

**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.

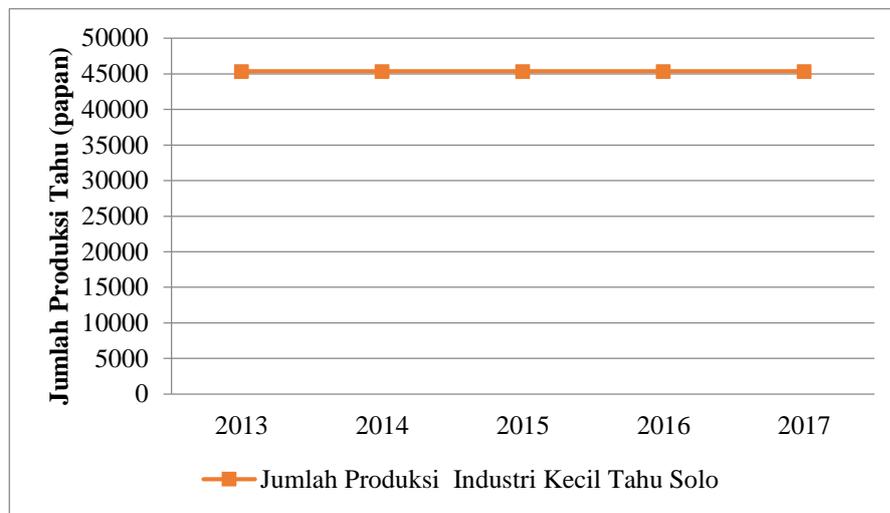
Kata kunci: Strategi Pengembangan, Industri Kecil Tahu

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 mengkonsumsi 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. Biaya

Tabel 1. Total Biaya yang Digunakan Industri Kecil Tahu Solo

Jenis Biaya	Sub Total Biaya (Rp/Bulan)
Tetap	1.375.000
Variabel	114.150.000
Total Biaya	115.525.000

Sumber : Data Primer (diolah) 2019

3. Penerimaan

Penerimaan yang diperoleh Industri Kecil Tahu Solo tergantung seberapa besar hasil penjualan dengan ketentuan harga yang telah ditetapkan oleh pemilik usaha. Penerimaan didapatkan melalui hasil perkalian antara produk yang dijual dengan harga jual produk. Industri Kecil Tahu Solo memproduksi tahu sebanyak 3.780 papan/bulan dengan harga jual sebesar Rp. 35.000/papan. Hasil perhitungan penerimaan Industri Kecil Tahu Solo adalah sebagai berikut.

$$\begin{aligned} \text{Penerimaan} &= \text{Bobot Bersih Produk} \times \text{Harga Jual} \\ &= 3.780 \text{ papan} \times \text{Rp. } 35.000/\text{papan} \\ &= \text{Rp. } 132.300.000/\text{bulan} \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka penerimaan yang diperoleh Industri Kecil Tahu Solo adalah sebesar Rp. 132.300.000/bulan.

4. Keuntungan

$$\begin{aligned} \pi &= \text{Total Penerimaan} - \text{Total Biaya} \\ &= \text{Rp. } 132.300.000 - \text{Rp. } 115.525.000 \\ &= \text{Rp. } 16.775.000/\text{bulan} \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka keuntungan yang diperoleh Industri Kecil Tahu Solo adalah sebesar Rp. 16.775.000/bulan.

5. Analisis R/C Ratio

Untuk mengetahui seberapa besar R/C ratio Industri Kecil Tahu Solo, berikut perhitungan R/C ratio Industri Kecil Tahu Solo.

$$\begin{aligned} \text{R/C} &= \frac{\text{Total Penerimaan (Rp)}}{\text{Total Biaya (Rp)}} \\ &= \frac{\text{Rp. } 132.300.000}{\text{Rp. } 115.525.000} \\ &= 1,14 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, dapat dilihat bahwasannya Industri Kecil Tahu Solo memperoleh R/C ratio sebesar 1,14. R/C ratio tersebut menunjukkan bahwa Industri Kecil Tahu Solo menghasilkan keuntungan dan usahanya layak untuk terus dijalankan.

a. BEP (*break event point*) produksi

$$\begin{aligned} \text{BEP} &= \frac{\text{Total Biaya (Rp)}}{\text{Harga Jual (Rp/papan)}} \\ &= \frac{\text{Rp. } 115.525.000}{\text{Rp. } 35.000/\text{papan}} \\ &= 3.300 \text{ papan/bulan} \end{aligned}$$

6. BEP (*break event Break Event Point (BEP)*)

b. *point*) harga

$$\begin{aligned} \text{BEP} &= \frac{\text{Total Biaya (Rp)}}{\text{Total Produksi (papan)}} \\ &= \frac{\text{Rp. } 115.525.000}{3.780\text{papan}} \\ &= \text{Rp. } 30.562/\text{papan} \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, dapat dilihat bahwasannya produksi mengalami titik impas apabila mencapai 3.300 papan/bulan. Produksi Industri Kecil Tahu Solo mencapai 3.780 papan/bulan, sehingga mencapai titik impas produksi dan menghasilkan keuntungan. Kemudian untuk titik impas harga berada pada Rp. 30.562/papan. Harga jual yang ditawarkan Industri Kecil Tahu Solo adalah sebesar Rp. 35.000/papan. Hal ini menunjukkan bahwa telah tercapainya titik impas harga jual produk dan usaha menghasilkan keuntungan.

7. 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 2. 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	0,151	3,333	0,503
2.	Harga produk bersaing	0,161	3,666	0,590
3.	Kualitas tahu yang baik	0,176	3,777	0,664
4.	Menggunakan kedelai impor	0,166	3,444	0,571
SUBTOTAL		0,654		2,328
No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kelemahan (W)				
1.	Tidak adanya subsidi kedelai	0,095	3,333	0,316
2.	Kurangnya modal usaha	0,050	2,111	0,105
3.	Kurangnya promosi	0,045	2,222	0,099
4.	Kinerja pembukuan yang kurang baik	0,151	3,888	0,587
SUBTOTAL		0,341		1,107
TOTAL		0,995		3,435

Sumber : Data Primer (diolah) 2019

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

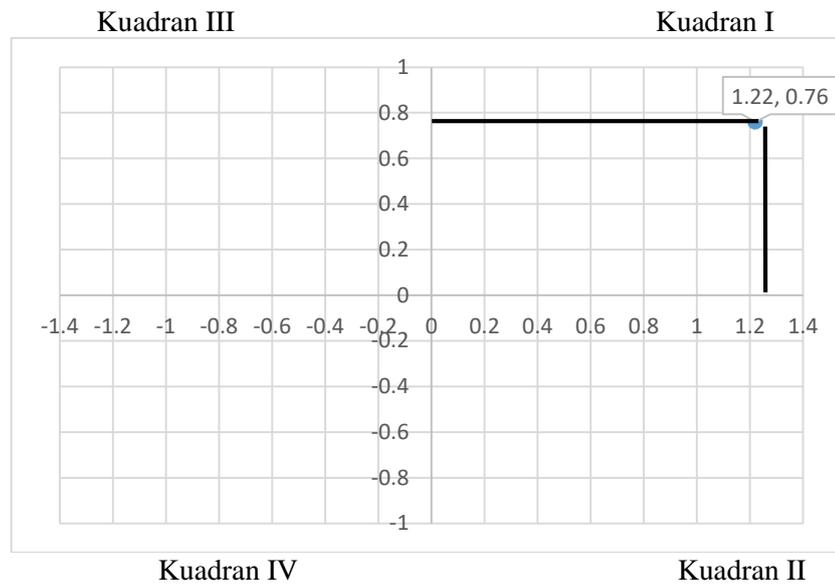
No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang (O)				
1.	Kualitas bahan baku	0,219	4	0,876
2.	Kepercayaan konsumen	0,207	3,333	0,690
3.	Meningkatnya kesadaran masyarakat akan kesehatan	0,140	2	0,280
SUBTOTAL		0,566		1,846
No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Ancaman (T)				
1.	Kenaikan harga bahan baku	0,103	2	0,206
2.	Persaingan usaha sejenis	0,061	1	0,061
3.	Lingkungan produksi kurang baik	0,159	3,555	0,567
4.	Kondisi lingkungan industri tidak aman	0,110	2,333	0,257
SUBTOTAL		0,433		1,091
TOTAL		0,999		2,937

Sumber : Data Primer (diolah) 2019

9. Analisis SWOT

Hasil analisis menunjukkan bahwa faktor kekuatan memiliki total skor sebesar 2,328 dan faktor kelemahan memiliki total skor sebesar 1,107. Hasil pengurangan total skor antara faktor kekuatan dikurangi dengan faktor kelemahan yaitu sebesar 1,221. Faktor peluang memiliki total skor sebesar 1,846 dan faktor ancaman memiliki total skor sebesar 1,091. Hasil pengurangan total skor antara faktor peluang dikurangi dengan faktor ancaman yaitu sebesar 0,755.

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.

10. Matriks SWOT

Tabel 4. Matriks SWOT Industri Kecil Tahu Solo

EFAS	IFAS	Kekuatan (S) 1. Para pekerja terampil dan disiplin 2. Harga produk bersaing 3. Kualitas tahu yang baik 4. Menggunakan kedelai impor	Kelemahan (W) 1. Tidak adanya subsidi kedelai 2. Kurangnya modal usaha 3. Kurangnya promosi 4. Kinerja pembukuan yang kurang baik
	Peluang (O) 1. Kualitas bahan baku 2. Kepercayaan konsumen 3. Meningkatnya kesadaran masyarakat akan kesehatan	STRATEGI S-O 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)	STRATEGI W-O 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) 1. Kenaikan harga bahan baku 2. Persaingan usaha sejenis 3. Lingkungan produksi kurang baik 4. Kondisi lingkungan industri tidak aman	STRATEGI S-T 1. Mengoptimalkan keterampilan dan kedisiplinan pekerja terhadap industri (S1;T3,T4) 2. Mempertahankan harga produk agar dapat bersaing dengan industri lain (S2;T2)	STRATEGI W-T 1. Meningkatkan kegiatan promosi dengan menggunakan berbagai macam media agar dapat bersaing dengan industri lain (W3;T2)

Sumber : Data Primer (diolah) 2019

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dengan analisis yang dilakukan di Desa Buluh Rampai, Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil penelitian dengan analisis data sensori yang bersumber dari para panelis petani, memposisikan video nomor 8 menjadi video penyuluhan komoditas cabai dengan tingkat kesukaan paling tinggi yaitu sebesar 6,58 (sangat suka, hal ini

karena terdapat 5 *cluster* yang menyukai video tersebut diantaranya yaitu *cluster* 1, *cluster* 2, *cluster* 4, *cluster* 6 dan *cluster* 7.

2. Berdasarkan hasil analisis atribut kisah cerita, transisi, audio, narasi, *sound effect*, *backsound*, *movie*, visual, warna dan durasi merupakan atribut yang mempengaruhi daya tarik pada video penyuluhan. Hal ini berdasarkan penilaian deskriptif dari para *expert* terhadap video tersebut.

Saran

Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk menguji apakah hasil temuan mengenai atribut kisah cerita, transisi, audio, narasi, *sound effect*, *backsound*, *movie*, visual, warna dan durasi yang mempengaruhi petani itu bisa dijadikan saran pengembangan dan fokus utama dalam pembuatan video-video penyuluhan pertanian yang dapat meningkatkan daya tarik petani dalam menonton video penyuluhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Esbensen, *et al.* 1994. *Multivariate Analysis in Practice*. Wennbergs Trykkeri, AS, Trondheim.
- Martinez, C. 2001. Preference mapping of cracker type biscuits. *Journal Food Quality and Preference*, volume 1(3):535-544.
- Setyaningsih, D., A. Apriyantono dan M.P. Sari. 2010. *Analisis Sensori untuk Industri Pangan dan Agro*. Institut Pertanian Bogor Press. Bogor.
- Wagiyono, 2003. *Menguji Kesukaan Secara Organoleptik, Bagian Proyek pengembangan Kurikulum*. Direktorat Jenderal Pendidikan Dasar dan Menengah. Departemen Pendidikan Nasional. (di www.google.co.id, diakses pada tanggal 18 September 2018).
- Yenket, R. 2011. *Understanding Methods for Internal and Eksternal Preference Mapping and Clustering in Sensory Analysis*. Disertation. Kansas State University. Manhattan, Kansas.