

**STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI KECIL TAHU SOLO DI DESA PUNGE
BLANG CUT KECAMATAN MEURAXA KOTA BANDA ACEH**

***THE STRATEGY FOR SMALL INDUSTRY DEVELOPING OF TAHU SOLO IN PUNGE
BLANG CUT VILLAGE, DISTRICT OF MEURAXA, BANDA ACEH CITY***

Mhd. Hasbi Wardhana Purba^{1*}, Lukman Hakim¹, M. Yuzan Wardhana¹

¹ Program Studi Agribisnis, Universitas Syiah Kuala

*Penulis korespondensi: hasbi.wardhana45@gmail.com

ABSTRACT

Tofu is a food that has protein quality that is equivalent to animal meat. Tofu contains 65% protein that can be utilized by the body. Not only because of the nutritional content of the tofu, but tofu has a relatively cheaper price so that all people can buy tofu. In addition, the role of the small-scale industry in Banda Aceh is large enough to provide employment opportunities, proving that small-scale industries are a business sector that must be developed. This study aims to determine the influential external and internal factors and determine strategies that can be applied to develop the Small Tofu Industry. This research was conducted in the Small Tofu Industry. The types of data in this study are primary data and secondary data. Data collection techniques in this study were conducted by interviewing and giving questionnaires then analyzed by SWOT. The research method used is a case study (Case Study). Based on the results of the study, the biggest strength factor is the quality of good knowledge while the biggest weakness factor is the lack of promotion. The biggest opportunity factor is the quality of raw materials while the biggest threat factor is similar business competition. The results of the SWOT analysis indicate that it is in quadrant I (aggressive strategy). The strategy that can be applied is to maintain the quality of good knowledge in order to increase consumer confidence, use imported soybeans to obtain quality raw materials, optimize workers' skills and discipline towards the industry, maintain product prices, strengthen capital with UMKM financial partners, make bookkeeping management well in order to avoid mistakes in financial calculations and improve promotional activities by using various kinds of media in order to compete with other industries.

Keywords: *Development Strategy, Small Industry of Tofu*

ABSTRAK

Tahu merupakan makanan yang memiliki mutu protein yang setara dengan daging hewan. Tahu mengandung 65% protein yang dapat dimanfaatkan tubuh. Tidak hanya karena kandungan gizi yang dimiliki tahu, tetapi tahu memiliki harga yang relatif lebih murah sehingga semua kalangan masyarakat dapat membeli tahu. Selain itu peran industri kecil tahu di Kota Banda Aceh cukup besar terhadap penyediaan kesempatan kerja sangat membuktikan bahwa industri kecil tahu merupakan sektor usaha yang harus dikembangkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor eksternal dan internal yang berpengaruh serta menentukan strategi yang dapat diterapkan

untuk mengembangkan Industri Kecil Tahu Solo. Penelitian ini dilakukan di Industri Kecil Tahu Solo. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan wawancara dan memberikan kuesioner kemudian dianalisis dengan SWOT. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus (*Case Study*). Berdasarkan hasil penelitian, faktor kekuatan terbesar adalah kualitas tahu yang baik sedangkan faktor kelemahan terbesar adalah kurangnya promosi. Faktor peluang terbesar adalah kualitas bahan baku sedangkan faktor ancaman terbesar adalah persaingan usaha sejenis. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa berada pada kuadran I (strategi agresif). Strategi yang dapat diterapkan adalah mempertahankan kualitas tahu yang baik agar dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, menggunakan kedelai impor agar mendapatkan bahan baku yang berkualitas, mengoptimalkan keterampilan dan kedisiplinan pekerja terhadap industri, mempertahankan harga produk, memperkuat permodalan dengan mitra keuangan UMKM, membuat manajemen pembukuan dengan baik agar tidak terjadi kekeliruan dalam perhitungan keuangan dan meningkatkan kegiatan promosi dengan menggunakan berbagai macam media agar dapat bersaing dengan industri lain.

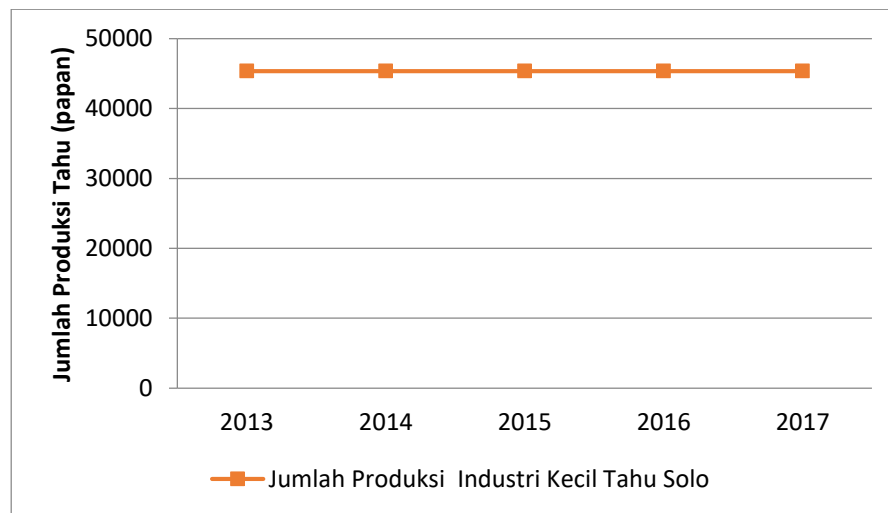
Kata kunci: Strategi Pengembangan, Industri Kecil Tahu

PENDAHULUAN

Aceh merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang mengandalkan pertanian sebagai sektor andalan dalam kehidupan sehari-hari bagi sebagian penduduknya. Hasil dari kegiatan usahatani tidak semua dapat dikonsumsi secara langsung. Produk pertanian yang tidak dapat dikonsumsi langsung akan diolah menjadi produk olahan yang dapat dikonsumsi. Menurut Seto (2001) sektor industri pengolahan yang memadai sangat menentukan keberhasilan pembangunan pangan di suatu daerah yang dipengaruhi oleh kemampuan dalam bidang produksi, pengolahan, pemasaran dan pendistribusian pangan.

Keberadaan industri kecil di suatu daerah memiliki potensi sebagai penopang perekonomian daerah. Menurut Meysiana (2010) sektor industri pengolahan memiliki peran sebagai salah satu penggerak yang penting bagi pertumbuhan ekonomi di suatu daerah. Salah satu daerah yang memiliki berbagai macam jenis industri adalah kota Banda Aceh. Terdapat berbagai jenis industri pengolahan di Banda Aceh, baik itu industri makanan maupun industri minuman. Salah satu industri pengolahan yang masih berkembang di kota Banda Aceh yaitu industri pengolahan tahu. Kota Banda Aceh adalah salah satu kota yang mayoritas penduduknya gemar mengonsumsi tahu. Dikarenakan tahu sendiri merupakan makanan yang tergolong murah dengan kandungan gizi yang bermanfaat bagi tubuh.

Melihat peran industri kecil tahu di Kota Banda Aceh cukup besar terhadap penyediaan kesempatan kerja, sangat membuktikan bahwa industri kecil tahu merupakan salah satu sektor usaha yang harus dikembangkan. Salah satu industri kecil tahu yang ada di Kota Banda Aceh adalah Industri Kecil Tahu Solo. Usaha ini sudah berdiri sejak tahun 1997, namun sulit berkembang. Hal ini dapat dilihat dari data jumlah produksi berikut.



Gambar 1. Data jumlah produksi tahu di industri kecil solo
 Sumber : Industri Kecil Tahu Solo

Berdasarkan Gambar 1, dapat dilihat bahwa jumlah produksi yang dihasilkan oleh Industri Kecil Tahu Solo tidak memiliki perkembangan tiap tahunnya dimulai dari tahun 2013 sebesar 45.360 papan dan tidak mengalami perkembangan sampai tahun 2017. Selain itu, masih terdapat kendala yang sering muncul dalam Industri Kecil Tahu Solo yaitu promosi yang dilakukan masih melalui media *door to door*. Promosi dengan cara seperti ini menyebabkan produk yang dihasilkan kurang dikenal masyarakat luas. Kemudian seiring berjalannya waktu, semakin banyaknya usaha sejenis yang baru muncul menyebabkan persaingan semakin ketat. Untuk menghadapi hal tersebut, dibutuhkan strategi yang baik agar dapat mengembangkan usaha tersebut dan membuat usaha tersebut dapat bertahan di pasar serta juga dapat bersaing dengan usaha lain.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor eksternal dan internal yang berpengaruh terhadap pengembangan Industri Kecil Tahu Solo. Serta untuk menentukan strategi yang dapat diterapkan untuk mengembangkan Industri Kecil Tahu Solo.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan pada Industri Kecil Tahu Solo yang terletak di Jl. Tepi Sungai No. 8 Desa Punge Blang Cut Kecamatan Meuraxa Kota Banda Aceh. Pelaksanaan penelitian ini dimulai pada bulan April 2019. Objek penelitian ini adalah produk industri yang dihasilkan Industri Kecil Tahu Solo. Ruang lingkup penelitian ini terbatas pada strategi pengembangan usaha Industri Kecil Tahu Solo Desa Punge Blang Cut Kecamatan Meuraxa Kota Banda Aceh.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus (*Case Study*). Sumber data yang digunakan pada penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Pengumpulan data primer dilakukan dengan cara observasi dan wawancara langsung kepada pemilik usaha Industri Kecil Tahu Solo. Sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumentasi dan lembaga atau instansi terkait yang relevan dengan penelitian ini. Data yang diperoleh dari hasil wawancara dan kuesioner kemudian diolah dengan menggunakan analisis deskriptif untuk memperoleh strategi yang dapat diterapkan untuk mengembangkan Industri Kecil Tahu Solo.

Analisis yang digunakan, yaitu: 1. Analisis Faktor Strategis Internal. 2. Analisis Faktor Strategis Eksternal. 3. Analisis SWOT. 4. Matriks SWOT

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Sejarah Perusahaan

Industri Kecil Tahu Solo didirikan oleh Bapak Sugeng pada tahun 1997. Nama Tahu Solo digunakan karena Pak Sugeng selaku pemilik Industri merupakan orang asli dari Kota Solo. Awal memulai usaha ini dikarenakan keahlian yang sudah dimiliki Pak Sugeng dalam membuat tahu. Pak Sugeng memulai usahanya dengan menggunakan modal sendiri secukupnya. Awalnya Industri Kecil Tahu Solo ini memiliki 2 orang pekerja yang membantu Pak Sugeng dalam membuat tahu. Hal ini disebabkan, karena kurangnya dana untuk menggaji karyawan dan juga masih sedikitnya permintaan tahu di Industri Kecil Tahu Solo. Namun seiring berjalannya waktu, pada tahun 2000 pesanan tahu mulai bertambah dan Pak Sugeng menambah para pekerja menjadi 7 orang pekerja.

Pada awal berjalannya Industri ini, Industri Kecil Tahu Solo menggunakan kedelai lokal untuk dijadikan sebagai bahan baku pembuatan Tahu. Namun pada tahun 2005 Industri Kecil Tahu Solo mengganti bahan bakunya dengan kedelai impor. Hal ini disebabkan karena kedelai impor memiliki kualitas yang jauh lebih baik dibandingkan kedelai lokal. Kedelai impor yang digunakan berasal dari Amerika yang dibeli melalui importir di Medan. Sejak tahun 2005 hingga sekarang, Industri Kecil Tahu Solo sulit untuk berkembang. Dilihat dari jumlah produksi yang tetap dan tidak bertambah. Hal ini disebabkan karena banyaknya Industri baru yang muncul membuat persaingan di pasar semakin meningkat.

2. Kegiatan Produksi

Industri Kecil Tahu Solo merupakan industri yang bergerak dibidang pengolahan kedelai. Kedelai yang digunakan Industri Kecil Tahu Solo yaitu kedelai impor yang berasal dari Amerika. Hal ini disebabkan karena kedelai impor jauh lebih bagus kualitasnya dibanding dengan kedelai lokal. Pemilik usaha Industri Kecil Tahu Solo membeli kedelai impor langsung dari importir di Medan. Langkah-langkah dalam pembuatan tahu untuk 100 kg kedelai adalah sebagai berikut:

- a. Merendam kedelai selama 2 jam sampai tekstur empuk
- b. Menggiling kedelai yang sudah direndam dengan menggunakan mesin penggiling sambil menambahkan air sedikit demi sedikit hingga kedelai berbentuk seperti bubur
- c. Merebus bubur dan menambahkan 60-70 liter air sampai mendidih
- d. Menyaring/ diperas seperti santan bubur yang telah direbus dan menambahkan 60 liter air. Ambil ampas dan sisa air kemudian ditambahkan zat asam untuk proses penggumpalan
- e. Memisahkan air yang diatas dengan sisa endapan yang ada dibawah
- f. Memindahkan sisa endapan yang dibawah ke cetakan
- g. Menutup cetakan dengan kain selama 15 menit sampai menjadi tahu.

3. Analisis Faktor Strategis Internal

Pada tahap ini faktor-faktor yang dianalisis yaitu faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) Industri Kecil Tahu Solo. Berikut ini adalah faktor internal (kekuatan dan kelemahan) Industri Kecil Tahu Solo yang terdiri dari bobot, rating dan skor :

Tabel 1. Analisis Faktor-faktor Strategi Internal (*Internal Strategic Factors Analysis Summary/IFAS*) Industri Kecil Tahu Solo

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan (S)				
1.	Para pekerja terampil dan disiplin	0,15	3	0,45
2.	Harga produk bersaing	0,16	3	0,64
3.	Kualitas tahu yang baik	0,18	3	0,72
4.	Menggunakan kedelai impor	0,17	3	0,51
SUBTOTAL		0,66		2,32
No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kelemahan (W)				
1.	Tidak adanya subsidi kedelai	0,10	3	0,30
2.	Kurangnya modal usaha	0,05	2	0,10
3.	Kurangnya promosi	0,04	2	0,08
4.	Kinerja pembukuan yang kurang baik	0,15	3	0,60
SUBTOTAL		0,34		1,08
TOTAL		1,00		3,40

Sumber : Data Primer (diolah) 2019

4. Analisis Faktor-Faktor Strategis Eksternal

Pada tahap ini faktor-faktor yang dianalisis yaitu faktor-faktor eksternal (peluang dan ancaman) Industri Kecil Tahu Solo. Berikut ini adalah faktor-faktor eksternal (peluang dan ancaman) Industri Kecil Tahu Solo yang terdiri dari nilai bobot, rating dan skor :

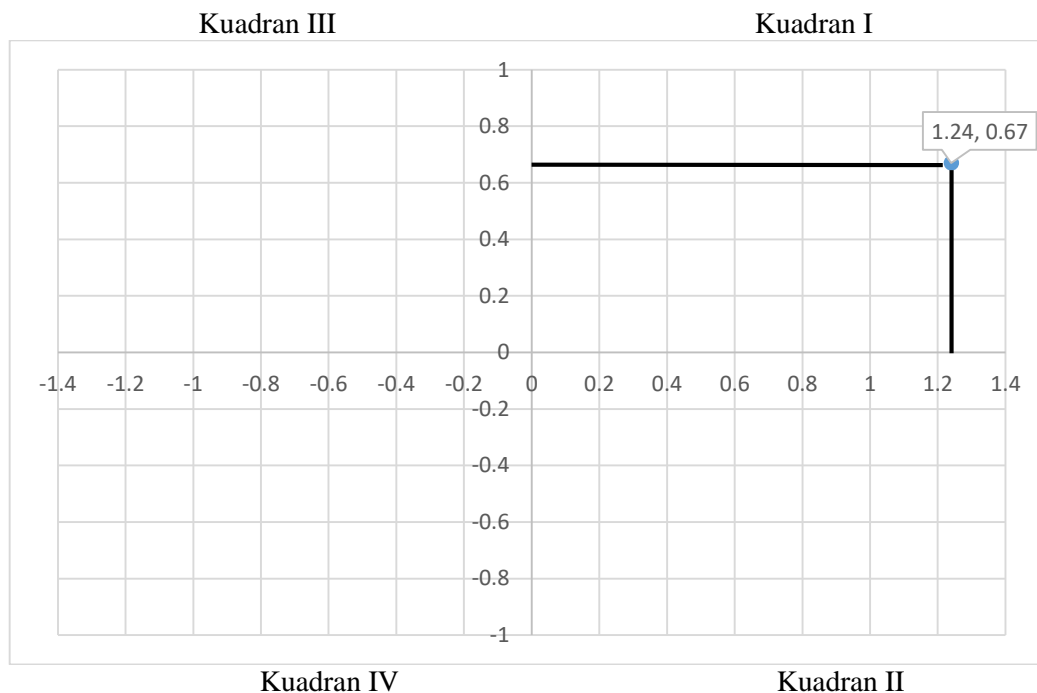
Tabel 2. Analisis Faktor-Faktor Strategi Eksternal (*External Strategic Factor Analysis Summary/EFAS*) Industri Kecil Tahu Solo

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang (O)				
1.	Kualitas bahan baku	0,22	4	0,88
2.	Kepercayaan konsumen	0,21	3	0,63
3.	Meningkatnya kesadaran masyarakat akan kesehatan	0,14	2	0,28
SUBTOTAL		0,57		1,79
No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Ancaman (T)				
1.	Kenaikan harga bahan baku	0,10	2	0,20
2.	Persaingan usaha sejenis	0,06	1	0,06
3.	Lingkungan produksi kurang baik	0,16	4	0,64
4.	Kondisi lingkungan industri tidak aman	0,11	2	0,22
SUBTOTAL		0,43		1,12
TOTAL		1,00		2,91

5. Analisis SWOT

Hasil analisis menunjukkan bahwa faktor kekuatan memiliki total skor sebesar 2,32 dan faktor kelemahan memiliki total skor sebesar 1,08. Hasil pengurangan total skor antara faktor kekuatan dikurangi dengan faktor kelemahan yaitu sebesar 1,24. Faktor peluang memiliki total skor sebesar 1,79 dan faktor ancaman memiliki total skor sebesar 1,12. Hasil pengurangan total skor antara faktor peluang dikurangi dengan faktor ancaman yaitu sebesar 0,67.

Jika sudah diketahui hasil pengurangan tersebut, selanjutnya diletakkan pada diagram analisis SWOT. Hasil pengurangan skor faktor internal menjadi titik pada sumbu X sedangkan hasil pengurangan skor faktor eksternal menjadi titik pada sumbu Y. Posisi koordinat tersebut dapat dilihat pada Gambar 2 berikut.



Gambar 2. Diagram Matriks SWOT Industri Kecil Tahu Solo
 Sumber : Data Primer (diolah) 2019

Berdasarkan hasil analisis faktor internal dan eksternal, didapatkan posisi Industri Kecil Tahu Solo terdapat pada koordinat (1,221;0,755) yang berarti berada pada kuadran I (strategi agresif). Hal tersebut menunjukkan bahwa Industri Kecil Tahu Solo memiliki kekuatan dan peluang sehingga dapat memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada. Situasi seperti ini dianggap sangat menguntungkan bagi Industri Kecil Tahu Solo. Pemilik usaha harus cermat dan tanggap dalam menyikapi keadaan dan mampu memenuhi kebutuhan konsumen.

6. Matriks SWOT

Tabel 4. Matriks SWOT Industri Kecil Tahu Solo

EFAS	IFAS	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Para pekerja terampil dan disiplin 2. Harga produk bersaing 3. Kualitas tahu yang baik 4. Menggunakan kedelai impor 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak adanya subsidi kedelai 2. Kurangnya modal usaha 3. Kurangnya promosi 4. Kinerja pembukuan yang kurang baik
Peluang (O)		STRATEGI S-O	STRATEGI W-O
<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas bahan baku 2. Kepercayaan konsumen 3. Meningkatnya kesadaran masyarakat akan kesehatan 		<ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertahankan kualitas tahu yang baik agar dapat meningkatkan kepercayaan konsumen (S1,S3;O2,O3) 2. Menggunakan kedelai impor agar mendapatkan bahan baku yang berkualitas (S4;O1) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperkuat permodalan dengan mitra keuangan UMKM agar dapat meningkatkan produksi (W2;O2) 2. Membuat manajemen pembukuan dengan baik agar tidak terjadi kekeliruan dalam perhitungan keuangan (W4;O2)
Ancaman (T)		STRATEGI S-T	STRATEGI W-T
<ol style="list-style-type: none"> 1. Kenaikan harga bahan baku 2. Persaingan usaha sejenis 3. Lingkungan produksi kurang baik 4. Kondisi lingkungan industri tidak aman 		<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengoptimalkan keterampilan dan kedisiplinan pekerja terhadap industri (S1;T3,T4) 2. Mempertahankan harga produk agar dapat bersaing dengan industri lain (S2;T2) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kegiatan promosi dengan menggunakan berbagai macam media agar dapat bersaing dengan industri lain (W3;T2)

Sumber : Data Primer (diolah) 2019

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa strategi yang dihasilkan dari kombinasi antara faktor internal dengan faktor eksternal Industri Kecil Tahu Solo adalah sebagai berikut:

a. Strategi S-O

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Berdasarkan hasil analisis matriks SWOT, strategi yang diperoleh adalah mempertahankan kualitas tahu yang baik agar dapat meningkatkan kepercayaan konsumen. Upaya mempertahankan kualitas tahu yang baik ini dapat membuat para konsumen lebih tertarik untuk membeli tahu di Industri Kecil Tahu Solo. Hal tersebut dapat membuat Industri Kecil Tahu Solo mendapatkan keuntungan yang lebih.

Selain itu, strategi yang dapat dilakukan adalah menggunakan kedelai impor agar mendapatkan bahan baku yang berkualitas. Kedelai impor memiliki kualitas yang jauh lebih baik dibandingkan dengan kedelai lokal. Jika Industri Kecil Tahu Solo memilih kedelai impor sebagai bahan baku pembuatan tahu, maka Industri Kecil Tahu Solo akan mendapatkan kualitas bahan baku yang baik. Dengan menggunakan bahan baku yang berkualitas, akan menghasilkan tahu yang berkualitas pula. Hal ini dapat membuat produk yang ditawarkan oleh Industri Kecil Tahu Solo lebih unggul dibandingkan produk industri sejenis lainnya.

b. Strategi S-T

Strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. Berdasarkan hasil analisis matriks SWOT, strategi yang diperoleh adalah mengoptimalkan keterampilan dan kedisiplinan pekerja terhadap industri. Keterampilan dan kedisiplinan para pekerja dapat dimanfaatkan untuk kelangsungan hidup industri. Tentunya hal ini sangat berdampak positif pada industri. Selain itu strategi yang dapat diterapkan adalah mempertahankan harga produk agar dapat bersaing dengan industri lain. Dengan harga produk yang ditawarkan oleh Industri Kecil Tahu Solo diharapkan dapat menjadi strategi yang tepat untuk bersaing dengan industri sejenis lainnya.

c. Strategi W-O

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Berdasarkan hasil analisis matriks SWOT, strategi yang diperoleh adalah memperkuat permodalan dengan mitra keuangan UMKM. Strategi seperti dinilai cukup baik untuk meminimalisir kelemahan yang ada yaitu kurangnya modal usaha. Industri Kecil Tahu Solo dapat memperkuat permodalannya dengan cara bekerjasama dengan mitra keuangan UMKM (usaha mikro kecil menengah).

Selain itu strategi yang dapat diterapkan adalah membuat manajemen pembukuan dengan baik agar tidak terjadi kekeliruan dalam perhitungan keuangan. Dengan membuat pembukuan dengan baik, semua alur biaya yang dikeluarkan dan juga penerimaan serta pendapatan yang diterima menjadi lebih jelas. Hal ini juga merupakan suatu cara untuk meminimalisir terjadinya kesalahan dalam perhitungan biaya.

d. Strategi W-T

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. Berdasarkan hasil analisis matriks SWOT, strategi yang diperoleh adalah meningkatkan kegiatan promosi dengan menggunakan berbagai macam media agar dapat bersaing dengan industri lain. Dengan meningkatkan kegiatan promosi dapat menarik banyak konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan oleh Industri Kecil Tahu Solo. Sebelumnya Industri Kecil Tahu Solo hanya melakukan promosi dengan media mulut ke mulut dimana promosi seperti ini dinilai tidak efektif. Untuk itu, Industri Kecil Tahu Solo diharapkan dapat meningkatkan kegiatan promosi dengan memanfaatkan berbagai macam media, seperti media cetak dan media sosial. Hal ini dinilai sangat efektif karena melihat di zaman sekarang setiap orang sudah menggunakan media sosial sebagai sumber informasi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, adapun kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut :

1. Faktor internal yang mempengaruhi Industri Kecil Tahu Solo memiliki total skor sebesar 3,40. Faktor kekuatan terbesar yang dimiliki Industri Kecil Tahu Solo adalah kualitas tahu yang baik dengan total skor tertinggi 0,72 sedangkan faktor kelemahan terbesar adalah kurangnya promosi dengan total skor terendah 0,09. Faktor eksternal yang mempengaruhi Industri Kecil Tahu Solo memiliki total skor sebesar 2,91. Faktor peluang terbesar yang dimiliki Industri Kecil Tahu Solo adalah kualitas bahan baku dengan total skor tertinggi 0,88 sedangkan faktor ancaman terbesar adalah persaingan usaha sejenis dengan total skor terendah 0,06.
2. Hasil analisis SWOT pada strategi pengembangan Industri Kecil Tahu Solo adalah berada pada kuadran I (strategi agresif). Adapun strategi yang dapat diterapkan Industri Kecil Tahu Solo adalah mempertahankan kualitas tahu yang baik agar dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, menggunakan kedelai impor agar mendapatkan bahan baku yang berkualitas, mengoptimalkan keterampilan dan kedisiplinan pekerja terhadap industri, mempertahankan harga produk agar dapat bersaing dengan industri lain, memperkuat permodalan dengan mitra keuangan UMKM agar dapat meningkatkan produksi, membuat manajemen pembukuan dengan baik agar tidak terjadi kekeliruan dalam perhitungan keuangan dan meningkatkan kegiatan promosi dengan menggunakan berbagai macam media agar dapat bersaing dengan industri lain.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

1. Diharapkan Industri Kecil Tahu Solo untuk dapat meningkatkan lagi kegiatan promosi melalui periklanan di media cetak seperti koran, majalah dan media sosial lainnya. Dengan meningkatkan kegiatan promosi akan membuat lebih banyak masyarakat mengetahui keberadaan Industri Kecil Tahu Solo.
2. Diharapkan kepada Industri Kecil Tahu Solo untuk memperkuat permodalan dengan bekerjasama mitra keuangan UMKM agar Industri Kecil Tahu Solo dapat meningkatkan produksi sehingga dapat menambah penghasilan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, A. D. 2008. *Manajemen Ekuitas Merek*. Alih bahasa oleh Aris Ananda. Mitra Utama, Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2003. *Statistik Industri Besar dan Sedang*. BPS, Jakarta.
- Buchory, H. Achmad dan Djuslin, S. 2006. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank*. Linda Karya, Bandung.

- Darsono. 2008. *Teknik Mengetahui dan Memahami Penyajian Anggaran Perusahaan Sebagai Pedoman Pelaksanaan dan Pengendalian Aktivitas Bisnis*. Mitra Wacana Media. Jakarta.
- Fattarani, A. Arsyadi. 2017. *Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Kopi Arabika (Studi Kasus : Usaha “Kampung Kopi Gayo”, Kabupaten Aceh Tengah)*. Skripsi. Fakultas Pertanian Universitas Syiah Kuala, Banda Aceh.
- Firdaus, A dan Wasilah. 20012. *Akuntansi Biaya*. Salemba Empat. Jakarta.
- Grant, Robert M. 1997. *Analisis Strategi Kontemporer, Konsep, Teknik, Aplikasi*. Penerbit Airlangga, Jakarta.
- Hamid, M. 2012. *Kandungan dan Manfaat Tahu*. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Haryana, S. 2013. *Strategi Pengembangan Industri Rumah Tangga Kerajinan Rotan di Desa Kueh Kecamatan Lhoknga Kabupaten Aceh Besar*. Skripsi. Fakultas Pertanian Universitas Syiah Kuala, Banda Aceh.
- Hunger, J. David dan Thomas L. W. 1992. *Manajemen Strategis*. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Kastyanto, F. W. 1999. *Membuat Tahu*. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Meysiana, Y. Rieke. 2010. *Strategi Pengembangan Industri Kecil Tahu Di Kecamatan Sragen Kabupaten Sragen*. Skripsi. Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret, Surakarta.
- Munawarah, W., S. Raharto dan A. Suwardi. 2017. Analisis Pendapatan dan Strategi Pengembangan Usaha Tani Tembakau Rajang Samporis. *Jurnal Agribest*. 01(01): 73-83.
- Tulak, A. 2017. Analisis Pendapatan dan Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Rumput Laut di Desa Ungkea Kecamatan Petasia Timur Kabupaten Morowali Utara. *Jurnal Mitra Sains*. 5(1): 64-76.