduksi. Hal tersebut menjadikan tahu yang diproduksi semakin dikenal luas oleh masyarakat dan turut mengangkat nama Kota Kediri hingga berujung pada disematkannya sebutan Kota Tahu.

Berdasarkan data yang dihimpun oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Tambang Energi (Disperindagtamben) Kota Kediri, hingga tahun 2011 terdapat sekitar 28 agroindustri Tahu Takwa di Kota Kediri. Guna mengayomi para pengusaha Tahu Takwa di Kota Kediri, dibentuklah Asosiasi Pengusaha Tahu (APETA). Asosiasi tersebut terbentuk sejak tahun 2011 yang diketuai oleh Ruddy Setijo. Keberadaan APETA tersebut diharapkan dapat menjadi sarana bagi pengusaha Tahu Takwa di Kota Kediri untuk dapat saling bertukar informasi mengenai usaha Tahu Takwa yang dilakukan. Keberadaan APETA juga diharapkan mampu menjaga eksistensi dari usaha Tahu Takwa di Kota Kediri sehingga Tahu Takwa tetap menjadi produk unggulan dari Kota Kediri.

4.5 Agroindustri Tahu Takwa Mikomos

Agroindustri Tahu Takwa Mikimos berdiri sejak tahun 1972. Agroindustri Tahu Takwa ini berlokasi di Jalan Pattimura No. 59 Kota Kediri. Pengelola Agroindustri Tahu Takwa ini adalah Ruddy Setijo dengan dibantu oleh karyawan sebanyak 5 orang. Agroindustri ini mampu memproduksi Tahu Takwa sebanyak 200 biji setiap kali produksi. Proses produksi Tahu Takwa pada agroindustri ini dilakukan setiap hari. Proses pemasaran dilakukan langsung melalui *outlet* milik sendiri yang juga menyediakan berbagai macam oleh-oleh.

4.6 Agroindustri Tahu Takwa Soponyono

Agroindustri Tahu Takwa Soponyono berdiri sejak tahun 1990. Agroindustri Tahu Takwa ini berlokasi di Jalan Pattimura No. 73 Kota Kediri. Pengelola Agroindustri Tahu Takwa ini adalah Robi dengan dibantu oleh karyawan sebanyak 4 orang. Agroindustri ini mampu memproduksi Tahu Takwa sebanyak 750 biji setiap kali produksi. Proses produksi Tahu Takwa pada agroindustri ini dilakukan setiap 2 hari sekali. Hal tersebut disebabkan karena sistem yang dilakukan oleh produsen adalah menunggu produk Tahu Takwa sampai habis terlebih dahulu untuk mencegahnya dari kerugian. Setelah produk habis, maka proses produksi akan dilakukan kembali.

4.7 Agroindustri Tahu Takwa Liem Tien Tin (LTT)

Agroindustri Tahu Takwa Lim Tien Tin (LTT) berdiri sejak tahun 1970. Agroindustri Tahu Takwa ini berlokasi di Jalan Pattimura No. 67 Kota Kediri. Pengelola Agroindustri Tahu Takwa ini adalah Bapak Han dengan dibantu oleh karyawan sebanyak 7 orang. Agroindustri ini mampu memproduksi Tahu Takwa sebanyak 900 biji setiap kali produksi. Proses produksi Tahu Takwa pada agroindustri ini dilakukan setiap hari. Proses pemasaran dilakukan langsung melalui *outlet* milik sendiri yang berada satu lokasi dengan tempat produksi, sehingga setelah produksi dapat langsung mendistribusikannya ke *outlet* untuk segera dipasarkan.

BAB 5. HASIL DAN PEMBAHASAN

Data Dinas Perindustrian, Perdagangan, Pertambangan dan Energi (Disperindagtamben) menunjukkan bahwa jumlah Agroindustri Tahu Takwa di Kota Kediri yaitu sebanyak 27 agroindustri yang tersebar di 3 kecamatan, yaitu 19 agroindustri di Kecamatan Kota, 1 agroindustri di Kecamatan Mojoroto, dan 7 agroindustri di Kecamatan Pesantren. Penelitian mengenai Agroindustri Tahu Takwa di Kota Kediri ini pada mulanya menggunakan sampel sebanyak 15 agroindustri yang terdiri dari 7 agroindustri di Kecamatan Kota, 1 agroindustri di Kecamatan Mojoroto, dan 7 agroindustri di Kecamatan Pesantren yang dianggap dapat mewakili Agroindustri Tahu Takwa di Kota Kediri. Namun setelah dilakukan penelitian, hanya terdapat 3 agroindustri di Kecamatan Kota yang bersedia untuk dijadikan responden penelitian. Hal tersebut dikarenakan semakin ketatnya persaingan antar Agroindustri Tahu Takwa yang menjadikan agroindustri semakin tertutup dan menolak untuk dijadikan responden guna menjaga rahasia internal agroindustri. Selain itu berdasarkan informasi yang didapat bahwa sebagian besar Agroindustri Tahu Takwa di Kota Kediri berhenti untuk beroperasi. Hal tersebut dikarenakan kenaikan harga barang yang digunakan selama proses produksi, sehingga pihak produsen mengalami kerugian akibat biaya produksi yang terus meningkat. Fenomena seperti ini sangat merugikan, terutama untuk pihak konsumen sebagai penikmat produk Tahu Takwa.

Kecamatan Kota merupakan kecamatan yang memiliki Agroindustri Tahu Takwa terbanyak di Kota Kediri. Terdapat 19 Agroindustri Tahu Takwa yang berkembang di kecamatan tersebut. Agroindustri yang dijadikan responden penelitian adalah Agroindustri Tahu Takwa Mikimos, Sopyonyono dan Lim Tien Tin (LTT). Meskipun hanya terdapat 3 sampel yang mewakili Agroindustri Tahu Takwa di Kota Kediri, namun ketiga agroindustri tersebut sudah dianggap mampu mewakili populasi Agroindustri Tahu Takwa di Kota Kediri. Hal tersebut dapat dinilai dari kapasitas produksi masing-masing agroindustri yang beragam dan sudah mewakili kapasitas produksi kecil, sedang dan besar. Agroindustri Mikimos

memiliki kapasitas produksi tahu takwa sebanyak 200 potong/hari yang mewakili agroindustri kecil. Agroindustri Soponyono memiliki kapasitas produksi tahu takwa sebanyak 750 potong/hari yang mewakili agroindustri sedang dan Agroindustri LTT memiliki kapasitas produksi sebanyak 900 potong/hari yang mewakili agroindustri besar.

5.1 Tingkat Efisiensi pada Agroindustri Tahu Takwa di Kota Kediri

Efisiensi dalam Agroindustri Tahu Takwa memiliki arti yang penting. Hal tersebut berkaitan dengan perhitungan mengenai bagaimana usaha yang dilakukan oleh produsen, yakni membandingkan antara besarnya biaya dengan besarnya nilai produksi yang diperoleh dari kegiatan produksi. Apabila suatu proses produksi secara ekonomi sudah berlangsung efisien, maka dapat dikatakan pengusaha memperoleh keuntungan dari kegiatan produksi yang dilakukan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa efisiensi dalam analisis ekonomi merupakan hal yang penting karena dapat bertindak sebagai tolak ukur apakah usaha tersebut layak untuk dikembangkan lebih lanjut atau tidak layak dikembangkan.

Efisiensi produksi merupakan salah satu aspek yang sangat diperhatikan dalam menjalankan usaha Tahu Takwa agar biaya-biaya yang dikeluarkan dapat digunakan semaksimal mungkin dan dengan harapan produsen akan mendapatkan keuntungan. Efisiensi biaya produksi dipengaruhi oleh total penerimaan dan total biaya yang dikeluarkan. Penerimaan dipengaruhi oleh jumlah produk tahu yang dihasilkan dan harga jual produk. Upaya yang harus dilakukan oleh pengusaha untuk meningkatkan efisiensi penggunaan biaya adalah dengan meningkatkan penerimaan dan menekan biaya yang dikeluarkan. Penggunaan biaya produksi yang efisien akan memberikan keuntungan, karena besarnya biaya yang dikeluarkan lebih kecil dibandingkan dengan penerimaan yang diperoleh, artinya penerimaan dapat menutupi seluruh biaya produksi yang dikeluarkan.

5.1.1 Tingkat Efisiensi pada Agroindustri Tahu Takwa Mikimos

Analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar tingkat efisiensi yang dihasilkan pada Agroindustri Tahu Takwa adalah analisis R/C ratio. Nilai R/C ratio diperoleh dengan membandingkan antara total penerimaan (TR) yang diterima dengan total biaya (TC) yang dikeluarkan dalam satu kali produksi. Analisis mengenai rata-rata penggunaan biaya produksi pada Agroindustri Tahu Takwa Mikimos dapat dilihat pada Tabel 5.1.

Tabel 5.1 Volume Produksi, Total Penerimaan, Total Biaya, Pendapatan Bersih, dan Efisiensi Produksi pada Agroindustri Tahu Takwa Mikimos

No	Uraian	Nilai
1.	Volume Produksi (Potong/Produksi)	200
2.	Total Penerimaan (TR) (Rp/Produksi)	500.000,00
3.	Total Biaya (TC) (Rp/Produksi)	482.713,89
4.	Pendapatan (Rp/Produksi)	17.286,11
5.	R/C Ratio	1,04

Sumber: Data Primer diolah Tahun 2015, Lampiran L

Berdasarkan Tabel 5.1, dapat diketahui bahwa volume produksi tahu takwa pada Agroindustri Tahu Takwa Mikimos adalah sebanyak 200 potong/produksi. Total penerimaan (TR) yang diterima oleh Agroindustri Tahu Takwa Mikimos adalah sebesar Rp 500.000/produksi. Total penerimaan ini didapat dari penjualan produksi tahu takwa sebanyak 200 dengan harga jual Tahu Takwa itu sendiri sebesar Rp 2.500/ potong. Total Biaya (TC) yang dikeluarkan oleh agroindustri Tahu Takwa Mikimos dalam satu kali proses produksi yaitu sebesar Rp 482.713,89/ produksi. Nilai Total Biaya (TC) tersebut diperoleh dari penjumlahan Total Biaya Tetap (TFC) sebesar Rp 1.263,89/produksi dan nilai Total Biaya Variabel (TVC) sebesar Rp 481.450/produksi (Lampiran J). Pendapatan yang diperoleh oleh Agroindustri Tahu Takwa Mikimos adalah sebesar Rp 17.286,11/produksi yang didapat berdasarkan pengurangan dari nilai total penerimaan (TR) dengan total biaya (TC) yang dikeluarkan dalam proses produksi.

Suatu agroindustri bisa dikatakan berhasil apabila mampu mengolah dan memanajemen sumberdaya yang dimiliki sebaik mungkin untuk terus mengembangkan usahanya. Tabel 5.1 menjelaskan bahwa usaha yang dilakukan oleh Agroindustri Tahu Takwa Mikimos sudah efisien, hal tersebut dapat dilihat pada nilai R/C ratio yang lebih besar dari 1. Nilai R/C ratio yang didapat adalah sebesar 1,04. Nilai R/C ratio sebesar 1,04 dapat diartikan bahwa setiap menggunakan biaya produksi sebesar Rp 1.000 maka akan memperoleh penerimaan sebesar Rp 1.040, dengan keuntungan sebesar Rp 40 yang didapat oleh pihak produsen.

Efisiensi biaya produksi salah satunya sangat dipengaruhi oleh faktor bahan baku produksi yaitu kedelai. Ketergantungan produsen terhadap kedelai impor masih sangat tinggi. Penggunaan kedelai impor sebagai bahan baku utama pembuatan Tahu Takwa akan mampu menghasilkan tahu yang lebih bagus dibandingkan dengan menggunakan bahan baku kedelai lokal. Selain itu rasa yang dihasilkan juga menjadi lebih gurih dibandingkan dengan menggunakan kedelai lokal. Apabila dibandingkan, harga kedelai impor jauh lebih mahal dibandingkan kedelai lokal. Harga kedelai impor berkisar antara Rp 8.000/kg hingga Rp 11.000/kg, sedangkan harga kedelai lokal lebih murah yaitu berkisar antara Rp 7.000/kg hingga Rp 8.000/kg. Harga kedelai yang semakin mahal membuat produsen kebingungan untuk menentukan strategi penjualan. Strategi yang diambil oleh produsen adalah menaikkan harga jual Tahu Takwa yang awalnya Rp 2.000/ potong menjadi Rp 2.500/ potong. Hal tersebut dilakukan guna menutupi biaya produksi Tahu Takwa yang semakin meningkat.

Faktor lain yang berpengaruh terhadap efisiensi biaya produksi adalah faktor bahan bakar. Bahan bakar yang digunakan selama proses produksi Tahu Takwa adalah solar dan gas LPG 12 kg. Bahan bakar solar digunakan untuk mesin penggiling (selep) yang berfungsi sebagai alat penghalus kedelai agar menjadi bubur. Mesin penggiling (selep) ini digunakan agar proses produksi berjalan dengan cepat dan bubur kedelai yang dihasilkan lebih halus. Setelah kedelai menjadi bubur kemudian akan dimasak dengan bantuan bahan bakar LPG. Proses

memasak kedelai membutuhkan waktu yang cukup lama sampai menghasilkan sari kedelai yang baik, hal tersebut berimbas kepada pemakaian bahan bakar LPG yang cukup banyak. Kenaikan harga bahan bakar yang terjadi belakangan ini sangat disayangkan oleh pihak produsen. Hal tersebut dikarenakan kenaikan bahan bakar tersebut berdampak pada kenaikan biaya produksi. Produsen mengambil kebijakan untuk menaikkan harga jual Tahu Takwa dengan tujuan agar pihak produsen agar tidak mengalami kerugian.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada Agroindustri Tahu Takwa Mikimos dapat disimpulkan bahwa harga bahan baku serta bahan bakar sangat berpengaruh terhadap besarnya biaya yang dikeluarkan, besarnya penerimaan, keuntungan, serta R/C ratio dari Agroindustri Tahu Takwa Mikimos. Hasil analisis menunjukkan bahwa pendapatan Agroindustri Tahu Takwa Mikimos adalah sebesar Rp 17.286,11 dengan produksi Tahu Takwa sebanyak 200 potong, sedangkan nilai R/C ratio yang didapat adalah sebesar 1,04 (lebih besar dari 1). Hal tersebut menunjukkan bahwa biaya yang dikeluarkan oleh Agroindustri Tahu Takwa Mikimos adalah efisien karena penggunaan biaya sudah efektif. Faktor yang mendukung efisiensi dalam penggunaan biaya yaitu penggunaan tenaga kerja yang tersedia di sekitar agroindustri dan upah yang murah. Hal tersebut dikarenakan tenaga kerja yang diperlukan dalam proses produksi tidak memerlukan keahlian khusus. Selain itu, Agroindustri Tahu Takwa Mikimos mampu mengefisienkan biaya pemasaran karena pemasaran dilakukan di outlet milik sendiri sehingga tidak diperlukan biaya pengangkutan. Bahan baku pun diperoleh dari pasar sekitar agroindustri sehingga tidak mengeluarkan biaya pengangkutan yang tinggi. Peralatan yang digunakan selalu dirawat dengan baik untuk mencegah terjadinya kerusakan yang akan menyebabkan pengusaha Agroindustri Tahu Takwa mengeluarkan biaya lebih besar untuk memperbaiki peralatan yang rusak atau membeli peralatan yang baru.

5.1.2 Tingkat Efisiensi pada Agroindustri Tahu Takwa Soponyono

Agroindustri Tahu Takwa Soponyono memiliki kapasitas produksi sebanyak 750 potong/produksi. Kapasitas produksi tersebut lebih besar

dibandingkan Agroindustri Tahu Takwa Mikimos. Kapasitas produksi yang lebih besar menjadikan Agroindustri Tahu Takwa Soponyono memerlukan penggunaan input yang lebih banyak untuk mendukung proses produksi yang akan berpengaruh terhadap total biaya yang dikeluarkan selama proses produksi. Apabila biaya yang dikeluarkan tidak dapat ditekan seefisien mungkin, maka penerimaan yang diperoleh agroindustri tidak akan mampu menutupi total biaya yang dikeluarkan. Hal tersebut akan mempengaruhi tingkat efisiensi dari Agroindustri Tahu Takwa Soponyono. Perhitungan efisiensi pada Agroindustri Tahu Takwa Soponyono dapat dilihat pada Tabel 5.2.

Tabel 5.2 Volume Produksi, Total Penerimaan, Total Biaya, Pendapatan Bersih, dan Efisiensi Produksi pada Agroindustri Tahu Takwa Soponyono

No	Uraian	Nilai
1.	Volume Produksi (potong/Produksi)	750
2.	Total Penerimaan (TR) (Rp/Produksi)	1.875.000,00
3.	Total Biaya (TC) (Rp/Produksi)	1.372.375,00
4.	Pendapatan (Rp/Produksi)	502.625,00
5.	R/C Ratio	1,37

Sumber: Data Primer diolah Tahun 2015, Lampiran L

Tabel 5.2 menunjukkan bahwa Agroindustri Tahu Takwa Soponyono mampu memproduksi tahu takwa sebanyak 750 potong/produksi. Total penerimaan (TR) yang diterima oleh Agroindustri Tahu Takwa Soponyono adalah sebesar Rp 1.875.000,00/produksi yang merupakan hasil penjualan produk tahu takwa sebanyak 750 potong dengan harga jual Tahu Takwa sebesar Rp 2.500/potong. Total Biaya (TC) yang dikeluarkan oleh agroindustri Tahu Takwa Soponyono dalam satu kali proses produksi yaitu sebesar Rp 1.372.375,00/produksi yang diperoleh dari penjumlahan Total Biaya Tetap (TFC) sebesar Rp 4.333,33/produksi dan nilai Total Biaya Variabel (TVC) sebesar Rp 1.368.042,67/produksi (Lampiran J). Berdasarkan pengurangan Total Penerimaan (TR) dengan Total Biaya (TC) selama satu kali proses produksi, maka pendapatan yang diperoleh Agroindustri Tahu Takwa Soponyono yaitu sebesar Rp 502.625,00/produksi.

Hasil perhitungan efisiensi pada Tabel 5.2 menunjukkan bahwa usaha yang dilakukan oleh Agroindustri Tahu Takwa Soponyono sudah efisien. Hal

tersebut ditunjukkan oleh nilai R/C ratio yang lebih besar dari 1. Nilai R/C ratio yang didapat adalah sebesar 1,37. Nilai R/C ratio sebesar 1,37 tersebut dapat diartikan bahwa setiap menggunakan biaya produksi sebesar Rp 1.000 maka akan memperoleh penerimaan sebesar Rp 1.370, dengan keuntungan sebesar Rp 370 yang didapat oleh pihak produsen.

Kapasitas produksi yang lebih besar dibandingkan Agroindustri Tahu Takwa Mikimos mendorong agroindustri Tahu Takwa Soponyono menggunakan input yang lebih banyak untuk dapat memproduksi sebanyak 750 potong tahu takwa dalam sekali proses produksi. Salah satu input yang lebih banyak digunakan yaitu bahan baku berupa kedelai yang mencapai 80 kg untuk sekali proses produksi. Jumlah tersebut lebih banyak jika dibandingkan dengan bahan baku kedelai yang digunakan Agroindustri Tahu Takwa Mikimos yang hanya menggunakan bahan baku kedelai sebanyak 20 kg. Hal tersebut akan mengakibatkan pengeluaran biaya yang lebih besar selama proses produksi yang pada akhirnya mempengaruhi tingkat efisiensi.

Penggunaan input bahan bakar (LPG dan solar) juga menjadi lebih banyak agar dapat memproduksi sebanyak 750 potong tahu takwa dalam sekali produksi. Bahan bakar LPG yang digunakan Agroindustri Tahu Takwa Mikimos yaitu sebanyak $\frac{1}{2}$ tabung gas 12 kg untuk memproduksi 200 potong tahu takwa, sedangkan Agroindustri Tahu Takwa Soponyono menggunakan 2 tabung gas LPG 12 kg untuk memproduksi 750 potong tahu takwa. Biaya lainnya seperti listrik dan air juga menjadi lebih besar sehingga total biaya produksi yang dikeluarkan menjadi lebih besar.

Apabila suatu agroindustri tidak dapat menekan pengeluaran biaya secara efisien, maka biaya yang dikeluarkan untuk proses produksi yang dilakukan akan semakin besar dan tidak akan mampu ditutupi oleh penerimaan yang diperoleh. Hasil analisis menunjukkan bahwa tingkat efisiensi Agroindustri Tahu Takwa Soponyono yaitu sebesar 1,37. Nilai tersebut lebih besar jika dibandingkan dengan tingkat efisiensi Agroindustri Tahu Takwa Mikimos yang hanya sebesar 1,04. Hal tersebut menunjukkan bahwa meskipun total biaya yang dikeluarkan Agroindustri Tahu Takwa Soponyono lebih besar dibandingkan Agroindustri

Tahu Takwa Mikimos, namun Agroindustri Tahu Takwa Sopyonyo dapat lebih efisien dibandingkan dengan Agroindustri Tahu Takwa Mikimos. Hal tersebut dikarenakan Agroindustri Tahu Takwa Sopyonyo hanya menggunakan 2 tenaga kerja untuk proses produksi yang menghasilkan 750 potong tahu takwa, sedangkan Agroindustri Tahu Takwa Mikimos menggunakan 3 tenaga kerja untuk proses produksi yang menghasilkan 200 potong tahu takwa. Penggunaan tenaga kerja Agroindustri Tahu Takwa Sopyonyo yang lebih sedikit akan membantu mengurangi total biaya produksi yang dikeluarkan sehingga usaha yang dilakukan lebih efisien.

5.1.3 Tingkat Efisiensi pada Agroindustri Tahu Takwa Lim Tien Tin (LTT)

Kapasitas Produksi Agroindustri Tahu Takwa LTT lebih besar dibandingkan dengan Agroindustri Tahu Takwa Mikimos dan Sopyonyo, yaitu sebanyak 900 potong/produksi. Kapasitas produksi yang semakin besar akan memerlukan penggunaan input yang lebih banyak untuk mendukung proses produksi sehingga total biaya yang dikeluarkan selama proses produksi menjadi lebih besar. Apabila biaya yang dikeluarkan tidak dapat ditekan seefisien mungkin, maka penerimaan yang diperoleh agroindustri tidak akan mampu menutupi total biaya yang dikeluarkan. Hal tersebut akan mempengaruhi tingkat efisiensi dari Agroindustri Tahu Takwa LTT. Perhitungan efisiensi pada Agroindustri Tahu Takwa LTT dapat dilihat pada Tabel 5.3.

Tabel 5.3 Volume Produksi, Total Penerimaan, Total Biaya, Pendapatan Bersih, dan Efisiensi Produksi pada Agroindustri Tahu Takwa LTT

No	Uraian	Nilai
1.	Volume Produksi (potong/Produksi)	900
2.	Total Penerimaan (TR) (Rp/Produksi)	2.250.000,00
3.	Total Biaya (TC) (Rp/Produksi)	2.023.899,53
4.	Pendapatan (Rp/Produksi)	226.100,47
5.	R/C Ratio	1,11

Sumber: Data Primer diolah Tahun 2015, Lampiran L

Berdasarkan tabel 5.3, dapat diketahui bahwa Agroindustri Tahu Takwa LTT mampu memproduksi tahu takwa sebanyak 900 potong/produksi. Total penerimaan (TR) yang diterima oleh Agroindustri Tahu Takwa LTT adalah

sebesar Rp 2.250.000,00/produksi yang diperoleh dari hasil penjualan produk tahu takwa sebanyak 900 potong dengan harga jual Tahu Takwa sebesar Rp 2.500/potong. Total Biaya (TC) yang dikeluarkan oleh agroindustri Tahu Takwa LTT dalam satu kali proses produksi yaitu sebesar Rp 2.023.899,53/ produksi. Total Biaya (TC) tersebut merupakan penjumlahan dari Total Biaya Tetap (TFC) sebesar Rp 3.266,20/produksi dan nilai Total Biaya Variabel (TVC) sebesar Rp 2.020.633,33/produksi (Lampiran J). Berdasarkan pengurangan Total Penerimaan (TR) dengan Total Biaya (TC) selama satu kali proses produksi, maka pendapatan yang diperoleh Agroindustri Tahu Takwa Sopyonyono yaitu sebesar Rp 226.100,47/produksi.

Hasil perhitungan efisiensi pada Tabel 5.3 menunjukkan bahwa usaha yang dilakukan oleh Agroindustri Tahu Takwa LTT sudah efisien. Hal tersebut ditunjukkan oleh nilai R/C ratio yang lebih besar dari 1. Nilai R/C ratio yang didapat adalah sebesar 1,11. Nilai R/C ratio sebesar 1,11 tersebut dapat diartikan bahwa setiap menggunakan biaya produksi sebesar Rp 1.000 maka akan memperoleh penerimaan sebesar Rp 1.110, dengan keuntungan sebesar Rp 110 yang didapat oleh pihak produsen.

Kapasitas produksi yang dihasilkan Agroindustri Tahu Takwa LTT lebih besar dibandingkan dengan Agroindustri Mikimos maupun Sopyonyono. Input bahan baku yang digunakan dalam produksi Tahu Takwa mencapai 100 kg kedelai dalam sekali produksi yang menghasilkan 900 potong Tahu Takwa. Hal tersebut sangat mempengaruhi penggunaan biaya produksi karena biaya untuk bahan baku memakan anggaran biaya produksi yang paling banyak. Apabila pihak produsen tidak mampu mengolah dan memanajemen dengan baik, maka penggunaan biaya tidak akan menjadi efisien dan mengalami kerugian. Jumlah produksi yang lebih besar menyebabkan penggunaan bahan bakar yang digunakan juga semakin meningkat. Penggunaan input bahan bakar (LPG dan solar) juga akan mengalami peningkatan. Agroindustri LTT menggunakan input bahan bakar LPG sebanyak 2,5 tabung ukuran 12 kg guna menghasilkan Tahu Takwa sebanyak 900 potong/produksi. Biaya lain-lain juga akan semakin meningkat seperti air dan listrik yang digunakan dalam proses produksi.



Nilai R/C yang didapat oleh Agroindustri LTT lebih rendah dibandingkan dengan Agroindustri Soponyono. Hal tersebut dikarenakan ada beberapa faktor yang menyebabkan kurang efisiennya usaha yang dilakukan oleh Agroindustri LTT, seperti penggunaan tenaga kerja, pemilihan bahan baku (kedelai). Agroindustri LTT menggunakan tenaga kerja yang lebih banyak dibandingkan dengan Agroindustri Soponyono. Selain itu harga kedelai yang digunakan sebagai bahan baku oleh Agroindustri LTT dan Soponyono juga berbeda. Agroindustri LTT menggunakan kedelai dengan harga Rp 9000,00, sedangkan untuk Agroindustri Soponyono menggunakan kedelai dengan harga Rp 7800,00 sebagai bahan baku Tahu Takwa. Hal tersebut berdampak pada pengeluaran biaya produksi yang dikeluarkan akan semakin besar karena penggunaan kedelai yang mahal. Jumlah produksi yang besar tidak menjamin suatu agroindustri dapat mendatangkan keuntungan jika manajemen yang dilakukan masih kurang baik, sehingga efisiensi biaya yang dilakukan menjadi tidak maksimal.

5.2 Nilai Tambah pada Agroindustri Tahu Takwa di Kota Kediri

Komoditas pertanian mayoritas dihasilkan dalam bentuk bahan mentah dan bersifat mudah rusak, sehingga tidak memiliki masa simpan yang lama. Hal tersebut menjadikan komoditas pertanian perlu langsung dikonsumsi atau diolah terlebih dahulu agar masa simpannya lebih lama. Pengolahan komoditas pertanian ini dapat meningkatkan nilai tambah dengan mengubah bentuk produk pertanian menjadi barang setengah jadi maupun barang jadi yang siap dikonsumsi sehingga dapat meningkatkan harga jual produk pertanian.

Besarnya nilai tambah suatu produk pertanian merupakan hal yang penting pelaku usaha karena dapat mengetahui besarnya balas jasa yang diberikan dari faktor-faktor produksi yang digunakan. Nilai tambah yang dimaksud dalam Agroindustri Tahu Takwa adalah pengolahan kedelai menjadi Tahu Takwa yang akan dapat menaikkan nilai produk (olahan) tersebut dibandingkan jika kedelai tersebut hanya dijual dalam bentuk mentah. Nilai tambah merupakan nilai yang diperoleh berdasarkan adanya pengolahan lanjutan dari produk pertanian yang masih mentah menjadi produk yang siap dikonsumsi oleh konsumen.

5.2.1 Nilai Tambah pada Agroindustri Tahu Takwa Mikimos

Nilai tambah merupakan keuntungan yang diperoleh produsen karena adanya proses pengolahan lanjutan yang didapat dari selisih antara nilai produk yang dihasilkan dengan biaya penunjang (*intermediate cost*) tidak termasuk tenaga kerja manusia. Objek yang dijadikan penelitian nilai tambah ini adalah proses pengolahan kedelai menjadi Tahu Takwa yang dilakukan oleh Agroindustri Tahu Takwa Mikimos. Biaya penunjang diantaranya adalah biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap merupakan biaya investasi berupa peralatan seperti pisau, wajan, cetakan tahu, dan lain-lain. Sedangkan yang termasuk ke dalam biaya variabel adalah seperti bahan baku (kedelai), bahan tambahan, biaya bahan bakar, dan lain-lain. Hasil analisis nilai tambah pada Agroindustri Tahu Takwa Mikimos yang didapat berdasarkan data yang diperoleh dapat dilihat pada Tabel 5.4.

Tabel 5.4 Nilai Tambah per Kilogram Agroindustri Tahu Takwa Mikimos dalam Pengolahan Bahan Baku Kedelai menjadi Tahu Takwa

No	Uraian	Nilai
1	Faktor Konversi	1,5
2	<i>Intermediate Cost</i> (Rp/Kg)	18.322,50
3	Nilai Produk (Rp/Kg)	25.012,50
4	a. Nilai Tambah (Rp/Kg)	6.690,50
	b. Rasio Nilai Tambah (%)	26,75
5	a. Pendapatan tenaga kerja (Rp/Kg)	5.750,00
	b. Rasio tenaga kerja %	85,95
6	a. Keuntungan (Rp/Kg)	940,00
	b. Rasio Keuntungan (%)	14,05

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2015, Lampiran M

Tabel 5.4 menunjukkan bahwa Agroindustri Tahu Takwa Mikimos mampu memberikan nilai tambah positif kepada produsen. Nilai tambah yang diperoleh dari olahan kedelai menjadi Tahu Takwa adalah sebesar Rp 6.690,00/kg bahan baku kedelai, artinya bahwa setiap 1 kg bahan baku kedelai yang digunakan dalam proses produksi Tahu Takwa akan menghasilkan penerimaan sebesar Rp 6.690,00 dengan ratio nilai tambah sebesar 26,75% dari nilai produk yang dihasilkan. Besarnya nilai tambah diperoleh dari selisih antara nilai produk yang dihasilkan sebesar Rp 25.012,50/kg dengan nilai *intermediate cost* sebesar Rp 18.322,50/kg. Keuntungan yang diperoleh oleh Agroindustri Tahu Takwa Mikimos adalah sebesar Rp 940,00 dengan ratio keuntungan sebesar 14,05% dari

nilai tambah pada usaha Tahu Takwa tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa usaha Agroindustri Tahu Takwa Mikimos dengan mengolah 1 kg kedelai menjadi Tahu Takwa akan memberikan keuntungan sebesar Rp 940,00/kg. Agroindustri Tahu Takwa Mikimos berupaya menekan biaya tenaga kerja seminimal mungkin agar produsen dapat meminimalkan resiko kerugian. Biaya tenaga kerja yang digunakan adalah sebesar Rp 5.750/kg dengan ratio sebesar 85,95% dari nilai tambah produk Tahu Takwa. Tabel 5.4 juga menjelaskan terdapat nilai konversi yang dihasilkan dari bahan baku kedelai menjadi Tahu Takwa yaitu sebesar 1,5 kg. Nilai tersebut menunjukkan bahwa setiap penggunaan bahan baku kedelai sebanyak 1 kg maka akan menghasilkan output Tahu Takwa seberat 1,5 kg. Faktor konversi ini merupakan perbandingan antara *output* yang di hasilkan yaitu Tahu Takwa dengan penggunaan bahan baku yang digunakan (kedelai). Kesimpulan yang didapat adalah terdapat nilai tambah positif dari usaha Agroindustri Tahu Takwa Mikimos.

5.2.2 Nilai Tambah pada Agroindustri Tahu Takwa Sopyonyono

Objek yang dijadikan penelitian nilai tambah ini adalah pada proses pengolahan kedelai menjadi Tahu Takwa yang dilakukan oleh Agroindustri Tahu Takwa Sopyonyono. Biaya penunjang yang digunakan adalah biaya tetap dan biaya variabel. Data-data berikut merupakan data yang diperoleh langsung dari pihak produsen Tahu Takwa Sopyonyono. Hasil analisis nilai tambah pada Agroindustri Tahu Takwa Sopyonyono dapat dilihat pada Tabel 5.5.

Tabel 5.5 Nilai Tambah per Kilogram Agroindustri Tahu Takwa Sopyonyono dalam Pengolahan Bahan Baku Kedelai menjadi Tahu Takwa

No	Uraian	Nilai
1	Faktor Konversi	1,41
2	<i>Intermediate Cost</i> (Rp/Kg)	15.725,52
3	Nilai Produk (Rp/Kg)	23.449,22
4	a. Nilai Tambah (Rp/Kg)	7.723,70
	b. Rasio Nilai Tambah (%)	32,94
5	a. Pendapatan tenaga kerja (Rp/Kg)	1.375,00
	b. Rasio tenaga kerja %	17,80
6	a. Keuntungan (Rp/Kg)	6.348,70
	b. Rasio Keuntungan (%)	82,20

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2015, Lampiran N

Tabel 5.5 menjelaskan bahwa nilai tambah yang dihasilkan pada Agroindustri Tahu Takwa Soponyono mampu memberikan nilai tambah kepada produsen. Nilai tambah yang diperoleh proses mengolah kedelai menjadi Tahu Takwa adalah sebesar Rp 7.723,70/kg bahan baku kedelai, artinya bahwa setiap 1 kg bahan baku kedelai yang digunakan dalam proses produksi Tahu Takwa akan menghasilkan penerimaan sebesar Rp 7.723,70 dengan ratio nilai tambah sebesar 32,94% dari nilai produk Tahu Takwa yang diproduksi. Besarnya nilai tambah yang diperoleh didapat dari selisih antara nilai produk yang dihasilkan sebesar Rp 23.449,22/kg dengan nilai *intermediate cost* sebesar Rp 15.725,52/kg. Berdasarkan Tabel 5.5 juga disimpulkan bahwa nilai keuntungan yang diperoleh oleh Agroindustri Tahu Takwa Soponyono adalah sebesar Rp 6.348,70 dengan nilai ratio 82,20% dari nilai tambah pada usaha Tahu Takwa. Hal ini menunjukkan bahwa usaha Agroindustri Tahu Takwa Soponyono yang mengolah 1 kg kedelai menjadi Tahu Takwa akan memberikan keuntungan sebesar Rp 6.348,70/kg. Biaya tenaga kerja yang digunakan adalah sebesar Rp 1.375/kg dengan ratio sebesar 17,80% dari nilai tambah yang didapat produsen. Tabel 5.5 juga menjelaskan bahwa terdapat nilai konversi yang dihasilkan dari bahan baku kedelai menjadi Tahu Takwa yaitu sebesar 1,41. Nilai tersebut menunjukkan bahwa setiap penggunaan bahan baku kedelai sebanyak 1 kg maka akan menghasilkan output Tahu Takwa sebanyak 1,41 kg. Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian nilai tambah pada Agroindustri Tahu Takwa Soponyono adalah terdapat nilai tambah positif dari usaha Agroindustri Tahu Takwa Soponyono.

5.2.3 Nilai Tambah pada Agroindustri Tahu Takwa LTT

Agroindustri Tahu Takwa LTT merupakan agroindustri yang memiliki kapasitas produksi yang cukup besar. Proses pengolahan dilakukan dengan menggunakan bahan baku sebanyak 100 kg kedelai. Objek penelitian nilai tambah ini adalah proses pengolahan kedelai menjadi Tahu Takwa yang dilakukan oleh Agroindustri Tahu Takwa LTT. Hasil analisis nilai tambah pada Agroindustri Tahu Takwa LTT yang didapat berdasarkan data yang diperoleh langsung dari Pihak Agroindustri Tahu Takwa LTT dapat dilihat pada Tabel 5.6.

Tabel 5.6 Nilai Tambah per Kilogram Agroindustri Tahu Takwa LTT dalam Pengolahan Bahan Baku Kedelai menjadi Tahu Takwa

No	Uraian	Nilai
1	Faktor Konversi	1,35
2	<i>Intermediate Cost</i> (Rp/Kg)	18.156,33
3	Nilai Produk (Rp/Kg)	22.511,25
4	a. Nilai Tambah (Rp/Kg)	4.354,92
	b. Rasio Nilai Tambah (%)	19,35
5	a. Pendapatan tenaga kerja (Rp/Kg)	2.050,00
	b. Rasio tenaga kerja %	47,07
6	a. Keuntungan (Rp/Kg)	2.304,92
	b. Rasio Keuntungan (%)	52,93

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2015, Lampiran O

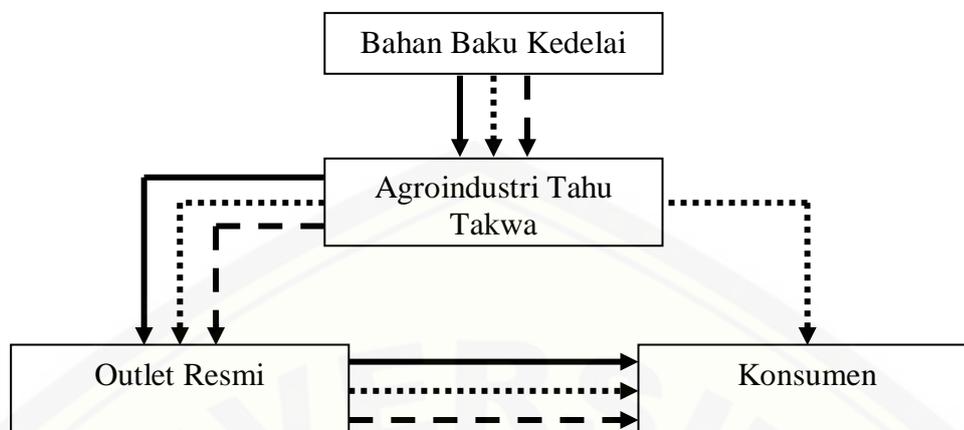
Berdasarkan Tabel 5.6 dapat disimpulkan bahwa nilai tambah yang dihasilkan pada Agroindustri Tahu Takwa LTT mampu memberikan nilai tambah positif kepada pihak produsen. Nilai tambah yang diperoleh adalah sebesar Rp 4.354,92/kg bahan baku kedelai, artinya bahwa setiap 1 kg bahan baku kedelai yang digunakan dalam proses produksi Tahu Takwa akan menghasilkan penerimaan sebesar Rp 4.354,92 dengan ratio nilai tambah sebesar 19,35% dari nilai produk Tahu Takwa yang diproduksi. Nilai tambah yang diperoleh merupakan selisih antara nilai produk yang dihasilkan sebesar Rp 22.511,25/kg dengan nilai *intermediate cost* sebesar Rp 18.156,33/kg. Tabel 5.6 juga menjelaskan bahwa keuntungan yang diperoleh oleh Agroindustri Tahu Takwa LTT adalah sebesar Rp 2.304,72 dengan ratio 52,93% dari nilai tambah pada usaha Tahu Takwa. Biaya tenaga kerja yang digunakan adalah sebesar Rp 2.050/kg dengan ratio sebesar 47,07% dari nilai tambah produk Tahu Takwa. Tabel 5.6 juga menjelaskan bahwa terdapat nilai konversi yang dihasilkan dari bahan baku kedelai menjadi Tahu Takwa yaitu sebesar 1,35. Nilai tersebut menunjukkan bahwa setiap penggunaan bahan baku kedelai sebanyak 1 kg maka akan menghasilkan output sebanyak 1,35 kg Tahu Takwa. Faktor konversi merupakan perbandingan antara *output* yang di hasilkan yaitu Tahu Takwa dengan penggunaan bahan baku yang digunakan (kedelai). Berdasarkan penjelasan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa terdapat nilai tambah positif dari usaha Agroindustri Tahu Takwa LTT.



5.3 Pola Saluran Pemasaran pada Agroindustri Tahu Takwa di Kota Kediri

Proses pemasaran merupakan proses yang sangat penting pada produk pertanian. Hal tersebut dikarenakan produk pertanian memiliki sifat yang mudah rusak, sehingga memerlukan saluran atau pola pemasaran yang baik agar produk ini cepat untuk berpindah tangan dari pihak produsen ke tangan konsumen agar dapat segera dikonsumsi. Saluran pemasaran yang efisien dapat menghindarkan produk pertanian mengalami kerusakan karena produk tersebut dapat segera sampai ke tangan konsumen tanpa mengalami kerusakan produk. Sektor industri Tahu Takwa di Kota Kediri merupakan sektor yang harus memiliki saluran pemasaran yang efisien dan saluran pemasaran yang pendek karena tahu memiliki umur simpan yang singkat dan mudah rusak. Hal tersebut dilakukan agar pihak produsen tidak mengalami kerugian akibat kerusakan produk tersebut.

Proses pemasaran merupakan proses mendistribusikan produk yang berawal dari pihak produsen hingga ke konsumen akhir. Proses pemasaran akan menghasilkan keuntungan dari sebuah produk. Kegiatan yang dilakukan oleh Agroindustri Tahu Takwa di Kota Kediri diawali dengan pencarian bahan baku kedelai berkualitas yang digunakan sebagai bahan baku utama pembuatan tahu. Bahan baku kedelai tersebut diperoleh dengan mencari langsung dipasar ataupun melalui agen-agen yang memasok ke pihak produsen. Pemilihan bahan baku kedelai yang berkualitas membuat rasa Tahu Takwa yang khas dan banyak konsumen banyak mencari Tahu Takwa untuk dikonsumsi langsung ataupun untuk dibawa sebagai oleh-oleh apabila berkunjung ke Kota Kediri. Proses selanjutnya yang dilakukan produsen setelah mendapatkan bahan baku tersebut yaitu memasukkannya ke tahap produksi yang kemudian hasil produknya langsung dipasarkan ke konsumen. Produk Tahu Takwa tidak dapat bertahan lama. Produk ini hanya bertahan hanya sekitar 2 hari saja. Sehingga saluran pemasaran yang dilakukan harus sependek mungkin, guna menghindarkan produk dari kerusakan. Saluran pemasaran yang terjadi pada Agroindustri Tahu Takwa di Kota Kediri adalah sebagai berikut:



Gambar 5.1 Pola Saluran Pemasaran Produk Tahu Takwa di Kota Kediri

Keterangan:

- > = Pola Saluran Pemasaran Agroindustri Tahu Takwa LTT
-> = Pola Saluran Pemasaran Agroindustri Tahu Takwa Soponyono
- - -> = Pola Saluran Pemasaran Agroindustri Tahu Takwa Mikimos

Berdasarkan Gambar 5.1 diketahui bahwa pola saluran pemasaran yang dilakukan oleh Agroindustri Tahu Takwa di Kota Kediri termasuk ke dalam pola yang sederhana dan pendek. Saluran pemasaran tersebut termasuk dalam saluran pemasaran tingkat satu yang hanya melibatkan 1 lembaga pemasaran, yaitu *outlet* yang digunakan untuk memasarkan produk. Hal tersebut dikarenakan produk Tahu Takwa merupakan produk yang tidak berumur panjang dan mudah rusak, sehingga perlu saluran pemasaran yang singkat agar cepat untuk dapat sampai ke tangan konsumen. Gambar 5.1 menjelaskan usaha yang dilakukan pertama yang dilakukan pihak produsen adalah mencari bahan baku kedelai yang berkualitas. Bahan baku kedelai berkualitas didapat langsung dari pasar yang letaknya tidak begitu jauh dari lokasi produksi, ada juga produsen yang memperoleh kedelai tersebut dari agen penjualan kedelai. Proses selanjutnya setelah memperoleh bahan baku kedelai yaitu masuk ke dalam proses produksi Tahu Takwa.

Proses produksi Tahu Takwa dilakukan kurang lebih sekitar 4-6 jam tergantung dari banyaknya Tahu Takwa yang diproduksi. Tahu Takwa yang telah selesai diproduksi kemudian dimasukkan ke *outlet* resmi yang dimiliki oleh masing-masing produsen. *Outlet* resmi tersebut terletak ditengah kota yang

merupakan letak yang sangat strategis untuk memasarkan langsung kepada konsumen lokal maupun pendatang yang ingin menjadikan Tahu Takwa sebagai oleh-oleh. Selain memperoleh langsung di *outlet* resmi, ada juga konsumen yang membeli langsung ke produsennya. Hal tersebut diakibatkan karena ada produsen yang memiliki tempat produksi Tahu takwa dengan *outlet* resmi yang terpisah, sehingga ada konsumen yang membeli langsung di tempat produksinya. Keterbatasan lahan membuat tempat produksi dengan *outlet* menjadi terpisah, akan tetapi rata-rata produsen Tahu Takwa di Kota Kediri memiliki tempat produksi dan *outlet* di satu tempat sehingga lebih efisien waktu dan tidak menambah biaya produksi. Berdasarkan analisis dan kondisi lapang tersebut maka dapat disimpulkan bahwa saluran pemasaran yang dilakukan oleh pihak produsen Tahu Takwa di Kota Kediri menggunakan pola saluran pemasaran yang sederhana.

5.4 Strategi Pengembangan Agroindustri Tahu Takwa di Kota Kediri

5.4.1 Analisis Faktor Strategis Internal dan Eksternal Agroindustri Tahu Takwa

Agroindustri Tahu Takwa merupakan sektor industri unggulan di Kota Kediri, karena Tahu Takwa merupakan makanan khas yang dihasilkan oleh Kota Kediri. Sektor Agroindustri Tahu Takwa termasuk ke dalam Industri Kecil Menengah (IKM). Terdapat 3 Kecamatan dalam Kota Kediri yang menjadi pusat Agroindustri Tahu Takwa, yaitu Kecamatan Kota, Kecamatan Mojoroto, dan Kecamatan Pesantren. Kecamatan Kota merupakan wilayah yang memiliki produsen Tahu Takwa terbanyak.

Prospek Agroindustri Tahu Takwa di Kota Kediri dapat dianalisis dengan menggunakan alat analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan suatu metode analisis yang digunakan guna mengetahui bagaimana prospek pengembangan dan posisi Agroindustri Tahu Takwa berdasarkan faktor internal dan eksternal dari agroindustri itu sendiri sehingga dapat mengetahui apakah usaha ini layak untuk dikembangkan atau tidak. Hasil faktor internal dan eksternal dapat dilihat pada Tabel 5.7.

Tabel 5.7 Analisis Faktor Strategis Internal Agroindustri Tahu Takwa di Kota Kediri

No	Faktor Strategis Internal	Strenghts (S)	Weakness (W)	Komentar
1.	Lokasi	S1		1. Lokasi usaha yang strategis berada di tengah Kota Kediri.
2.	Produk	S2		2. Produk tahu dapat diolah kembali apabila tidak terjual (variasi produk).
3.	Perijinan	S3		3. Adanya sertifikasi dari Departemen Kesehatan.
4.	Pemasaran		W1	4. Terbatasnya jangkauan pemasaran, hanya dipasarkan di <i>outlet</i> sendiri.
5.	Daya tahan produk		W2	5. Produk hanya dapat bertahan 2 hari.
6.	Kemampuan Manajemen		W3	6. Lemahnya kemampuan manajemen sehingga tidak adanya kegiatan pembukuan selama kegiatan produksi.

Sumber: Data Primer diolah Tahun 2015.

Berdasarkan Tabel 5.7 dapat kita ketahui bahwa terdapat faktor-faktor internal yang mempengaruhi usaha Agroindustri Tahu Takwa di Kota Kediri. Faktor tersebut terdiri dari kekuatan dan kelemahan dari agroindustri itu sendiri. Lokasi usaha, produk, dan perijinan masuk ke dalam kekuatan dari agroindustri, sedangkan untuk pemasaran, daya tahan produk, dan kemampuan manajemen menjadi kelemahan dari agroindustri tersebut. Faktor kekuatan dapat dimaksimalkan oleh pihak produsen sebagai pendorong untung mengembangkan usahanya dan meminimalkan kelemahan yang ada pada agroindustri tersebut.

Tabel 5.8 Analisis Faktor Strategis Eksternal Agroindustri Tahu Takwa di Kota Kediri

No.	Faktor Strategis Eksternal	Opportunity (O)	Threats (T)	Komentar
1.	Konsumen	O1		1. Minat konsumen tinggi
2.	Penjualan	O2		2. Adanya hari-hari tertentu yang membuat volume penjualan meningkat
3.	Makanan khas	O3		3. Produk unggulan yang berasal dari Kota Kediri
4.	Persaingan		T1	4. Banyaknya agroindustri serupa
5.	Bahan baku		T2	5. Harga bahan baku cenderung meningkat
6.	Kelembagaan		T3	6. Tidak aktifnya organisasi pengusaha tahu yang telah ada
7.	Harga jual produk		T4	7. Harga jual produk Tahu Takwa cenderung tetap, sedangkan harga bahan baku cenderung meningkat.

Sumber: Data Primer diolah Tahun 2015.

Berdasarkan Tabel 5.8 diketahui bahwa faktor-faktor strategis eksternal terdiri dari peluang yaitu faktor konsumen, penjualan, dan makanan khas. Sedangkan untuk ancaman yaitu pesaing, bahan baku, dan kelembagaan. Faktor eksternal merupakan faktor yang berasal dari luar agroindustri yang berpengaruh terhadap usaha Agroindustri Tahu Takwa di Kota Kediri.

1. Lokasi (S1)

Lokasi usaha Agroindustri Tahu Takwa memiliki letak usaha yang sangat strategis. Lokasi sangat menentukan keberhasilan dari sebuah usaha agar dapat dijangkau dengan mudah oleh konsumen maupun aksesnya terhadap bahan baku. Lokasi yang dijadikan pusat Agroindustri Tahu Takwa adalah berada di pusat Kota Kediri. Pemilihan pusat Kota Kediri sebagai lokasi usaha karena merupakan jalan penghubung antar kota sehingga banyak masyarakat yang sedang melakukan perjalanan selalu melewati pusat Kota Kediri. Terdapat banyak *outlet-outlet* di wilayah tersebut yang menjajakan makanan khas Kota Kediri yaitu Tahu Takwa maupun oleh-oleh lainnya. Selain itu sudah dikenalnya Tahu Takwa di masyarakat luas sebagai makanan khas Kota Kediri membuat antusias masyarakat

cukup tinggi terhadap Tahu Takwa khas Kediri tersebut untuk dijadikan sebagai oleh-oleh.

2. Produk (S2)

Tahu merupakan makanan olahan yang berasal kedelai. Tahu memiliki sifat yang mudah rusak dan memiliki umur simpan yang singkat. Hal tersebut serupa dengan Tahu Takwa yang memiliki sifat yang mudah rusak dan memiliki umur simpan yang singkat, sehingga perlu penanganan khusus agar produsen tidak mengalami kerugian. Tahu Takwa hanya dapat bertahan selama kurang lebih 2 hari. Apabila sudah melewati batas hari tersebut maka produk Tahu Takwa akan mengalami kerusakan. Hal tersebut mendorong pihak produsen untuk mengolah kembali Tahu Takwa menjadi variasi produk yang juga cukup diminati oleh masyarakat. Upaya ini dilakukan guna menghindari kerugian yang akan dialami produsen apabila produk Tahu Takwa tidak terjual habis sedangkan memiliki masa simpan yang pendek. Variasi produk yang diciptakan produsen seperti stik tahu, keripik tahu, tahu goreng, dan kerupuk tahu. Tersedianya beragam variasi produk Tahu Takwa menjadikan pilihan konsumen semakin banyak untuk membeli buah tangan khas Kediri.

3. Perijinan (S3)

Tahu Takwa merupakan makanan khas yang berasal dari Kota Kediri. Tahu Takwa banyak dicari oleh para pendatang sebagai oleh-oleh untuk dibawa ke daerah asalnya. Oleh karena itu pihak pemerintah membuat kebijakan untuk mempermudah proses perijinan usaha baik dari pemerintah maupun mendaftarkan produk Tahu Takwa kepada Departemen Kesehatan. Hal tersebut sangat berguna bagi konsumen apabila produk telah terdaftar di Departemen Kesehatan, yang artinya produk tersebut telah menjalani proses pemeriksaan terlebih dahulu apakah produk tersebut layak dikonsumsi masyarakat atau tidak. Dengan adanya nomor Departemen Kesehatan membuat tingkat kepercayaan konsumen semakin tinggi kepada produk Tahu Takwa itu sendiri karena telah teruji layak untuk dikonsumsi sehingga mendorong permintaan akan produk Tahu Takwa.

4. Pemasaran (W1)

Proses pemasaran merupakan proses menyalurkan barang produksi dari pihak produsen kepada pihak konsumen. Proses pemasaran ini sangat menentukan keberhasilan dari produsen. Proses pemasaran yang dilakukan oleh produsen Tahu Takwa masih memiliki pola saluran yang sederhana. Kebanyakan produsen hanya memasarkan produk Tahu Takwa hanya melalui *outlet-outlet* resmi milik produsen yang jumlahnya tidak banyak. Hal tersebut dikarenakan sifat dari produk Tahu Takwa yang mudah rusak dan memiliki masa simpan yang singkat. Pemasaran dengan memanfaatkan *outlet* menjadikan pemasaran hanya terpusat di Kota Kediri saja. Pemasaran hanya mengandalkan konsumen yang datang untuk membeli produk Tahu Takwa di *outlet*. Hingga saat ini, pemasaran masih belum sampai meluas hingga ke luar wilayah Kediri sehingga jangkauan untuk pemasaran produk Tahu Takwa masih sangat sempit.

5. Daya tahan produk (W2)

Ketahanan produk merupakan sebuah permasalahan utama yang dihadapi oleh produsen. Daya tahan produk Tahu Takwa hanya dapat bertahan selama kurang lebih 2 hari. Sehingga akan menjadi kendala dalam usaha Agroindustri Tahu Takwa ini. Daya tahan produk akan dapat disiasati dengan mengolahnya menjadi produk lainnya, hal ini disebut variasi produk, akan tetapi sudah bukan sebagai Tahu Takwa lagi. Produk utama yang dicari masyarakat adalah Tahu Takwa yang merupakan produk utama dan produk unggulan Kota Kediri. Hal ini menjadi sebuah hambatan dalam keberlanjutan Agroindustri Tahu Takwa.

6. Kemampuan Manajemen (W3)

Manajemen yang baik, akan memberikan dampak yang positif terhadap usaha yang sedang dijalankannya, karena dengan manajemen yang baik dapat mengetahui setiap sudut usahanya sehingga mudah untuk mengaturnya. Kemampuan manajemen pada Agroindustri Tahu Takwa di Kota Kediri dinilai masih kurang baik. Hal tersebut nampak dari tidak adanya pembukuan secara berkala yang dilakukan selama proses produksi maupun pemasarannya. Proses pembukuan ini sebenarnya sangat membantu dalam menjalankan usaha seperti Agroindustri Tahu Takwa, agar setiap biaya yang keluar ataupun yang masuk akan terdata dengan baik. Kurangnya kesadaran pelaku usaha Agroindustri ini

membuat upaya pembukuan dirasa masih sangat kurang, sehingga membuat manajemen yang dilakukan masih kurang baik.



7. Konsumen (O1)

Konsumen penikmat Tahu Takwa tidak hanya berasal dari dalam wilayah Kediri saja, banyak konsumen Tahu Takwa yang berasal dari luar wilayah Kediri. Kenikmatan rasa Tahu Takwa membuat banyak konsumen memburu Tahu Takwa untuk dikonsumsi langsung atau menjadikannya sebagai oleh-oleh apabila berkunjung ke Kota Kediri. Minat konsumen yang tinggi membuat Agroindustri Tahu Takwa terus berjalan hingga sekarang, apalagi ditambah telah terdaftarnya produk Tahu Takwa di Departemen Kesehatan membuat tingkat kepercayaan konsumen semakin tinggi. Hal tersebut membuat konsumen terus mencari Tahu Takwa yang menjadi makanan khas dari Kota Kediri.

8. Penjualan (O2)

Faktor penjualan merupakan faktor penting dalam usaha memasarkan produk Tahu Takwa kepada konsumen. Produk Tahu Takwa tidak hanya dinikmati oleh masyarakat kelas menengah ke bawah, akan tetapi juga pada masyarakat kelas menengah ke atas. Tingkat penjualan produk Tahu Takwa bisa dikatakan stabil setiap harinya, akan tetapi ada hari-hari tertentu yang membuat volume penjualan produk Tahu Takwa mengalami peningkatan. Volume penjualan produk Tahu Takwa akan meningkat pada akhir pekan dan hari-hari libur nasional seperti hari Lebaran, Natal dan Tahun Baru. Adanya hari-hari tersebut akan mendorong peningkatan penjualan dari produk Tahu Takwa.

9. Makanan Khas (O3)

Tahu Takwa merupakan makanan khas yang diproduksi di Kota Kediri. Hal tersebut menjadikan Tahu Takwa merupakan salah satu produk unggulan yang dimiliki oleh Kota Kediri. Terdapat banyak makanan yang disajikan pada *outlet-outlet* di Kota Kediri yang menjual berbagai macam oleh-oleh. Akan tetapi para konsumen baik lokal maupun berasal dari luar Kota Kediri pasti akan mencari Tahu Takwa sebagai oleh-oleh utama apabila sedang berkunjung ke Kota Kediri. Popularitas Tahu Takwa menjadi sebuah *icon* penting dari Kota Kediri, hal tersebut menjadikan Kota Kediri mendapatkan julukan sebagai Kota Tahu.

10. Persaingan (T1)

Produk Tahu Takwa sebagai makanan khas dari Kota Kediri membuat banyak bermunculannya agroindustri-agroindustri baru yang memproduksi Tahu Takwa. Para produsen pendatang baru tersebut mencoba keberuntungannya dari sektor industri ini. Banyaknya produsen-produsen baru membuat tingkat persaingan dalam industri Tahu Takwa semakin tinggi. Produsen-produsen yang telah lama bergelut dalam bidang industri Tahu Takwa harus terus memegang teguh konsistensinya dalam memproduksi Tahu Takwa agar konsumen tidak berpindah ke produsen lainnya. Tingkat persaingan yang begitu ketat membuat banyak produsen baru tidak mampu mempertahankan usahanya. Kebanyakan produsen baru tersebut akan kalah bersaing dengan produsen-produsen yang telah puluhan tahun bergerak disektor Agroindustri Tahu Takwa karena telah memiliki kepercayaan dari konsumen.

11. Bahan baku (T2)

Bahan baku utama dalam produksi Tahu Takwa adalah kedelai. Kedelai yang digunakan sebagai bahan baku pembuatan Tahu Takwa adalah kedelai impor. Penggunaan bahan baku kedelai impor dikarenakan hasil yang diperoleh akan lebih baik dibandingkan dengan penggunaan kedelai lokal. Selain itu jumlah stok kedelai impor lebih banyak dipasaran sehingga mudah untuk mencarinya. Harga kedelai dapat dikatakan cenderung meningkat. Apabila terjadi kenaikan harga kedelai, maka hal tersebut akan mempengaruhi biaya produksi yang dikeluarkan oleh produsen. Kenaikan harga kedelai bahkan ada yang membuat Agroindustri Tahu Takwa berhenti untuk memproduksi Tahu Takwa hingga sampai gulung tikar karena membekaknya biaya untuk produksi. Harga kedelai yang cenderung meningkat menjadi ancaman pada Agroindustri Tahu Takwa.

12. Kelembagaan (T3)

Sebuah organisasi merupakan sarana penting yang diciptakan bagi para anggotanya untuk dapat saling bertukar pikiran. Asosiasi Pengusaha Tahu (APETA) merupakan organisasi yang bentuk khusus untuk produsen Tahu Takwa yang telah terdaftar di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Pertambangan Energi (Disperindagtamben) Kota Kediri. Keberadaan organisasi ini tidak berjalan seperti

yang diharapkan, karena tidak adanya kegiatan-kegiatan dalam organisasi ini. Pemerintah berharap dengan adanya organisasi ini para produsen dapat saling bertukar informasi pasar, namun pada kenyataannya organisasi ini tidak berjalan atau bisa dikatakan sudah tidak aktif lagi.

13. Harga Jual Produk (T4)

Produsen Tahu Takwa menggunakan kedelai impor sebagai bahan baku utama untuk memproduksi Tahu Takwa. Harga kedelai impor yang cenderung meningkat sangat berpengaruh terhadap perkembangan dari Agroindustri Tahu Takwa tersebut. Harga jual produk Tahu Takwa cenderung meningkat secara perlahan, sedangkan harga bahan baku kedelai yang cenderung meningkat secara cepat seiring laju inflasi membuat keuntungan yang diterima oleh produsen menjadi minim. Hal tersebut membuat proses pengembangan usaha dari Agroindustri Tahu Takwa ini menjadi terhambat.

5.4.2 Analisis Matriks Posisi Kompetitif Relatif

Analisis posisi relatif merupakan suatu alat analisis keadaan dimana akan diketahui letak suatu usaha melalui posisi kompetitif relatifnya. Analisis ini digunakan guna mengetahui posisi agroindustri Tahu Takwa di Kota Kediri melalui faktor internal dan eksternal berdasarkan kondisi yang terdapat pada daerah penelitian. Hasil analisis skor IFAS dan EFAS dari Agroindustri Tahu Takwa di Kota Kediri dapat kita lihat pada Tabel 5.9.

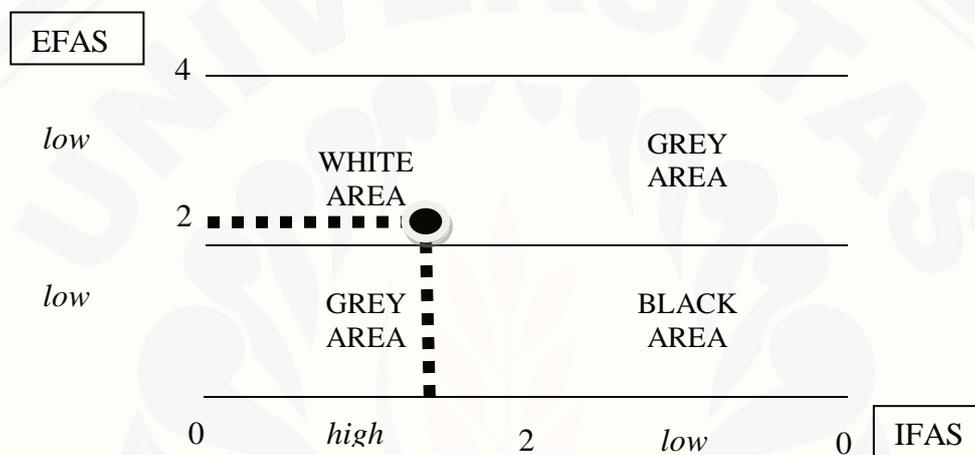
Tabel 5.9 Analisis Skor IFAS dan EFAS dari Agroindustri Tahu Takwa Mikimos

No	Uraian	Keterangan	Nilai
1	Faktor Internal	Kekuatan	1,90
		Kelemahan	0,75
Total IFAS			2,65
2	Faktor Eksternal	Peluang	1,70
		Ancaman	0,75
Total EFAS			2,26

Sumber: Data Primer diolah Tahun 2015, Lampiran P

Berdasarkan Tabel 5.9 dapat diketahui bahwa nilai IFAS dan EFAS dari Agroindustri Tahu Takwa Mikimos dapat dianalisis dengan menggunakan faktor internal dan eksternal yang berupa kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

Nilai IFAS yang didapat berdasarkan kondisi Agroindustri Tahu Takwa Mikimos yaitu sebesar 2,65, sedangkan nilai EFAS adalah sebesar 2,26. Hal tersebut menunjukkan bahwa posisi dari Agroindustri Tahu Takwa Mikimos berada pada *White Area*, yaitu bidang kuat berpeluang. Hal tersebut menjelaskan bahwa usaha Agroindustri Tahu Takwa Mikimos memiliki prospek yang baik untuk kedepannya dengan didukung oleh kondisi lapang yang terdiri dari faktor internal dan eksternal yang ada. Hasil analisis tersebut dapat digambarkan ke dalam matriks posisi kompetitif relatif pada Gambar 5.2.



Gambar 5.2 Matriks Posisi Kompetitif Relatif Agroindustri Tahu Takwa Mikimos

Gambar 5.2 menjelaskan bahwa posisi Agroindustri Tahu Takwa Mikimos berdasarkan Matriks Posisi Kompetitif Relatif yaitu berada pada *White Area*, yaitu bidang kuat berpeluang. Posisi ini menjelaskan bahwa Agroindustri Tahu Takwa Mikimos memiliki prospek yang baik, karena masuk ke dalam wilayah yang memiliki bidang yang kuat dan berpeluang untuk dijalankan. Hal tersebut didukung dengan pengalaman selama berprofesi sebagai produsen Tahu Takwa dan dukungan penuh dari pemerintah karena merupakan makanan khas yang berasal dari Kota Kediri. Hasil penelitian ini juga menjelaskan bahwa Agroindustri Mikimos yang masuk ke dalam kategori agroindustri kecil tidak berada pada posisi *Grey Area*, artinya antara hipotesis dengan kondisi agroindustri di lapang tidak sesuai. Hasil yang didapat menunjukkan bahwa agroindustri ini berada pada *White Area*. Hal tersebut dikarenakan pihak produsen Agroindustri Mikimos memiliki pengalaman yang cukup lama dalam menjalankan industri

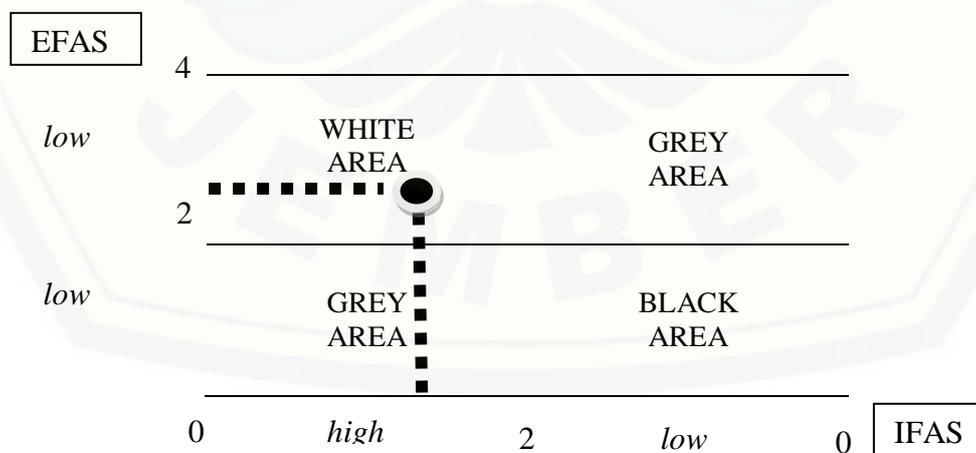
tersebut. Walaupun jumlah produksi Tahu Takwa yang dihasilkan dalam jumlah yang tidak begitu banyak, namun produsen mampu melakukan manajemen perusahaan dengan baik. Selain itu produsen juga mengetahui bagaimana kondisi pasar dalam lingkup industri Tahu Takwa sebagai informasi tambahan dalam menjalankan usaha produksi Tahu Takwa.

Tabel 5.10 Analisis Skor IFAS dan EFAS dari Agroindustri Tahu Takwa Soponyono

No	Uraian	Keterangan	Nilai
1	Faktor Internal	Kekuatan	1,94
		Kelemahan	0,75
Total IFAS			2,69
2	Faktor Eksternal	Peluang	1,86
		Ancaman	0,75
Total EFAS			2,55

Sumber: Data Primer diolah Tahun 2015, Lampiran Q

Berdasarkan Tabel 5.10 dapat diketahui bahwa nilai IFAS dan EFAS dari Agroindustri Tahu Takwa Soponyono memiliki nilai IFAS yang didapat berdasarkan kondisi Agroindustri Tahu Takwa Soponyono yaitu sebesar 2,69, sedangkan nilai EFAS adalah sebesar 2,55. Hal tersebut menunjukkan bahwa posisi dari Agroindustri Tahu Takwa Soponyono berada pada *White Area*, yaitu bidang kuat berpeluang. Hal tersebut menjelaskan bahwa usaha Agroindustri Tahu Takwa Soponyono memiliki prospek yang baik berdasarkan faktor internal dan eksternal yang dimiliki Agroindustri tersebut. Hasil analisis tersebut dapat digambarkan ke dalam matriks posisi kompetitif relatif pada Gambar 5.3.



Gambar 5.3 Matriks Posisi Kompetitif Relatif Agroindustri Tahu Takwa Soponyono

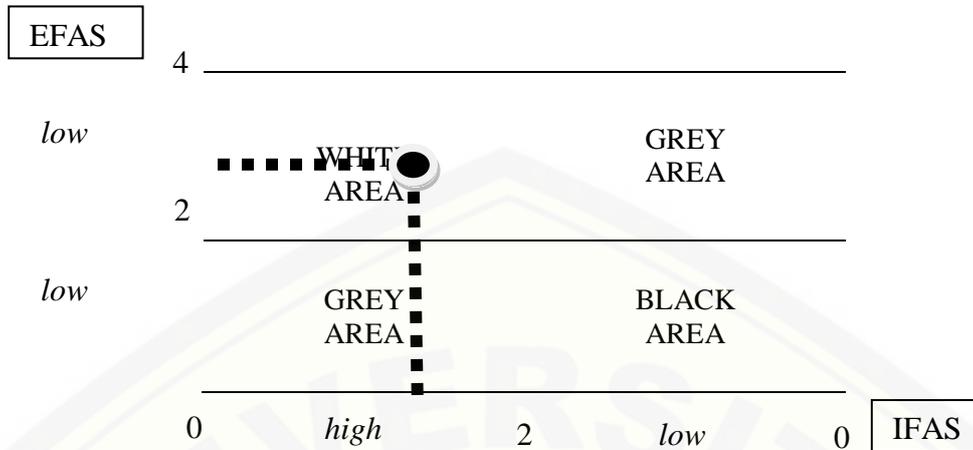
Gambar 5.3 menjelaskan bahwa posisi Agroindustri Tahu Takwa Sopotonyo berada pada *White Area*, yaitu bidang kuat berpeluang. Posisi ini menjelaskan bahwa Agroindustri Tahu Takwa Sopotonyo memiliki prospek yang baik, karena pada matriks posisi kompetitif relatif masuk ke dalam wilayah yang memiliki bidang yang kuat dan berpeluang untuk dijalankan. Usaha ini mendapatkan dukungan penuh dari pemerintah kota karena Tahu Takwa merupakan makanan khas yang berasal dari Kota Kediri.

Tabel 5.11 Analisis Skor IFAS dan EFAS dari Agroindustri Tahu Takwa LTT

No	Uraian	Keterangan	Nilai
1	Faktor Internal	Kekuatan	1,70
		Kelemahan	1,00
Total IFAS			2,70
2	Faktor Eksternal	Peluang	1,86
		Ancaman	0,90
Total EFAS			2,66

Sumber: Data Primer diolah Tahun 2015, Lampiran R

Berdasarkan Tabel 5.11 dapat diketahui bahwa nilai IFAS dan EFAS dari Agroindustri Tahu Takwa LTT dapat dianalisis dengan menggunakan faktor internal dan eksternal yang berupa kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Nilai IFAS yang didapat berdasarkan kondisi Agroindustri Tahu Takwa yaitu sebesar 2,70, sedangkan nilai EFAS adalah sebesar 2,66. Hal tersebut menunjukkan bahwa posisi dari Agroindustri Tahu Takwa Mikimos berada pada *White Area*, yaitu bidang kuat berpeluang. Hal tersebut menjelaskan bahwa usaha Agroindustri Tahu Takwa LTT memiliki prospek yang baik untuk kedepannya dengan didukung oleh kondisi lapang yang ada. Hasil analisis tersebut dapat digambarkan ke dalam matriks posisi kompetitif relatif pada Gambar 5.4.



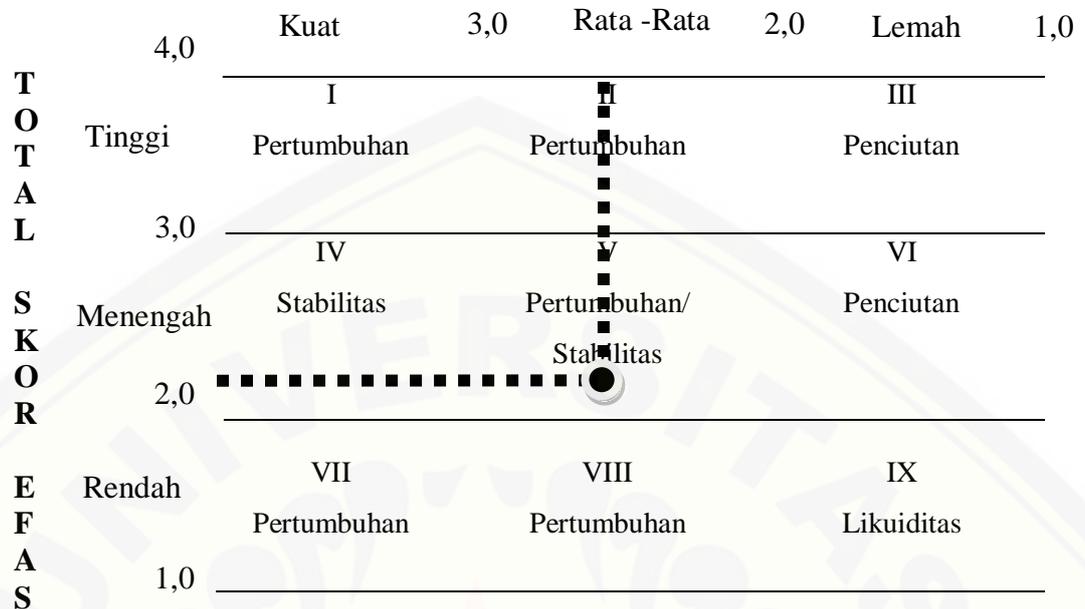
Gambar 5.4 Matriks Posisi Kompetitif Relatif Agroindustri Tahu Takwa LTT

Gambar 5.4 menjelaskan bahwa posisi Agroindustri Tahu Takwa LTT berada pada *White Area*, yaitu bidang kuat berpeluang. Posisi ini menjelaskan bahwa Agroindustri Tahu Takwa LTT memiliki prospek yang baik, karena masuk ke dalam wilayah yang memiliki bidang yang kuat dan berpeluang untuk dijalankan. Hal tersebut didukung dengan pengalaman produsen selama berprofesi sebagai produsen Tahu Takwa, dukungan penuh dari pemerintah karena merupakan makanan khas yang berasal dari Kota Kediri dan minat konsumen yang tinggi terhadap produk Tahu Takwa itu sendiri. Sehingga usaha Agroindustri Tahu Takwa ini akan terus berjalan karena kondisi pasar yang stabil terhadap produk Tahu Takwa.

5.4.3 Matriks Internal Eksternal

Berdasarkan perhitungan nilai faktor-faktor dari kondisi internal dan eksternal pada Agroindustri Tahu Takwa di Kota Kediri, maka dapat dihubungkan ke dalam matriks internal eksternal pada Gambar 5.5.

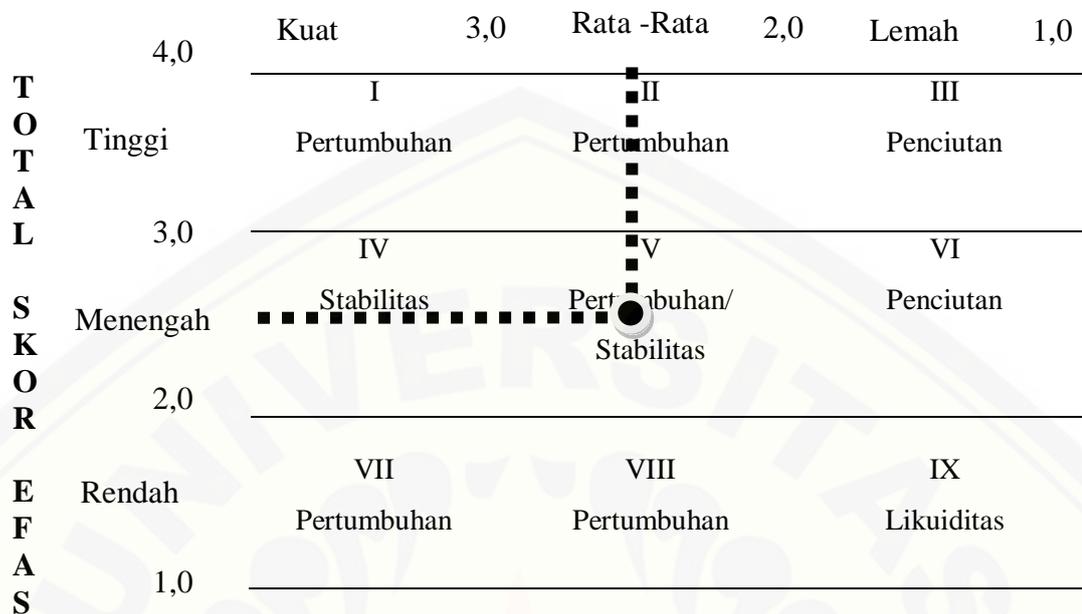
TOTAL SKOR IFAS



Gambar 5.5 Matriks Internal Eksternal Agroindustri Tahu Takwa Mikimos

Berdasarkan Gambar 5.5, letak Agroindustri Tahu Takwa pada matriks internal eksternal berada pada Kuadran V dengan nilai faktor internal sebesar 2,65 dan nilai faktor eksternal sebesar 2,26. Hal tersebut membuat Agroindustri Tahu Takwa Mikimos masuk ke dalam daerah pertumbuhan/stabilitas pada matriks internal eksternal. Kuadran V merupakan daerah pertumbuhan/stabilitas, sehingga untuk mengembangkannya dapat menggunakan strategi dengan memaksimalkan kekuatan dan peluang yang dimiliki oleh Agroindustri Tahu Takwa Mikimos. Kondisi ini sangat menguntungkan bagi pihak produsen, karena kondisi ini merupakan peluang yang sangat baik untuk proses pengembangan usaha Agroindustri Tahu Takwa kedepannya.

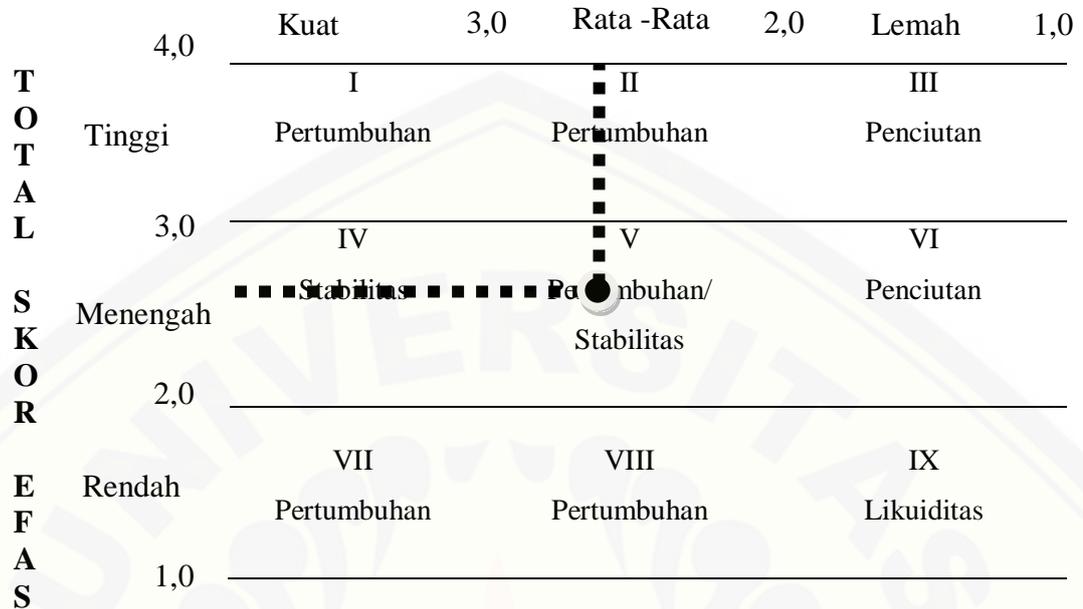
TOTAL SKOR IFAS



Gambar 5.6 Matriks Internal Eksternal Agroindustri Tahu Takwa Soponyono

Berdasarkan Gambar 5.6, letak Agroindustri Tahu Takwa Soponyono pada matriks internal eksternal berada pada Kuadran V dengan nilai faktor internal sebesar 2,69 dan nilai faktor eksternal sebesar 2,55. Hal tersebut membuat Agroindustri Tahu Takwa Soponyono masuk ke dalam daerah pertumbuhan/stabilitas pada matriks internal eksternal. Kuadran V menggambarkan sebuah usaha yang sedang mengalami pertumbuhan/stabilitas, sehingga untuk mendukung pertumbuhan dan perkembangan tersebut dapat menggunakan strategi dengan cara memaksimalkan kekuatan dan peluang yang dimiliki oleh Agroindustri Tahu Takwa Soponyono.

TOTAL SKOR IFAS



Gambar 5.7 Matriks Internal Eksternal Agroindustri Tahu Takwa LTT

Gambar 5.7 menunjukkan letak Agroindustri Tahu Takwa LTT berdasarkan matriks internal eksternal yaitu berada pada Kuadran V dengan nilai faktor internal sebesar 2,70 dan nilai faktor eksternal sebesar 2,66. Hal tersebut membuat Agroindustri Tahu Takwa LTT masuk ke dalam daerah pertumbuhan/stabilitas pada matriks internal eksternal. Kuadran V merupakan daerah pertumbuhan/stabilitas, sehingga untuk mengembangkannya dapat menggunakan strategi dengan memaksimalkan kekuatan dan peluang yang dimiliki oleh Agroindustri Tahu Takwa LTT. Peluang dan kekuatan yang dimiliki seperti dukungan penuh dari pemerintah dan total produksi yang yang tinggi merupakan bagian yang dapat dimaksimalkan untuk mengembangkan usaha tersebut.

Berdasarkan analisis faktor internal dan faktor eksternal pada 3 Agroindustri Tahu Takwa dengan skala produksi yang berbeda, dapat disimpulkan bahwa keseluruhan agroindustri hampir memiliki situasi dan kondisi usaha yang tidak berbeda jauh. Hal tersebut dikarenakan lokasi agroindustri yang berdekatan, yang membedakan hanyalah kapasitas produksi dari masing-masing agroindustri. Nilai IFAS dan EFAS tertinggi didapat oleh Agroindustri Tahu Takwa LTT.

Keunggulan dari Agroindustri Tahu Takwa LTT selain jumlah produksinya yang besar, Agroindustri Tahu Takwa LTT memiliki 2 *outlet* yang digunakan dalam memasarkan produk Tahu Takwanya. Walaupun antar *outlet* milik Agroindustri LTT tidak begitu jauh, namun usaha tersebut memudahkan konsumen dalam mendapatkan produk Tahu Takwa. Usaha yang dilakukan oleh pihak produsen Agroindustri Tahu Takwa LTT sangat bermanfaat untuk dapat mengembangkan usahanya dikemudian hari.

Secara umum kekuatan dari Agroindustri Tahu Takwa di Kota Kediri adalah lokasi. Lokasi yang digunakan sebagai tempat untuk memasarkan produk Tahu Takwa berada di pusat Kota Kediri. *Outlet-outlet* yang menjual produk Tahu Takwa banyak tersebar dipusat Kota Kediri. Hal tersebut membuat konsumen semakin mudah untuk mendapatkan produk Tahu Takwa. Produk-produk Tahu Takwa yang disajikan di *outlet-outlet* berasal dari berbagai Agroindustri Tahu Takwa di Kota Kediri, sehingga konsumen dapat dengan mudah untuk memilih sesuai selera masing-masing. Pemilihan lokasi yang tepat dapat memudahkan produsen untuk memasarkan produknya kepada konsumen, sehingga pemilihan lokasi merupakan faktor yang sangat penting.

Produk Tahu Takwa hanya memiliki daya simpan yang singkat, kurang lebih selama 2 hari, sehingga apabila terdapat produk Tahu Takwa yang belum laku akan diolah lebih lanjut menjadi olahan lainnya. Hal tersebut bertujuan agar produsen tidak mengalami kerugian akibat kerusakan produk dan konsumen pun dapat tetap menikmati produk Tahu Takwa sebagai makanan ringan. Variasi produk yang di produksi oleh produsen adalah seperti stik tahu, keripik tahu, dan tahu goreng. Dengan adanya variasi produk Tahu Takwa maka akan meningkatkan antusiasme konsumen dalam mengkonsumsi Tahu Takwa karena banyaknya pilihan produk yang dapat dikonsumsi.

Ketahanan produk Tahu Takwa yang hanya dapat bertahan 2 hari dikarenakan produsen Tahu Takwa tidak menambahkan bahan-bahan kimia sebagai pengawet makanan. Produsen Tahu Takwa hanya menggunakan garam sebagai bahan pengawet makanan, sehingga konsumen tidak perlu khawatir dengan kandungan di dalam produk Tahu Takwa karena produk Tahu Takwa

aman untuk dikonsumsi. Agroindustri Tahu Takwa di Kota Kediri mendapat dukungan penuh dari Pemerintah Kota Kediri. Dukungan yang diberikan adalah berupa perijinan bagi Agroindustri Tahu Takwa yang sudah terdaftar di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Kediri. Jenis perijinan yang diberikan adalah berupa perijinan usaha dan pendaftaran produk di Departemen Kesehatan. Hal tersebut akan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk Tahu Takwa.

Selanjutnya, peluang yang didapat oleh Agroindustri Tahu Takwa di Kota Kediri adalah minat konsumen. Minat konsumen yang tinggi terhadap produk Tahu Takwa baik itu konsumen lokal maupun pendatang. Terjaminnya produk Tahu Takwa juga didukung oleh terdapatnya produk Tahu Takwa di Departemen Kesehatan, hal tersebut menambah taraf kepercayaan konsumen terhadap produk Tahu Takwa. Minat konsumen yang tinggi menjadi peluang utama produsen Tahu Takwa untuk terus memproduksi Tahu Takwa. Penjualan produk Tahu Takwa dilakukan setiap hari melalui *outlet-outlet* yang tersedia. Hal tersebut dikarenakan minat konsumen yang tinggi terhadap produk Tahu Takwa.

Produsen mengakui selama menjalankan usahanya terdapat peningkatan volume penjualan produk Tahu Takwa hari-hari tertentu. Hari-hari tersebut mendorong peningkatan pendatang ke Kota Kediri. Meningkatnya volume penjualan didapat pada akhir pekan atau hari-hari libur nasional seperti hari Lebaran, Natal dan Tahun Baru. Kepopuleran produk tahu yang diberi nama Tahu Takwa membuat produk tersebut menjadi makanan khas yang berasal dari Kota Kediri. Hal tersebut membuat Kota Kediri menjadi kota yang terkenal dengan sebutan Kota Tahu. Dukungan penuh diberikan pemerintah Kota Kediri kepada Agroindustri Tahu Takwa untuk terus berproduksi dan menghidupkan nama Kota Kediri dimasyarakat luas. Rancangan strategi Agroindustri Tahu Takwa dapat dilihat pada Gambar 5.8

IFAS	STRENGHT (S) 1. Lokasi 2. Produk 3. Perijinan	WEAKNESS (W) 1. Pemasaran 2. Daya Tahan Produk 3. Kemampuan Manajemen
EFAS	STRATEGI S-O 1. Menjaga kualitas produk 2. Pengembangan usaha 3. Meningkatkan promosi	STRATEGI W-O
OPPORTUNITY (O) 1. Konsumen 2. Penjualan 3. Makanan Khas	STRATEGI S-T	STRATEGI W-T
THREATS (T) 1. Persaingan 2. Bahan Baku 3. Kelembagaan		

Gambar 5.8 Rancangan dan Alternatif Strategi Agroindustri Tahu Takwa di Kota Kediri

Berdasarkan hasil analisis SWOT yang di dapat dengan menggunakan nilai IFAS serta EFAS, maka menempatkan Agroindustri Tahu Takwa di Kota Kediri pada posisi *White area*. Posisi ini menjelaskan bahwa usaha tersebut berada dalam bidang kuat dan potensial. Alternatif strategi yang dapat dilakukan adalah dengan menggunakan strategi S-O yang memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada. Perumusan strategi S-O berdasarkan kondisi lapang pada Agroindustri Tahu Takwa di Kota Kediri yang ada dengan memaksimalkan kekuatan dan peluang yang ada. Faktor kekuatan pada Agroindustri Tahu Takwa adalah lokasi, produk, dan perijinan. Sedangkan faktor peluang dari Agroindustri Tahu Takwa adalah konsumen, penjualan, dan makanan khas. Strategi pertama yang dapat dilakukan yaitu dengan menjaga kualitas produk Tahu Takwa yang dihasilkan sehingga kepercayaan konsumen terhadap produk terjaga. Produk Tahu Takwa yang dihasilkan telah lulus uji kelayakan konsumsi dari Departemen Kesehatan sehingga dapat diyakini bahwa produk Tahu Takwa tersebut aman dikonsumsi. Dengan adanya keterangan dari Departemen Kesehatan tersebut, konsumen akan tenang dalam mengkonsumsi produk dan percaya terhadap kualitas produk. Kepercayaan konsumen inilah yang harus tetap dijaga agar minat terhadap produk Tahu Takwa tetap tinggi dan tidak berpaling kepada produsen lainnya. Hal yang dapat dilakukan untuk menjaga

kepercayaan konsumen tersebut yaitu dengan tetap memproduksi produk Tahu Takwa yang berkualitas dan aman untuk dikonsumsi bagi konsumen.

Strategi kedua yang dapat digunakan yaitu pengembangan usaha sekaligus diversifikasi produk melalui penjualan aneka masakan dengan bahan dasar Tahu Takwa. Pengembangan usaha ini dapat berupa pengembangan *outlet* yang selain menjual produk Tahu Takwa juga menyediakan berbagai masakan olahan Tahu Takwa, sehingga konsumen tidak hanya dapat membeli produk mentah Tahu Takwa namun juga dapat merasakan berbagai olahan masakan Tahu Takwa. Strategi ini juga dapat dilaksanakan melalui hubungan mitra dengan rumah makan di sekitar Agroindustri Tahu Takwa. Pelaksanaan strategi ini akan meningkatkan penjualan produk Tahu Takwa serta memperkuat Tahu Takwa sebagai *icon* Kediri.

Strategi lainnya yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan promosi kepada masyarakat luas. Promosi yang dapat dilakukan melalui kerja sama dengan pemerintah Kota Kediri. Promosi bisa dilakukan dengan melalui acara pameran baik lokal maupun luar daerah. Langkah tersebut merupakan cara jitu guna memperkenalkan Tahu Takwa kepada masyarakat luas. Cara tersebut juga dapat menarik minat konsumen atau masyarakat luas untuk mengunjungi Kota Kediri. Salah satu usaha yang pernah dilakukan oleh pemerintah dan produsen Tahu Takwa adalah dengan melakukan pemecahan rekor MURI yang telah dilakukan pada tahun 2011 yang diselenggarakan pada acara "*Kediri in a Week*". Kegiatan tersebut berhasil menarik minat masyarakat luas untuk datang dan meramaikan acara tersebut. Pameran aneka makanan atau produk usaha kecil menengah ini sangat membantu produsen untuk mempromosikan produknya. Khususnya untuk menarik minat konsumen-konsumen dan memperkenalkan tentang Tahu Takwa yang menjadi makanan khas yang berasal dari Kota Kediri.

RANGKUMAN PEMBAHASAN

Tabel 5.12 Rangkuman Efisiensi Produksi pada Agroindustri Tahu Takwa dalam Pengolahan Bahan Baku Kedelai menjadi Tahu Takwa

No.	Komponen Efisiensi	Mikimos	Soponyono	LTT
1	Volume Produksi (Potong/Produksi)	200	750	900
2	Total Penerimaan (TR) (Rp/Produksi)	500.000,00	1.875.000,00	2.250.000,00
3	Total Biaya (TC) (Rp/Produksi)	482.713,89	1.372.375,00	2.023.899,53
4	Pendapatan (Rp/Produksi)	17.286,11	502.625,00	226.100,47
5	R/C Ratio	1,04	1,37	1,11

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2015

Berdasarkan Tabel 5.12 menunjukkan bahwa hasil penelitian dari ketiga agroindustri Tahu Takwa di Kota Kediri, maka dapat disimpulkan bahwa Agroindustri Tahu Takwa Soponyono memiliki tingkat efisiensi yang paling tinggi. Hal tersebut dikarenakan Agroindustri Tahu Takwa Soponyono paling sedikit menggunakan tenaga kerja dalam proses produksi dan pemasarannya. Agroindustri Tahu Takwa Soponyono meminimalkan jumlah tenaga kerja yang digunakan dalam proses produksi dan pemasaran guna menekan biaya produksi yang dikeluarkan. Tenaga kerja yang digunakan oleh Agroindustri Soponyono adalah 2 orang pada bagian produksi Tahu Takwa dan 2 orang tenaga kerja bagian pemasaran produk Tahu Takwa. Proses ini mampu memberikan dampak positif terhadap total biaya yang dikeluarkan karena biaya yang dikeluarkan untuk tenaga kerja menjadi semakin kecil.

Tabel 5.13 Rangkuman Nilai Tambah per Kilogram Agroindustri Tahu Takwa LTT dalam Pengolahan Bahan Baku Kedelai menjadi Tahu Takwa

No	Uraian	Mikimos	Soponyono	LTT
1	Faktor Konversi	1,5	1,41	1,35
2	<i>Intermediate Cost</i> (Rp/Kg)	18.322,50	15.725,52	18.156,33
3	Nilai Produk (Rp/Kg)	25.012,50	23.449,22	22.511,25
4	a. Nilai Tambah (Rp/Kg)	6.690,50	7.723,70	4.354,92
	b. Rasio Nilai Tambah (%)	26,75	32,94	19,35
5	a. Pendapatan tenaga kerja (Rp/Kg)	5.750,00	1.375,00	2.050,00
	b. Rasio tenaga kerja %	85,95	17,80	47,07
6	a. Keuntungan (Rp/Kg)	940,00	6.348,70	2.304,92
	b. Rasio Keuntungan (%)	14,05	82,20	52,93

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2015

Berdasarkan Tabel 5.13 menunjukkan bahwa hasil penelitian pada 3 Agroindustri Tahu Takwa dengan skala produksi yang berbeda, nilai tambah yang dihasilkan terbesar dari pengolahan kedelai menjadi Tahu Takwa adalah pada Agroindustri Tahu Takwa Soponyono. Harga bahan baku kedelai yang digunakan oleh Agroindustri Tahu Takwa Soponyono adalah sebesar Rp 7800,00/kg lebih rendah dibandingkan dengan Agroindustri Mikimos sebesar Rp 8200,00/kg dan Agroindustri LTT sebesar Rp 9000,00/kg. Bahan baku kedelai yang digunakan oleh Agroindustri Tahu Takwa Soponyono berasal dari agen penjual kedelai dan pihak produsen memesan dalam jumlah yang banyak sehingga harga yang didapat lebih murah, sedangkan untuk Agroindustri Mikimos dan LTT mendapatkan dari pasar dan sesekali dari agen penjual kedelai. Harga jual yang dipasang oleh masing-masing agroindustri sama yaitu sebesar Rp 2500/potong Tahu Takwa yang dijual, sehingga nilai tambah yang didapat oleh Agroindustri Tahu Takwa Soponyono menjadi lebih tinggi dibandingkan agroindustri lainnya karena penggunaan bahan baku kedelai dengan harga yang lebih rendah.

Hasil penelitian yang didapat pada permasalahan mengenai saluran pemasaran didapat bahwa proses pemasaran yang dilakukan oleh ke 3 Agroindustri Tahu Takwa dengan skala produksi yang berbeda masih sangat sederhana, yaitu dari tempat produksi, kemudian ke *outlet* dan diakhiri konsumen. Agroindustri Tahu Takwa LTT memiliki keunggulan pada proses pemasaran produk Tahu Takwanya. Agroindustri Tahu Takwa LTT memiliki 2 *outlet* yang dimanfaatkan agar konsumen semakin mudah untuk mendapatkan produk Tahu Takwa LTT. Sedangkan pada Agroindustri Tahu Takwa Mikimos dan Soponyono hanya memiliki 1 *outlet* saja yang digunakan untuk memasarkan produknya masing-masing. Keunggulan tersebut menjadi kekuatan yang dapat dimanfaatkan oleh pihak produsen Tahu Takwa LTT untuk dapat mengembangkan usahanya.

BAB 6. SIMPULAN DAN SARAN

6.1 Simpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Penggunaan biaya produksi pada 3 sampel Agroindustri Tahu Takwa dengan skala produksi yang berbeda adalah efisien. Agroindustri yang paling efisien dalam penggunaan biaya produksi adalah Agroindustri Sopyonyono dengan nilai R/C ratio 1,37; kemudian Agroindustri LTT dengan nilai R/C ratio 1,11; dan Agroindustri Mikimos dengan nilai R/C ratio 1,04.
2. Nilai tambah kedelai pada 3 sampel Agroindustri Tahu Takwa dengan skala produksi yang berbeda, terbesar diterima oleh Agroindustri sopyonyono dengan nilai tambah sebesar Rp 7.723,70/kg, kemudian Agroindustri Mikimos dengan nilai tambah sebesar Rp 6.690,00/kg, dan Agroindustri LTT dengan nilai tambah sebesar Rp 4.354,92/kg.
3. Pola saluran pemasaran yang dilakukan oleh 3 sampel Agroindustri Tahu Takwa dengan skala produksi yang berbeda masih sederhana yaitu berawal dari produsen Tahu Takwa, setelah proses produksi selesai produsen memasarkan produk Tahu Takwa kepada konsumen melalui *outlet* yang disediakan oleh masing-masing produsen.
4. Posisi ketiga sampel Agroindustri Tahu Takwa dengan skala produksi yang berbeda berada pada daerah *White area* pada matriks posisi kompetitif relatif dan berada pada kuadran V (pertumbuhan/stabilitas) pada matriks internal eksternal. Strategi pengembangan yang dapat dilakukan oleh sampel Agroindustri Tahu Takwa tersebut berdasarkan analisis SWOT adalah strategi S-O. Strategi S-O adalah strategi yang digunakan dengan memaksimalkan kekuatan dan peluang yang dimiliki oleh Agroindustri Tahu Takwa. Strategi yang dapat digunakan adalah menjaga kualitas produk, melakukan pengembangan usaha, dan meningkatkan promosi.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Agroindustri Tahu Takwa di Kota Kediri, maka ada baiknya perlu dilakukan beberapa hal berikut ini:

1. Produsen Tahu Takwa sebaiknya melakukan pengembangan usaha sekaligus mengoptimalkan kembali peran kelembagaan kelompok pengusaha Tahu Takwa Kota Kediri yang telah ada, agar dapat terus menciptakan sebuah produk Tahu Takwa yang mampu mengangkat nama baik Kota Kediri di mata masyarakat luas.
2. Produsen Tahu Takwa juga sebaiknya melakukan evaluasi dan memperbaiki sistem manajemen yang dirasa masih kurang baik, seperti melakukan dan meningkatkan kerja sama dengan agen distributor bahan baku kedelai. Hal tersebut sangat berguna untuk perkembangan usaha tersebut karena harga kedelai yang didapat oleh pihak produsen akan lebih murah dibandingkan membeli langsung di pedagang pasar.
3. Pemerintah Kota Kediri diharapkan dapat terus mendampingi dan membantu meningkatkan serta mengembangkan Agroindustri Tahu Takwa, seperti membantu meningkatkan promosi dengan menyelenggarakan *event-event* pameran makanan khas, memberikan subsidi bagi produsen Tahu Takwa, dan melaksanakan pelatihan-pelatihan yang berguna untuk mengembangkan Agroindustri Tahu Takwa, seperti pemanfaatan air rebusan kedelai sebagai bahan baku *Nata De Soya*. Selain itu, limbah dari proses memasak kedelai dapat diolah lebih lanjut untuk menjadi bahan bakar biogas yang dapat dimanfaatkan dalam proses memasak. Hal ini sangat bermanfaat guna meminimalkan biaya produksi yang dikeluarkan produsen, karena biaya yang dikeluarkan untuk menggunakan biogas ini lebih murah dibandingkan dengan menggunakan bahan bakar LPG.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonimous. 2004. *Roadmap Komoditas Kedelai*. Jakarta: Balai Penelitian Tanaman Aneka Kacang dan Umbi (Balitkabi).
- Asmaul, S. dkk. 2006. Analisis Aspek Pemasaran dalam Pengembangan Usaha Tahu Takwa di Kediri. *Jurnal Teknologi Pertanian*, Vol 7 No. 2 (Agustus 2006) 135-140. Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Brawijaya Malang.
- Astuti, Puspita Dwi. 2008. Analisis Nilai tambah dan Pendapatan Agroindustri Berbahan Baku Tape di Kabupaten Bondowoso. Skripsi Jember: Fakultas Pertanian Universitas Jember.
- BPS Kota Kediri. 2013. *Kota Kediri dalam Angka 2012*. [Serial Online] <http://kedirikota.go.id>. [Diakses 8 Januari 2015]
- Budiman, A. dkk. 2014. Analisis Efisiensi dan Nilai Tambah Agroindustri Tahu di Kota Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa* vol 1 No.1, Februari 2014. Fakultas Pertanian Universitas Riau.
- Cahyono, B. T. 1983. *Analisa Proyek Industri Pertanian*. Yogyakarta: Ananda.
- Hidayat, H. 2004. Prospek Usaha *Home Industry* Tahu : Studi Kasus di Kecamatan Tamanan Kabupaten Bondowoso. Skripsi. Jurusan Sosial Ekonomi Fakultas Pertanian Universitas Jember, Jember.
- Ibrahim, Yacob. 2003. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Leksana, Teddy Putra. 2006. Analisis Nilai tambah dan Prospek Agroindustri Suwar-Suwir di Kabupaten Jember. Skripsi Jember: Fakultas Pertanian Universitas Jember.
- Lisjiyanti, Arlena Dini. 2011. Analisis Peramalan Penjualan Tahu Kita pada PT Kitagama, Jakarta. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor.
- Nazir, M. 1999. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Pemerintah Kota Kediri. 2011. *Potensi Kota Kediri*. [Serial Online] www.kedirikota.go.id/read/investasi/31/1/49/industri.html. [Diakses 18 Juni 2015]
- Rahmanta, dkk. 2013. Analisis Nilai tambah dan Strategi Pemasaran Usaha Industri Tahu di Kota Medan. *Jurnal Medan*: Fakultas Pertanian Universitas Sumatera Utara.

- Rangkuti, Freddy. 2003. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Redaksi Agromedia. 2010. *Kedelai Budidaya Pasca Panen*. Jakarta: PT Agromedia Pustaka
- Rukmana, R dan Yuyun, Y. 2003. *Kedelai Budidaya Pasca Panen*. Jakarta: Kanisius
- Soekartawi. 1991. *Agribisnis Teori dan Aplikasinya*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Soekartawi. 1995. *Analisis Usahatani*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.
- Soekartawi. 2000. *Pengantar Agroindustri*. Jakarta: PT Rajawali Grafindo Persada.
- Soetriono, dkk. 2002. *Pengantar Ilmu Pertanian*. Jember: Fakultas Pertanian Universitas Jember.
- Soetriono. 2010. *Daya Saing Agribisnis Kopi Robusta Sebuah Perspektif Ekonomi*. Malang: Surya Pena Gemilang Publishing.
- Soetriono dan Hanafi. 2007. *Filsafat Ilmu dan Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- Sudiyono, A. 2002. *Pemasaran Pertanian*. Malang: Universitas Muhamadiyah.
- Supranto, J. 1993. *Metode Ramalan Kuantitatif Untuk Perencanaan Ekonomi dan Bisnis*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Suprpto. 2001. *Bertanam Kedelai*. Jakarta: PT Penebar Swadaya.
- Sutawi. 2002. *Managemen Agribisnis*. Malang: Bayu Media dan UMM Pers.
- Wibowo, R. 2000. *Kinerja dan Refleksi. Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura*. Jember: Penerbit Fakultas Pertanian Universitas Jember.
- Yulida, R dkk. 2011. Analisis Efisiensi Agroindustri Kacang Kedelai di Desa Dayun Kecamatan Dayun Kabupaten Siak. Jurnal Vol. 3 No.1, Maret 2011. Fakultas Pertanian Universitas Riau.

Lampiran A. Identitas Responden

No.	Nama Responden	Umur (Tahun)	Pendidikan	Pekerjaan	Jumlah Anggota Keluarga (Orang)	Nama Agroindustri
1	Ruddy Setijo	47	SMA	Wiraswasta	6	Mikimos
2	Robi P.	60	SMA	Wiraswasta	6	Sopoyono
3	Hans	65	SMA	Wiraswasta	2	LTT (Lim Tien Tin)

Lampiran B. Nilai Investasi Peralatan Agroindustri Mikimos

No	Jenis Investasi	Umur Ekonomis (Tahun)	Jumlah (Buah)	Harga (Rp)	Sub Total (Rp)	Biaya Penyusutan/Tahun (Rp)	Biaya Penyusutan/Bulan (Rp)	Biaya Penyusutan/Produksi (Rp)
1	Drum	5	2	150.000,00	300.000,00	60.000,00	5.000,00	166,67
2	Pisau	3	3	15.000,00	45.000,00	15.000,00	1.250,00	41,67
3	Ember	10	15	15.000,00	225.000,00	22.500,00	1.875,00	62,50
4	Wajan	5	2	300.000,00	600.000,00	120.000,00	10.000,00	333,33
6	Mesin penggiling	15	1	3.000.000,00	3.000.000,00	200.000,00	16.666,67	555,56
7	Cetakan tahu	10	5	75.000,00	375.000,00	37.500,00	3.125,00	104,17
		Total			4.545.000,00	455.000,00	37.916,67	1.263,89

Lampiran C. Nilai Investasi Peralatan Agroindustri Soponyono

No	Jenis Investasi	Umur Ekonomis (Tahun)	Jumlah (Buah)	Harga (Rp)	Sub Total (Rp)	Biaya Penyusutan/Tahun (Rp)	Biaya Penyusutan/Bulan (Rp)	Biaya Penyusutan/Produksi (Rp)
1	Drum	5	4	150.000,00	600.000,00	120.000,00	10.000,00	666,67
2	Pisau	3	5	15.000,00	75.000,00	25.000,00	2.083,33	138,89
3	Ember	10	20	15.000,00	300.000,00	30.000,00	2.500,00	166,67
4	Wajan	5	3	300.000,00	900.000,00	180.000,00	15.000,00	1.000,00
6	Mesin penggiling	10	1	3.500.000,00	3.500.000,00	350.000,00	29.166,67	1.944,44
7	Cetakan tahu	10	10	75.000,00	750.000,00	75.000,00	6.250,00	416,67
		Total			6.125.000,00	780.000,00	65.000,00	4.333,33

Lampiran D. Nilai Investasi Peralatan Agroindustri LTT

No	Jenis Investasi	Umur Ekonomis (Tahun)	Jumlah (Buah)	Harga (Rp)	Sub Total (Rp)	Biaya Penyusutan/Tahun (Rp)	Biaya Penyusutan/Bulan (Rp)	Biaya Penyusutan/Produksi (Rp)
1	Drum	5	6	150.000,00	900.000,00	180.000,00	15.000,00	500,00
2	Pisau	3	5	20.000,00	100.000,00	33.333,33	2.777,78	92,59
3	Ember	5	25	20.000,00	500.000,00	100.000,00	8.333,33	277,78
4	Wajan	5	5	300.000,00	1.500.000,00	300.000,00	25.000,00	833,33
6	Mesin penggiling	10	1	4.500.000,00	4.500.000,00	450.000,00	37.500,00	1.250,00
7	Cetakan tahu	10	15	75.000,00	1.125.000,00	112.500,00	9.375,00	312,50
Total					8.625.000,00	1.175.833,33	97.986,11	3.266,20

Lampiran E. Biaya Penyusutan Peralatan Agroindustri Tahu Takwa (TFC)

No	Nama Agroindustri	Nilai Investasi (Rp)	Nilai Penyusutan/Tahun (Rp)	Nilai Penyusutan /Bulan (Rp)	Nilai Penyusutan/Produksi (Rp)
1	Mikimos	4.545.000	455.000	37.916,67	1.263,89
2	Sopoyono	6.125.000	780.000	65.000,00	4.333,33
3	LTT (Lim Tien Tin)	8.625.000	1.175.833	97.986,11	3.266,20
Jumlah		19.295.000	2.410.833	200.902,78	8.863,43
Rata-Rata		6.431.667	803.611	66.967,59	2.954,48

Lampiran F. Biaya Bahan Baku Agroindustri Tahu Takwa

No	Nama Agroindustri	Jumlah (Kg/Produksi)	Biaya Persatuan (Rp/Kg)	Total (Rp)
1	Mikimos	20,00	8.200,00	164.000,00
2	Sopoyono	80,00	7.800,00	624.000,00
3	LTT (Lim Tien Tin)	100,00	9.000,00	900.000,00
Jumlah		200,00	25.000,00	1.688.000,00
Rata-Rata		67	8.333,33	562.666,67



Lampiran G. Biaya Tenaga Kerja Agroindustri Tahu Takwa

No	Nama Agroindustri	Tenaga Kerja									Total (Rp)
		Produksi			Pengemasan			Pemasaran			
		Jumlah (Orang)	Upah/Produksi (Rp)	Sub Total (Rp)	Jumlah (Orang)	Upah/Produksi (Rp)	Sub Total (Rp)	Jumlah (Orang)	Upah/Produksi (Rp)	Sub Total (Rp)	
1	Mikimos	3	25.000,00	75.000,00	2	10.000,00	20.000,00	2	10.000,00	20.000,00	115.000,00
2	Sopoyono	2	25.000,00	50.000,00	2	10.000,00	20.000,00	2	20.000,00	40.000,00	110.000,00
3	LTT (Lim Tien Tin)	4	25.000,00	100.000,00	3	15.000,00	45.000,00	3	20.000,00	60.000,00	205.000,00
Jumlah		9	75.000,00	225.000,00	7	35.000,00	85.000,00	7	50.000,00	120.000,00	430.000,00
Rata-Rata		3	25.000,00	75.000,00	2	11.666,67	28.333,33	2	16.666,67	40.000,00	143.333,33

Lampiran H. Biaya Lain-Lain Agroindustri Tahu Takwa

No	Nama Agroindustri	Bahan Tambahan (Rp/Produksi)	Listrik (Rp/Produksi)	Air (Rp/Produksi)	Bahan Bakar (Rp/Produksi)	Pengemasan (Rp/Produksi)	Total (Rp/Produksi)
1	Mikimos	9.950,00	11.666,67	8.333,33	132.500,00	40.000	202.450,00
2	Sopoyono	28.000,00	46.666,67	20.000,00	415.000,00	124.375	634.041,67
3	LTT (Lim Tien Tin)	39.800,00	25.000,00	23.333,33	662.500,00	165.000	915.633,33
Jumlah		77.750,00	83.333,34	51.666,66	1.210.000,00	329.375,00	1.752.125,00
Rata-Rata		25.916,67	27.777,78	17.222,22	403.333,33	109.791,67	584.041,67

Lampiran I. Total Biaya Variabel (TVC) Agroindustri Tahu Takwa

No	Nama Agroindustri	Biaya Bahan Baku (Rp/Produksi)	Biaya TK (Rp/Produksi)	Biaya Lain-Lain (Rp/Produksi)	Total (Rp/Produksi)
1	Mikimos	164.000,00	115.000,00	202.450,00	481.450,00
2	Sopoyono	624.000,00	110.000,00	634.041,67	1.368.041,67
3	LTT (Lim Tien Tin)	900.000,00	205.000,00	915.633,33	2.020.633,33
Jumlah		1.688.000,00	430.000,00	1.752.125,00	3.870.125,00
Rata-Rata		562.666,67	143.333,33	584.041,67	1.290.041,67

Lampiran J. Total Biaya (TC)

No	Nama Agroindustri	Total Biaya Tetap (TFC) (Rp/Produksi)	Total Biaya Variabel (TVC) (Rp/Produksi)	Total Biaya (TC) (Rp/Produksi)
1	Mikimos	1.263,89	481.450	482.713,89
2	Sopoyono	4.333,33	1.368.042	1.372.375,00
3	LTT (Lim Tien Tin)	3.266,20	2.020.633	2.023.899,53
Jumlah		8.863,43	3.870.125,00	3.878.988,43
Rata-Rata		2.954,48	1.290.041,67	1.292.996,14

Lampiran K. Penerimaan Agroindustri Tahu Takwa

No	Nama Agroindustri	Volume Produksi (Potong/Produksi)	Harga (Rp/Potong)	Total Penerimaan (Rp/Produksi)
1	Mikimos	200,00	2.500,00	500.000,00
2	Sopoyono	750,00	2.500,00	1.875.000,00
3	LTT (Lim Tien Tin)	900,00	2.500,00	2.250.000,00
Total		1.850,00	7.500,00	4.625.000,00
Rata-Rata		617	2.500,00	1.541.666,67

Lampiran L. Pendapatan Agroindustri Tahu Takwa

No	Nama Agroindustri	Total Penerimaan (TR) (Rp/Produksi)	Total Biaya (TC) (Rp/Produksi)	Pendapatan (Rp/Produksi)	R/C Ratio
1	Mikimos	500.000,00	482.713,89	17.286,11	1,04
2	Sopoyono	1.875.000,00	1.372.375,00	502.625,00	1,37
3	LTT (Lim Tien Tin)	2.250.000,00	2.023.899,53	226.100,47	1,11
Jumlah		4.625.000,00	3.878.988,43	746.011,57	3,51
Rata-Rata		1.541.666,67	1.292.996,14	248.670,52	1,17



Lampiran M. Nilai Tambah Agroindustri Tahu Takwa Mikimos

No	Analisis Nilai Tambah	Formula	Nilai
1	Output (Kg/Produksi)	(a)	30,00
2	Input Bahan Baku (Kg/Produksi)	(b)	20,00
3	Input Tenaga Kerja (Jam/Produksi)	(c)	16,00
4	Faktor Konversi	(d)=(a)/(b)	1,50
5	Koefisien Tenaga Kerja	(e)=(c)/(b)	0,80
6	Harga Produk (Rp/Kg)	(f)	16.675,00
7	Upah Tenaga Kerja (Rp/jam)	(g)	7.187,50
Penerimaan dan Keuntungan (Rp/Kg kedelai)			
8	<i>Intermediate Cost</i> (Rp/Kg)	(h)	18.322,50
9	Nilai Produk (Rp/Kg)	(i)=(d)x(f)	25.012,50
10	a. Nilai Tambah (Rp/Kg)	(j) = (i)-(h)	6.690,00
	b. Rasio Nilai Tambah(%)	(k)=(j/i)x100	26,75
11	a. Pendapatan Tenaga Kerja (Rp/Kg)	(l)=(e)x(g)	5.750,00
	b. Rasio Tenaga Kerja (%)	(m)=(l/j)x100	85,95
12	a. Keuntungan (Rp/Kg)	(n) = (j)-(l)	940,00
	b. Rasio Keuntungan (%)	(o)=(n)/(i)x100	14,05

Lampiran N. Nilai Tambah Agroindustri Tahu Takwa Sopyono

No	Analisis Nilai Tambah	Formula	Nilai
1	Output (Kg/Produksi)	(a)	112,50
2	Input Bahan Baku (Kg/Produksi)	(b)	80,00
3	Input Tenaga Kerja (Jam/Produksi)	(c)	18,00
4	Faktor Konversi	$(d)=(a)/(b)$	1,41
5	Koefisien Tenaga Kerja	$(e)=(c)/(b)$	0,23
6	Harga Produk (Rp/Kg)	(f)	16.675,00
7	Upah Tenaga Kerja (Rp/jam)	(g)	6.111,11
	Penerimaan dan Keuntungan (Rp/Kg kedelai)		
8	<i>Intermediate Cost</i> (Rp/Kg)	(h)	15.725,52
9	Nilai Produk (Rp/Kg)	$(i)=(d)x(f)$	23.449,22
10	a. Nilai Tambah (Rp/Kg)	$(j) = (i)-(h)$	7.723,70
	b. Rasio Nilai Tambah(%)	$(k)=(j/i)x100$	32,94
11	a. Pendapatan Tenaga Kerja (Rp/Kg)	$(l)=(e)x(g)$	1.375,00
	b. Rasio Tenaga Kerja (%)	$(m)=(l/j)x100$	17,80
12	a. Keuntungan (Rp/Kg)	$(n) = (j)-(l)$	6.348,70
	b. Rasio Keuntungan (%)	$(o)=(n)/(i)x100$	82,20

Lampiran O. Nilai Tambah Agroindustri Tahu Takwa LTT

No	Analisis Nilai Tambah	Formula	Nilai
1	Output (Kg/Produksi)	(a)	135,00
2	Input Bahan Baku (Kg/Produksi)	(b)	100,00
3	Input Tenaga Kerja (Jam/Produksi)	(c)	17,00
4	Faktor Konversi	$(d)=(a)/(b)$	1,35
5	Koefisien Tenaga Kerja	$(e)=(c)/(b)$	0,17
6	Harga Produk (Rp/Kg)	(f)	16.675,00
7	Upah Tenaga Kerja (Rp/jam)	(g)	12.058,82
Penerimaan dan Keuntungan (Rp/Kg kedelai)			
8	<i>Intermediate Cost</i> (Rp/Kg)	(h)	18.156,33
9	Nilai Produk (Rp/Kg)	$(i)=(d)x(f)$	22.511,25
10	a. Nilai Tambah (Rp/Kg)	$(j) = (i)-(h)$	4.354,92
	b. Rasio Nilai Tambah(%)	$(k)=(j/i)x100$	19,35
11	a. Pendapatan Tenaga Kerja (Rp/Kg)	$(l)=(e)x(g)$	2.050,00
	b. Rasio Tenaga Kerja (%)	$(m)=(l/j)x100$	47,07
12	a. Keuntungan (Rp/Kg)	$(n) = (j)-(l)$	2.304,92
	b. Rasio Keuntungan (%)	$(o)=(n)/(i)x100$	52,93

Lampiran P. Analisis SWOT Agroindustri Tahu Takwa Mikimos

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Nilai	Keterangan
Kekuatan					
1	Lokasi	0,18	4	0,73	Lokasi usaha yang strategis berada di tengah kota
2	Produk	0,18	4	0,73	Produk tahu yang bisa diolah kembali apabila tidak laku (variasi produk)
3	Perijinan	0,15	3	0,45	Adanya sertifikasi produk dari BPOM
Total		0,50	11	1,90	
Kelemahan					
1	Pemasaran	0,125	1	0,125	Terbatasnya jangkauan pemasaran Pemasaran hanya dilakukan di outlet sendiri
2	Daya tahan produk	0,125	1	0,125	Produk hanya memiliki daya tahan maksimal 2 hari
3	Kemampuan manajemen	0,25	2	0,50	Lemahnya kemampuan manajemen sehingga tidak ada pembukuan selama kegiatan produksi
Total		0,50	5	0,75	

Lanjutan Lampiran P. Analisis SWOT Agroindustri Tahu Takwa Mikimos

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Nilai	Keterangan
Peluang					
1	Konsumen	0,13	3	0,39	Minat konsumen tinggi
2	Penjualan	0,13	3	0,39	Adanya hari-hari tertentu yang membuat volume penjualan meningkat
3	Makanan Khas	0,17	4	0,69	Produk unggulan yang berasal dari Kota Kediri
Total		0,43	10	1,46	
Ancaman					
1	Persaingan	0,11	1	0,11	Banyaknya agroindustri serupa
2	Bahan baku	0,11	1	0,11	Harga bahan baku cenderung meningkat
3	Kelembagaan	0,23	2	0,46	Tidak aktifnya organisasi pengusaha tahu yang telah ada
4	Harga jual produk	0,11	1	0,11	Cenderung tetap, sedangkan bahan baku cenderung meningkat
Total		0,57	5	0,80	

Lampiran Q. Analisis SWOT Agroindustri Tahu Takwa Sopyonyono

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Nilai	Keterangan
Kekuatan					
1	Lokasi	0,18	4	0,73	Lokasi usaha yang strategis berada di tengah kota
2	Produk	0,14	3	0,41	Produk tahu yang bisa diolah kembali apabila tidak laku (variasi produk)
3	Perijinan	0,20	4	0,80	Adanya sertifikasi produk dari BPOM
Total		0,50	11	1,94	
Kelemahan					
1	Pemasaran	0,13	1	0,13	Terbatasnya jangkauan pemasaran Pemasaran hanya dilakukan di outlet sendiri
2	Daya tahan produk	0,13	1	0,13	Produk hanya memiliki daya tahan maksimal 2 hari
3	Kemampuan manajemen	0,25	2	0,50	Lemahnya kemampuan manajemen sehingga tidak ada pembukuan selama kegiatan produksi
Total		0,50	4	0,75	

Lanjutan Lampiran Q. Analisis SWOT Agroindustri Tahu Takwa Sopyonyono

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Nilai	Keterangan
Peluang					
1	Konsumen	0,16	4	0,63	Minat konsumen tinggi
2	Penjualan	0,12	3	0,35	Adanya hari-hari tertentu yang membuat volume penjualan meningkat
3	Makanan Khas	0,16	4	0,63	Produk unggulan yang berasal dari Kota Kediri
Total		0,43	11	1,60	
Ancaman					
1	Persaingan	0,10	1	0,10	Banyaknya agroindustri serupa
2	Bahan baku	0,19	2	0,38	Harga bahan baku cenderung meningkat
3	Kelembagaan	0,10	1	0,10	Tidak aktifnya organisasi pengusaha tahu yang telah ada
4	Harga jual produk	0,19	2	0,38	Cenderung tetap, sedangkan bahan baku cenderung meningkat
Total		0,57	6	0,95	

Lampiran R. Analisis SWOT Agroindustri Tahu Takwa LTT

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Nilai	Keterangan
Kekuatan					
1	Lokasi	0,20	4	0,80	Lokasi usaha yang strategis berada di tengah kota
2	Produk	0,15	3	0,45	Produk tahu yang bisa diolah kembali apabila tidak laku (variasi produk)
3	Perijinan	0,15	3	0,45	Adanya sertifikasi produk dari BPOM
Total		0,50	10	1,70	
Kelemahan					
1	Pemasaran	0,17	2	0,33	Terbatasnya jangkauan pemasaran Pemasaran hanya dilakukan di outlet sendiri
2	Daya tahan produk	0,17	2	0,33	Produk hanya memiliki daya tahan maksimal 2 hari
3	Kemampuan manajemen	0,17	2	0,33	Lemahnya kemampuan manajemen sehingga tidak ada pembukuan selama kegiatan produksi
Total		0,50	5	1,00	

Lanjutan Lampiran R. Analisis SWOT Agroindustri Tahu Takwa LTT

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Nilai	Keterangan
Peluang					
1	Konsumen	0,12	3	0,35	Minat konsumen tinggi
2	Penjualan	0,16	4	0,63	Adanya hari-hari tertentu yang membuat volume penjualan meningkat
3	Makanan Khas	0,16	4	0,63	Produk unggulan yang berasal dari Kota Kediri
Total		0,43	11	1,60	
Ancaman					
1	Persaingan	0,08	1	0,08	Banyaknya agroindustri serupa
2	Bahan baku	0,16	2	0,33	Harga bahan baku cenderung meningkat
3	Kelembagaan	0,16	2	0,33	Tidak aktifnya organisasi pengusaha tahu yang telah ada
4	Harga jual produk	0,16	2	0,33	Cenderung tetap, sedangkan bahan baku cenderung meningkat
Total		0,57	7	1,06	

UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS PERTANIAN
PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

KUISIONER

JUDUL : Analisis Efisiensi, Nilai Tambah, Saluran Pemasaran, serta
Strstegi Pengembangan pada Agroindustri Tahu Takwa di
Kota Kediri

LOKASI : KOTA KEDIRI

Pewawancara

Nama : Rahardian Dwi Pratomo

Nim : 101510601090

Hari/Tanggal Wawancara :

Waktu :

Identitas Responden

Nama Responden :

Umur : Th

Nama Agroindustri :

Alamat :

Pendidikan Terakhir :

Pekerjaan Utama :

Pekerjaan Sampingan :

Jumlah Anggota Keluarga : jiwa

A. KONDISI UMUM AGROINDUSTRI TAHU TAKWA

1. Sejak kapan agroindustri Tahu Takwa ini beroperasi?
Jawab:.....
2. Alasan mendirikan usaha Tahu Takwa?
Jawab:.....
3. Berapakah Jumlah tenaga kerja yang dimiliki agroindustri ini?
 - a. Tenaga kerja dalam keluarga.....orang
 - b. Tenaga kerja luar keluarga.....orang
4. Bagaimana struktur pengelolaan usaha pada agroindustri Tahu Takwa ini?
Jawab:.....
5. Apa yang menjadi hambatan selama menjalankan usaha agroindustri Tahu Takwa?
Jawab:.....

B. PRODUKSI AGROINDUSTRI TAHU TAKWA

a. Proses Pengolahan Tahu Takwa

1. Bagaimana agroindustri ini mendapatkan *supply* bahan baku kedelai?
Jawab:.....
2. Kendala apa saja yang dialami agroindustri terkait dengan penyediaan bahan baku kedelai (dari segi teknis maupun non-teknis) ?
Jawab:.....
3. Berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk membuat produk Tahu Takwa dalam satu kali proses produksi?
Jawab:.....
4. Dalam satu minggu berapa kali proses produksi Tahu Takwa?
Jawab:.....
5. Berapa jumlah produk Tahu Takwa yang dihasilkan dalam satu kali proses produksi?
Jawab:.....

6. Bagaimana teknologi yang digunakan dalam proses produksi Tahu Takwa?
 - a. Tradisional, bagaimana teknik pengolahannya?
 - b. Modern, bagaimana teknik pengolahannya?
7. Kendala apa yang sering dialami selama menjalani proses produksi Tahu Takwa?
Jawab:.....

b. Produk Jadi Tahu Takwa

1. Apa nama label produk Tahu Takwa pada agroindustri ini?
Jawab:.....
2. Apakah ada izin dari Depkes dan tanggal kadaluarsa pada produk Tahu Takwa yang diproduksi agroindustri ini?
Jawab:.....
3. Apakah harga produk Tahu Takwa di pasaran sering mengalami perubahan?
Jawab:.....

C. PENGGUNAAN BIAYA PRODUKSI (Satu kali proses produksi)

1. Biaya tetap

- a. Penyusutan peralatan

No	Peralatan	Harga (Rp)	Umur Ekonomis (bulan)	Biaya Penyusutan (Rp/bulan)
1.	Drum			
2.	Pisau			
3.	Ember			
4.	Panci			
5.	Pisau			
6.	Mesin Penggiling			
7.				
8.				
9.				
10.				
Jumlah				

- b Biaya lain-lain :
- c. Total Biaya Tetap (TFC) = Rp

2. Biaya Variabel

a. Biaya variabel bahan baku utama

No	Jenis Bahan Baku	Satuan	Jumlah	Biaya persatuan	Total
1.					
2.					
3.					
4.					
5.					
Jumlah					

b. Biaya tenaga kerja

Jenis kegiatan	Jam Kerja/Hari	Jml TK (Jiwa)		Upah (Rp)		Total
		Lk	Pr	Lk	Pr	
Total						

c. Biaya pemasaran

NO	Jenis Kegiatan	Satuan	Jumlah	Biaya Persatuan	Total
Total					

d. Biaya lain-lain

NO	Jenis Kegiatan	Satuan	Jumlah	Biaya Persatuan	Total
Total					

e. Total biaya variable (TVC) : Rp.

3. Biaya Total (TC) = TFC + TVC

=

4. Penerimaan

Volume produksi (biji)	Harga (Rp/biji)	Total penerimaan (Rp)
Total		

D. MODAL

1. Darimana modal yang digunakan dalam menjalankan agroindustri ini?
Jawab:.....
2. Berapakah besarnya modal yang harus dikeluarkan dalam satu kali proses produksi Tahu Takwa?
Jawab:.....
3. Apakah usaha Tahu Takwa yang dilakukan saat ini dirasa sudah menguntungkan?
Jawab:.....
4. Apakah sudah melakukan pembukuan keuangan usaha secara teratur?
Jawab:.....

E. PEMASARAN

1. Bagaimana sistem pemasaran yang dilakukan?
 - a. Dijual sendiri
 - b. Melalui pedagang/pengecer
 - c. Lainnya.....
2. Mengapa memilih sistem pemasaran itu?
Jawab:.....
3. Bagaimana sistem pembayaran produk Tahu Takwa?
Jawab:.....
4. Jenis transportasi apa yang digunakan untuk mendistribusikan produk Tahu Takwa?
Jawab:.....

5. Apa yang akan dilakukan terhadap produk yang tidak terjual?

Jawab:.....

6. Kendala apa saja yang dihadapi saat menjalankan proses pemasaran produk Tahu Takwa?

Jawab:.....

7. Selama menjalankan usaha ini, kapan agroindustri ini mendapatkan keuntungan penjualan tertinggi?

Jawab:.....

F. PERAN KELEMBAGAAN

1. Adakah kelembagaan formal yang berperan dalam usaha Tahu Takwa?

Jawab:.....

2. Bagaimana peran kelembagaan formal dan non-formal dalam kegiatan dan perkembangan usaha Tahu Takwa?

Jawab:.....

3. Apakah ada kerjasama dengan pihak swasta dalam usaha agroindustri Tahu Takwa?

Jawab:.....

G. KEBIJAKAN PEMERINTAH

1. Adakah kebijakan atau peraturan pemerintah yang berkaitan dengan agroindustri Tahu Takwa?

Jawab:.....

2. Pernahkah mendapatkan bantuan dan pembinaan dari pemerintah atau lembaga formal lainnya?

Jawab:.....

3. Bagaimana pengaruh adanya peraturan-peraturan atau kebijakan pemerintah terhadap perkembangan agroindustri Tahu Takwa?

Jawab:.....

4. Adakah penyuluhan atau pelatihan yang diberikan oleh pemerintah?

Jawab:.....

DOKUMENTASI



Gambar 1. Pemilihan dan perendaman bahan baku kedelai



Gambar 2. Proses memasak bubur kedelai



Gambar 3. Proses pemisahan sari kedelai dengan ampas kedelai



Gambar 4. Proses pemotongan tahu yang telah matang



Gambar 5. Tahu Takwa yang siap untuk dipasarkan



Gambar 6. Outlet tempat memasarkan produk Tahu Takwa