

**ANALISIS KERAGAAN AGROINDUSTRI TAHU DI SENTRA
INDUSTRI TAHU PEKON GADINGREJO
KECAMATAN GADINGREJO KABUPATEN PRINGSEWU**

(Skripsi)

Oleh

INDAH DWI PUSPITA



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2021**

ABSTRACT

THE PERFORMANCE ANALYSIS OF TOFU AGROINDUSTRY IN TOFU INDUSTRY CENTER GADINGREJO VILLAGE AT GADINGREJO SUB-DISTRICT PRINGSEWU REGENCY

By

Indah Dwi Puspita

This research aims to analyze the raw material procurement system based on the elements of raw materials, profit and added value associated with the processing activities, marketing mix in product marketing activities, and the role of support services. Furthermore, the research method that is used in this research is a survey method on five tofu agroindustry in Tofu Industry Center Gadingrejo Village Gadingrejo Sub-District Pringsewu Regency. The location of research is determined purposively as with the consideration that the Tofu Industry Center Gadingrejo Village is the center of tofu production in Pringsewu. The research was conducted in May – June 2020. Moreover, the data analysis method used in this research is qualitative and quantitative descriptive analysis. The results show that the procurement of raw materials in the five agroindustries is in accordance with the elements of procurement of raw materials except for the time element. Profits from the five agroindustries are tahu putih Rp834,769.43, tahu kepal Rp1,087,527, tahu kulit Rp487,947.61, tofu chips Rp910,779.59 and oncom Rp229,261.22 in 100 kg raw materials and processing of these five agroindustries adds positive value. In addition, five agroindustries have implemented a marketing mix in marketing activities of tofu products. Support services utilized by agroindustry give a positive impact on agroindustry activities.

Key words: added value, agroindustry, marketing, profit, tofu

ABSTRAK

ANALISIS KERAGAAN AGROINDUSTRI TAHU DI SENTRA INDUSTRI TAHU PEKON GADINGREJO KECAMATAN GADINGREJO KABUPATEN PRINGSEWU

Oleh

Indah Dwi Puspita

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana sistem pengadaan bahan baku berdasarkan elemen-elemen bahan baku, keuntungan dan nilai tambah terkait dengan kegiatan pengolahan, bauran pemasaran pada kegiatan pemasaran produk, dan peranan jasa layanan pendukung. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei pada lima agroindustri tahu di Sentra Industri Tahu Pekon Gadingrejo, Kecamatan Gadingrejo, Kabupaten Pringsewu. Penentuan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa Sentra Industri Tahu Pekon Gadingrejo merupakan sentra produksi tahu di Pringsewu. Waktu penelitian dilaksanakan pada Mei – Juni 2020 dan metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Hasil penelitian ini diketahui bahwa pengadaan bahan baku pada ke lima agroindustri sudah sesuai dengan elemen-elemen pengadaan bahan baku kecuali elemen waktu. Keuntungan yang diperoleh ke lima agroindustri yaitu tahu putih Rp834.769,43, tahu kepal Rp 1.087.527, tahu kulit Rp487.947,61, keripik tahu Rp910.779,59 dan oncom Rp229.261,22 per 100 kg bahan baku serta nilai tambah yang diberikan ke lima agroindustri positif. Lima agroindustri sudah menerapkan *marketing mix* dalam kegiatan pemasaran tahu. Jasa layanan pendukung yang dimanfaatkan agroindustri memberikan dampak positif untuk kegiatan agroindustri.

Kata kunci : agroindustri, keuntungan, nilai tambah, pemasaran, tahu

**ANALISIS KERAGAAN AGROINDUSTRI TAHU DI SENTRA
INDUSTRI TAHU PEKON GADINGREJO
KECAMATAN GADINGREJO KABUPATEN PRINGSEWU**

Oleh

INDAH DWI PUSPITA

Skripsi

Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar
SARJANA PERTANIAN

Pada

Jurusan Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Lampung



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2021**

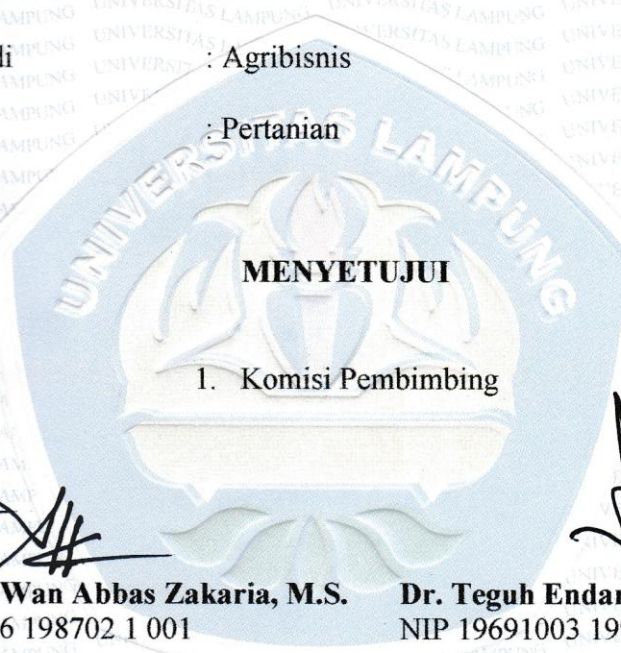
Judul Skripsi : **ANALISIS KERAGAAN AGROINDUSTRI
TAHU DI SENTRA INDUSTRI TAHU PEKON
GADINGREJO KECAMATAN GADINGREJO
KABUPATEN PRINGSEWU**

Nama Mahasiswa : **Indah Dwi Puspita**

Nomor Pokok Mahasiswa : **1414131087**

Program Studi : **Agribisnis**

Fakultas : **Pertanian**



Prof. Dr. Ir. Wan Abbas Zakaria, M.S.
NIP 19610826 198702 1 001

Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si.
NIP 19691003 199403 1 004

2. Ketua Jurusan Agribisnis

Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si.
NIP 19691003 199403 1 004

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua

: **Prof. Dr. Ir. Wan Abbas Zakaria, M.S.**



Sekretaris

: **Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si.**



Penguji

Bukan Pembimbing : **Dr. Ir. Dyah Aring Hepiana L, M.Si.**



2. Dekan Fakultas Pertanian



Prof. Dr. Ir. Irwan Sukri Banuwa, M.Si.

NIP 19611020 198603 1 002

Tanggal Lulus Ujian Skripsi: **20 Desember 2021**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Indah Dwi Puspita
NPM : 1414131087
Program Studi : S1 Agribisnis
Jurusan : Agribisnis
Fakultas : Pertanian
Alamat : Serbajadi II Pemanggilan, Kecamatan Natar

Dengan ini menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dirujuk dari sumbernya, dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bandar Lampung, Desember 2021
Penulis,



Indah Dwi Puspita
NPM 1414131087

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Ambarawa pada tanggal 06 Juni 1996 sebagai anak kedua dari pasangan Bapak Tijan Susanto dan Ibu Sudarsih. Penulis menyelesaikan tingkat Sekolah Dasar (SD) di SD Negeri 1 Jati Agung tahun 2008 dan tingkat Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP Negeri 1 Pringsewu pada tahun 2011, dan pendidikan menengah atas diselesaikan di SMA Negeri 1 Pringsewu pada tahun 2014. Penulis terdaftar sebagai mahasiswa di Universitas Lampung, Fakultas Pertanian, Jurusan Agribisnis pada tahun 2014 melalui jalur Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SNMPTN).

Penulis melaksanakan kegiatan homestay (Praktik Pengenalan Pertanian) selama 7 hari di Dusun 2 Pekon Wonoharjo, Kecamatan Sumberejo, Kabupaten Tanggamus pada tahun 2015. Penulis juga melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Kampung Tias Bangun, Kecamatan Pubian, Kabupaten Lampung Tengah selama 40 hari pada bulan Januari hingga Februari 2017. Pada Juli 2017 penulis melaksanakan Praktik Umum (PU) di PT Great Giant Pineapple di Kecamatan Terbanggi Besar, Kabupaten Lampung Tengah, Provinsi Lampung.

Semasa kuliah di Universitas Lampung, penulis pernah aktif sebagai anggota bidang 1 (Pengembangan Akademik dan Profesi) pada organisasi HIMASEPERTA periode 2015/2016. Selama masa perkuliahan penulis pernah menjadi Asisten Dosen pada mata kuliah Ekonomi Makro dan Koperasi tahun ajaran 2016/2017 serta Ekonometrika dan Ekonomi Produksi tahun ajaran 2017/2018.

SANWACANA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas berkat dan karunia-Nya, sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Analisis Keragaan Agroindustri Tahu di Sentra Industri Tahu Pekon Gadingrejo Kecamatan Gadingrejo Kabupaten Pringsewu**” dengan baik. Penulis menyadari skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa adanya dukungan, bimbingan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Irwan Sukri Banuwa, M.Si., sebagai Dekan Fakultas Pertanian Universitas Lampung atas dukungan dan bantuan yang diberikan.
2. Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si., sebagai Ketua Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung dan Dosen Pembimbing Ke-dua yang telah memberikan bimbingan, saran, pengarahan, dan motivasi sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Prof. Dr. Ir. Wan Abbas Zakaria, M.S., sebagai Dosen Pembimbing Pertama dengan kesabaran memberikan bimbingan, saran, pengarahan, motivasi, dan semangat kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Dr. Ir. Dyah Aring Hepiana Lestari, M.Si., selaku Dosen Penguji yang telah memberikan saran, arahan dan bimbingan dalam penyempurnaan skripsi kepada penulis.
5. Ir. Indah Nurmayasari, M.Sc., selaku dosen Pembimbing Akademik yang selalu memberikan masukan dan dukungan selama proses perkuliahan.
6. Seluruh dosen Jurusan Agribisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman kepada penulis dan staf/karyawan yang telah memberikan bantuan dan kerjasamanya selama ini.

7. Bapak Priyo Sunarso, Bapak Yulius Hermawan, Bapak Nuryanto, Bapak Juanan dan Bapak Sukamto atas segala informasi, bantuan dan ilmu yang telah diberikan kepada penulis.
8. Suami tercinta Luky Darmawansyah, C.Ps., C.Ht. dan anakku tercinta Dwyne Dalisha Darmawansyah untuk segala do'a, motivasi, dukungan, bantuan serta kerja sama nya kepada penulis selama ini.
9. Orang tua tercinta Bapak Tijan Susanto dan Ibu Sudarsih, Kakakku tersayang M. Fiqih Ubaidillah dan adik-adikku Ihsan Aditya Syukur, Akbar Rahmat Nasrulloh dan Nazwa Aida Safitri yang selalu memberikan restu, kasih sayang, kebahagiaan, perhatian, semangat, motivasi, nasihat, saran, bantuan moril dan materil serta do'a yang tidak pernah habis kepada penulis selama ini.
10. Papi Bustami Adam dan Umi Umayah serta adik-adik iparku Fatchur, Rizka, Azizah, Fikri dan Kaila atas bantuan, dukungan, dan do'a kepada penulis.
11. Sahabat- sahabat terbaik selama perkuliahan Lutfia, Geasti, Intan, Ivo, Kiki A., Jessica A., Laras, Hafiah, Fenti, dan Lussy, atas saran, nasihat, bantuan, dukungan, semangat berjuang, dan kebersamaannya selama ini.
12. Teman-teman seperjuangan Agribisnis 2014 terimakasih atas pengalaman dan kebersamaannya selama ini.
13. Almamater tercinta dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Dengan segala kekurangan yang ada, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi yang membutuhkan. Semoga ALLAH SWT memberikan balasan terbaik atas segala bantuan yang telah diberikan. Aamiin ya Rabbalalaamiin.

Bandar Lampung, Desember 2021

Penulis,

Indah Dwi Puspita

DAFTAR ISI

Halaman

DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang dan Masalah	1
B. Tujuan Penelitian.....	8
C. Kegunaan Penelitian.....	8
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	10
A. Tinjauan Pustaka	10
1. Konsep Agribisnis dan Agroindustri.....	10
2. Kedelai	15
3. Tahu	17
4. Pengadaan Bahan Baku.....	21
5. Pengolahan pada Agroindustri	23
6. Teori Keuntungan.....	26
7. Teori Nilai Tambah	28
8. Teori Pemasaran.....	29
9. Jasa Layanan Pendukung	35
B. Penelitian Terdahulu	39
C. Kerangka Pemikiran	45
III. METODE PENELITIAN.....	48
A. Metode Penelitian.....	48
B. Konsep Dasar dan Batasan Operasional.....	48
C. Lokasi Penelitian, Waktu Penelitian dan Responden.....	54
D. Metode Pengumpulan Data	55
E. Metode Analisis Data	56
1. Metode Analisis Tujuan Pertama	56
2. Metode Analisis Tujuan Ke Dua.....	56
3. Metode Analisis Tujuan Ke Tiga	58
4. Metode Analisis Tujuan Ke Empat	59
IV. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN.....	60
V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	65

A. Karakteristik Responden	65
1. Keadaan Umum Responden Agroindustri Tahu	65
2. Keadaan Umum Responden Pedagang Agroindustri Tahu.....	67
B. Pengadaan Bahan Baku pada Agroindustri Tahu.....	69
C. Penggunaan Sarana Produksi	78
1. Bahan penolong.....	78
2. Peralatan	80
3. Tenaga Kerja	83
D. Proses Produksi Produk Tahu	84
E. Analisis Pendapatan.....	96
F. Analisis Nilai Tambah	96
G. Bauran Pemasaran.....	106
H. Jasa Layanan Pendukung.....	115
VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	120
A. Kesimpulan.....	120
B. Saran.....	121
DAFTAR PUSTAKA.....	122
LAMPIRAN.....	126

DAFTAR TABEL

Tabel	Hal
1 Distribusi Produk Domestik Bruto Indonesia Tahun 2016-2020.....	2
2 Konsumsi tahu perkapita per tahun 2011-2019	4
3 Perkembangan Volume Impor Kedelai Indonesia Tahun 2000-2019.....	5
4 Perkembangan Jumlah Agroindustri Tahu di Sentra Industri Tahu Pekon Gadingrejo Tahun 2009-2020	7
5 Spesifikasi persyaratan mutu kedelai (SNI 01-3922-1995)	16
6 Nilai gizi tahu dan kedelai (berdasarkan berat kering)	17
7 Syarat mutu tahu menurut SNI 01-3142-1998.....	21
8. Kajian penelitian terdahulu	41
9. Data responden agroindustri tahu di Sentra Industri Tahu Pekon Gadingrejo	55
10 Perhitungan keuntungan pada agroindustri.....	57
11. Prosedur Perhitungan Nilai Tambah Metode Hayami	57
12. Pembagian wilayah administrasi Kabupaten Pringsewu.....	61
13. Karakteristik responden pemilik agroindustri tahu di Sentra Industri Tahu Pekon Gadingrejo.....	65
14. Karakteristik responden pedagang tahu berdasarkan jenis kelamin	67
15. Karakteristik responden pedagang tahu berdasarkan kelompok umur	68
16. Karakteristik responden pedagang tahu berdasarkan tingkat pendidikan.....	68

17. Karakteristik responden pedagang tahu berdasarkan lama pengalaman usaha.....	69
18. Matriks pengadaan bahan baku berdasarkan 6T pada kelima agroindustri tahu	70
19. Pengadaan bahan baku pada kelima agroindustri tahu berdasarkan elemen-elemen pengadaan bahan baku	71
20. Rata-rata penggunaan bahan penolong per produksi pada kelima agroindustri tahu	78
21. Jenis dan jumlah peralatan yang digunakan pada kelima agroindustri tahu di Sentra Industri Tahu Pekon Gadingrejo	81
22. Total biaya penyusutan peralatan pada kelima agroindustri tahu di Sentra Industri Tahu Pekon Gadingrejo.....	82
23. Rata-rata penggunaan tenaga kerja per produksi kelima agroindustri tahu di Sentra Industri Tahu Pekon Gadingrejo	84
24. Perbandingan CPPB-IRT dengan kondisi kelima agroindustri tahu.....	85
25. Perbandingan pendapatan pada kelima agroindustri.....	97
26. Perhitungan nilai tambah Agroindustri Tahu Priyo Sunarso	99
27 Perhitungan nilai tambah Agroindustri Tahu Yulius Hermawan.....	100
28. Perhitungan nilai tambah Agroindustri Tahu Nuryanto.....	101
29. Perhitungan nilai tambah Agroindustri Tahu Juanan.....	102
30. Perhitungan nilai tambah Agroindustri Tahu Sukamto.....	103
31. Rata-rata nilai tambah per produk pada kelima agroindustri tahu.....	105
32. Komponen-komponen yang berkaitan dengan produk tahu pada kelima agroindustri tahu.....	108
33. Komponen-komponen yang berkaitan dengan harga produk pada kelima agroindustri tahu.....	110
34. Komponen-komponen yang berkaitan dengan tempat produk pada kelima agroindustri tahu.....	112
35. Ketersediaan jasa layanan pendukung di sekitar lokasi kelima agroindustri tahu.....	116

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal
1. Perkembangan Harga Kedelai Indonesia Tahun 2008-2015.....	6
2. Sistem agribisnis	12
3. Diagram Alir Pembuatan Tahu	19
4. Diagram Alir Analisis Keragaan Agroindustri Tahu di Sentra Industri Tahu Pekon Gadingrejo.....	47
5. Proses pembuatan tahu di Sentra Industri Tahu Pekon Gadingrejo.....	87
6. Kedelai yang sudah direndam dan dicuci.....	88
7. Proses penggilingan kedelai menjadi bubur kedelai	88
8. Proses perebusan bubur kedelai	89
9. Proses penyaringan bubur kedelai.....	90
10. Proses pencetakan tahu	90
11. Tahu putih yang sudah jadi	91
12. Proses pembungkusan tahu putih.	91
13. Tahu kepal yang sudah jadi.....	92
14. Proses penggorengan tahu.....	92
15. Tahu kulit yang sudah matang	93
16. Ampas tahu basah	94
17. Proses pengayakan ampas tahu kering.....	95

18.	Proses pengukusan ampas tahu	95
19.	Proses fermentasi ampas tahu menjadi oncom.....	96
20.	Plastik pembungkus sebagai kemasan produk tahu.....	109
21.	Kemasan pada produk keripik tahu.....	109
22.	Saluran distribusi tahu putih pada kelima agroindustri tahu.....	114
23.	Saluran distribusi tahu kepal pada kelima agroindustri tahu.....	114
24.	Saluran distribusi tahu kulit pada kelima agroindustri tahu.....	114
25.	Saluran distribusi keripik tahu pada kelima agroindustri tahu.....	114
26.	Saluran distribusi oncom pada kelima agroindustri tahu.....	114

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang dan Masalah

Pertanian merupakan salah satu sektor vital bagi negara berkembang termasuk Indonesia yang sebagian besar penduduknya menggantungkan hidup pada sektor tersebut. Sektor pertanian tidak hanya dapat mencukupi kebutuhan makanan dan pangan tetapi dapat pula menyediakan berbagai bahan mentah untuk industri pengolahan, industri ukir-ukiran, kayu anyaman, dan lain-lain, disamping untuk bahan bangunan. Selain itu, pertanian pun dapat diarahkan untuk meningkatkan devisa sekaligus memproduksi barang substitusi impor (Mangunwidjaja dan Sailah, 2002).

Seiring dengan perkembangan jaman dan kemajuan penguasaan ilmu dan teknologi mengakibatkan terjadinya kecenderungan pola transformasi dari pertanian ke industri. Hal ini umumnya terjadi di dunia ketiga, dimana sektor pertanian cenderung mengalami laju pertumbuhan yang menurun, sedangkan sektor industri termasuk industri pengolahan hasil pertanian, terjadi laju pertumbuhan yang meningkat (Mangunwidjaja dan Sailah, 2002). Pola transformasi ini menjadikan sektor industri sebagai tumpuan perekonomian nasional dan penggerak pembangunan di masa datang. Pada Tabel 1 terlihat bahwa selama 4 tahun terakhir industri pengolahan memberikan kontribusi paling besar terhadap perekonomian nasional sehingga untuk memajukan perekonomian nasional salah satunya adalah dengan mengembangkan sektor industri pengolahan ini. Sektor industri pengolahan mengalami peningkatan dari tahun 2016-2020 sebesar 7,3%.

Tabel 1. Kontribusi Produk Domestik Bruto Indonesia tahun 2016-2020

No	Sektor	2016 (%)	2018 (%)	2020 (%)
1	Pertanian, Kehutanan dan Perikanan	13,36	13,52	12,85
2	Pertambangan dan Pengalihan	11,01	7,62	7,37
3	Industri Pengolahan	21,03	20,84	28,33
4	Pengadaan Listrik dan Gas	1,03	1,14	1,25
5	Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	0,08	0,07	0,09
6	Konstruksi	9,49	10,34	10,00
7	Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	13,21	13,29	12,93
8	Transportasi dan Pergudangan	3,93	5,02	3,67
9	Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	3,03	2,96	2,79
10	Informasi dan Komunikasi	3,57	3,53	3,65
11	Jasa Keuangan dan Asuransi	3,88	4,03	3,41
12	Real Estat	2,77	2,86	2,80
13	Jasa Perusahaan	1,51	1,65	1,85
14	Administrasi Pemerintah dan Jaminan Sosial Wajib	3,90	3,91	3,69
15	Jasa Pendidikan	3,22	3,37	3,35
16	Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	1,01	1,07	1,32
17	Jasa Lainnya	1,47	1,65	1,83
	Pajak Dikurang Subsidi atas Produk	2,49	3,14	72,
	2,47Produk Domestik Bruto	100,00	100,00	100,00

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2021 (data diolah)

Industrialisasi pertanian dikenal dengan nama agroindustri, dimana agroindustri dapat menjadi salah satu pilihan strategis dalam upaya menghadapi masalah peningkatan perekonomian masyarakat di pedesaan serta mampu menciptakan kesempatan tenaga kerja bagi masyarakat yang hidup di pedesaan (Sarwono, 2004). Agroindustri memiliki peranan yang sangat penting dalam pembangunan pertanian. Hal ini dapat dilihat dari kontribusinya dalam hal meningkatkan pendapatan pelaku agribisnis, menyerap tenaga kerja, meningkatkan perolehan devisa, dan mendorong tumbuhnya industri lain (Soekartawi, 2000).

Kegiatan agroindustri mampu memberikan dampak positif terhadap sektor lain dan memberikan nilai tambah dari proses tersebut, karena dengan hal ini sektor pertanian dapat memperpanjang siklus usaha dan menghasilkan produk sekunder yang bermutu, sehingga pihak yang terlibat yaitu petani dan pelaku

agroindustri memperoleh nilai tambah. Dengan kata lain, nilai tambah merupakan balas jasa dari alokasi tenaga kerja dan keuntungan pelaku agroindustri. Dalam perusahaan skala rumah tangga, pemilik bertindak apa saja mulai dari pembelian bahan baku, pengolahan bahkan sampai penjualan hasil agroindustri tersebut, karena dalam agroindustri skala rumah tangga tidak jelas pembagian tugasnya (Soekartawi, 2001).

Pengembangan agroindustri di Indonesia memiliki prospek yang cerah untuk meningkatkan nilai tambah produk pertanian. Namun terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi agroindustri dalam negeri, antara lain: 1) kurang tersedianya bahan baku yang cukup dan kontinu; 2) kurang nyataanya peran agroindustri di perdesaan karena masih berkonsentrasinya agroindustri di perkotaan; 3) kurang konsistennya kebijakan pemerintah terhadap agroindustri; 4) kurangnya fasilitas permodalan (perkreditan) dan walaupun ada prosedurnya amat ketat; 5) keterbatasan pasar; 6) lemahnya infrastruktur; 7) kurangnya perhatian terhadap penelitian dan pengembangan; 8) lemahnya keterkaitan industri hulu dan hilir; 9) kualitas produksi dan prosesing yang belum mampu bersaing; 10) lemahnya *entrepreneurship* (Soekartawi, 2000). Kabupaten Pringsewu merupakan salah satu wilayah di Provinsi Lampung yang memiliki potensi cukup besar untuk pengembangan agroindustri, terlihat dari jumlah UMKM Kabupaten Pringsewu menempati urutan ketiga setelah Kota Bandar Lampung dan Kabupaten Way Kanan (Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Lampung, 2020). UMKM pengolahan hasil pertanian (agroindustri) tahu berada pada urutan ketiga terbanyak setelah agroindustri tempe dan penggilingan padi (Dinas Koperasi, UMKM, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Pringsewu, 2020).

Agroindustri tahu merupakan salah satu industri yang memberikan kontribusi besar dalam menghasilkan nilai tambah untuk produk pertanian yaitu kedelai. Menurut Sarwono (2001), sekitar 38% kedelai di Indonesia dikonsumsi dalam bentuk tahu. Tahu tidak hanya dikonsumsi oleh masyarakat kelas bawah dan menengah saja, akan tetapi juga kelas atas. Ini terlihat dari telah masuknya produk tahu di pasar swalayan.

Komposisi zat-zat gizi dalam tahu cukup baik, tahu mempunyai kadar protein antara 8–12 persen (berat basah). Tahu juga dapat diolah menjadi aneka masakan bahkan nilai gizi tahu lebih tinggi dibandingkan dengan kedelai sehingga dapat dijadikan sebagai pengganti daging yang memiliki kandungan protein, yang dinyatakan dalam NPU (*Net Protein Utilization*) sama dengan tahu yaitu sebesar 65 (Muchtadi, 2009).

Seiring dengan bertambahnya penduduk Indonesia dari tahun ke tahun, maka tingkat konsumsi dalam negeri terhadap produk pangan yang merupakan hasil olahan dari biji kedelai khususnya tahu terus mengalami pertumbuhan yang disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Konsumsi tahu perkapita per tahun 2011-2019

Tahun	Konsumsi (kg)
2011	7.14
2012	7.04
2013	6.99
2014	7.40
2015	6.99
2016	7.04
2017	7.09
2018	7.51
2019	7.65

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2020 (data diolah)

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui bahwa konsumsi tahu perkapita tahun 2011—2019 mengalami pertumbuhan yang fluktuatif, namun sejak tahun 2015 terus mengalami peningkatan hingga 2019 yaitu sebesar 0,65 kg. Hal ini tentu akan berdampak pada peningkatan permintaan kedelai sebagai bahan baku tahu dan merangsang pertumbuhan agroindustri tahu baru di berbagai wilayah.

Permintaan kedelai sebagai bahan baku didorong oleh meningkatnya industri tahu, tempe, kecap dan pakan. Ironisnya pemenuhan kebutuhan akan kedelai yang merupakan bahan baku utama tahu dan tempe, 67,28% harus diimpor dari luar negeri khususnya Amerika Serikat. Hal ini terjadi karena produksi dalam negeri tidak mampu mencukupi permintaan kedelai yang terus

mengalami peningkatan. Perkembangan luas panen kedelai Indonesia periode 1990-2019 menunjukkan laju peningkatan sebesar 0,69% per tahun. Namun pada tahun 2019 diperkirakan luas panen kedelai turun 4,27% dan produksinya diperkirakan juga turun 7,06% (Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian, 2021). Perkembangan volume impor kedelai Indonesia tahun 2000-2019 disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Perkembangan volume impor kedelai Indonesia tahun 2000-2019

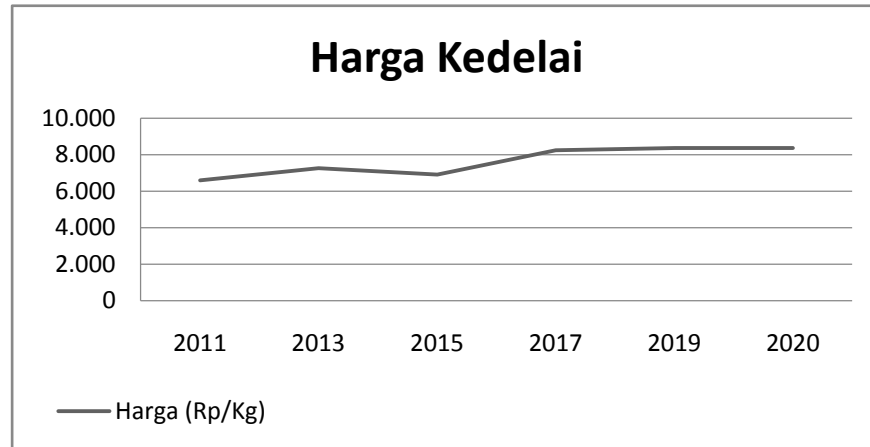
Tahun	Impor (ton)	Persentase kenaikan (%)
2000	2.574.001	
2010	1.740.505	- 0,32
2014	1.964.081	12,85
2017	6.416.821	69,39
2019	7.897.654	23,08

Sumber: Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian, 2021 (data diolah)

Berdasarkan tabel 3 dapat diketahui bahwa volume impor kedelai Indonesia dari tahun 2000 – 2019 cenderung mengalami peningkatan yang mengakibatkan ketergantungan kedelai terhadap negara pengimpor dan harganya pun menjadi kurang stabil.

Impor kedelai yang dilakukan pemerintah guna memenuhi kebutuhan kedelai dalam negeri tentu akan mengakibatkan penurunan devisa negara secara terus menerus. Selain itu, harga bahan baku kedelai pun menjadi berfluktuatif yang dipengaruhi oleh nilai tukar rupiah terhadap dollar. Perkembangan harga kedelai di Indonesia dari tahun 2011-2019 disajikan pada Gambar 1.

Berdasarkan Gambar 1 perkembangan harga kedelai dari tahun 2011-2019 mengalami fluktuasi akan tetapi cenderung terus meningkat. Harga kedelai yang terus meningkat akan menjadi ancaman bagi industri-industri pengolahan kedelai khususnya tahu karena berakibat pada meningkatnya biaya produksi pembuatan tahu sehingga pendapatan agroindustri tahu semakin menurun. Apabila hal ini terjadi secara terus-menerus maka keberlanjutan dari agroindustri tahu akan terancam pula.



Sumber: Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian, 2021 (data diolah)

Dalam melakukan proses produksi bahan penunjang juga sama pentingnya dengan bahan baku kedelai pada agroindustri tahu. Bahan penunjang yang dibutuhkan pada proses produksi tahu antara lain kayu bakar, dan bahan bakar solar. Akan tetapi harga bahan penunjang semakin meningkat seiring dengan bertambahnya tahun. Hal ini tentu akan mengancam pula pada pendapatan agroindustri tahu karena biaya produksi menjadi semakin meningkat.

Penggunaan teknologi yang semakin canggih pada suatu agroindustri tentu akan memudahkan pada proses produksinya dan meningkatkan produk yang dihasilkan sehingga nilai tambah yang diperoleh dari agroindustri akan semakin besar pula. Namun, pada agroindustri tahu teknologi yang digunakan dalam proses produksi masih termasuk teknologi yang sederhana (tradisional) dan cenderung masih tergantung pada tenaga kerja manusia.

Salah satu sentra industri tahu di Kabupaten Pringsewu adalah sentra industri tahu di Pekon Gadingrejo yang merupakan binaan dari Dinas Koperasi, UMKM, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Pringsewu dengan produk yang dihasilkan yaitu tahu putih, tahu kepal, tahu kulit, keripik tahu dan oncom yang telah dipasarkan ke wilayah Pringsewu, Gadingrejo, Gedongtataan, Wiyono, dan Kedondong. Agroindustri tahu ini merupakan usaha turun temurun dengan perkembangan jumlah agroindustri yang disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Perkembangan jumlah agroindustri tahu di sentra industri tahu Pekon Gadingrejo tahun 2009-2020

Tahun	Jumlah agroindustri
2009	24
2011	19
2013	15
2015	12
2018	12
2020	12

Sumber: Data primer

Berdasarkan Tabel 4 perkembangan jumlah agroindustri tahu cenderung mengalami penurunan dengan persentase 50% dan jumlah agroindustri tahu saat ini yaitu sebanyak 12 unit. Hal ini disebabkan oleh agroindustri tahu tersebut tidak mampu bersaing dengan agroindustri lain yang mulai tumbuh di luar wilayah Gadingrejo. Semakin banyaknya jumlah agroindustri yang bermunculan menyebabkan peluang pasar yang dimiliki agroindustri tahu Pekon Gadingrejo semakin menyempit yang berakibat pada produksi tahu semakin menurun, pendapatan menurun yang kemudian berpengaruh langsung terhadap nilai tambah produk menjadi rendah sehingga agroindustri tidak mampu bertahan lagi.

Kegiatan pemasaran yang efisien tentu dapat membantu menghasilkan keuntungan yang maksimum bagi agroindustri tahu. Jika suatu perusahaan melakukan pemasaran yang efisien maka dapat memanfaatkan peluang yang ada dalam pemasaran dengan baik sehingga posisi perusahaan di pasar dapat dipertahankan atau ditingkatkan (Assauri, 2004).

Fluktuasi harga bahan baku dan bahan penunjang tahu, penggunaan teknologi yang masih sederhana, peluang pasar yang semakin menyempit dan tumbuhnya agroindustri diluar sentra industri tahu Pekon Gadingrejo akan menjadi ancaman pada perkembangan agroindustri tahu di Pekon Gadingrejo. Hal ini akan mempengaruhi keberlangsungan dan kelayakan dari agroindustri tahu, oleh karena itu pengusaha tahu harus mengantisipasi kemungkinan yang akan terjadi dengan mengambil langkah yang tepat untuk mempertahankan keberlangsungan dan kelayakan usahanya.

Berdasarkan uraian terdahulu permasalahan penelitian dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pengadaan bahan baku yang dilakukan pada agroindustri tahu di Sentra Industri Tahu Pekon Gadingrejo ?
2. Bagaimanakah keuntungan dan nilai tambah produk terkait dengan kegiatan pengolahan pada agroindustri tahu di Sentra Industri Tahu Pekon Gadingrejo ?
3. Bagaimanakah bauran pemasaran pada agroindustri tahu di Sentra Industri Tahu Pekon Gadingrejo?
4. Bagaimanakah peranan jasa layanan pendukung terhadap agroindustri tahu di Sentra Industri Tahu Pekon Gadingrejo?

B. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui pengadaan bahan baku yang dilakukan pada agroindustri tahu berdasarkan elemen-elemen pengadaan bahan baku di Sentra Industri Tahu Pekon Gadingrejo.
2. Menganalisis keuntungan dan nilai tambah produk terkait kegiatan pengolahan pada agroindustri tahu di Sentra Industri Tahu Pekon Gadingrejo.
3. Mengetahui bauran pemasaran dalam kegiatan pemasaran produk tahu pada agroindustri di Sentra Industri Tahu Pekon Gadingrejo.
4. Mengetahui peranan jasa layanan pendukung terhadap agroindustri tahu di Sentra Industri Tahu Pekon Gadingrejo.

C. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk:

1. Pemerintah, sebagai masukan dan bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan pengembangan agroindustri tahu di Kabupaten Pringsewu.
2. Agroindustri tahu, sebagai masukan dalam menetapkan langkah-langkah guna meningkatkan pendapatan dan mengatasi ancaman usaha.

3. Peneliti lain, sebagai bahan pembandingan atau sumber referensi untuk penelitian sejenis.

II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

A. Tinjauan Pustaka

1. Konsep Agribisnis dan Agroindustri

Menurut Samoen (1996) agribisnis adalah suatu kegiatan usaha yang berkaitan dengan sektor agribisnis, mencakup perusahaan perusahaan pemasok input agribisnis (*upstream- side industries*), penghasil (*agricultural- producing industries*), pengolah produk agribisnis (*downstream- side industries*), dan jasa pengangkutan, jasa keuangan (*agri supporting industries*). Agribisnis adalah sifat dari usaha yang berkaitan agribisnis (*agro- based industries*) yang berorientasi pada bisnis (*business*), yaitu yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan (*commercil oriented*).

Agribisnis bertujuan untuk memanfaatkan sumber alam untuk pembudidayaan ternak atau tanaman yang kemudian diolah menjadi makanan atau dapat juga disebut produk agroindustri (Siagian, 2003). Agribisnis dalam pengertian awam sering dicampuradukkan dengan pertanian. Sebenarnya terdapat suatu tahapan perkembangan bisnis dari kegiatan pertanian yang paling sederhana hingga menjadi agribisnis. Agribisnis saat ini juga telah menjadi kata yang populer dan menarik sebagai kegiatan yang sangat dekat dan sangat mungkin dilakukan oleh banyak masyarakat. Animo masyarakat secara umum meningkat karena berbagai kondisi krisis yang akhir- akhir ini terjadi, seperti kasus PHK serta keharusan untuk menambah penghasilan karena meningkatnya kebutuhan keluarga. Agribisnis merupakan salah satu alternatif yang mungkin dapat dipelajari dan dilakukan oleh masyarakat banyak. Namun, bukan berarti bahwa agribisnis merupakan kegiatan yang begitu saja

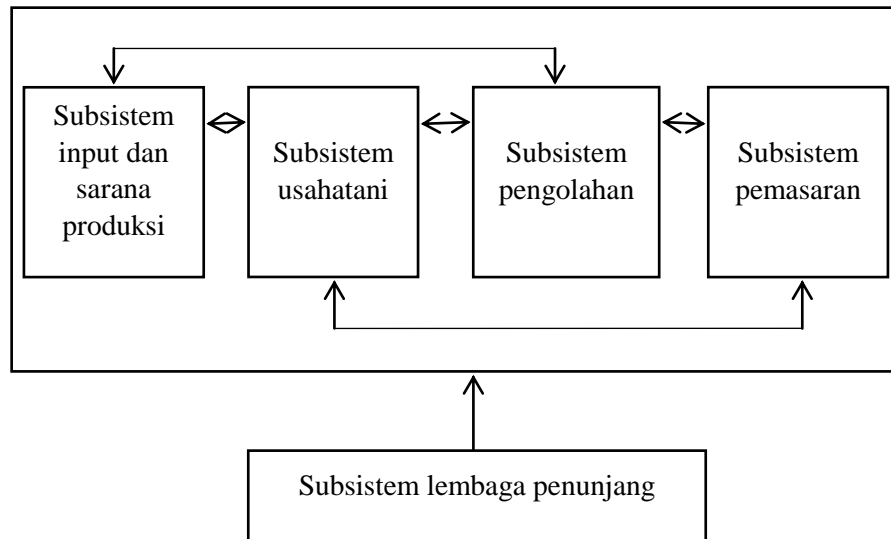
dapat dilakukan tanpa persiapan dan konsepsi yang jelas (Krisnamurthi dan Fausia 2009).

Ruang lingkup agribisnis berkaitan dengan konsep agroindustri. Hal ini telah dibuktikan bahwa agroindustri mampu meningkatkan pendapatan para pelaku agribisnis, mampu menyerap tenaga kerja, mampu meningkatkan perolehan devisa dan mampu mendorong munculnya industri yang lain. Telah banyak didiskusikan pula bahwa strategi pembangunan pertanian 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 di sektor pertanian, menciptakan struktur perekonomian yang tangguh, efisien, dan fleksibel, menciptakan nilai tambah, meningkatkan penerimaan devisa, menciptakan lapangan kerja dan memperbaiki pembagian pendapatan (Soekartawi, 2000).

Agribisnis merupakan soko guru pembangunan ekonomi Indonesia yang berkaitan dengan bisnis yang berbasis pertanian yang dilaksanakan secara terpadu mulai dari hulu sampai ke hilir sesuai dengan sistem-sistem input produksi dan keluaran (output). Sistem agribisnis terdiri dari 5 subsistem, yaitu: 1) subsistem pengadaan dan penyaluran sarana produksi pertanian membahas tentang enam T dimana bahan baku harus sesuai dengan tepat waktu, tepat tempat, tepat jenis, tepat kualitas, tepat kuantitas dan tepat harga, 2) subsistem usahatani yang terdiri dari usaha tanaman pangan, perkebunan, hortikultura, tanaman obat-obatan, perikanan, peternakan maupun kehutanan 3) subsistem pengolahan hasil pertanian (agroindustri) dapat meningkatkan nilai tambah suatu produk 4) subsistem pemasaranyaitu kegiatan membawa barang dari produsen hingga sampai ke konsumen dan 5) subsistem lembaga penunjang adalah semua jenis kegiatan yang mendukung serta mengembangkan subsistem pengadaan dan penyaluran sarana produksi, subsistem usahatani,

subsistem pengolahan, dan subsistem pemasaran (Downey dan Erickson, 1993).

Subsistem tersebut memiliki keterkaitan yang erat dari kegiatan hulu hingga hilir. Kelima subsistem tersebut dapat dilihat dari Gambar 2.



Gambar 2. Sistem Agribisnis
Sumber : Sutawi, 2002 dalam Aldhariana, 2016

Agroindustri merupakan bagian atau subsistem dari sistem agribisnis yang memproses atau mengolah dan mentransformasikan produk mentah hasil pertanian menjadi barang setengah jadi atau barang jadi, yang dapat langsung dikonsumsi atau digunakan dalam proses produksi.

Agroindustri terdiri dari dua suku kata, yaitu agro yang berasal dari kata *agriculture* yang berarti pertanian dan industri. Agroindustri merupakan industri bahan baku dari produk pertanian. Dari pengertian agroindustri di atas dapat diartikan dalam dua hal, yaitu pertama, agroindustri adalah industri yang usaha utamanya dari produk pertanian. Studi agroindustri pada konteks ini adalah menekankan pada *food processing management* dalam suatu perusahaan produk olahan yang bahan bakunya adalah produk pertanian. Arti yang kedua adalah bahwa agroindustri itu diartikan sebagai suatu tahapan pembangunan sebagai kelanjutan dari pembangunan pertanian, tetapi sebelum tahapan pembangunan tersebut

mencapai tahapan pembangunan industri (Soekartawi, 2000).

Komponen agroindustri terdiri dari :

- a) Bahan mentah dan bahan pembantu. Faktor-faktor yang harus diperhatikan dalam pengadaan bahan mentah dan bahan pembantu adalah kontinuitas, kualitas, kuantitas, dan harga.
- b) Tenaga kerja. Faktor yang harus diperhatikan adalah kualifikasi atau keterampilan dan upah.
- c) Modal. Faktor yang harus diperhatikan dalam memperoleh modal adalah kemudahan, tingkat bunga, dan ketersediannya.
- d) Manajemen dan teknologi, meliputi tenaga manajemen yang memadai, kontrol kualitas, dan ketersediaan teknologi yang sesuai.
- e) Fasilitas penunjang, meliputi penelitian dan pengembangan, sistem informatika, dan infrastruktur (Muelgini, dkk, 1993 dalam Aldhariana 2016)

Beberapa alasan mengapa agroindustri secara terencana berwawasan lingkungan akan membawa dampak positif bagi masyarakat dan daerah adalah:

- a) Kerentanan pasar bagi produk primer dapat dikurangi dengan transformasi bahan mentah itu ke produk agroindustri.
- b) Produk olahan dapat mengefisiensikan biaya.
- c) Kemapanan hubungan kontrak dan transaksi jual beli produk agroindustri terhadap pihak pembeli domestik maupun luar negeri lebih terjamin.
- d) Kekuatan usaha suatu agroindustri dalam struktur pasar domestik akan terpacu menguat apabila kemudian tumbuh industri hilir yang memproses barang jadi turunannya, karena merespon kebutuhan konsumen domestik yang besar jumlahnya dan semakin memiliki potensi daya beli (Sjarkowi dan Sufri, 2004)

Untuk menata kembali dari pembangunan agroindustri yang ada maka diperlukan visi dan misi pembangunan agroindustri. Dari berbagai pengalaman yang ada, maka visi pembangunan agroindustri, khususnya

di negara yang sedang berkembang, adalah dapat dituliskan sebagai berikut:.....*agroindustri yang tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan, mampu berkompetisi, mampu merespons dinamika perubahan pasar dan pesaing, baik di pasar domestik maupun pasar Internasional, serta mampu meningkatkan kontribusinya terhadap perekonomian nasional dan seterusnya mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat.* Untuk mencapai visi ini antara lain dapat dilakukan melalui cara:

- a) Melakukan penyesuaian terhadap perubahan global.
- b) Meningkatkan pertumbuhan melalui inovasi, investasi dan perdagangan.
- c) Meningkatkan efisien di semua faktor.
- d) Meningkatkan kualitas manajerial, dan
- e) Meningkatkan kemandirian agar tidak tergantung pada fasilitas pemerintah (Soekartawi, 2000).

Berdasarkan jumlah tenaga kerja yang digunakan, industri dapat dibedakan menjadi:

- a) Industri rumah tangga, yaitu industri yang menggunakan tenaga kerja kurang dari empat orang. Ciri industri ini memiliki modal yang sangat terbatas, tenaga kerja berasal dari anggota keluarga, dan pemilik atau pengelola industri biasanya kepala rumah tangga itu sendiri atau anggota keluarganya. Misalnya: industri anyaman, industri kerajinan, industri tempe atau tahu, dan industri makanan ringan.
- b) Industri kecil, yaitu industri yang tenaga kerjanya berjumlah sekitar 5 sampai 19 orang. Ciri industri kecil adalah memiliki modal yang relatif kecil, tenaga kerjanya berasal dari lingkungan sekitar atau masih ada hubungan saudara. Misalnya: industri genteng, industri batu bata, dan industri pengolahan rotan.
- c) Industri sedang, yaitu industri yang menggunakan tenaga kerja sekitar 20 sampai 99 orang. Ciri industri sedang adalah memiliki modal yang cukup besar, tenaga kerja memiliki keterampilan

tertentu, dan pimpinan perusahaan memiliki kemampuan manajerial tertentu. Misalnya: industri konveksi, industri bordir, industri makanan dan industri keramik.

- d) Industri besar, yaitu industri dengan jumlah tenaga kerja lebih dari 100 orang. Ciri industri besar adalah memiliki modal besar yang dihimpun secara kolektif dalam bentuk pemilikan saham, tenaga kerja harus memiliki keterampilan khusus, dan pimpinan perusahaan dipilih melalui uji kemampuan dan kelayakan (*fit and proper test*). Misalnya: industri tekstil, industri mobil, industri besi baja, dan industri pesawat terbang (Bank Indonesia, 2010).

2. Kedelai

Kedelai merupakan tanaman semusim, berupa semak rendah, tumbuh tegak, berdaun lembut, dengan beragam morfologi. Tinggi tanaman berkisar 10 – 200 cm, dapat bercabang sedikit atau banyak tergantung kultivar dan lingkungan hidup. Morfologi tanaman kedelai didukung oleh komponen utamanya yaitu akar, daun, batang, bunga, polong dan biji sehingga pertumbuhannya bisa optimal (Adisarwanto, 2005).

Berdasarkan warna kulitnya, kedelai dapat dibedakan atas kedelai putih, kedelai hitam, kedelai coklat, dan kedelai hijau. Kedelai yang ditanam di Indonesia adalah kedelai kuning atau putih, hitam dan hijau.

Perbedaan warna tersebut akan berpengaruh dalam penggunaan kedelai sebagai bahan pangan (Suliantri dan Rahayu, 1990).

Secara umum dapat diketahui bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi mutu kedelai dapat diklasifikasikan atas dasar :

- a) Kadar air
- b) Persentase biji keriput
- c) Persentase kotoran

Menurut SNI 01-3922-1995, syarat mutu kedelai secara umum adalah :

- 1) Bebas hama penyakit.

- 2) Bebas bau busuk, bau asam, bau apek, dan bau asing lainnya.
- 3) Bebas dari bahan kimia seperti insektisida dan fungisida.
- 4) Memiliki suhu normal.

Persyaratan mutu kedelai konsumsi secara spesifik ditunjukkan pada Tabel 5.

Tabel 5. Spesifikasi persyaratan mutu kedelai (SNI 01-3922-1995)

No	Jenis uji (komponen mutu)	Satuan	Persyaratan			
			Mutu I	Mutu II	Mutu III	Mutu IV
1	Kadar air	%	Maks 13	Maks 14	Maks 12	Maks 16
2	Butir belah	%	Maks 1	Maks 2	Maks 3	Maks 5
3	Butir rusak	%	Maks 1	Maks 2	Maks 3	Maks 5
4	Butir warna lain	%	Maks 1	Maks 3	Maks 5	Maks 10
5	Kotoran	%	Maks 0	Maks 3	Maks 2	Maks 3
6	Butir keriput	%	Maks 0	Maks 1	Maks 3	Maks 5

Sumber: Badan Standardisasi Nasional, 1995

Definisi komponen mutu kedelai adalah sebagai berikut :

- 1) Kadar air adalah jumlah kandungan air dalam biji kedelai yang dinyatakan dalam persentase beras basah.
- 2) Biji belah adalah biji kedelai yang kulit bijinya terlepas dan keping bijinya terlepas atau bergeser.
- 3) Biji rusak adalah biji kedelai yang berlubang bekas serangan hama pecah karena mekanis, biologis, fisik dan enzimatis seperti berkecambah, busuk, timbul bau yang tidak disukai, dan berubah warna atau bentuk.
- 4) Butir warna lain adalah butir kedelai yang warnanya tidak sama dengan aslinya akibat campuran dengan varietas lain.
- 5) Kotoran adalah benda asing seperti pasir, tanah, potongan sisa batang daun, kulit polong, biji-bijian yang lain yang bukan kedelai.
- 6) Butir keriput adalah biji kedelai yang berubah bentuknya dan keriput, termasuk biji sangat muda atau biji yang tidak sempurna pertumbuhannya (Badan Standardisasi Nasional, 1995).

3. Tahu

Tahu merupakan produk koagulasi protein kedelai yang mengandung protein antara 6-9 persen dengan kadar air 84-88 persen. Kualitas dan kuantitas tahu sangat dipengaruhi oleh varietas yang digunakan, proses pemeraman (*heating process*), tipe bahan koagulasi, serta tekanan dan suhu koagulasi. Tahu dapat dibuat bermacam-macam produk turunan, antara lain tahu goreng, tahu isi, *stick* tahu, tahu *burger*, dan sebagainya (Adisarwanto, 2002).

Sarwono dan Saragih (2004) menyatakan bahwa zat gizi tahu sangatlah lengkap terutama proteinnya yang memiliki kandungan lebih tinggi dibandingkan kedelai seperti disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Nilai gizi tahu dan kedelai (berdasarkan berat kering) per 100 gram

Zat Gizi	Tahu	Kedelai
Protein (gram)	0,49	0,39
Lemak (gram)	0,27	0,20
Karbohidrat (gram)	0,14	0,36
Serat (gram)	0,00	0,05
Abu (gram)	0,04	0,06
Kalsium (mg)	9,13	2,53
Natrium (mg)	0,38	0,00
Fosfor (mg)	6,56	6,51
Besi (mg)	0,11	0,09
Vitamin B1 (mg)	0,001	0,01 (sebagai B kompleks)
Vitamin B2 (mg)	0,001	-
Vitamin B3 (mg)	0,03	-

Sumber: Sarwono dan Saragih, 2004

Muchtadi (2009) mengemukakan bahwa pembuatan tahu terdiri dari dua langkah utama yaitu: (1) pembuatan susu kedelai, (2) koagulasi susu kedelai tersebut untuk membentuk endapan protein yang kemudian dipres untuk memperoleh tahu. Langkah-langkah pembuatan tahu dapat dijelaskan sebagai berikut:

a) Pencucian dan perendaman kedelai

Dalam pembuatan tahu penting diperhatikan agar digunakan bahan mentah yang benar-benar bersih (hanya mengandung sedikit bahan-bahan asing atau kedelai pecah) dan mencucinya sebersih mungkin.

Setelah pencucian, dilakukan perendaman kedelai dalam air bersih. Maksud perendaman ini adalah untuk melunakkan struktur selulernya, mengurangi jumlah energi yang diperlukan untuk menggilingnya, dan meningkatkan kecepatan ekstraksi. Pada umumnya kedelai direndam dalam 3 bagian air pada suhu ruang. Makin dingin suhu air makin lama waktu perendaman, yang umumnya dilakukan selama 8-10 jam pada suhu ruang atau 16-20 jam bila suhu air lebih rendah.

b) Penggilingan kedelai

Penggilingan atau penghancuran akan mengubah kedelai menjadi bubur (*slurry*) karena adanya penambahan air selama penggilingan. Bubur kedelai ini bersifat kental, halus, berwarna putih, yang mengandung partikel-partikel kecil.

c) Pemasakan bubur kedelai

Bubur kedelai yang masih segar dicampurkan dengan sejumlah air (10 bagian air untuk setiap satu bagian kedelai kering, dengan memperhitungkan jumlah air yang ditambahkan selama penggilingan).

d) Ekstraksi susu kedelai

Pemisahan susu kedelai dapat dilakukan dengan menggunakan saringan (kain blacu) atau alat sentrifus.

e) Koagulasi susu kedelai

Susu kedelai yang masih panas umumnya dikoagulasi dengan menggunakan garam (“sioko” atau tahu alami, $MgCl_2 \cdot 6H_2O$, $CaCl_2$, $CaSO_4 \cdot 2H_2O$ dan lain-lain) atau asam (asam laktat, asam asetat, asam glukonat, sari buah jeruk dan lain-lain).

f) Pemisahan *whey*

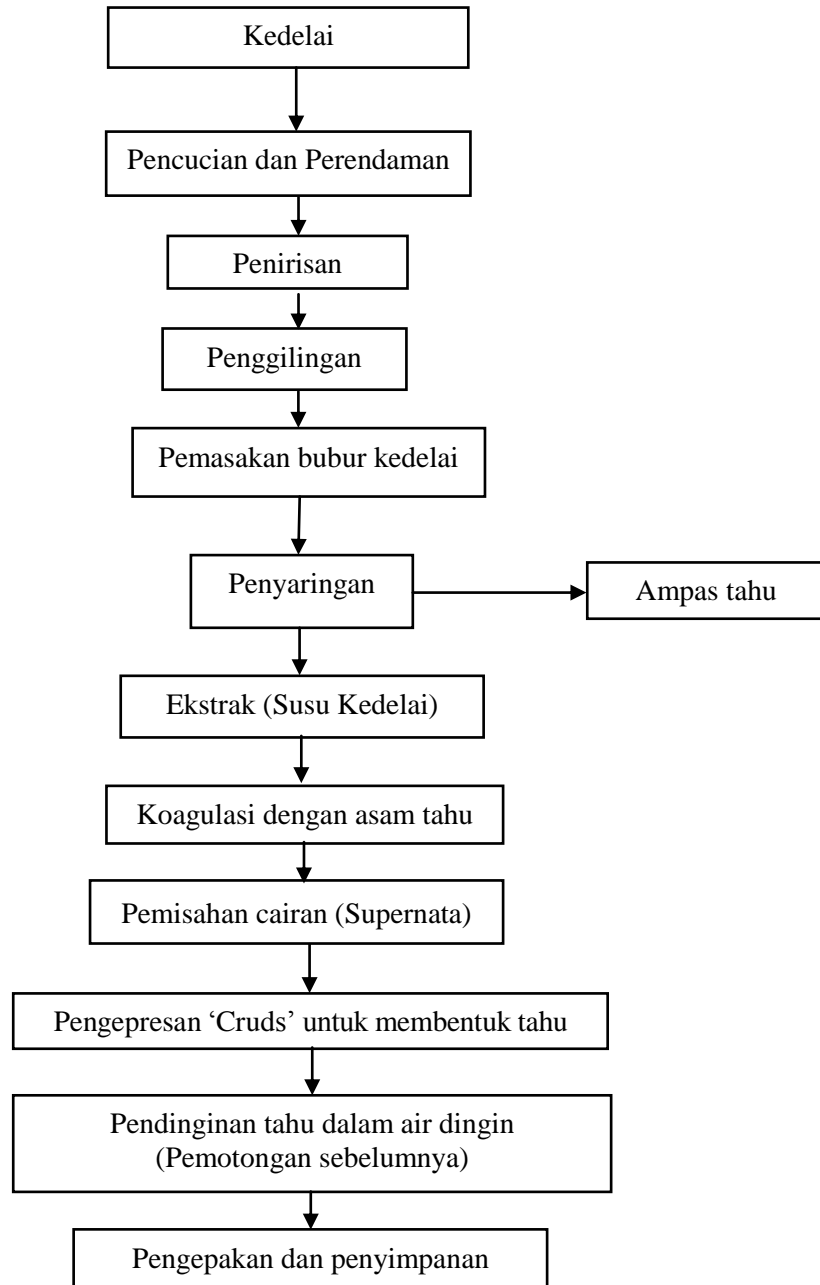
Cairan (Supernatan) atau *whey* dipisahkan dari gumpalan protein (*cruds*) sebelum dilakukan pencetakan dan pengepresan tahu.

g) Pencetakan dan pengepresan tahu

Endapan protein (*cruds*) yang masih lembek (karena mengandung banyak air) dimasukkan sedikit demi sedikit kedalam alat pencetak yang terbuat dari kayu.

h) Pendinginan

Proses pendinginan tahu dapat dilakukan dengan cara direndam di dalam air dingin. Bagan alir pembuatan tahu disajikan pada Gambar 3.



Gambar 3. Diagram alir pembuatan tahu

Sumber : Muchtadi, 2009

Produk tahu pada umumnya diperdagangkan dengan berbagai variasi bentuk, ukuran dan nama. Selain tahu putih atau tahu biasa juga dikenal berbagai tahu komersil yang sudah memiliki nama dan berciri khas diantaranya yaitu:

1) Tahu putih

Tahu jenis ini teksturnya padat dengan pori-pori agak besar. Di pasaran dapat dijumpai dalam beragam bentuk dan ukuran. Kualitas tahu putih hanya bisa bertahan selama 2 hari, lebih dari itu akan terjadi perubahan aroma dan tekstur. Proses pengukusan dan penyimpanan dalam almari pendingin hanya mampu menambah usia konsumsi maksimal 1 hari.

2) Tahu kuning

Tekstur tahu kuning sangat padat, kenyal, berpori halus dan lembut. Bentuknya kotak segi empat dan agak pipih, karena kepadatannya yang lebih baik dari pada tahu putih ketika dipotong tahu tidak mudah hancur. Warna kuning pada tahu menggunakan pewarna alami yang berasal dari kunyit. Bentuknya yang tak mudah hancur memudahkan dalam mengolahnya.

3) Tahu sutera (tofu)

Disebut tahu sutera karena teksturnya sangat halus. Pada umumnya tofu berwarna putih. Di pasaran dijual dalam keadaan segar dan dikemas dengan plastik kedap udara. Tofu ada yang berbentuk selinder dan segi empat. Tekstur tofu yang sangat lembut, dan rapuh membutuh trik khusus saat mengolahnya.

4) Tahu kulit

Kulitnya berwarna kecokelatan. Untuk membuatnya, tahu harus sudah digoreng terlebih dahulu sehingga warnanya menjadi coklat. Setelah digoreng, tahu kemudian direndam dalam air. Tahu jenis ini biasanya sering digunakan untuk membuat tahu isi (Sarwono dan Saragih, 2004).

Tahu yang baik memiliki kualitas sensoris dan mikrobiologis sesuai standar mutu yang telah ditetapkan. Syarat mutu tahu menurut SNI 01-3142-1998 dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Syarat mutu tahu menurut SNI 01-3142-1998

Jenis	Satuan	Persyaratan
Keadaaan :		
Bau		Normal
Rasa		Normal
Warna		Putih normal atau kuning normal
Penampakan		Normal tidak berlendir, tidak berjamur
Abu	%(b/b)	Maksimal 1,0
Protein	%(b/b)	Minimal 9,0
Lemak	%(b/b)	Minimal 0,5
Serat kasar	%(b/b)	Maksimal 0,1
Bahan tambahan makanan		Sesuai SNI 0222-m dan Peraturan Menteri Kesehatan No. 772/Men/Kes/Per/IX/1998
Cemaran logam :		
Timbal (Pb)	mg/kg	Maksimal 2,0
Tembaga (Cu)	mg/kg	Maksimal 30,0
Seng (Zn)	mg/kg	Maksimal 40,0
Timah (Sn)	mg/kg	Maksimal 40,0 atau 250,0 (dalam kaleng)
Raksa (Hg)	mg/kg	Maksimal 0,03
Cemaran Arsen (As)	mg/kg	Maksimal 1,0
Cemaran Mikroorganisme :		
E-coli		Maksimal 10
Salmonella	APM/G/25g	Negatif

Sumber : Badan Standardisasi Nasional, 1998

4. Pengadaan Bahan Baku

Pengadaan bahan baku dilakukan untuk menunjang pelaksanaan proses produksi yang ada di dalam suatu agroindustri. Dengan demikian, banyaknya material yang akan digunakan dalam agroindustri akan sangat tergantung kepada banyaknya keperluan bahan baku untuk pelaksanaan proses produksi dalam periode tertentu. Tersedianya bahan baku dalam kuantitas dan kualitas yang cukup dan waktu yang tepat, akan sangat dibutuhkan selama kegiatan produksi berlangsung. Menurut Assauri (1999), pengadaan bahan baku dapat dibedakan atau digolongkan menurut jenis posisi bahan baku di dalam urutan pengerjaan produk yaitu:

- 1) Pengadaan bahan baku, yaitu pengadaan dari barang-barang berwujud yang digunakan dalam proses produksi yang dapat diperoleh dari sumber-sumber alam ataupun dibeli dari supplier yang menghasilkan bahan baku bagi perusahaan.
- 2) Pengadaan bahan baku pembantu, yaitu pengadaan bahan-bahan yang diperlukan dalam proses produksi untuk membantu berhasilnya proses produksi.
- 3) Pengadaan bahan baku setengah jadi atau barang dalam proses, yaitu pengadaan bahan-bahan yang keluar dari tiap bagian dalam suatu proses produksi atau bahan yang telah diolah dan perlu diproses kembali untuk kemudian menjadi barang jadi.

Menurut Assauri (1999) pengadaan bahan baku harus sesuai dengan 6 T, dimana bahan baku tersebut harus sesuai dengan tepat waktu, tepat tempat, tepat jenis, tepat kualitas, tepat kuantitas, dan tepat harga

- a) Tepat waktu adalah kesesuaian waktu yang digunakan untuk memperoleh bahan baku atau waktu penyediaan bahan baku yang tepat saat bahan baku tersebut dibutuhkan dalam agroindustri.
- b) Tepat tempat adalah lokasi atau tempat yang menjual bahan baku dekat dengan agroindustri sehingga mudah dijangkau oleh agroindustri dan memberikan pelayanan yang memuaskan. Agroindustri juga tidak perlu mengeluarkan ongkos transportasi yang besar dalam mendapatkan bahan baku.
- c) Tepat harga adalah harga yang terjangkau yang ditawarkan kepada konsumen dan harga yang dikeluarkan oleh agroindustri untuk membeli juga sesuai dengan kualitas bahan baku.
- d) Tepat jenis adalah jenis bahan baku yang digunakan untuk membuat suatu produk sehingga hasil produk yang dihasilkan agroindustri akan berkualitas.
- e) Tepat kualitas adalah kualitas bahan baku yang digunakan pada suatu agroindustri merupakan kualitas terbaik yang diperoleh. Kualitas bahan baku yang baik yaitu yang sesuai dengan permintaan agroindustri.

- f) Tepat kuantitas adalah jumlah bahan baku yang tersedia sesuai dengan permintaan agroindustri.

5. Pengolahan pada Agroindustri

Pengolahan sebagai salah satu subsistem dalam agribisnis merupakan suatu alternatif terbaik untuk dikembangkan. Artinya, pengembangan industri pengolahan diperlukan guna terciptanya keterkaitan antara sektor pertanian dengan sektor industri. Industri pengolahan (agroindustri) akan mempunyai kemampuan yang baik jika ke dua sektor tersebut diatas memiliki keterkaitan yang sangat erat baik keterkaitan kedepan (*forward linkage*) maupun kebelakang (*backward linkage*). Keterkaitan ke belakang karena proses produksi pertanian memerlukan produksi dan alat pertanian. Keterkaitan ke depan karena ciri produk pertanian bersifat musiman, voluminous, dan mudah rusak (Soekartawi, 2000).

Terdapat beberapa alasan pentingnya peranan agroindustri pada pengolahan hasil pertanian, antara lain:

- a) Meningkatkan nilai tambah
Pengolahan hasil yang baik dilakukan produsen dapat meningkatkan nilai tambah dari hasil pertanian yang diproses.
- b) Meningkatkan kualitas hasil.
Kualitas hasil yang baik akan menyebabkan nilai barang menjadi lebih tinggi dan keinginan konsumen menjadi terpenuhi. Perbedaan kualitas bukan saja menyebabkan adanya perbedaan segmentasi pasar tetapi juga mempengaruhi harga barang itu sendiri.
- c) Meningkatkan penyerapan tenaga kerja.
Bila hasil pertanian langsung dijual tanpa diolah terlebih dahulu maka kesempatan kerja pada kegiatan pengolahan akan hilang. Sebaliknya bila dilakukan pengolahan hasil maka banyak tenaga kerja yang diserap. Komoditas pertanian tertentu kadang-kadang justru menuntut jumlah tenaga kerja yang relatif besar pada kegiatan pengolahan.
- d) Meningkatkan keterampilan produsen.

Keterampilan dalam mengolah hasil akan menyebabkan terjadi peningkatan keterampilan secara kumulatif sehingga pada akhirnya juga akan memperoleh hasil penerimaan usahatani yang lebih besar.

e) Meningkatkan pendapatan produsen.

Konsekuensi logis dari hasil olahan yang lebih baik adalah menyebabkan total penerimaan lebih tinggi karena kualitas hasil yang lebih baik dan harganya lebih tinggi (Soekartawi, 2000).

Berdasarkan Surat Keputusan Kepala Badan POM RI No.

HK.00.05.5.1639 tanggal 30 April 2003, cara produksi pangan yang baik untuk industri rumah tangga (CPPB-IRT) adalah suatu pedoman yang menjelaskan bagaimana memproduksi pangan mulai dari bahan baku sampai produk akhir agar bermutu, aman dan layak untuk dikonsumsi sehingga sesuai dengan tuntutan konsumen baik konsumen domestik maupun internasional. Cara produksi pangan yang baik untuk industri rumah tangga (CPPB-IRT) yaitu :

1) Lingkungan produksi

Untuk menetapkan lokasi industri rumah tangga perlu dipertimbangkan keadaan dan kondisi lingkungan yang mungkin dapat merupakan sumber pencemaran potensial dan telah mempertimbangkan berbagai tindakan pencegahan yang mungkin dapat dilakukan untuk melindungi pangan yang diproduksinya

2) Bangunan dan fasilitas industri rumah tangga

Bangunan dan fasilitas IRT dapat menjamin bahwa pangan selama dalam proses produksi tidak tercemar oleh bahaya fisik, biologis dan kimia serta mudah dibersihkan dan disanitasi. Bangunan dan fasilitas IRT merupakan ruang produksi dari pangan, yang meliputi :

- a. Desain dan tata letak
- b. Lantai
- c. Dinding
- d. Langit-langit
- e. Pintu, jendela dan lubang angin
- f. Kelengkapan ruang produksi

g. Tempat penyimpanan

3) Peralatan produksi

Tata letak kelengkapan ruang produksi diatur agar tidak terjadi kontaminasi silang. Peralatan produksi yang kontak langsung dengan pangan seharusnya didisain., dikonstruksi dan diletakkan sedemikian untuk menjamin mutu dan keamanan pangan yang dihasilkan.

4) Suplai air

Air yang digunakan selama proses produksi harus cukup dan memenuhi persyaratan kualitas air bersih dan atau air minum.

5) Fasilitas dan kegiatan higiene dan sanitasi

Fasilitas dan kegiatan higiene dan sanitasi diperlukan untuk menjamin agar bangunan dan peralatan selalu dalam keadaan bersih dan mencegah terjadinya kontaminasi silang dari karyawan.

6) Pengendalian hama

Hama (tikus, serangga, dan lain-lain) merupakan pembawa cemaran biologis yang dapat menurunkan mutu dan keamanan pangan.

Kegiatan pengendalian hama dilakukan untuk mengurangi kemungkinan masuknya hama ke ruang produksi yang akan mencemari pangan.

7) Kesehatan dan higiene karyawan

Kesehatan dan higiene karyawan yang baik dapat menjamin bahwa pekerja yang kontak langsung maupun tidak langsung dengan pangan tidak menjadi sumber pencemaran.

8) Pengendalian proses

Untuk menghasilkan produk yang bermutu dan aman, proses produksi harus dikendalikan dengan benar. Pengendalian proses produksi pangan industri rumah tangga dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut :

- a. Penetapan spesifikasi bahan baku
- b. Penetapan komposisi dan formulasi bahan
- c. Penetapan cara produksi yang baku
- d. Penetapan jenis, ukuran, dan spesifikasi kemasan

e. Penetapan keterangan lengkap tentang produk yang akan dihasilkan termasuk nama produk, tanggal produksi, tanggal kadaluarsa

9) Label pangan

Label pangan harus jelas dan informatif untuk memudahkan konsumen memilih, menyimpan, mengolah dan mengkonsumsi pangan. Kode produksi pangan diperlukan untuk penarikan produk jika diperlukan.

10) Penyimpanan

Penyimpanan yang baik dapat menjamin mutu dan keamanan bahan dan produk pangan yang diolah.

11) Penanggung jawab

Seorang penanggung jawab diperlukan untuk mengawasi seluruh tahap proses produksi serta pengendaliannya untuk menjamin dihasilkannya produk pangan yang bermutu dan aman.

12) Penarikan produk

Penarikan produk pangan adalah tindakan menghentikan peredaran pangan karena diduga sebagai penyebab timbulnya penyakit atau keracunan pangan. Tujuannya adalah mencegah timbulnya korban yang lebih banyak karena mengkonsumsi pangan yang membahayakan kesehatan.

13) Pencatatan dan dokumentasi

Pencatatan dan dokumentasi yang baik diperlukan untuk memudahkan penelusuran masalah yang berkaitan dengan proses produksi.

14) Pelatihan karyawan

Pimpinan dan karyawan IRT harus mempunyai pengetahuan dasar mengenai prinsip-prinsip dan praktek higiene dan sanitasi pangan serta proses pengolahan pangan yang ditanganinya agar dapat memproduksi pangan yang bermutu dan aman.

6. Teori Keuntungan

Menurut Soemarso (2009) keuntungan / laba adalah selisih lebih pendapatan atas beban sehubungan dengan usaha untuk memperoleh pendapatan tersebut selama periode tertentu. Laba merupakan indikator

prestasi atau kinerja perusahaan. Dengan laba yang diperoleh perusahaan dapat mempertahankan kelangsungan hidup dan mengembangkan perusahaan.

Menurut Soemarso (2009) terdapat empat jenis laba, yaitu sebagai berikut:

- 1) Laba bersih adalah selisih lebih pendapatan atas beban-beban dan merupakan kenaikan bersih atas modal yang berasal dari kegiatan usaha.
- 2) Laba kotor adalah selisih antara penjualan bersih dan harga pokok penjualan.
- 3) Laba usaha adalah jumlah akumulasi laba bersih dari beban usaha atau laba usaha adalah laba yang diperoleh semata-mata dari kegiatan utama perusahaan.
- 4) Laba ditahan adalah jumlah akumulasi laba bersih dari sebuah perseroan terbatas dikurangi dengan distribusi laba yang dilakukan.

Suatu perusahaan dapat memperoleh laba tentu dipengaruhi oleh beberapa faktor-faktor tertentu. Mulyadi (2008) mengemukakan faktor-faktor yang mempengaruhi laba adalah sebagai berikut:

- 1) Biaya

Biaya merupakan suatu pengorbanan yang diukur dengan satuan uang yang digunakan untuk menjalankan suatu usaha. Biaya produksi (*cost of production*) adalah biaya yang dikeluarkan untuk membuat sejumlah barang atau jasa yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik. Biaya produksi merupakan biaya yang dikeluarkan suatu perusahaan pada saat proses produksi dan merupakan biaya yang sangat mempengaruhi pencapaian laba bersih, semakin meningkatnya biaya produksi, maka semakin kecil laba bersih yang diraih atau dicapai suatu perusahaan. Unsur-unsur biaya produksi meliputi:

- a) Biaya bahan baku adalah biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan baku yang digunakan untuk menghasilkan suatu produk jadi tertentu.
- b) Biaya tenaga kerja langsung adalah biaya yang dikeluarkan untuk membayar pekerja yang terlibat secara langsung dalam proses produksi.
- c) Biaya *overhead* pabrik merupakan biaya-biaya selain biaya bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja langsung tetapi juga dibutuhkan dalam proses produksi (Kartadinata,2012).

2) Harga jual

Harga jual merupakan jumlah tertentu yang dibayarkan oleh konsumen terhadap barang atau jasa yang diterima. Harga jual produk atau jasa akan mempengaruhi besarnya volume penjualan produk atau jasa yang bersangkutan.

3) Volume Penjualan dan Produksi

Besarnya volume penjualan berpengaruh terhadap volume produksi produk atau jasa tersebut, selanjutnya volume produksi akan mempengaruhi besar kecilnya biaya produksi. Semakin besar volume penjualan suatu barang, biasanya akan berpengaruh terhadap laba yang diperoleh juga akan semakin besar. Dan demikian sebaliknya apabila volume penjualan suatu barang menurun, maka biasanya perolehan juga akan ikut menurun.

7. Teori Nilai Tambah

Agroindustri bertujuan untuk menambah nilai suatu komoditas melalui perlakuan - perlakuan yang dapat menambah kegunaan komoditas tersebut, baik kegunaan bentuk (*form utility*), kegunaan tempat (*place utility*) maupun kegunaan waktu (*time utility*). Salah satu indikator untuk menilai keberhasilan pengembangan sistem agribisnis adalah dengan menggunakan analisis nilai tambah (Sitanggang, 2011).

Nilai tambah adalah pertambahan nilai yang terjadi karena suatu komoditi mengalami proses pengolahan, pengangkutan dan

penyimpanan dalam suatu proses produksi (penggunaan/pemberian input fungsional). Nilai tambah dipengaruhi oleh faktor teknis dan faktor non teknis. Informasi atau keluaran yang diperoleh dari hasil analisis nilai tambah adalah besarnya nilai tambah, rasio nilai tambah, margin dan balas jasa yang diterima oleh pemilik-pemilik faktor produksi (Hayami, 1987 dalam Sari, 2015).

Analisis nilai tambah berfungsi sebagai salah satu indikator dalam keberhasilan sektor agribisnis. Kegunaan dari menganalisis nilai tambah adalah untuk mengetahui:

- (1) Besar nilai tambah yang terjadi akibat perlakuan tertentu yang diberikan pada komoditas pertanian.
- (2) Distribusi imbalan yang diterima pemilik dan tenaga kerja.
- (3) Besarnya kesempatan kerja yang diciptakan dari kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk jadi.
- (4) Besar peluang serta potensi yang dapat diperoleh dari suatu sistem komoditas di suatu wilayah tertentu dari penerapan teknologi pada satu atau beberapa subsistem di dalam agribisnis (Zakaria, 2007).

Konsep pendukung dalam analisis nilai tambah metode Hayami pada subsistem pengolahan adalah :

- (1) Faktor konversi, yang menunjukkan banyaknya output yang dapat dihasilkan dari satusatuan input.
- (2) Koefisien tenaga kerja, yang diperlukan untuk mengolah satu satuan input.
- (3) Nilai keluaran, menunjukkan nilai output yang dihasilkan dari satu satuan input.

8. Teori Pemasaran

Pemasaran dapat diartikan secara sosial maupun manajerial. Pengertian secara sosial menunjukkan peran yang dimainkan oleh pemasaran di masyarakat. Menurut Kotler dan Keller (2009), pemasaran secara sosial adalah sebuah proses kemasyarakatan dimana individu dan kelompok

memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain. Untuk pengertian secara manajerial, pemasaran sering digambarkan sebagai seni menjual produk-produk. Menurut American Marketing Association dalam Kotler dan Keller (2009), pemasaran secara manajerial adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya.

Pemasaran adalah suatu sistem dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan pembeli yang ada maupun pembeli potensial, juga tidak berakhir pada waktu penjualan atau transaksi. Semua keputusan yang diambil dalam bidang pemasaran harus ditunjukkan untuk menentukan produk, pasar, harga, promosi dan sistem distribusinya (Pasaribu, 2006).

Bauran pemasaran dapat didefinisikan sebagai serangkaian alat pemasaran taktis yang dapat dikendalikan dan dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan tanggapan yang diinginkan perusahaan dalam pasar sasaran. Bauran pemasaran atau yang sering disebut sebagai empat P dapat dilihat dari dua sudut pandang yaitu, sudut pandang penjual dan sudut pandang pembeli. Dilihat dari sudut pandang penjual, empat P merupakan perangkat pemasaran yang tersedia untuk mempengaruhi pembeli. Akan tetapi, dilihat dari sudut pandang pembeli empat P merupakan perangkat pemasaran yang dirancang untuk memberikan manfaat bagi pelanggan. Komponen-komponen dari bauran pemasaran yang sering disebut empat P tersebut antara lain adalah produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*) dan promosi (*promotion*) (Kotler dan Keller, 2009).

a) Produk (*product*)

Unsur produk dalam hal ini adalah menetapkan cara dan penyediaan produk yang tepat bagi pasar yang dituju, sehingga dapat memuaskan para konsumennya dan sekaligus dapat meningkatkan keuntungan perusahaan dalam jangka panjang, melalui peningkatan penjualan, dan peningkatan *share* pasar. Secara umum produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dibeli, digunakan dan dikonsumsi. Pada dasarnya produk yang dibeli konsumen itu dapat dibedakan atas tiga tingkatan, yaitu:

- 1) Produk inti merupakan inti atau dasar yang sesungguhnya dari produk yang ingin diperoleh atau didapatkan oleh seseorang pembeli atau konsumen dari produk tersebut.
- 2) Produk formal merupakan bentuk, model, kualitas atau mutu, merek, dan kemasan yang menyertai produk tersebut.
- 3) Produk tambahan merupakan tambahan produk formal dengan berbagai balas jasa yang menyertainya, seperti pemasaran. Pemilihan jenis produk yang akan dihasilkan dan dipasarkan akan menentukan kegiatan promosi yang dibutuhkan serta penentuan harga dan cara penyalurannya.

Unsur produk yang dapat dilakukan mencakup keputusan tentang bauran produk, merek dagang, cara pembungkusan atau kemasan produk, tingkat mutu atau kualitas dari produk dan pelayanan yang diberikan.

b) Harga (*price*)

Harga merupakan unsur terpenting kedua dalam bauran pemasaran setelah produk dan merupakan satu-satunya unsur dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan penjualan, sedangkan unsur-unsur lainnya merupakan pengeluaran biaya saja. Pada penetapan harga perlu diperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi baik langsung maupun tidak langsung. Faktor yang mempengaruhi secara langsung adalah harga bahan baku, biaya

produksi, biaya pemasaran, serta adanya peraturan pemerintah dan faktor lainnya. Faktor tidak langsung erat hubungannya dalam penetapan harga produk sejenis yang dijual oleh para pesaing. Ada beberapa tujuan penetapan harga yang diambil, yaitu:

- 1) Memperoleh laba yang maksimum. Salah satu tujuan yang paling lazim dalam penetapan harga adalah untuk memperoleh hasil laba jangka pendek yang maksimal.
- 2) Mendapatkan *share* pasar tertentu. Sebuah perusahaan dapat menetapkan tingkat harga tertentu untuk mendapatkan atau meningkatkan *share* pasar.
- 3) Memerah pasar. Perusahaan mengambil manfaat memperoleh dari bersedianya pembeli membayar dengan harga yang lebih tinggi dari pembeli yang lain, karena barang yang ditawarkan memberikan nilai yang lebih tinggi bagi mereka.

c) Promosi (*promotion*)

Promosi merupakan berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan dengan tujuan utama untuk menginformasikan, membujuk, mempengaruhi, dan mengingatkan konsumen agar membeli produk dari perusahaan. Kegiatan promosi yang dilakukan sejalan dengan rencana pemasaran secara keseluruhan dan diharapkan akan dapat berperan secara aktif dalam meningkatkan penjualan dan *share* pasar.

Selain itu kegiatan promosi ini juga diharapkan akan dapat mempertahankan ketenaran merek selama ini dan bahkan ditingkatkan, bila menggunakan program promosi yang tepat.

Kegiatan promosi yang dilakukan suatu perusahaan menggunakan bauran promosi yang terdiri dari:

- 1) Advertensi merupakan suatu bentuk penyajian dan promosi dari gagasan, barang atau jasa yang dibiayai oleh suatu sponsor tertentu yang bersifat non-personal. Media yang sering digunakan dalam advertensi ini adalah radio, televisi, majalah, surat kabar, dan *billboard*.

- 2) *Personal selling* merupakan penyajian secara lisan dalam suatu pembicaraan dengan seseorang atau lebih calon pembeli dengan tujuan agar dapat terealisirnya penjualan.
 - 3) Promosi penjualan merupakan segala kegiatan pemasaran selain *personal selling*, advertensi, dan publisitas yang merangsang pembelian oleh konsumen dan keefektifan agen seperti pameran, dan pertunjukan.
 - 4) Publisitas merupakan usaha untuk merangsang permintaan dari suatu produk secara non-personal baik yang berupa berita yang bersifat komersial.
- d) Tempat (*place*) atau Distribusi
- Tempat menunjukkan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh produsen untuk menjadikan suatu produk yang dihasilkan dapat diperoleh dan tersedia bagi konsumen pada waktu dan tempat yang tepat di mana konsumen berada. Untuk mencapai tujuan dan sasaran perusahaan di bidang pemasaran, setiap perusahaan melakukan kegiatan penyaluran. Kebijakan penyaluran merupakan salah satu kebijakan pemasaran terpadu yang mencakup penentuan saluran pemasaran dan distribusi fisik. Kedua faktor ini mempunyai hubungan yang sangat erat dalam keberhasilan penyaluran dan sekaligus keberhasilan pemasaran produk perusahaan.

Saluran pemasaran adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses menjadikan suatu produk atau jasa siap untuk dikonsumsi (Kotler, 1997).

Beberapa faktor yang menentukan panjang pendeknya saluran pemasaran antara lain adalah :

- a) Jarak antara produsen ke konsumen, makin jauh maka makin panjang saluran pemasarannya.
- b) Cepat lambatnya produk rusak, produk yang cepat rusak menghendaki saluran pemarkan yang pendek.

- c) Skala produksi, semakin kecil skala produksi semakin panjang saluran pemasarannya.
- d) Posisi keuangan pengusaha, produsen yang posisi keuangannya kuat cenderung mampu memperpendek saluran.
- e) Derajat standarisasi, makin identik produk makin panjang salurannya.
- f) Kemeriahan produk, biaya pemindahan tinggi saluran terpendek.
- g) Nilai unit dari suatu produk, makin rendah nilai unit suatu produk, semakin panjang saluran pemasarannya.
- h) Bentuk pemakaian produk, produk yang dapat digunakan untuk berbagai bentuk pemakaian bisaanya saluran tataniaganya lebih rumit dan panjang.
- i) Struktur pasar, struktur pasar yang terbentuk monopoli bisaanya saluran tataniaganya lebih pendek di banding struktur pasar yang lain.

Untuk menyalurkan produk dari produsen sampai pada konsumen akhir, maka perusahaan biasanya menetapkan tingkat saluran pemasaran yang akan menyalurkan produknya. Menurut Hasyim (2012) terdapat lima saluran tataniaga yang dapat digunakan dalam pendistribusian produk pertanian, yaitu :

- a) Produsen – konsumen
Bentuk saluran distribusi yang paling pendek dan yang paling sederhana adalah saluran distribusi dari produsen ke konsumen, tanpa menggunakan perantara. Produsen dapat menjual barang yang dihasilkannya melalui pos atau langsung mendatangi rumah konsumen (dari rumah ke rumah). Oleh karena itu saluran ini disebut saluran distribusi langsung.
- b) Produsen – pengecer – konsumen akhir
Seperti halnya dengan jenis saluran yang pertama (produsen - konsumen), saluran ini juga disebut sebagai saluran distribusi

langsung. Disini, pengecer langsung melakukan pembelian kepada produsen.

- c) Produsen – pedagang kecil – pedagang besar – pengecer – konsumen akhir

Dalam menyalurkan produknya, produsen menjual terlebih dahulu kepada pedagang kecil yang kemudian disalurkan ke pedagang besar agar pengecer dapat menyalurkan hingga sampai ke produsen akhir.

- d) Produsen – pedagang kecil – pengecer – konsumen akhir

Produsen menggunakan perantara pedagang kecil untuk menyalurkan produknya ke pengecer, setelah itu barulah produk sampai ke konsumen akhir.

- e) Produsen – pedagang besar – pengecer – konsumen akhir.

Dalam saluran ini, produsen menjual terlebih dahulu produknya ke pedagang besar. Sehingga pedagang besar dapat menjual ke pedagang-pedagang pengecer untuk disalurkan ke konsumen akhir.

9. Jasa Layanan Pendukung

Jasa layanan pendukung merupakan subsistem yang menyediakan jasa bagi subsistem agribisnis hulu, usahatani dan subsistem hilir. Termasuk kedalamnya adalah koperasi, lembaga penelitian dan pengembangan, perkreditan dan asuransi, transportasi, pendidikan, lembaga pelatihan dan penyuluhan, teknologi komunikasi dan informasi, serta dukungan kebijaksanaan pemerintah (Soekartawi, 2000). Subsistem jasa layanan pendukung agribisnis (kelembagaan) atau supporting institution adalah semua jenis kegiatan yang berfungsi untuk mendukung dan melayani serta mengembangkan kegiatan subsistem hulu, subsistem usaha tani, dan subsistem hilir.

Lembaga-lembaga yang terkait dalam kegiatan pendukung agribisnis adalah penyuluh, konsultan, keuangan, dan penelitian. Lembaga penyuluhan dan konsultan memberikan layanan informasi yang dibutuhkan oleh petani dan pembinaan teknik produksi, budidaya pertanian, dan manajemen pertanian. Lembaga keuangan seperti

perbankan dan asuransi yang memberikan layanan keuangan berupa pinjaman dan penanggung risiko usaha (khusus asuransi). Lembaga penelitian baik yang dilakukan oleh balai-balai penelitian atau perguruan tinggi memberikan layanan informasi teknologi produksi, budidaya, atau teknik manajemen mutakhir hasil penelitian dan pengembangan (Soehardjo, 1997).

Berdasarkan pengertian menurut beberapa ahli, maka dapat disimpulkan bahwa lembaga-lembaga yang termasuk ke dalam jasa layanan pendukung adalah :

a) Lembaga keuangan (Bank dan Non Bank)

Menurut Undang-undang Nomor 14 Tahun 1967 tentang Pokok-Pokok Perbankan, yang dimaksud lembaga keuangan adalah semua badan yang melalui kegiatan-kegiatan di bidang keuangan, menarik uang dan masyarakat dan menyalurkan uang tersebut kembali ke masyarakat. Bank berasal dari bahasa Italia yaitu *banco* yang artinya meja untuk penitipan atau penukaran uang di pasar. Lembaga keuangan non bank merupakan semua lembaga yang menyelenggarakan jasa layanan keuangan selain yang diselenggarakan oleh bank. Contoh lembaga keuangan non bank adalah pegadaian, perusahaan sewa guna usaha (leasing), koperasi simpan pinjam, asuransi, pasar modal (bursa efek), penyelenggaraan dana pensiun, dll.

b) Lembaga penyuluhan pertanian

Penyuluhan pertanian didefinisikan sebagai pendidikan non formal yang ditujukan kepada petani dan keluarganya dengan tujuan jangka pendek untuk mengubah perilaku termasuk sikap, tindakan dan pengetahuan ke arah yang lebih baik, serta tujuan jangka panjang untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia. Kegiatan penyuluhan pertanian melibatkan dua kelompok yang aktif. Di satu pihak adalah kelompok penyuluh dan yang ke dua adalah kelompok (Sastratmadja, 1993 dalam Aldhriana, 2016).

c) Lembaga penelitian

Lembaga pendidikan dan pelatihan mempersiapkan para pelaku agribisnis yang professional, sedangkan lembaga penelitian memberikan sumbangan berupa teknologi dan informasi (Soehardjo, 1997).

d) Kebijakan pemerintah

Sektor pertanian merupakan salah satu sektor yang juga tidak luput dari kebijakan dan campur tangan pemerintah. Kebijakan pembinaan di sektor pertanian meliputi komponen dasar, yaitu petani, komoditas hasil pertanian, dan wilayah pembangunan pertanian. Pembinaan terhadap petani ditujukan untuk meningkatkan pendapatannya. Pengembangan komoditas hasil pertanian diarahkan agar benar-benar berfungsi sebagai faktor yang menghasilkan bahan pangan, bahan ekspor, dan bahan baku bagi industri. Pembinaan terhadap wilayah pertanian dimaksudkan untuk dapat menunjang pembangunan wilayah seutuhnya dan tidak terjadi ketimpangan wilayah.

e) Transportasi

Transportasi adalah kegiatan pemindahan penumpang dan barang dari satu tempat ke tempat lain. Terdapat unsur pergerakan (*movement*) dalam transportasi, dan secara fisik terjadi perpindahan tempat atas barang atau penumpang dengan atau tanpa alat angkut ke tempat lain. Sistem transportasi merupakan suatu bentuk keterikatan dan keterkaitan antara penumpang, barang, prasarana, dan sarana yang berinteraksi dalam rangka perpindahan orang atau barang yang tercakup dalam suatu tatanan, baik secara alami maupun buatan/rekayasa (Hadihardja, 1997 dalam Aldhariana).

f) Teknologi informasi dan komunikasi

Secara terminologi TIK dapat dikelompokkan dalam dua aspek yaitu teknologi informasi dan teknologi komunikasi. Teknologi informasi didefinisikan sebagai segala hal yang berkaitan dengan proses, manipulasi teknologi pengolahan dan penyebaran data dan informasi

dengan menggunakan *hardware* dan *software*, komputer, komunikasi, dan elektronik digital secara tepat dan efektif.

Teknologi informasi disusun oleh teknologi komputer yang menjadi pendorong utama perkembangan teknologi informasi dan muatan informasi (*information content*) yang menjadi aplikasi informasi pada teknologi komputer. Teknologi komunikasi adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan penggunaan alat bantu untuk memproses dan mentransfer data dari perangkat yang satu ke lainnya. Teknologi informasi dan teknologi komunikasi adalah dua buah konsep yang tidak terpisahkan.

Menurut Firdaus (2008) pengembangan agribisnis harus berdasarkan asas keberlanjutan yakni, mencakup aspek ekologis, sosial dan ekonomi. Artinya, diperlukan suatu wadah yang sesuai untuk merealisasikan pembangunan yang berasaskan keberlanjutan yaitu suatu organisasi dalam setiap skala usaha agribisnis atau dengan kata lain sebagai lembaga penunjang. Pada hakikatnya, bentuk badan usaha secara terperinci adalah sebagai berikut :

a) Perusahaan perseorangan atau individu

Bentuk badan usaha yang paling tua dan paling sederhana adalah perusahaan perseorangan, yaitu organisasi yang dimiliki, dikelola dan dikendalikan oleh satu orang. Umumnya perusahaan perseorangan bermodal kecil, terbatasnya jenis serta jumlah produksi, memiliki tenaga kerja/buruh yang sedikit dan penggunaan alat produksi teknologi sederhana.

b) Perusahaan persekutuan

Perusahaan persekutuan adalah badan usaha yang dimiliki oleh dua orang atau lebih yang secara bersama-sama bekerja sama untuk mencapai tujuan bisnis. Pada perusahaan persekutuan tidak ada batasan untuk orang dari luar untuk masuk menjadi anggota perusahaan tersebut. Pada dasarnya terdapat dua jenis persekutuan, yaitu persekutuan Firma dan Persekutuan Komanditer (*Commanditaire Vennotschaap* atau CV).

- c) Perseroan Terbatas (PT)
Perseroan terbatas (PT) merupakan organisasi bisnis yang memiliki badan hukum resmi yang dimiliki oleh minimal dua orang dengan tanggung jawab yang hanya berlaku pada perusahaan tanpa melibatkan harta pribadi atau perseorangan yang ada di dalamnya. Modal usaha dari PT terdiri atas saham-saham dari para pemegang saham.
- d) Badan Usaha Milik Negara (BUMN)
Badan Usaha Milik Negara (BUMN) adalah badan usaha dan anak perusahaannya yang seluruh modalnya dimiliki oleh negara.
- e) Perusahaan Daerah
Perusahaan daerah adalah suatu perusahaan yang sebagian modalnya dimiliki oleh pemerintah daerah. Perusahaan daerah didirikan dengan suatu peraturan daerah dan harus mendapat pengesahan dari instansi terkait. Modal seluruhnya atau sebagian berasal dari kekayaan pemerintah daerah yang telah dipisahkan.
- f) Koperasi
Menurut Undang-Undang RI Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian, koperasi didefinisikan sebagai badan usaha yang beranggotakan orang seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan.

B. Kajian Penelitian Terdahulu

Kajian penelitian terdahulu diperlukan sebagai bahan referensi dan penuntun dalam penentuan metode dalam menganalisis data penelitian serta untuk mempermudah dalam pengumpulan data. Penelitian ini mengkaji tentang keragaan agroindustri yaitu pada agroindustri tahu. Kajian penelitian terdahulu memperlihatkan persamaan dan perbedaan dalam hal komoditas, waktu, tempat dan metode penelitian untuk mendukung penelitian ini. Kajian penelitian terdahulu tersebut disajikan pada Tabel 8.

Berdasarkan Tabel 8 dapat diketahui bahwa peneliti terdahulu yang melakukan analisis mengenai keragaan pada agroindustri yaitu Safira (2017), Aldhariana (2016), dan Basiroh (2017). Metode analisis yang digunakan untuk menganalisis pendapatan agroindustri yaitu metode pendapatan berdasarkan biaya total menurut Soekartawi (1995). Pada penelitian ini dilakukan analisis keuntungan agroindustri tahu menurut Kartadinata (2000).

Penelitian terdahulu yang menganalisis nilai tambah suatu agroindustri adalah Budiman, Yusri dan Tety (2012), Fransido, Zakaria dan Kalsum (2011), Zulkifli (2012), dan Wiyono dan Baksh (2015). Metode analisis yang digunakan untuk menganalisis nilai tambah agroindustri yaitu metode Hayami. Merujuk pada penelitian terdahulu maka pada penelitian ini analisis nilai tambah yang dilakukan menggunakan metode Hayami.

Setiorini (2008) dan Bangun (2010) merupakan peneliti terdahulu yang melakukan analisis mengenai pemasaran. Metode analisis yang digunakan untuk menganalisis bauran pemasaran pada penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif berdasarkan 4P (*product, price, place, promotion*).

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu pada penelitian ini penulis melakukan analisis mengenai keragaan dari agroindustri tahu yang mencakup pengadaan bahan baku, pengolahan produk, pemasaran hingga jasa layanan pendukung. Lokasi pada penelitian ini berbeda pada penelitian terdahulu yaitu di sentra industri tahu Pekon Gadingrejo. Analisis keuntungan dilakukan untuk mengetahui berapa besarnya keuntungan yang diperoleh agroindustri. Analisis nilai tambah bertujuan untuk menilai keberhasilan dari suatu agroindustri yang terlihat dari besarnya nilai tambah yang dihasilkan. Analisis bauran pemasaran ini dilakukan untuk menilai apakah pemasaran tahu yang telah dilakukan telah efisien sehingga dapat diambil keputusan yang tepat untuk pengembangan usaha agroindustri tahu di Sentra Industri Tahu Pekon Gadingrejo.

Tabel 8. Kajian penelitian terdahulu

No	Peneliti (Tahun)	Judul	Metode	Hasil Penelitian
1	Safira (2017)	Analisis Keragaan Agroindustri Tahu Kulit Di Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Kota Bandar Lampung	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis deskriptif kualitatif 2. Analisis kinerja produksi, R/C ratio dan nilai tambah metode Hayami 3. Analisis bauran pemasaran dan saluran pemasaran 4. Analisis deskriptif kualitatif 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengadaan bahan baku pada agroindustri tahu sudah sesuai dengan elemen-elemen pengadaan bahan baku. 2. Kinerja produksi agroindustri tahu belum baik karena belum memenuhi komponen produktivitas dan fleksibilitas. Pendapatan ke tiga agroindustri sudah baik karena R/C rasio sudah > 1 dan nilai tambah yang diberikan ke tiga agroindustri positif. 3. Agroindustri tahu sudah menerapkan <i>marketing mix</i> dan terdapat dua saluran pemasaran dalam kegiatan pemasaran tahu kulit yaitu secara langsung kepada konsumen dan dengan melibatkan pedagang pengecer. 4. Jasa layanan pendukung yang dimanfaatkan agroindustri tahu adalah bank, pegadaian, sarana transportasi, teknologi informasi dan komunikasi, kebijakan pemerintah, dan pasar.
2	Aldhariana (2016)	Analisis Keragaan Agroindustri Beras Siger (Studi Kasus pada Agroindustri Toga Sari (Kabupaten Tulang Bawang) dan Agroindustri Mekar Sari (Kota Metro)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis deskriptif kualitatif 2. Analisis R/C ratio dan nilai tambah metode Hayami 3. Analisis bauran pemasaran dan efisiensi pemasaran 4. Analisis deskriptif kualitatif 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keenam komponen bahan baku pada Agroindustri Toga Sari sudah tepat, sedangkan pada Agroindustri Mekar Sari terdapat satu komponen yang belum tepat yaitu harga. 2. Kedua agroindustri layak dijalankan karena memiliki nilai tambah yang positif dan menguntungkan karena nilai R/C rasio lebih dari satu. 3. Strategi pemasaran beras siger pada kedua agroindustri sudah menggunakan <i>marketing mix</i>. Sistem pemasaran pada ke dua agroindustri belum efisien. 4. Seluruh jasa layanan pendukung yang dimanfaatkan kedua agroindustri beras siger yaitu lembaga penyuluhan, sarana transportasi, kebijakan pemerintah, serta teknologi informasi dan komunikasi memberikan peran yang positif.

Tabel 8. Lanjutan

No	Peneliti (Tahun)	Judul	Metode	Hasil Penelitian
3	Basiroh (2017)	Sistem Agribisnis Kencur di Kecamatan Seputih Agung Kabupaten Lampung Tengah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis deskriptif kualitatif. 2. Analisis R/C ratio. 3. Analisis kualitatif dan kuantitatif. 4. Analisis nilai tambah metode hayami. 5. Analisis deskriptif kualitatif 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penyediaan benih, pestisida, alat pertanian dan tenaga kerja untuk usahatani kencur telah memenuhi kriteria 6 tepat, namun penyediaan pupuk tidak tepat waktu dan tepat kuantitas. 2. Total pendapatan yang diperoleh dari hasil usahatani kencur sebesar Rp2.320.308,48/1.000 m² dengan R/C atas biaya tunai sebesar 6,25 dan R/C atas biaya total sebesar 1,42. 3. Saluran pemasaran kencur di Kecamatan Seputih Agung Kabupaten Lampung Tengah terdiri atas dua saluran pemasaran dan belum efisien. 4. Nilai tambah pembuatan gaplek kencur sebesar Rp2.933,33/kg dan bernilai positif. 5. Jasa layanan pendukung yang mendukung agribisnis kencur adalah bank, lembaga penyuluhan, lembaga pemasaran dan distribusi, transportasi, dan peraturan pemerintah.
4	Fransido, Zakaria dan Kalsum (2011)	Analisis Pendapatan, Nilai Tambah Dan Kelayakan Finansial Agroindustri Keripik di Bandar Lampung	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis nilai tambah Hayami 2. Analisis R/C ratio 3. Analisis kelayakan finansial 4. Analisis sensitivitas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Agroindustri keripik di Bandar Lampung merupakan unit usaha yang menguntungkan dengan R/C lebih dari 1 dan tingkat keuntungan Rp 2.945.333,00 sampai dengan Rp 553.468.452,00. 2. Nilai tambah yang diperoleh dari pengolahan keripik ini sebesar Rp 7.241,00 untuk keripik pisang kepok rasa, Rp 7.693,00 untuk keripik pisang kepok biasa, Rp 1.920,00 untuk keripik ubi jalar, Rp 2.765,00 untuk keripik singkong, Rp 1.267,00 untuk keripik nangka, Rp 2.702,00 untuk keripik pisang muli dan Rp 4.163,00 untuk keripik pisang ambon pada setiap per kilogram bahan baku. 3. Secara finansial agroindustri keripik di Bandar Lampung menguntungkan dan layak dikembangkan pada tingkat suku bunga yang berlaku 14%. 4. Agroindustri keripik di Bandar Lampung merupakan unit usaha yang sensitif (tidak stabil) apabila terjadi kenaikan biaya produksi sampai dengan 10,99% dan atau penurunan penerimaan 7,60%.

Tabel 8. Lanjutan

No	Peneliti (Tahun)	Judul	Metode	Hasil Penelitian
5	Zulkifli (2012)	Analisis Pendapatan dan Nilai Tambah pada Agroindustri Keripik Ubi di Kecamatan Tanah Luas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis pendapatan 2. Analisis nilai tambah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Agroindustri pengolahan keripik ubikayu memberikan keuntungan yang diterima adalah sebesar Rp 4.340.625 per lima kali proses produksi selama satu bulan. 2. Nilai tambah yang dinikmati pengusaha dari agroindustrisebesar Rp 5.495,00 per kilogram bahan baku yang dimanfaatkan.
6	Budiman, Yusri dan Tety (2012)	Analisis Efisiensi Dan Nilai Tambah Agroindustri Tahu Di Kota Pekanbaru	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis biaya, penerimaan, keuntungan dan profitabilitas 2. Analisis efisiensi usaha 3. Analisis nilai tambah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Total biaya yang dikeluarkan oleh pengusaha tahu rata-rata sebesar Rp.69.228.509,33 per bulan, penerimaan rata-rata sebesar Rp.96.147.690,00 per bulan dan keuntungan rata-rata sebesar Rp.26.919.181,00 per bulan serta nilai profitabilitas usaha agroindustri tahu sebesar 38,88 persen. 2. Usaha agroindustri tahu sudah efisien karena nilai R/C rasio lebih dari satu yaitu sebesar 1,39. 3. Nilai tambah yang diperoleh dari tahu ukuran kecil adalah sebesar Rp.7.607,69/kg dengan rasio nilai tambahnya sebesar 51,49%. Sedangkan nilai tambah yang diperoleh dari tahu ukuran besar adalah sebesar Rp.5.578,80/kg dan rasio nilai tambah tahu ukuran besar adalah sebesar 43,77%.
7	Setiorini (2008)	Analisis Efisiensi Pemasaran Ikan Mas di Kecamatan Pagelaran, Kabupaten Tanggamus, Provinsi Lampung	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis lembaga dan saluran pemasaran 2. Analisis fungsi-fungsi pemasaran 3. Analisis struktur pasar 4. Analisis perilaku pasar 5. Analisis margin dan efisiensi pemasaran 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat empat saluran Ikan Mas di Kecamatan Pagelaran. Farmer's share dan rasio keuntungan dan biaya (total) pada saluran 1 sebesar 34,36% dan 44,06%, pada saluran 2 sebesar 89,66% dan 120,40%, saluran 3 sebesar 72,22% dan 59,91%, saluran 4 sebesar 65% dan 107,89%. 2. Saluran pemasaran Ikan Mas di Kecamatan Pagelaran, berdasarkan farmer's share dan rasio keuntungan dan biaya (total) saluran yang paling efisien adalah saluran 2 yang melibatkan pembudidaya, pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. <i>Farmer's share</i> yang diterima lebih besar dibandingkan saluran yang lainnya dan margin yang terbentuk diantara pedagang perantara tidak terlalu besar.

Tabel 8. Lanjutan

No	Peneliti (Tahun)	Judul	Metode	Hasil Penelitian
8	Wiyono dan Baksh (2015)	Analisis Pendapatan Dan Nilai Tambah Usaha Tahu Pada Industri Rumah Tangga “WAJIANTO” Di Desa Ogurandu Kecamatan Bolano Lambunu Kabupaten Parigi Moutong	1. Analisis deskriptif. 2. Analisis pendapatan. 3. Analisis nilai tambah metode Hayami.	1. Penerimaan yang diperoleh industri rumah tangga “WAJIANTO” dalam memproduksi tahu selama Bulan Agustus Tahun 2014 sebesar Rp 28.000.000, pendapatan sebesar Rp 10.414.786,6. 2. Nilai tambah sebesar Rp 10.337,72/kg untuk setiap proses produksi sebanyak 1 kg kedelai akan menghasilkan 0,7 kg tahu
9	Bangun (2010)	Analisis Efisiensi Pemasaran Udang Windu (<i>Penaeus monodon</i>) (Studi Kasus : di Desa Panimbang, Serang, Banten)	1. Analisis saluran dan lembaga pemasaran 2. Analisis struktur dan perilaku pasar	1. Terdapat tiga saluran pemasaran udang windu yang terjadi di Desa Panimbang, Serang, Banten hingga sampai ke konsumen 2. Struktur pasar yang dihadapi setiap lembaga pemasaran memiliki perbedaan seperti, petambak menghadapi struktur pasar bersifat pasar oligopsoni, sementara struktur pasar yang dihadapi oleh pedagang pengumpul bersifat persaingan oligopoli, sedangkan struktur pasar yang dihadapi pedagang pengecer adalah pasar oligopoli. Perilaku pasar yang terjadi di Desa Panimbang, Serang, Banten diamati melalui sistem pembayaran antara lembaga yang terkait dalam pemasaran udang windu yaitu terdapat sistem pembayaran tunai, DP (<i>down payment</i>) dan ada uang ada barang
10	Rahmatulloh (2015)	Analisis Kinerja dan Lingkungan Agroindustri BihunTapioka Di Kota Metro	1. Analisis kuantitatif. 2. Analisis deskriptif kualitatif	1. Kinerja agroindustri secara umum sudah baik dengan produktivitas rata-rata per bulan sebesar 69,02 kg/HOK, kapasitas produksi rata-rata sebesar 62 persen, dan pendapatan rata-rata diperoleh sebesar Rp74.903.601 per bulan dengan R/C rasio 1,56 (R.C > 1). 2. Identifikasi lingkungan internal dan eksternal diperoleh; kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

C. Kerangka Pemikiran

Sentra industri tahu Pekon Gadingrejo merupakan salah satu sentra agroindustri tahu yang ada di Kabupaten Pringsewu dengan banyaknya agroindustri yang berada pada satu wilayah yang sama yaitu di Pekon Gadingrejo. Agroindustri tahu merupakan industri pengolahan hasil pertanian dengan jumlah unit terbanyak ketiga di Kabupaten Pringsewu. Pengrajin tahu dalam menjalankan usahanya menggunakan input yaitu bahan baku berupa kedelai dan bahan penunjang lainnya, tenaga kerja, peralatan, mesin serta bahan bakar yang akan mempengaruhi keberhasilan agroindustri yang dikelola. Pengadaan bahan baku, bahan penolong dan tenaga kerja sangat penting hubungannya dengan proses pengolahan produk. Pengolahan produk akan berjalan lancar jika proses pengadaan berjalan lancar dan dapat terpenuhi dengan tepat dan efisien.

Pengrajin tahu mengeluarkan biaya untuk penggunaan input agar proses produksi dapat berjalan dengan baik. Proses produksi mentransformasikan faktor produksi menjadi output berupa tahu yang memiliki harga jual. Harga jual tersebut akan menghasilkan penerimaan bagi pengusaha tahu.

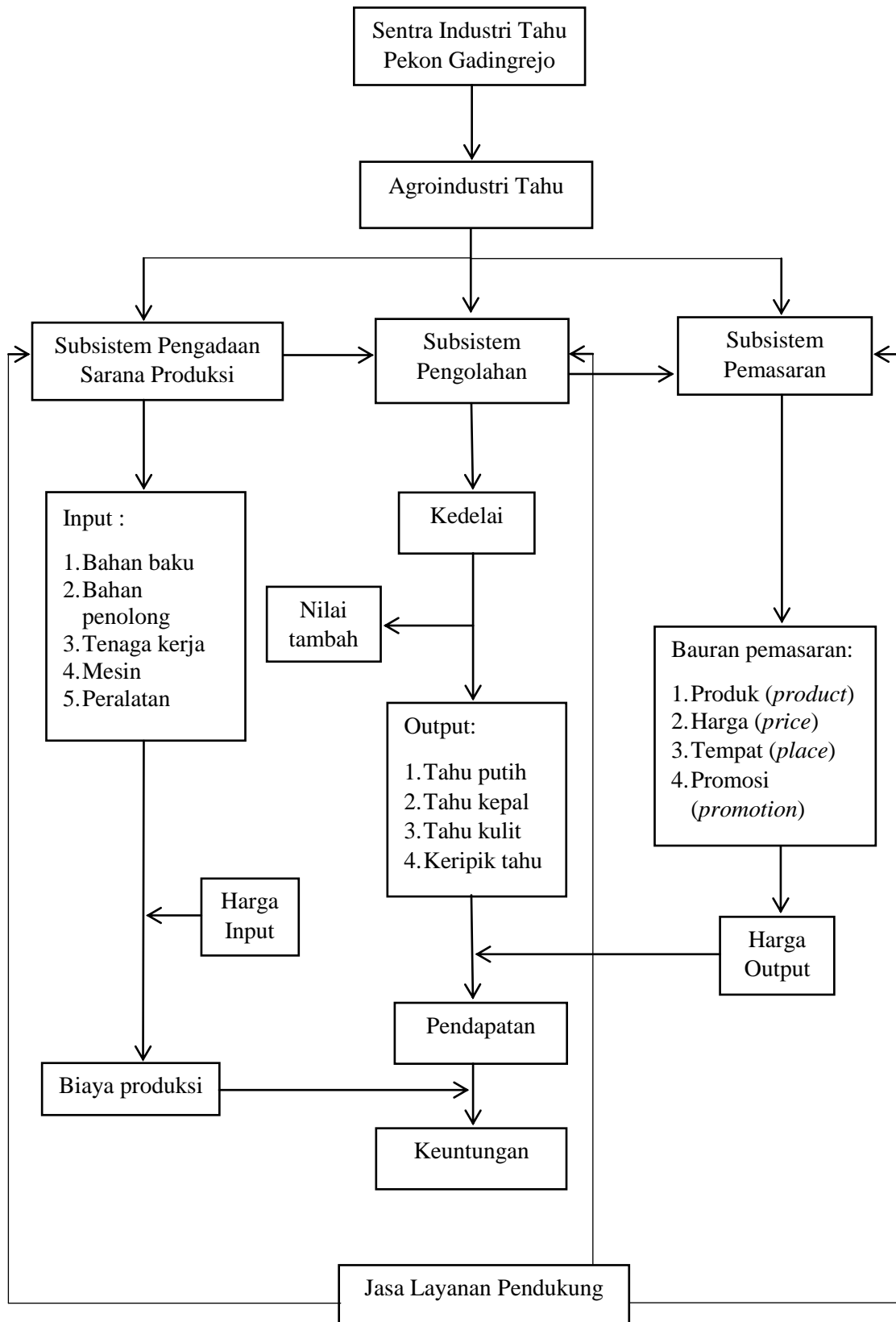
Penggunaan input dengan biaya produksi seminimal mungkin diperlukan dalam proses produksi tahu. Hal itu perlu dilakukan agar memaksimalkan pendapatan sehingga meningkatkan keuntungan. Analisis keuntungan untuk mengetahui seberapa besar keuntungan yang diperoleh pengusaha tahu dalam memproduksi tahu.

Pada kegiatan pengolahan yang dilakukan pada agroindustri tahu akan menghasilkan nilai tambah. Analisis nilai tambah diperlukan untuk mengetahui keberhasilan dari agroindustri tahu. Nilai tambah diperoleh dengan menggunakan metode Hayami. Apabila nilai tambah bernilai positif maka pengembangan agroindustri tahu menguntungkan, sedangkan apabila nilai tambah bernilai negatif maka pengembangan agroindustri tahu kurang menguntungkan.

Pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi pemilik usaha, hal tersebut dikarenakan supaya produknya dikenal oleh masyarakat.

Agroindustri tahu di Pekon Gadingrejo sudah memasarkan produknya ke beberapa wilayah seperti Pringsewu, Gadingrejo, Gedongtataan, Wiyono, dan Kedondong. Seiring dengan meningkatnya konsumsi masyarakat akan tahu menyebabkan munculnya agroindustri tahu baru di luar Pekon Gadingrejo.

Hal ini tentu menyebabkan peluang pasar yang dimiliki agroindustri tahu semakin menyempit yang berakibat pada penurunan produksi dan pendapatan pada agroindustri tahu dan mengancam keberlangsungan agroindustri tahu tersebut. Oleh karena itu perlu dilakukan analisis bauran pemasaran dan saluran distribusi untuk mengetahui apakah kegiatan pemasaran tahu yang telah dilakukan efisien atau belum. Jika agroindustri telah melakukan pemasaran secara efisien maka dapat memanfaatkan peluang yang ada dalam pemasaran dengan baik sehingga posisi perusahaan di pasar dapat dipertahankan atau ditingkatkan. Subsistem jasa layanan pendukung akan memberikan dukungan terhadap keberhasilan sistem agribisnis dan menyediakan jasa bagi keempat subsistem agribisnis lainnya. Satu subsistem dengan subsistem lainnya pada sistem agribisnis saling berkaitan sehingga kinerja masing-masing subsistem akan sangat ditentukan oleh subsistem yang lain. Berdasarkan uraian di atas maka diagram alir kerangka pemikiran secara ringkas dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Diagram alir Analisis Keragaan Agroindustri Tahu pada Sentra Industri Tahu Pekon Gadingrejo

III. METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Metode survei adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologis (Sugiyono, 2001). Sehingga diperoleh informasi dari sampel agroindustri tahu mengenai keragaan agroindustri yang dimulai dari kegiatan pengadaan bahan baku, kegiatan pengolahan, dan kegiatan pemasaran yang ditunjang dengan jasa layanan pendukung yang dapat mewakili populasi pada Sentra Industri Tahu Pekon Gadingrejo.

B. Konsep Dasar dan Batasan Operasional

Konsep dasar dan batasan operasional merupakan pengertian dan petunjuk mengenai variabel yang akan diteliti untuk memperoleh dan menganalisis data yang berhubungan dengan penelitian. Batasan operasional disusun dengan tujuan untuk membatasi ruang lingkup variabel yang digunakan serta untuk menghindari penafsiran yang berbeda dari istilah yang digunakan dalam penelitian.

Keragaan adalah bermacam kegiatan yang saling berhubungan satu sama lain yang terdapat pada agroindustri. Macam-macam kegiatan dalam penelitian ini yaitu pada agroindustri tahu, dimana keragaan di dalam suatu agroindustri tahu adalah pengadaan bahan baku, proses produksi, dan pemasaran, serta jasa

layanan pendukung yang mendukung agroindustri tahu.

Agroindustri adalah subsistem dari sistem agribisnis yang memanfaatkan dan memiliki kaitan langsung dengan produk-produk pertanian yang akan ditransformasikan menjadi produk yang memiliki nilai ekonomis yang tinggi.

Agroindustri tahu adalah usaha pengolahan bahan baku kedelai menjadi beberapa produk tahu dan produk sampingan berupa oncom.

Tahu adalah salah satu jenis makanan olahan hasil penggumpalan protein kedelai. Komposisi zat gizi dalam tahu cukup baik. Tahu juga mempunyai daya cerna yang sangat tinggi karena serat dan karbohidrat yang bersifat larut dalam air sebagian besar terbuang pada proses pembuatannya.

Tahu putih merupakan salah satu jenis tahu yang memiliki tekstur padat dengan pori-pori agak besar. Di pasaran dapat dijumpai dalam beragam bentuk dan ukuran, tahu kepal salah satunya. Tahu kepal memiliki ukuran yang lebih besar dibanding tahu putih kotak, dibuat dengan cara membungkus tahu putih yang baru diproduksi dengan kain lalu diikat sehingga akan menghasilkan bentuk tahu seperti bekas kepalan.

Tahu kulit adalah salah satu jenis tahu yang memiliki warna kecokelatan, hasil dari penggorengan. Tahu kulit biasanya digunakan untuk membuat tahu isi.

Keripik tahu adalah produk olahan dari tahu yang memiliki rasa gurih dan renyah. Keripik tahu dibuat dari tahu kulit yang kemudian dipotong menjadi 2 bagian, ditambahkan tepung dan bumbu-bumbu lalu digoreng.

Oncom adalah produk sampingan yang dihasilkan oleh agroindustri tahu, yang merupakan makanan hasil fermentasi dari ampas tahu.

Masukan (input) adalah bahan-bahan yang digunakan dalam proses produksi. Input yang dimaksud dapat berupa bahan baku, bahan penolong/tambahan, tenaga kerja, peralatan, dan mesin.

Bahan baku merupakan bahan utama yang digunakan dalam suatu proses produksi. Bahan baku atau bahan utama yang digunakan dalam agroindustri tahu ini adalah kedelai yang diukur dalam satuan kilogram (kg).

Biaya bahan baku merupakan harga atau nilai dari bahan baku kedelai yang digunakan dalam proses pengolahan tahu, diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Bahan penolong atau bahan tambahan merupakan bahan produksi yang digunakan selain dari bahan baku dalam kegiatan produksi guna membantu agar bahan baku dapat diproses lebih lanjut, antara lain kayu bakar, batu bara, plastik pembungkus, bahan bakar solar, minyak goreng, garam, tepung, rempah-rempah dan lain-lain.

Biaya bahan penolong adalah harga atau nilai dari bahan penolong yang digunakan dalam proses pengolahan tahu, diukur dalam satuan rupiah (Rp)

Tenaga kerja langsung adalah sejumlah orang yang berperan dalam proses pembuatan tahu secara langsung pada agroindustri baik tenaga kerja dalam keluarga maupun tenaga kerja luar keluarga, yang diukur dalam satuan setara Hari Orang Kerja (HOK) atau setara dengan delapan jam kerja efektif.

Upah tenaga kerja adalah upah rata-rata yang dikeluarkan oleh agroindustri untuk tenaga kerja secara langsung dalam proses produksi, yang dihitung berdasarkan tingkat upah yang berlaku di daerah penelitian, dan diukur dalam rupiah per HOK (Rp/HOK).

Biaya *overhead* pabrik meliputi semua biaya produksi selain biaya bahan langsung (bahan baku) dan tenaga kerja langsung. Terdiri dari biaya bahan tidak langsung atau bahan penolong dan biaya produksi tidak langsung lainnya (listrik, pajak dan penyusutan).

Pengadaan bahan baku adalah proses memperoleh barang ataupun jasa dari

pihak di luar organisasi/perusahaan yang dibutuhkan dalam proses pengolahan agroindustri.

Enam tepat dalam pengadaan bahan baku adalah kegiatan pengadaan bahan baku, bahan penolong dan tenaga kerja yang dibutuhkan dalam proses produksi tahu yang sesuai dengan tepat waktu, tepat tempat, tepat harga, tepat kuantitas, tepat kualitas, dan tepat jenis.

Tepat waktu adalah kesesuaian waktu yang digunakan untuk memperoleh bahan baku kedelai, bahan penolong dan tenaga kerja pada saat proses produksi tahu.

Tepat tempat adalah lokasi yang menjual bahan baku kedelai, bahan penolong dan tenaga kerja dekat dan mudah dijangkau oleh pemilik agroindustri dan memberikan pelayanan yang memuaskan.

Tepat harga adalah harga yang terjangkau yang ditawarkan kepada konsumen dan harga yang dikeluarkan oleh konsumen untuk membeli bahan baku, bahan penolong dan upah tenaga kerja juga sesuai dengan kualitas yang diinginkan.

Tepat jenis adalah jenis bahan baku, bahan penolong dan tenaga kerja yang tersedia sesuai dengan yang dibutuhkan oleh agroindustri tahu untuk proses produksi yaitu berkualitas.

Tepat kualitas adalah kualitas bahan baku kedelai, bahan penolong dan tenaga kerja yang digunakan oleh agroindustri merupakan kualitas terbaik yang diperoleh.

Tepat kuantitas adalah jumlah bahan baku kedelai sesuai dengan target yang akan dibutuhkan oleh agroindustri tahu, jumlah bahan penolong cukup untuk proses produksi dan jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan cukup untuk proses produksi.

Peralatan adalah serangkaian alat yang digunakan dalam proses produksi tahu. Peralatan yang digunakan pada agroindustri tahu antara lain mesin sanyo,

tungku, mesin penggiling, pipa uap, blower, cetakan tahu, kain saringan, pisau, ember dan sebagainya.

Pengolahan adalah suatu kesatuan kegiatan yang dilakukan untuk mengolah bahan baku menjadi produk yang bernilai tambah. Pengolahan tahu adalah suatu kesatuan kegiatan yang dilakukan untuk mengolah kedelai menjadi tahu.

Hasil produksi adalah produksi total tahu yang diperoleh dalam satu kali proses produksi, yang diukur dalam satuan atau kilogram (kg).

Harga output adalah harga jual produk tahu per satuan atau kilogram yang diukur dalam satuan rupiah (Rp).

Pendapatan adalah hasil perkalian antara jumlah produksi tahu yang dihasilkan dengan harga jual tahu per satuan atau kilogram, yang diukur dengan satuan rupiah (Rp).

Keuntungan merupakan selisih antara pendapatan dan biaya produksi sehingga menghasilkan sejumlah uang atau keuntungan yang diukur dalam satuan rupiah (Rp). Biaya produksi meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik.

Faktor konversi adalah banyaknya jumlah output yang dapat dihasilkan dalam satu satuan input. Faktor konversi pada agroindustri tahu adalah perbandingan antara tahu yang dihasilkan dengan penggunaan kedelai dalam perhitungan nilai tambah.

Nilai tambah adalah selisih antara harga output tahu jadi hingga output sudah dikemas dengan harga bahan baku utama kedelai dan sumbangan input lain yang diukur dalam satuan rupiah (Rp). Nilai tambah yang dihitung pada penelitian ini adalah nilai tambah dari produk utama yaitu tahu putih, tahu kepal, tahu kulit dan keripik tahu.

Koefisien tenaga kerja adalah banyaknya tenaga kerja langsung yang diperlukan dalam kegiatan pengolahan.

Sumbangan input lain adalah bahan-bahan penunjang yang digunakan dalam pembuatan tahu dalam perhitungan nilai tambah dan diukur dalam satuan rupiah (Rp/kg bahan baku).

Pemasaran merupakan proses pertukaran yang mencakup serangkaian kegiatan untuk memindahkan barang atau jasa dari produsen ke konsumen dengan tujuan untuk menciptakan permintaan yang efektif serta memperoleh keuntungan dan kepuasan semua pihak yang terlibat.

Bauran pemasaran dapat didefinisikan sebagai serangkaian alat pemasaran taktis yang dapat dikendalikan dan dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan tanggapan yang diinginkan perusahaan dalam pasar sasaran. Bauran pemasaran berkaitan dengan komponen sebagai empat P yaitu : *Product, Price, Promotion, and Place*.

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dibeli, digunakan dan dikonsumsi. Unsur produk dalam hal ini adalah menetapkan cara dan penyediaan produk yang tepat bagi pasar yang dituju, sehingga dapat memuaskan para konsumennya dan sekaligus dapat meningkatkan keuntungan perusahaan dalam jangka panjang, melalui peningkatan penjualan, dan peningkatan share pasar.

Harga merupakan unsur terpenting ke dua dalam bauran pemasaran setelah produk dan merupakan satu-satunya unsur dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan penjualan, sedangkan unsur-unsur lainnya merupakan pengeluaran biaya saja. Pada penetapan harga perlu diperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi baik langsung maupun tidak langsung. Faktor yang mempengaruhi secara langsung adalah harga bahan baku, biaya produksi, biaya pemasaran, serta adanya peraturan pemerintah dan faktor lainnya.

Tempat menunjukkan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh produsen untuk menjadikan suatu produk yang dihasilkan dapat diperoleh dan tersedia bagi konsumen pada waktu dan tempat yang tepat di mana konsumen berada. Untuk mencapai tujuan dan sasaran perusahaan di bidang pemasaran, setiap perusahaan melakukan kegiatan penyaluran sehingga saluran pemasaran termasuk ke dalam unsur tempat ini. Saluran atau rantai pemasaran adalah pihak-pihak yang bekerja sama dalam memasarkan produk tahu yang dihasilkan oleh agroindustri tahu sampai pada konsumen akhir sehingga membentuk sebuah pola atau rantai.

Promosi merupakan berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan dengan tujuan utama untuk menginformasikan, membujuk, mempengaruhi, dan mengingatkan konsumen agar membeli produk dari perusahaan.

Jasa layanan pendukung adalah lembaga-lembaga dan seluruh kegiatan yang menunjang kegiatan agroindustri tahu. Jasa layanan pendukung antara lain adalah lembaga keuangan, lembaga penelitian, lembaga penyuluhan, sarana transportasi, kebijakan pemerintah, teknologi informasi dan komunikasi serta asuransi.

C. Lokasi Penelitian, Waktu Penelitian dan Responden

Penelitian ini dilaksanakan pada Sentra Industri Tahu Pekon Gadingrejo, Kecamatan Gadingrejo, Kabupaten Pringsewu. Lokasi dipilih secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa Pekon Gadingrejo sebagai salah satu sentra pembuatan tahu yang ada di Kabupaten Pringsewu dan merupakan binaan dari Dinas Koperasi, UMKM, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Pringsewu.

Populasi agroindustri tahu yang ada di Sentra Industri Tahu Pekon Gadingrejo tahun 2020 adalah 12 agroindustri. Penentuan responden pada penelitian ini ditentukan secara sengaja (*purposive*). Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah pemilik agroindustri tahu. Responden yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 5 orang pengrajin tahu dengan pertimbangan

responden merupakan anggota dari kelompok pengusaha tahu yang menerapkan asosiasi harga pada penentuan harga jual tahu sehingga harga tahu antar agroindustri sama, dilihat dari segi variasi produk yang dihasilkan agroindustri tahu dan skala usaha dari agroindustri tahu sehingga dapat mewakili populasi dari agroindustri tahu di Sentra Industri Tahu Pekon Gadingrejo. Adapun agroindustri tahu yang dijadikan sebagai responden dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Data responden agroindustri tahu di Sentra Industri Tahu Pekon Gadingrejo

No	Nama responden	Rata-rata per produksi (kg)	Produk yang dihasilkan
1	Priyo Sunarso	150	Tahu putih, tahu kepal, tahu kulit, oncom
2	Yulius Hermawan	125	Tahu putih, tahu kepal, tahu kulit, keripik tahu, oncom
3	Nuryanto	150	Tahu putih, oncom
4	Juanan	100	Tahu putih, tahu kulit, oncom
5	Sukamto	44	Tahu putih, tahu kulit, oncom

Pengambilan responden lembaga pemasaran yang terlibat langsung dalam pemasaran tahu di Sentra Industri Tahu Pekon Gadingrejo menggunakan teknik *snowball sampling*. Cara pengambilan responden dengan teknik ini dilakukan secara berantai. Pelaksanaannya pertama-tama dilakukan wawancara terhadap pengrajin tahu di Sentra Industri Tahu Pekon Gadingrejo, selanjutnya produsen yang bersangkutan menyebutkan calon responden lainnya yakni pedagang sehingga diperoleh suatu rantai pemasaran. Waktu penelitian ini dilakukan pada bulan Mei-Juni 2020.

D. Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh melalui pengamatan dan wawancara langsung dengan responden dengan menggunakan kuesioner. Pengambilan data primer dilakukan melalui pengamatan dan wawancara langsung dengan pelaku agroindustri tahu berdasarkan isi pertanyaan pada kuesioner yang

sudah disiapkan. Data sekunder diperoleh dari studi literatur, laporan-laporan, publikasi, dan pustaka lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini, serta lembaga/instansi yang terkait dalam penelitian ini, seperti Badan Pusat Statistik, dan Dinas Koperasi, UMKM, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Pringsewu.

E. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua cara, yaitu dengan menggunakan analisis deskriptif kuantitatif dan deskriptif kualitatif. Metode pengolahan data dilakukan dengan metode tabulasi dan komputerisasi (Microsoft Excel). Berikut merupakan metode analisis data yang digunakan pada setiap tujuan dalam penelitian :

1. Metode Analisis Tujuan Pertama

Metode analisis data yang digunakan untuk menjawab tujuan penelitian pertama adalah analisis deskriptif kualitatif. Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk menggambarkan proses pengadaan bahan baku agroindustri tahu dengan memperhatikan penerapan enam tepat yaitu tepat waktu, tepat jenis, tepat harga, tepat kualitas, dan tepat kuantitas serta tepat tempat.

2. Metode Analisis Tujuan Ke Dua

Metode analisis data yang digunakan untuk menjawab tujuan penelitian ke dua adalah analisis deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif. Deskriptif kualitatif untuk menggambarkan proses pengolahan produk pada agroindustri tahu mulai dari bahan baku kedelai sampai menjadi produk akhir berupa tahu sehingga dapat diketahui mutu produk yang dihasilkan. Deskriptif kuantitatif digunakan untuk mengetahui tingkat keuntungan dan nilai tambah agroindustri tahu.

Keuntungan merupakan selisih lebih pendapatan atas beban sehubungan dengan usaha untuk memperoleh pendapatan tersebut selama periode tertentu. Laba merupakan indikator prestasi atau kinerja dari agroindustri

tahu. Dengan laba yang diperoleh, agroindustri tahu dapat mempertahankan kelangsungan hidup dan mengembangkan usahanya. Perhitungan keuntungan pada agroindustri tahu menurut Kartadinata (2012) disajikan pada Tabel 10 dan prosedur perhitungan nilai tambah metode Hayami dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 10. Perhitungan keuntungan pada agroindustri

Penjualan/Pendapatan		xxxx
Biaya produksi		
- Bahan baku	xxxx	
- Tenaga kerja	xxxx	
- Biaya <i>overhead</i> pabrik :		
Bahan penolong	xxxx	
Listrik	xxxx	
Pajak	xxxx	
Penyusutan	xxxx	
		<u>xxxx</u>
Keuntungan		<u>xxxx</u>

Sumber : Kartadinata, 2012

Tabel 11. Prosedur perhitungan nilai tambah metode Hayami

No	Variabel	Nilai
Output, Input dan Harga		
1	Output (biji/hari)	A
2	Bahan Baku (Kg/hari)	B
3	Tenaga Kerja (HOK/hari)	C
4	Faktor Konversi	$D = A/B$
5	Koefisien Tenaga Kerja	$E = C/B$
6	Harga Output (Rp/biji)	F
7	Upah Rata-rata Tenaga Kerja (Rp/HOK)	G
Pendapatan dan Keuntungan (Rp/Kg)		
8	Harga Bahan Baku (Rp/Kg)	H
9	Sumbangan Input Lain	I
10	Nilai Output	$J = D \times F$
11.a	Nilai Tambah	$K = J - I - H$
B	Rasio Nilai Tambah	$L = (K/J) \times 100\%$
12.a	Imbalan Tenaga Kerja	$M = E \times G$
B	Bagian Tenaga Kerja	$N\% = (M/K) \times 100\%$
13.A	Keuntungan	$O = K - M$
B	Tingkat Keuntungan	$P\% = (O/K) \times 100\%$
Balas Jasa Pemilik Faktor-faktor Produksi		
14	Margin Keuntungan	$Q = J - H$
A	Keuntungan	$R = O/Q \times 100\%$
B	Tenaga Kerja	$S = M/Q \times 100\%$
C	Input Lain	$T = I/Q \times 100\%$

Sumber : Hayami, 1987 dalam Sari, 2015

Analisis nilai tambah dilakukan untuk mengetahui besarnya nilai tambah dari pengolahan tahu selama proses produksi. Nilai tambah yang dihasilkan pada proses pengolahan kedelai menjadi tahu pada agroindustri tahu dihitung menggunakan metode Hayami seperti pada Tabel 11.

Keterangan:

- A = *Output* atau total produksi yang dihasilkan agroindustri tahu
- B = *Input* atau bahan baku yang digunakan untuk memproduksi tahu
- C = Tenaga kerja untuk memproduksi tahu dihitung dalam bentuk HOK (Hari Orang Kerja) dalam satu periode analisis
- F = Harga produk yang berlaku pada satu periode analisis
- G = Jumlah upah rata-rata yang diterima oleh pekerja dalam setiap satu periode produksi yang dihitung berdasarkan per HOK
- H = Harga input bahan baku utama yaitu kedelai per kilogram pada saat periode analisis
- I = Sumbangan atau biaya input lainnya yang terdiri dari biaya bahan baku penolong, biaya penyusutan.

Kriteria nilai tambah (NT) adalah :

- a) Jika $NT > 0$, berarti pengembangan agroindustri tempe memberikan nilai tambah (positif).
- b) Jika $NT < 0$, berarti pengembangan agroindustri tempe tidak memberikan nilai tambah (negatif).

3. Metode Analisis Tujuan Ke Tiga

Metode analisis data yang digunakan untuk menjawab tujuan ke tiga pada penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif. Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk menganalisis bagaimana penerapan bauran pemasaran berupa 4P (*Place, Price, Place, dan Promotion*) yang dilakukan oleh agroindustri tahu dalam memasarkan produknya. Analisis deskriptif kualitatif ini juga digunakan untuk mengetahui permasalahan-permasalahan yang terjadi dalam proses pemasaran tahu dari bauran

pemasaran dan langkah-langkah yang dilakukan untuk mengatasi permasalahan tersebut.

4. Metode Analisis Tujuan Ke Empat

Metode analisis data yang digunakan untuk menjawab tujuan ke empat adalah analisis deskriptif kualitatif untuk mengetahui pemanfaatan jasa layanan pendukung oleh agroindustri tahu. Pemanfaatan jasa layanan pendukung berupa bank, koperasi, lembaga penyuluhan, lembaga penelitian, transportasi, kebijakan pemerintah, asuransi, serta teknologi informasi dan komunikasi serta bagaimana peran dan fungsi jasa layanan pendukung tersebut dalam kegiatan produksi yang dilakukan oleh agroindustri tahu kulit. Analisis deskriptif pada penelitian ini, juga akan menganalisis alasan agroindustri yang belum memanfaatkan salah satu jenis jasa layanan pendukung serta dampak dan solusi terhadap kurangnya pemanfaatan salah satu atau lebih jenis jasa layanan pendukung tersebut.

IV. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN

Kabupaten Pringsewu adalah salah satu kabupaten di Provinsi Lampung yang dibentuk berdasarkan Undang-Undang Nomor 48 tahun 2008 dan diresmikan oleh Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia pada 3 April 2009 sebagai hasil pemekaran dari Kabupaten Tanggamus. Secara astronomis Kabupaten Pringsewu terletak antara 104°42'-105°8' Bujur Timur dan antara 05°8'-06°8' Lintang Selatan dengan batas-batas wilayah sebagai berikut:

1. Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Sendang Agung dan Kecamatan Kalirejo, Kabupaten Lampung Tengah.
2. Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Negeri Katon, Kecamatan Gedong Tataan, Kecamatan Way Lima dan Kecamatan Kedondong, Kabupaten Pesawaran.
3. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Bulok dan Kecamatan Cukuh Balak, Kabupaten Tanggamus.
4. Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Pugung dan Kecamatan Air Nanningan, Kabupaten Tanggamus.

Kabupaten Pringsewu merupakan daerah tropis dengan rata-rata curah hujan berkisar antara 161,8 mm/bulan dan rata-rata jumlah hari hujan 13,1 hari/bulan. Rata-rata temperatur suhu berselang antara 22,9⁰C –32,4⁰C, selang rata-rata kelembaban relatifnya adalah antara 56,8% -93,1% sedangkan rata-rata tekanan udara minimal dan maksimal di Kabupaten Pringsewu adalah 1008,1 Nbs dan 936,2 Nbs. Berdasarkan karakteristik iklim tersebut wilayah Kabupaten Pringsewu berpotensi untuk dikembangkan sebagai daerah pertanian.

Luas wilayah Kabupaten Pringsewu yaitu 625 km² dengan jumlah penduduk 475.353 jiwa sehingga Kabupaten Pringsewu menjadi kabupaten terkecil dan terpadat di Provinsi Lampung. Wilayah administrasi Kabupaten Pringsewu mencakup 9 kecamatan, 126 pekon dan 5 kelurahan. Pembagian wilayah administrasi Kabupaten Pringsewu disajikan pada tabel 11.

Tabel 12. Pembagian wilayah administrasi Kabupaten Pringsewu

No	Nama Kecamatan	Luas (km ²)	Jumlah Pekon/Kelurahan
1	Pardasuka	94,64	13
2	Ambarawa	30,99	8
3	Pagelaran	63,28	22
4	Pringsewu	53,29	15
5	Gadingrejo	85,71	23
6	Sukoharjo	72,95	16
7	Banyumas	39,85	11
8	Adiluwih	74,82	13
9	Pagelaran Utara	109,47	10
Jumlah		625	131

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2019

Berdasarkan tabel 12 dapat diketahui bahwa luas kecamatan terbesar di Kabupaten Pringsewu adalah Kecamatan Pagelaran Utara dengan persentase 17,52 % dari luas Kabupaten Pringsewu. Hal ini dikarenakan pada wilayah Kecamatan Pagelaran terdapat kawasan hutan dan lahan perkebunan rakyat atau lahan kering yang relatif luas. Sedangkan luas kecamatan terkecil yaitu Kecamatan Ambarawa (4,94%), sebagai pemekaran dari Kecamatan Pringsewu

Sejumlah industri ekonomi kreatif masyarakat Pringsewu semakin menggeliat mensukseskan perekonomian di Kabupaten Pringsewu. Aktivitas perekonomian di kabupaten Pringsewu terus berkembang pada sektor industri yang terbagi menjadi agroindustri dan non agroindustri pada agroindustri usaha makanan banyak dikembangkan di masyarakat antara lain usaha keripik, kelanting dan kerupuk sehingga sektor ini juga dapat menyerap tenaga kerja yang cukup banyak. Selain itu, terdapat usaha pembuatan tahu tempe dan usaha pengolahan serta penggilingan padi.

Pada sektor non agroindustri, usaha pembuatan genteng merupakan usaha yang paling banyak dilakukan oleh masyarakat Pringsewu yang diikuti usaha pembuatan bata merah dan usaha kain perca. Dilihat dari jumlah tenaga kerja yang mampu diserap usaha kain perca merupakan yang paling banyak mampu menyerap tenaga kerja diikuti oleh usaha pembuatan bata merah dan usaha pembuatan genteng. Sesuai dengan perencanaan provinsi Lampung bahwa kabupaten Pringsewu dijadikan salah satu pusat pengembangan industri kecil menengah yang saat ini terdapat di Kecamatan Gadingrejo yaitu Sentra Industri Tahu Pekon Gadingrejo

Kecamatan Gadingrejo merupakan salah satu kecamatan di Kabupaten Pringsewu yang berjarak kira-kira 35 km ke arah barat Kota Bandar Lampung. Terdiri dari 15 pekon dan memiliki populasi penduduk sebanyak 61.698 jiwa dengan penghasilan utama dari pertanian. Penduduknya sebagian besar berasal dari Jawa, maka banyak ditemukan pekon yang merupakan nama kota/kabupaten di Jawa seperti Blitarejo (Blitar), Kediri (Kediri), Tulung Agung (Tulungagung), Wonosari (Kebumen), dan Yogyakarta (Yogyakarta). Batas-batas Kecamatan Gadingrejo yaitu :

1. Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Sukoharjo, Kabupaten Pringsewu dan Kecamatan Negeri Katon, Kabupaten Pesawaran.
2. Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Gedong Tataan, Kabupaten Pesawaran.
3. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Way Lima, Kabupaten Pesawaran.
4. Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Pringsewu, Kabupaten Pringsewu.

Kecamatan Gadingrejo mempunyai kawasan yang berada pada ketinggian < 400 meter dpl (diatas permukaan laut), sedangkan untuk kawasan perkotaan Gadingrejo berada pada ketinggian 200 meter dpl. Bentuk topografi Kecamatan Gadingrejo berdasarkan kemiringan lereng lahannya dapat dibedakan menjadi 3 (tiga) bagian yang bervariasi yaitu mulai dari kelas lereng 0,13 % , dan 25%. Hasil perhitungan dengan menggunakan metode

interpolasi dapat diketahui wilayah yang terjal terdapat di bagian Selatan yaitu Pekon Wates, sedangkan wilayah yang mempunyai kondisi lahan yang cukup datar umumnya tersebar di bagian tengah wilayah kecamatan. Jenis tanah yang terdapat di Kecamatan Gadingrejo terdiri dari 3 (tiga) jenis tanah yaitu: 1) gleisol distrik; 2) kambisol distrik; 3) podsolik kandik. Kawasan ini dilalui 3 (tiga) aliran sungai, yaitu Sungai Way Bulok Karto, Way Tebu dan Way Semah. Sungai-sungai tersebut digunakan oleh warga untuk irigasi dan pemandian hewan ternak. Penduduk di Kecamatan Gadingrejo mayoritas beragama Islam dengan jumlah 77.221 orang, beragama Kristen sebanyak 244 orang, beragama Khatolik sebanyak 234 orang, beragama Hindu sebanyak 660 orang, dan beragama Budha sebanyak 21 orang yang tersebar di 15 pekon.

Dilihat dari sarana dan prasarana ekonomi, Kecamatan Gadingrejo memiliki sarana perekonomian yang cukup lengkap. Terdapat 3 pasar yang ada di Kecamatan Gadingrejo yaitu pasar Induk Gadingrejo, Pasar Yogyakarta, dan Pasar Bambukuning. Lembaga perbankan juga tersedia di Kecamatan Gadingrejo yaitu Kantor cabang Bank Lampung, dan Bank BRI yang terletak di Pasar Induk Gadingrejo. Sehingga, dapat menunjang kegiatan perekonomian masyarakat dan kegiatan usaha agroindustri di kecamatan ini.

Kondisi jalan yang ada di Kecamatan Gadingrejo sudah cukup baik begitu pula yang ada di Pekon Gadingrejo. Pembangunan jalan terus dilakukan oleh pemerintah guna memperlancar kegiatan transportasi warganya dan mendorong kegiatan perekonomian semakin meningkat.

Sentra Industri Tahu Pekon Gadingrejo merupakan sentra untuk agroindustri tahu yang telah ditetapkan oleh pemerintah Kabupaten Pringsewu. Pada awalnya, agroindustri tahu yang ada di Sentra Industri Tahu ini merupakan anggota dari Primer Koperasi Tempe Tahu Indonesia (Primkopti) Kecamatan Gadingrejo. Namun, dalam perkembangannya Primkopti ini kemudian bubar dan banyak agroindustri tahu yang mengalami kebangkrutan. Saat ini, agroindustri yang ada di Sentra Industri Tahu Pekon Gadingrejo tersisa 12 agroindustri yang masih aktif memproduksi sampai saat ini. Agroindustri yang

ada saat ini merupakan usaha turun-temurun. Kemudian para pengusaha agroindustri tahu membentuk sebuah kelompok pengusaha tahu yang bertujuan sebagai sarana berbagi informasi mengenai usaha dan diterapkan asosiasi harga bagi anggota kelompok usaha ini.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pengadaan bahan baku yang dilakukan kelima agroindustri tahu berdasarkan keenam elemen pengadaan bahan baku yang meliputi waktu, tempat, kualitas, kuantitas, harga dan jenis sudah sesuai dengan apa yang kelima agroindustri harapkan kecuali elemen waktu.
2. Kegiatan pengolahan pada kelima agroindustri sudah menguntungkan dengan besarnya keuntungan rata-rata pada masing-masing produk per 100 kg bahan baku yaitu untuk tahu putih sebesar Rp 834.769,43, untuk tahu kepal sebesar Rp 1.087.527, untuk tahu kulit sebesar Rp 487.947,61, untuk keripik tahu sebesar Rp 910.779,59 dan untuk oncom sebesar Rp 229.261,22. Nilai tambah pada kelima agroindustri memberikan nilai tambah positif sehingga usaha agroindustri sudah layak untuk dikembangkan.
3. Kegiatan pemasaran tahu pada kelima agroindustri tahu sudah menerapkan *marketing mix* yang terdiri dari komponen produk, harga, tempat atau distribusi, dan promosi.
4. Jasa layanan pendukung yang menunjang kelima agroindustri tahu adalah bank, sarana transportasi, teknologi informasi dan komunikasi, kebijakan pemerintah, dan pasar. Seluruh jasa layanan pendukung tersebut memberikan peran yang positif bagi kelancaran kegiatan pada kelima agroindustri tahu.

B. Saran

Saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian ini adalah:

1. Bagi pengusaha agroindustri tahu agar dapat melakukan perbaikan pada kegiatan pengolahan produk sehingga dapat memenuhi syarat CPPB-IRT sehingga dapat menghasilkan produk yang bermutu, layak dikonsumsi dan aman untuk kesehatan.
2. Bagi pengusaha agroindustri tahu sebaiknya memperbanyak produksi tahu kepal karena memberikan sumbangan keuntungan yang cukup besar bagi agroindustri.
3. Bagi pengusaha tahu sebaiknya melakukan diversifikasi produk tahu sehingga keuntungan agroindustri dapat meningkat.
4. Bagi peneliti lain sebaiknya melakukan penelitian lanjutan strategi pengembangan pada agroindustri tahu skala kecil di Sentra Industri Tahu Pekon Gadingrejo.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisarwanto, T. 2002. *Budidaya dengan Pemupukan yang Efektif dan Pengoptimalan Peran Bintil akar Kedelai*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Aldhariana, S.F. 2016. Analisis Keragaan Agroindustri Beras Siger Studi Kasus Pada Agroindustri Toga Sari (Kabupaten Tulang Bawang) Dan Agroindustri Mekar Sari (Kota Metro). *Skripsi*. Fakultas Petanian Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Assauri, S. 1999. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Lembaga Penerbit FE-UI. Jakarta.
- Assauri. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Press. Jakarta.
- Awami, S.N., Masyhuri, dan L.R. Waluyati. 2013. Analisis usaha dan nilai tambah dari usaha pengolahan marning dan emping jagung di Kabupaten Grobogan. *Jurnal Ilmu Ilmu Pertanian*. 9 (1): 29 – 39.
- Azzaino, Z. 1983. *Pengantar Tataniaga Pertanian: Diktat Kuliah Fakultas Pertanian*. Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Badan Pengawas Obat dan Makanan RI. 2003. *Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan RI No. HK. 00.05.5.1639 tentang Pedoman Cara Produksi Pangan Yang Baik Untuk Industri Rumah Tangga (CPPB-IRT)*. BPOM. Jakarta
- Badan Pusat Statistik. 2020. *Rata-Rata Konsumsi per Kapita Seminggu Beberapa Macam Bahan Makanan Penting, 2011-2019*. Badan Pusat Statistik. Jakarta
- Badan Pusat Statistik. 2021. *Produk Domestik Bruto Indonesia Triwulan 2016-2020*. Badan Pusat Statistik. Jakarta
- Badan Standardisasi Nasional. 1995. *Mutu Kedelai SNI 01-3922-1995*. Badan Standardisasi Nasional. Jakarta
- Badan Standardisasi Nasional. 1998. *Syarat Mutu Tahu SNI 01-3141-1998*. Badan Standardisasi Nasional. Jakarta

- Bangun, A. 2010. Analisis efisiensi pemasaran udang windu (*Penaeus monodon*) (Studi Kasus : di Desa Panimbang, Serang, Banten). *Skripsi*. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Bank Indonesia. 2010. *Kajian Akademik Pemeringkat Kredit Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indonesia*. <http://www.bi.go.id/>. [1 November 2017].
- Budiman, A., Yusri, J. dan Tety, E. 2012. Analisis efisiensi dan nilai tambah agroindustri tahu di Kota Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Pertanian*. Riau.
- Daniel, Mc, Hair, dan Lamb. 2001. *Manajemen Pemasaran*, Jilid Satu dan Dua. Alih Bahasa Oleh David Octarevia. Salemba Empat. Jakarta.
- Dinas Koperasi, UMKM, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Pringsewu. 2020. *Data Produk Industri Kecil, Menengah Kabupaten Pringsewu*. Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Pringsewu. Pringsewu.
- Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Lampung. 2020. *Rekap UMKM Provinsi Lampung 2019*. Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Lampung. Bandar Lampung.
- Downey, W.D dan S.P. Erickson. 1993. *Manajemen Agribisnis*. Edisi Keempat. Erlangga. Jakarta.
- Firdaus, M. 2008. *Manajemen Agribisnis*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Fransido, T.O.P., Zakaria, W.A., dan Kalsum, U. 2011. Analisis pendapatan, nilai tambah dan kelayakan finansial agroindustri keripik di Bandara Lampung. *JIA*. Volume 2. Bandar Lampung.
- Hasyim, A.I. 2012. *Pengantar Tataniaga Pertanian*. Universitas Lampung: Bandar Lampung.
- Kamal, S., Tety, E., dan Suardi, T. 2016. Analisis pendapatan agroindustri keripik nenas dan keripik nangka di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Pertanian*. 3 (1) Februari 2016.
- Kartadinata, A. 2012. *Akuntansi dan Analisis Biaya*. Rineka Cipta. Jakarta
- Kotler, P. 1997. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. PT Prenhallindo: Jakarta.
- _____. 2002. *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium Jilid 1*. Prehallindo. Jakarta.

- Kotler, P. dan G. Amstrong. 2004. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P dan K.L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Erlangga. Jakarta.
- Krisnamurthi, B. dan L. Fausia. 2009. *Langkah Sukses Memulai Agribisnis*. Penebar Swadaya. Jakarta
- Lestari, O., Hasyim A.I., dan Kasymir, E. 2017. Analisis usahatani dan efisiensi pemasaran kopi (*Coffea sp*) di Kecamatan Pulau Panggung Kabupaten Tanggamus. *JIIA* 5(2). Bandar Lampung.
- Mangunwidjaja, D. dan Sailah, I. 2009. *Pengantar Teknologi Pertanian*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Mantra, I.B. 2003. *Demografi Umum*. Edisi Kedua. Pustaka Belajar. Yogyakarta.
- Mubyarto. 2003. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. LP3ES. Jakarta.
- Muchtadi, D. 2009. *Prinsip Teknologi Pengolahan Pangan Sumber Protein*. Alfabeta : Bandung.
- Mulyadi. 2008. *Sistem Akuntansi*, Edisi Ketiga Cetakan Keempat. Salemba Empat. Jakarta.
- Pasaribu, M. 2006. *Manajemen Pemasaran Edisi Keempat*. PT Bumi Aksara. Jakarta.
- Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian. 2021. *Outlook Komoditas Pertanian Tanaman Pangan Kedelai*. Kementerian Pertanian. Jakarta.
- Ramadhani, D.K., Rahayu, E.S., dan Setyowati. 2013. Analisis efisiensi pemasaran jagung (*Zea Mays*) di Kabupaten Grobogan (Studi Kasus di Kecamatan Geyer). *E-jurnal AGRISTA*. Edisi 3 Vol.1. Surakarta.
- Safira, F. 2017. Analisis Keragaan Agroindustri Tahu Kulit di Kelurahan Gunung Sulah Kecamatan Way Halim Kota Bandar Lampung. *Skripsi*. Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Samoen, I. 1996. *Konsep dan Strategi Kelembagaan yang Mandiri Dalam Menyongsong Perkembangan IPTEK dan Lingkungan Strategis Abad ke-21*. Paper dalam Seminar Peringatan 50 tahun UGM. Yogyakarta.
- Sari, I. R. M. 2015. Kinerja produksi, nilai tambah, dan strategi pengembangan agroindustri emping melinjo di Kota Bandar Lampung. *Skripsi*. Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Sarwono, B. 2001. *Membuat Tempe dan Oncom*. Penebar Swadaya. Jakarta.

- _____. 2004. *Membangun Pertanian Perspektif Agribisnis. dalam Pertanian Mandiri*. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Sarwono, B. dan Saragih, Y.P. 2004. *Membuat Aneka Tahu*. Penebar Swadaya. Jakarta
- Setiorini, F. 2008. Analisis efisiensi pemasaran ikan mas di Kecamatan Pagelaran, Kabupaten Tanggamus Provinsi Lampung. *Skripsi*. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Siagian, R. 2003. *Pengantar Manajemen Agribisnis*. Gajah Mada University PRESS. Yogyakarta
- Sjarkowi, F dan M. Sufri. 2004. *Manajemen Agribisnis*. CV Baldad Grafiti Press. Palembang.
- Soehardjo, A. 1997. *Sistem Agribisnis dan Agroindustri*. Makalah Seminar. MMA-IPB. Bogor.
- Soekartawi. 1995. *Analisis Usahatani*. . PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- _____. 2000. *Pengantar Agroindustri*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- _____. 2001. *Agribisnis Teori dan Aplikasinya*. PT. Raja Grafindo Pres. Jakarta
- Soemarso. 2009. *Akuntansi Suatu Pengantar Buku 2 Edisi 5*. Salemba Empat. Jakarta.
- Sugiyono. 2001. *Metode Penelitian*. CV Alfa Beta. Bandung.
- Suliantri, dan W.P. Rahayu. *Teknologi Fermentasi Umbi-umbian dan Biji-bijian*. Pusat Antar Universitas Pangan dan Gizi. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Suyatno, Y. 2008. Penguatan strategi pengembangan kawasan agropolitan berbasis peningkatan daya saing produk agribisnis unggulandi Kabupaten Semarang. *Tesis*. Magister Agribisnis. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Zulkifli. 2012. Analisis pendapatan dan nilai tambah pada agroindustri keripik ubi di Kecamatan Tanah Luas Kabupaten Aceh Utara. *Skripsi*. Universitas Malikussaleh. Aceh Utara.