



**STUDI KOMPERATIF TINGKAT PENDAPATAN DAN
STRATEGI PENGEMBANGAN AGROINDUSTRI TAHU
OLAH ORGANIK DAN NON ORGANIK
DI KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

Oleh:

**Flora Anggita Pratiwi
NIM. 061510201057**

**JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS JEMBER**

2011



**STUDI KOMPERATIF TINGKAT PENDAPATAN DAN
STRATEGI PENGEMBANGAN AGROINDUSTRI
TAHU OLAH ORGANIK DAN NON ORGANIK
DI KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk
Menyelesaikan Pendidikan Program Strata Satu
Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian
Fakultas Pertanian Universitas Jember

Oleh :

**Flora Anggita Pratiwi
NIM. 061510201057**

**JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS JEMBER**

2011



**STUDI KOMPERATIF TINGKAT PENDAPATAN DAN
STRATEGI PENGEMBANGAN AGROINDUSTRI
TAHU OLAH ORGANIK DAN NON ORGANIK
DI KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk
Menyelesaikan Pendidikan Program Strata Satu
Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian
Fakultas Pertanian Universitas Jember

Oleh :

**Flora Anggita Pratiwi
NIM. 061510201057**

**JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS JEMBER**

2011

SKRIPSI BERJUDUL

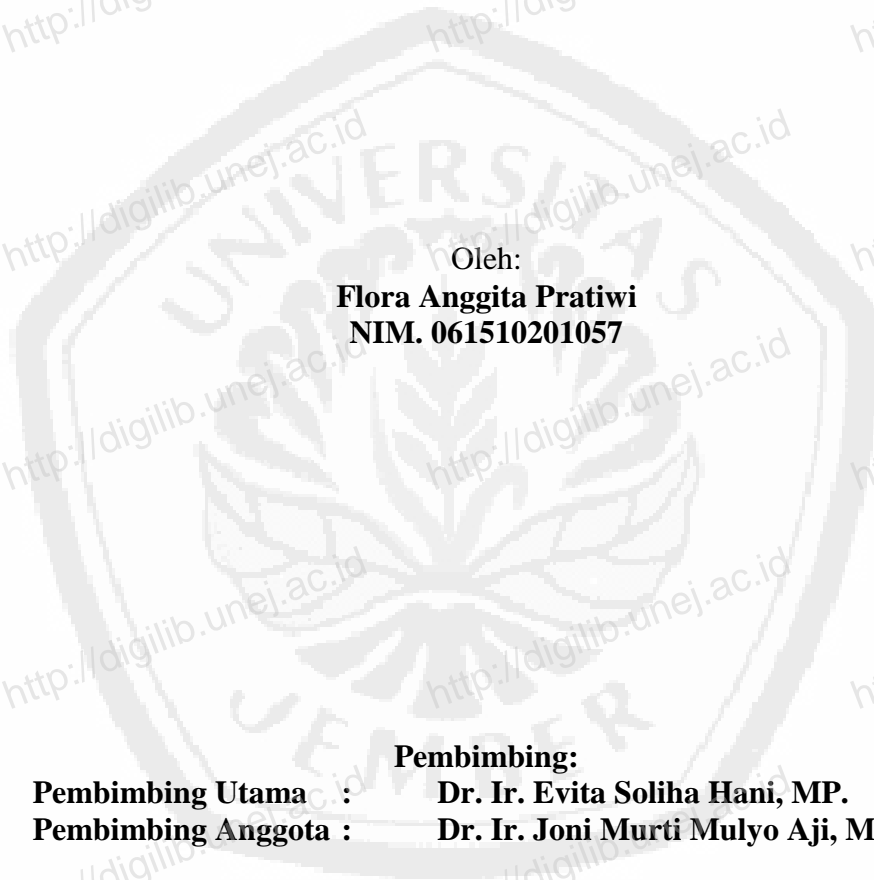
**STUDI KOMPARATIF TINGKAT PENDAPATAN DAN
STRATEGI PENGEMBANGAN AGROINDUSTRI
TAHU OLAH ORGANIK DAN NON ORGANIK
DI KABUPATEN JEMBER**

Oleh:

**Flora Anggita Pratiwi
NIM. 061510201057**

Pembimbing:

**Pembimbing Utama : Dr. Ir. Evita Soliha Hani, MP.
Pembimbing Anggota : Dr. Ir. Joni Murti Mulyo Aji, M. Rur. M.**



PENGESAHAN

Skripsi berjudul: **Studi Komparatif Tingkat Pendapatan dan Strategi Pengembangan Agroindustri Tahu Olah Organik dan Non Organik di Kabupaten Jember**, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Pertanian pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 27 Oktober 2011
Tempat : Fakultas Pertanian

Tim penguji :

Penguji 1,

Dr. Ir. Evita Soliha Hani, MP.
NIP. 19630903 199002 2 001

Penguji 2,

Penguji 3,

Dr. Ir. Joni Murti Mulyo Aji, M. Rur. M.
NIP. 19700626 199403 1 002

Ir. Imam Syafi'i, MS.
NIP. 19521218 198002 1 001

Mengesahkan
Dekan,

Dr. Ir. Bambang Hermiyanto, M.P.
NIP. 19611110 198802 1 001

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Flora Anggita Pratiwi

NIM : 061510201057

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis ilmiah yang berjudul :
”Studi Komparatif Tingkat Pendapatan dan Strategi Pengembangan Agroindustri Tahu Olah Organik dan Non Organik di Kabupaten Jember”
adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali 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 sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 06/05/2020

Yang menyatakan,

Flora Anggita Pratiwi
NIM. 061510201057

RINGKASAN

Studi Komparatif Tingkat Pendapatan dan Strategi Pengembangan Agroindustri Tahu Olah Organik dan Non Organik di Kabupaten Jember; Flora Anggita Pratiwi, 061510201057; 2011. 182 Halaman; Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Jember.

Agroindustri sebagai salah satu sub sistem agribisnis memiliki peranan penting dalam menggerakkan perekonomian nasional. Sebagai salah satu subsistem agribisnis, agroindustri selain meningkatkan nilai tambah juga berperan dalam menciptakan pasar bagi hasil-hasil pertanian melalui berbagai produk olahannya. Selain itu, agroindustri juga berfungsi dalam meningkatkan kesempatan kerja dan mutu hasil produksi pertanian melalui pengolahan serta meningkatkan pendapatan.

Penelitian ini yang dilakukan di Kabupaten Jember bertujuan untuk mengetahui (1) kelayakan usaha agroindustri tahu olah organik dan non organik, (2) perbedaan tingkat pendapatan antara pengusaha agroindustri tahu olah organik dan non organik, (3) strategi pengembangan agroindustri tahu olah organik dan non organik, dan (4) faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian tahu olah organik dan non organik di Kabupaten Jember.

Penentuan daerah penelitian ini menggunakan *purposive method*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif, komparatif, korelasional dan analitik. Terdapat 3 metode pengambilan contoh dalam penelitian ini. Agroindustri tahu olah organik menggunakan metode *total sampling*, agroindustri tahu olah non organik menggunakan metode *purposive sampling* dan konsumen tahu olah organik dan tahu olah non organik menggunakan metode *convenience sampling*. Responden yang dibutuhkan sebanyak 100 konsumen dengan perbandingan 30 orang konsumen tahu olah organik dan 70 orang konsumen tahu olah non organik. Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Analisis data yang digunakan adalah analisis kelayakan finansial, uji-t, FFA, analisis faktor dan *rank spearman*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) usaha agroindustri tahu olah organik di Kecamatan Patrang layak diusahakan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai NPV yang positif yaitu Rp 20.404.050,00; nilai Net B/C lebih dari 1 yaitu 1,22; nilai Gross B/C lebih dari 1 yaitu 1,02; nilai IRR yaitu 27,4 % > 15% (suku bunga), nilai *Profitability Ratio* (PR) lebih dari 1 yaitu 2,11 dan *payback periode* adalah 2,85 tahun. Sedangkan agroindustri tahu olah non organik di Kecamatan Mumbulsari tidak layak diusahakan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai NPV yang negatif sebesar Rp 31.205.525,00; nilai Net B/C kurang dari 1 yaitu 0,84; nilai Gross B/C kurang dari 1 yaitu 0,98; nilai IRR sebesar 10 % < 15% (suku bunga), nilai *Profitability Ratio* (PR) kurang dari 1 yaitu -1,45 dan *payback periode* adalah 1,3 tahun. (2) agroindustri tahu olah organik memiliki rata-rata pendapatan yang lebih tinggi dari agroindustri tahu olah non organik. Hal ini dapat diketahui dari nilai t hitung untuk pendapatan tahu dengan asumsi kedua varians sama adalah 3,587. Probabilitasnya adalah $0,02 < 0,05$ maka H_0 ditolak, atau rata-rata pendapatan tahu olah organik dan rata-rata pendapatan tahu olah non organik adalah berbeda. (3) agroindustri tahu olah organik memiliki peluang yang baik untuk dikembangkan menuju suatu perubahan ke arah yang positif melalui peningkatan mutu dan kualitas produk. Hal ini ditunjukkan dengan nilai Total Nilai Bobot (TNB) yaitu sebesar 2,91. Agroindustri tahu olah non organik juga memiliki peluang yang baik untuk dikembangkan menuju suatu perubahan ke arah yang positif melalui harga produk. Hal ini ditunjukkan dengan nilai Total Nilai Bobot (TNB) yaitu sebesar 2,87; dan (4) faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian tahu olah organik dan non organik terbentuk menjadi 6 faktor yaitu kualitas, kesehatan, keputusan, ketersediaan barang, kebersihan dan ketersediaan bahan baku. Faktor-faktor yang berpengaruh nyata terhadap keputusan pembelian tahu olah organik adalah kualitas, kesehatan, ketersediaan barang, kebersihan dan ketersediaan bahan baku. Faktor-faktor yang berpengaruh nyata terhadap keputusan pembelian tahu olah non organik adalah kualitas, ketersediaan barang dan ketersediaan bahan baku.

SUMMARY

A Comparative Study of Income Level and Development Strategy of Organic and Non-Organic Processed Tofu Agroindustry in Jember Regency; Flora Anggita Pratiwi, 061510201057; 2011. 182 Pages; Department of Social Economics of Agriculture, Faculty of Agriculture, the University of Jember.

Agroindustry as one of agribusiness sub-systems has an important role in driving national economy. As one of the subsystems of agribusiness, agroindustry, in addition to increasing the added value, also plays a role in creating markets for agricultural products through a variety of processed products. Moreover, agroindustry also functions to improve employment opportunities and quality of agricultural products by processing and increasing revenue.

This research was conducted in Jember intended to identify (1) the feasibility of organic and non organic processed tofu agroindustry, (2) the differences of income level between business people of organic and non organic processed tofu agroindustry, (3) development strategy of organic and non-organic processed tofu agroindustry, and (4) factors affecting consumer buying decision on organic and non-organic processed tofu in Jember Regency.

Determination of the research area used purposive method. The research applied descriptive, comparative, correlational and analytic methods. There were 3 methods of sampling in this research. Organic processed tofu agroindustry used total sampling method, non-organic processed tofu agroindustry applied purposive sampling method, and consumers of organic and non-organic processed tofu agroindustry used convenience sampling method. Respondents required were 100 consumers at a ratio of 30 consumers of organic processed tofu and 70 consumers of non-organic processed tofu. This research used primary and secondary data. Data analysis used were financial feasibility analysis, t-test, FFA, factor analysis and rank spearman.

The research results showed that: (1) organic processed tofu agroindustry in District of Patrang was feasible. This was indicated by positive value of NPV of IDR 20,404,050.00; Net B/C value of more than 1, that is 1.22; Gross value of B/C of more than 1, exactly 1.02; value of IRR of 27.4% > 15% (interest rate),

value of Profitability Ratio (PR) of more than 1, that is 2.11 and payback period of 2.85 years. Meanwhile, non-organic processed tofu agroindustry in District of Mumbulsari was not feasible. This was indicated by negative value of NPV of IDR 31,205,525.00; the Net B/C of less than 1, that is 0.84; Gross value of B/C of less than 1, that is 0.98; value IRR of $10\% < 15\%$ (interest rates), value of Profitability Ratio (PR) of less than 1, that is -1.45 and payback period of 1.3 years. (2) organic processed tofu agroindustry had an average income higher than non-organic processed tofu agroindustry. This can be seen from t count with tofu income assuming that the equal variance was 3.587 second. The probability was $0.02 < 0.05$, so H_0 was rejected, or the average incomes of organic processed tofu agroindustry and non-organic processed tofu agroindustry were different. (3) organic processed tofu agroindustry had a good chance to be developed toward a change in a positive direction by product quality improvement. This was indicated by the value of Total Value Weight (TNB) of 2.91. Non-organic processed tofu agroindustry also had a good opportunity to be developed toward a change in a positive direction through the price of products. This was indicated by the value of Total Value Weight (TNB) of 2.87, and (4) factors that influenced buying decision of organic and non-organic processed tofu consisted of 6 factors: quality, health, decision, availability of goods, cleanliness and availability raw materials. Factors that significantly influenced buying decision of organic processed tofu were quality, health, availability of goods, cleanliness and availability of raw materials. Factors that significantly affected buying decision of non-organic processed tofu were quality, availability of goods and availability of raw materials.

PRAKATA

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga karya tulis ilmiah yang berjudul “Studi Komparatif Tingkat Pendapatan dan Prospek Pengembangan Agroindustri Tahu Olah Organik dan Non Organik di Kabupaten Jember” dapat dilaksanakan dengan baik. Karya tulis ilmiah ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Jurusan Sosial Ekonomi, Fakultas Pertanian, Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu ucapan terima kasih yang tiada terhingga perlu disampaikan kepada:

1. Dr. Ir. Bambang Hermiyanto MP., selaku Dekan Fakultas Pertanian yang telah memberikan bantuan hingga penyelesaian naskah karya ilmiah ini;
2. Dr. Ir. Evita Soliha Hani, MP., selaku Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian yang telah banyak memberikan bantuan hingga penyelesaian naskah karya ilmiah ini;
3. Dr. Ir. Evita Soliha Hani, MP., selaku Dosen Pembimbing Utama; Dr. Ir. Joni Murti Mulyo Aji, M. Rur. M., selaku Dosen Pembimbing Anggota; dan Ir. Imam Syafi'i, MS., selaku Penguji 3 yang telah memberikan bimbingan, motivasi dan bantuan;
4. Titin Agustina, SP., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dan dukungan;
5. Ayahanda Ir. H. Zusriyatno dan Ibunda Sri Andayani yang senantiasa memberikan kasih sayang dan doa, adik tercinta (Rallie dan Faid) serta saudara-saudara sepupu (Ariesta dan Ardianinda) yang selalu memberikan semangat dan dorongan kepada penulis;
6. Dinas Perindustrian dan Perdagangan dan Badan pusat Statistik kabupaten Jember yang telah memberikn data yang diperlukan sehingga dapat terselesaikan dengan baik;
7. Tim IM-HERE Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian;

8. H. M. Hafid selaku pengusaha agroindustri tahu olah organik di Kecamatan Bintoro dan Ibu Siro Effendi selaku pengusaha agroindustri tahu olah non organik di Kecamatan Mumbulsari serta konsumen tahu olah organik dan tahu olah non organik yang berada di Kabupaten Jember sebagai responden yang telah memberikan banyak informasi yang dibutuhkan oleh penulis;
9. Sahabat-sahabat Sosek Community Angkatan 2006 dan Tim Pelatnas (Arista, Dimas, Epi, Ham, Yusron, Ninda, Ari, Putri A., Dita, Alung, Risyah, Yoga) yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan motivasi kepada penulis;
10. Babe yang telah memberi warna dan kebahagiaan serta senantiasa memberikan bantuan, dukungan, dan motivasi kepada penulis;
11. Semua pihak yang telah membantu terselesainya karya ilmiah tertulis ini yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Kritik dan saran dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap, semoga tulisan ini dapat bermanfaat.

Jember, Oktober 2011

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
RINGKASAN	v
SUMMARY	vi
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	10
1.3 Tujuan dan Kegunaan	10
1.3.1 Tujuan	10
1.3.2 Kegunaan	11
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	12
2.1.2 Agribisnis dan Agroindustri	14
2.1.3 Agroindustri Tahu Olah organik dan Tahu Olah Non Organik	16
2.2 Landasan Teori	18
2.2.1 Teori Kelayakan Usaha	18
2.2.2 Teori Pendapatan	26
2.2.3 Analisis FFA (<i>Force Field Analysis</i>)	28
2.2.4 Perilaku Konsumen	30

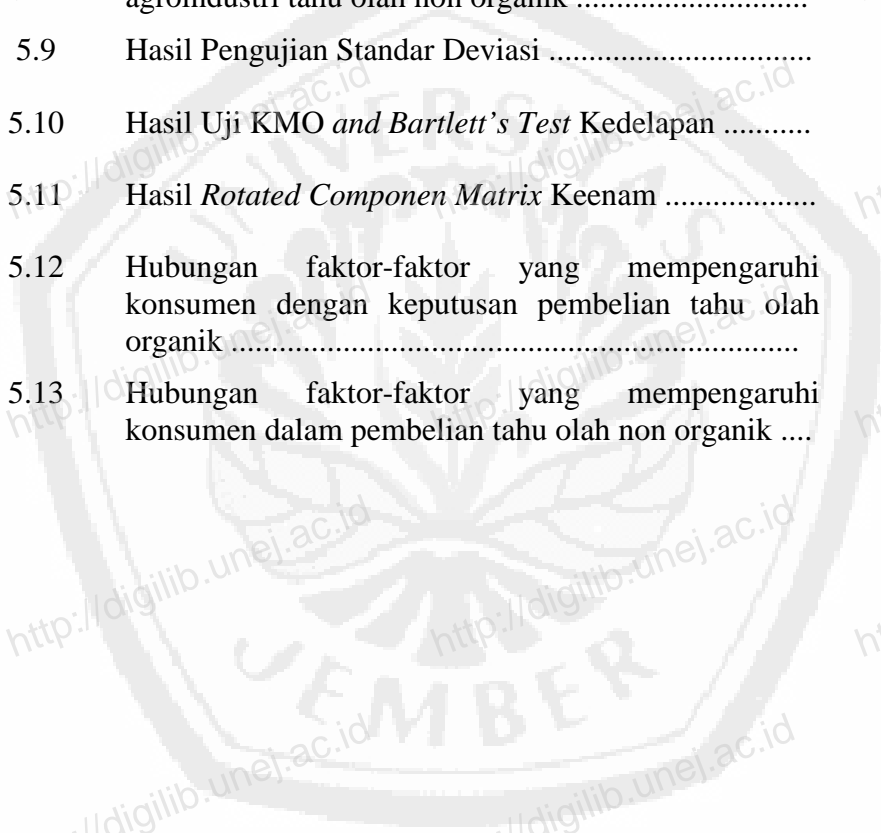
2.2.5 Proses Pengambilan Keputusan	32
2.2.6 Analisis Faktor	35
2.2.6 Analisis Korelasi	36
2.3 Kerangka Pemikiran	40
2.4 Hipotesis	45
BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN	46
3.1 Metode Penentuan Daerah Penelitian	46
3.2 Metode Penelitian	46
3.3 Metode Pengambilan Contoh	47
3.4 Metode Pengumpulan Data	48
3.5 Metode Analisis Data	48
3.6 Terminologi	60
BAB 4. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN	63
4.1 Kabupaten Jember	63
4.1.1 Keadaan Geografis	63
4.1.2 Keadaan Topografi	63
4.1.3 Keadaan Penduduk Menurut Umur	64
4.1.4 Keadaan Penduduk Menurut Mata Pencarian	65
4.1.5 Keadaan Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan	66
4.1.6 Pendapatan Regional	67
4.2 Gambaran Umum Agroindustri Tahu di Kabupaten Jember	68
4.2.1 Profil Agroindustri Tahu	69
4.2.2 Proses Pembuatan Tahu	72
BAB 5. HASIL DAN PEMBAHASAN	85
5.1 Analisis Finansial Usaha Agroindustri Tahu	85
5.1.1 Analisis Finansial Usaha Agroindustri Tahu Olah Organik dan Non Organik di Kabupaten Jember	85
5.1.2 Analisis Sensitivitas Usaha Agroindustri Tahu Olah Organik dan Non Organik dengan Kenaikan Biaya Bahan Baku Sebesar 10%	87

5.1.2 Analisis Sensitivitas Usaha Agroindustri Tahu Olah Organik dan Non Organik dengan Kenaikan Biaya Tenaga Kerja Sebesar 10%	88
5.2 <i>Perbedaan Tingkat Pendapatan Agroindustri Tahu Olah Organik dan Non Organik di Kabupaten Jember</i>	90
5.3 <i>Strategi Pengembangan Agroindustri Tahu Olah Organik dan Non Organik di Kabupaten Jember</i>	92
5.3.1 Strategi Pengembangan Agroindustri Tahu Olah Organik di Kabupaten Jember	93
5.3.2 Strategi Pengembangan Agroindustri Tahu olah non organik di Kabupaten Jember	102
5.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Pembelian Tahu Olah Organik dan Non Organik di Kabupaten Jember.....	110
5.4.1 Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pembelian Tahu Olah Organik dan Non Organik	111
5.4.1.1 Pengujian KMO and Bartlett's Test	113
5.4.1.2 Analisis Komponen Matrik	114
5.4.2 Hubungan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pembelian Tahu Olah Organik dan Non Organik.	115
5.5 Implikasi Hasil Penelitian pada Pengembangan Agroindustri Tahu Olah Organik dan Non Organik di Kabupaten Jember	119
BAB 6. SIMPULAN DAN SARAN	122
6.1 Simpulan	122
6.2 Saran.....	123
DAFTAR PUSTAKA	124
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
1.1 Data agroindustri tahu di Kabupaten Jember	8
2.1 Nilai gizi tahu dan kedelai	17
2.2 Perbedaan tahu olah organik dan non organik	18
2.3 Kriteria penilaian analisis korelasi	39
4.1 Luas wilayah (km ²) di Kabupaten Jember menurut ketinggian tempat (meter, dpl) Tahun 2009	64
4.2 Jumlah penduduk menurut kelompok umur di Kabupaten Jember Tahun 2000	65
4.3 Penduduk umur 15 tahun keatas yang bekerja menurut lapangan usaha di Kabupaten Jember berdasarkan hasil sensus penduduk Tahun 2000	66
4.4 Pendidikan tertingi penduduk yang ditamatkan berdasarkan hasil sensus penduduk Tahun 2000	66
4.5 Distribusi persentase produk domestik regional bruto atas dasar harga berlaku Tahun 2006-2008	67
4.6 Perbandingan jumlah tenaga kerja agroindustri tahu olah organik dan non organik Tahun 2011	69
4.7 Penerimaan agroindustri tahu olah organik dan agroindustri tahu olah non organik Tahun 2010-2011	70
4.8 Perbedaan proses pembuatan tahu olah organik dan tahu olah non organik di kabupaten Jember	72
5.1 Analisis finansial usaha agroindustri tahu olah organik dan agroindustri tahu olah non organik di Kabupaten Jember	85
5.2 Analisis Sensitivitas Usaha Agroindustri Tahu Olah Organik dan Non Organik di Kabupaten Jember dengan Kenarikan Biaya Bahan Baku Sebesar 10% ..	87
5.3 Analisis Sensitivitas Usaha Agroindustri Tahu Olah Organik dan Non Organik di Kabupaten Jember dengan Kenarikan Biaya Tenaga Kerja Sebesar 10% .	88
5.4 Hasil analisis Uji-T rata-rata tingkat pendapatan agroindustri tahu olah organik dan non organik	90

5.5	Hasil analisis Uji-T Independent Sample terhadap rata-rata tingkat pendapatan agroindustri tahu olah organik dan non organik dengan asumsi varians sama	90
5.6	Faktor pendorong dan penghambat pengembangan agroindustri tahu olah organik dan non organik di Kabupaten Jember	93
5.7	Evaluasi Faktor Pendorong dan Faktor Penghambat Pengembangan Agroindustri Tahu Olah Organik di Kabupaten Jember	98
5.8	Evaluasi faktor pendorong dan penghambat agroindustri tahu olah non organik	107
5.9	Hasil Pengujian Standar Deviasi	111
5.10	Hasil Uji KMO and Bartlett's Test Kedelapan	113
5.11	Hasil <i>Rotated Componen Matrix</i> Keenam	114
5.12	Hubungan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dengan keputusan pembelian tahu olah organik	116
5.13	Hubungan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian tahu olah non organik	118



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Kurva TR, TC dan pendapatan bersih	27
2.2 Kerangka medan kekuatan	30
2.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen	32
2.4 Model proses pembelian	33
2.5 Skema kerangka pemikiran	44
3.1 Medan kekuatan agroindustri	58
4.1 Bagan alir proses pembuatan tahu olah organik	77
4.2 Bagan alir proses pembuatan tahu olah non organik ...	79
4.3 (a) Pencucian bahan baku kedelai tahu olah organik ...	81
(b) Persiapan bahan baku tahu olah non organik	81
4.4 (a) Penggilingan kedelai tahu olah organik	81
(b) Penggilingan kedelai tahu olah non organik	81
4.5 (a) Bubur kedelai tahu olah organik	81
(b) Bubur kedelai tahu olah non organik	81
4.6 (a) Pendidihan bubur kedelai tahu olah organik	82
(b) Tong uap tahu olah non organik	82
4.7 (a) Bak cuka tahu olah organik	82
4.8 (a) Pendidihan bubur kedelai tahu olah organik	82
(b) Wajan penggodogan tahu olah non organik	82
4.9 (a) Alat pencetak tahu olah organik	83
4.10 (a) Alat pengepres, penggaris dan kemasan tahu olah organik	83
(b) Pemotongan tahu olah non organik	83
4.11 (a) Tahu olah organik	83
(b) Tahu olah non organik	83
5.1 Medan kekuatan pengembangan agroindustri tahu olah organik	99
5.2 Alur strategi pengembangan agroindustri tahu olah organik	101

5.3	Medan kekuatan pengembangan agroindustri tahu olah non organik	108
5.4	Alur strategi pengembangan agroindustri tahu olah non organik	109



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
A. Kuisisioner agroindustri tahu	129
B. Kuisisioner perilaku konsumen	139
C. Hasil produksi dan penerimaan agrindustri tahu olah organik	142
D1. Nilai investasi dan penyusutan per tahun agroindustri tahu olah organik	143
D2. Lanjutan nilai investasi dan penyusutan per tahun agroindustri tahu olah organik	144
E. Biaya variabel agroindustri tahu olah organik	145
F. Cash flow agroindustri tahu olah organik Tahun 2010–2015	146
G. Analisis finansial agroindustri tahu olah organik ...	147
H1. Analisis sensitivitas agroindustri tahu olah organik (harga bahan baku naik 10%)	148
H2. Analisis sensitivitas agroindustri tahu olah organik (biaya tenaga kerja naik 10%)	149
I. Hasil produksi dan penerimaan agrindustri tahu olah non organik	150
J1. Nilai investasi dan penyusutan per tahun agroindustri tahu olah non organik	151
J2. Lanjutan nilai investasi dan penyusutan per tahun agroindustri tahu olah non organik	152
K. Biaya variabel agroindustri tahu olah non organik ..	153
L. Cash flow agroindustri tahu olah non organik Tahun 2010–2015	154
M. Analisis finansial agroindustri tahu olah non organik .	155
N1. Analisis sensitivitas agroindustri tahu olah non organik (harga bahan baku naik 10%)	156
N2. Analisis sensitivitas agroindustri tahu non olah organik (biaya tenaga kerja naik 10%)	157
O. Output pendapatan tahu olah organik dan non organik	158

P.	Evaluasi faktor pendorong dan penghambat agroindustri tahu olah organik	159
Q.	Evaluasi faktor pendorong dan penghambat agroindustri tahu olah non organik	160
R.	Konsumen tahu olah organik dan non organik	161
S.	Hasil pengujian standar deviasi	166
T1.	Output Uji KMO and Bartlett's Test Pertama dan Anti Image Matrices	167
T2.	Output Uji KMO and Bartlett's Test Kedua dan Anti Image Matrices	168
T3.	Output Uji KMO and Bartlett's Test Ketiga dan Anti Image Matrices	169
T4.	Output Uji KMO and Bartlett's Test Keempat dan Anti Image Matrices	170
T5.	Output Uji KMO and Bartlett's Test Kelima dan Anti Image Matrices	171
T6.	Output Uji KMO and Bartlett's Test Keenam dan Anti Image Matrices	172
T7.	Output Uji KMO and Bartlett's Test Ketujuh dan Anti Image Matrices	173
T8.	Output Uji KMO and Bartlett's Test Kedelapan dan Anti Image Matrices	174
U1.	Komponen matrik pertama	175
U2.	Komponen matrik kedua	176
U3.	Komponen matrik ketiga	177
U4.	Komponen matrik keempat	178
U5.	Komponen matrik kelima	179
U6.	Komponen matrik keenam	180
V.	Output Rank Spearman perilaku konsumen tahu olah organik	181
W.	Output Rank Spearman perilaku konsumen tahu olah non organik	182