

KENAIKAN HARGA KEDELAI (*Glycine max*) TERHADAP
PENDAPATAN PRODUSEN TEMPE KECAMATAN AEK KUO

S K R I P S I

Oleh:

PELANGI WULAN AMNIRTASARI

NPM : 1904300004

Program Studi : AGRIBISNIS



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

MEDAN

2023

KENAIKAN HARGA KEDELAI (*Glycine max*) TERHADAP
PENDAPATAN PRODUSEN TEMPE KECAMATAN AEK KUO

SKRIPSI

Oleh:

PELANGI WULAN AMNIRTASARI

1904300004

AGRIBISNIS

Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Strata 1 (S1) pada
Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Komisi Pembimbing



Assoc. Prof. Ir. Gustina Siregar, M.Si

Ketua



Dr. Aintul Mardhiyah, S.P., M.Si

Anggota

Disahkan Oleh:

Dekan



Assoc. Prof. Dr. Dafni Mawar Tarigan, S.P., M.Si

Tanggal Lulus : 26-08-2023

PERNYATAAN

Dengan ini saya :

Nama : Pelangi Wulan Amnirtasari

NPM : 1904300004

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul “ Kenaikan Harga Kedelai (*Glycine max*) Terhadap Pendapatan Produsen Tempe Kecamatan Aek Kuo” adalah berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari ternyata ditemukan adanya penjiplakan (plagiarism), maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Medan, 23 Agustus 2023

Yang menyatakan,



Pelangi Wulan Amnirtasari

RINGKASAN

Pelangi Wulan Amnirtasari (1904300004), penelitian yang berjudul “Kenaikan Harga Kedelai (*Glycine max*) Terhadap Pendapatan Produsen Tempe Kecamatan Aek Kuo”. Dibimbing oleh Assoc. Prof. Ir. Gustina Siregar, M.Si. selaku ketua komisi pembimbing dan Dr. Ainul Mardhiyah, S.P., M.Si. selaku anggota komisi pembimbing. Kedelai merupakan salah satu sumber protein nabati utama bagi beberapa penduduk di Indonesia. Untuk perekonomian atau suatu usaha, kedelai memiliki peran besar karena merupakan sumber bahan baku utama bagi pengusaha tempe. Namun tingginya permintaan kedelai tersebut tidak diiringi dengan meningkatnya produksi kedelai di dalam negeri. Kelangkaan kedelai didalam negeri membuat kedelai impor menjadi meningkat. Oleh karena itu perlu membuat startegi usaha pada masa kenaikan harga kedelai untuk dapat mempertahankan usaha para produsen tempe. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana dampak kenaikan harga kedelai dan strategi apa yang harus dilakukan oleh para produsen tempe di Kecamatan Aek Kuo. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Pemilihan lokasi dilakukan dengan cara mempertimbangkan bahwa kecamatan ini merupakan salah satu industry pembuatan tempe yang lumayan banyak di Kabupaten Labuhanbatu Utara. jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 10 responden yang merupakan para pengrajin tempe di Kecamatan Aek Kuo. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, menunjukkan Pada masa kenaikan harga kedelai, dampak yang di alami oleh para pengrajin tempe ialah, menurun nya keuntungan yang di peroleh, diakibatkan karena para pengrajin mengurangi pembelian kedelai 30% - 50% dari biasanya. Sehingga hal ini membuat para pengrajin harus menaikkan harga jual tempe untuk meminimalisir kerugian di masa kenaikan harga kedelai di Kecamatan Aek Kuo. Kemudian selain dampak dari kenaikan harga kedelai, adapun dampak buruk yang muncul bersamaan yaitu munculnya pesaing baru. Adapun strategi produsen tempe dalam menanggapi kenaikan harga kedelai Kecamatan Aek Kuo yaitu strategi agresif, dengan cara terus membuat produk sebanyak banyaknya untuk meningkatkan keuntungan atau menggunakan strategi *Strengths Opportunities (SO)*.

Kata kunci : Kenaikan harga kedelai; Dampak kenaikan; Strategi Usaha; Produsen Tempe; Pendapatan.

SUMMARY

Pelangi Wulan Amnirtasari (1904300004), research entitled "The Increase in Soybean Prices (Glycine max) on the Income of Tempe Producers in Aek Kuo District". Supervised by Assoc. Prof. Ir. Gustina Siregar, M.Sc. as chairman of the supervisory commission and Dr. Ainul Mardhiyah, S.P., M.Sc. as a member of the supervisory commission. Soybeans are one of the main sources of vegetable protein for several people in Indonesia. For the economy or business, soybeans have a big role because they are the main source of raw materials for tempeh entrepreneurs. However, the high demand for soybeans is not accompanied by an increase in domestic soybean production. The scarcity of soybeans in the country has resulted in increased soybean imports. Therefore, it is necessary to create a business strategy during times of rising soybean prices to be able to maintain the business of tempeh producers. The aim of this research is to find out the impact of rising soybean prices and what strategies tempe producers in Aek Kuo District should implement. The method used in this research is a qualitative descriptive approach. The location selection was made by considering that this sub-district is one of the many tempe making industries in North Labuhanbatu Regency. The number of samples used in this research was 10 respondents who were tempeh craftsmen in Aek Kuo District. Based on the results of research that has been carried out, it shows that during the period of rising soybean prices, the impact experienced by tempeh craftsmen was that the profits they earned decreased, due to the craftsmen reducing their purchases of soybeans by 30% - 50% than usual. So this makes the craftsmen have to increase the selling price of tempeh to minimize losses during the period of rising soybean prices in Aek Kuo District. Then, apart from the impact of the increase in soybean prices, the negative impact that appears at the same time is the emergence of new competitors. The strategy for tempe producers in responding to the increase in soybean prices in Aek Kuo District is an aggressive strategy, by continuing to make as many products as possible to increase profits or using the Strengths Opportunities (SO) strategy.

Key words: Increase in soybean prices; Impact of increase; Business Strategy; Producer Tempeh; Income.

RIWAYAT HIDUP

Pelangi Wulan Amnirtasari, lahir di Desa Sidomulyo pada tanggal 17 Oktober 2001 dari pasangan Bapak Yuhibbul Jabbar dan Ibu Sartik. Penulis merupakan anak kedua dari tiga bersaudara.

1. Tahun 2013, menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar di SD Negeri 115484 Sidomulyo, Kecamatan Aek Kuo, Kabupaten Labuhanbatu Utara, Provinsi Sumatera Utara.
2. Tahun 2016, menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 1 Aek Kuo, Kabupaten Labuhanbatu Utara, Provinsi Sumatera Utara.
3. Tahun 2018, mengikuti program Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT Smart Tbk Padang Halaban, Kecamatan Aek Kuo, Kabupaten Labuhanbatu Utara, Provinsi Sumatera Utara.
4. Tahun 2019, menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Kejuruan di SMK Swasta Panca Setia, Kecamatan Aek Kuo, Kabupaten Labuhanbatu Utara, Provinsi Sumatera Utara.
5. Tahun 2019, diterima di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Tahun 2022, mengikuti program Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PTPN II Kebun Adolina, Kecamatan Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai, Provinsi Sumatera Utara.
7. Tahun 2022, mengikuti program Pertukaran Mahasiswa Merdeka Batch 2 di Universitas Jember, Kabupaten Jember, Provinsi Jawa Timur.

8. Pada Juni 2023, melakukan penelitian di Kecamatan Aek Kuo, Kabupaten Labuhanbatu Utara, Provinsi Sumatera Utara.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim, Segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas berkat dan rahmatnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Kenaikan Harga Kedelai (*Glycine max*) Terhadap Pendapatan Produsen Tempe Kecamatan Aek Kuo” ini tepat pada waktunya.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu tugas akademis di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dalam rangka mencapai gelar Sarjana Pertanian (S.P). Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini dapat terselesaikan atas bantuan dari banyak pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan moral maupun materil. Adapun ucapan terima kasih khususnya penulis sampaikan kepada:

1. Ibu Assoc. Prof. Dr. Dafni Mawar Tarigan, S.P., M.Si. selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Prof. Dr. Ir. Wan Arfiani Barus, M.P. selaku Wakil Dekan I Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Akbar Habib, S.P., M.P. selaku Wakil Dekan III Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Mailina Harahap, S.P., M.Si. selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

5. Ibu Juwita Rahmadani Manik, S.P., M.Si. selaku Sekretaris Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Ibu Assoc. Prof. Ir. Gustina Siregar, M.Si. selaku Ketua Komisi Pembimbing yang telah membimbing dan memperhatikan penulis selama masa penyusunan skripsi ini.
7. Ibu Dr. Ainul Mardhiyah, S.P., M.Si. selaku Anggota Komisi Pembimbing yang telah membimbing dan memperhatikan penulis selama masa penyusunan skripsi ini.
8. Biro Administrasi yang sudah bersedia membantu proses administrasi skripsi ini hingga selesai.
9. Orang tua, Bapak Yuhibbul Jabbar dan Ibu Sartik yang telah membiayai pendidikan penulis hingga selesai, serta memberikan dukungan moral dan materil sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
10. Abang Lintang Badar Aras, S.P. dan adik Krisno Widoro yang sudah memberikan motivasi, saran, dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Seluruh teman-teman Mahasiswa dan Mahasiswi Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara 2019, terkhusus nya Yulita Syahrani, Nova Tri Susanti, Pinkan Ramadhanty, Inke Triska Aulya, dan Riski Nurul Agustin.
12. Teman-teman Program Pertukaran Mahasiswa Merdeka Universitas Jember Batch 2 yang telah memberi dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

13. Senior Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang sudah memberikan penulis pengetahuan serta pengalaman selama proses penulisan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi yang dibuat ini dapat bermanfaat untuk para pembaca tentunya para mahasiswa/mahasiswi Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dan kehidupan penulis kedepannya.

Medan, September 2023

Pelangi Wulan Amnirtasari

1904300004

DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
SUMMARY	ii
RIWAYAT HIDUP	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
PENDAHULUAN	1
Latar Belakang	1
Perumusan Masalah	6
Tujuan Penelitian	6
Kegunaan Penelitian	6
TINJAUAN PUSTAKA	8
Tempe	8
Kedelai	9
Harga	10

Kenaikan Harga Kedelai	11
Strategi Pemasaran	13
Biaya Produksi	15
Pendapatan	16
Penelitian Terdahulu	17
Kerangka Pemikiran	18
METODOLOGI PENELITIAN.....	20
Metode Penelitian	20
Metode Penentuan Lokasi Penelitian	20
Metode Penarikan Sampel	20
Metode Pengumpulan Data	21
Metode Analisis Data	21
Definisi dan Batasan Operasional.....	27
DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN.....	29
Letak dan Luas Daerah	29
Keadaan Penduduk.....	29
Sarana dan Prasarana Umum	30
Karakteristik Sampel	30

HASIL DAN PEMBAHASAN.....	32
Dampak Kenaikan Harga Kedelai (<i>Glycine max</i>).....	32
Strategi Produsen Tempe	37
Faktor Internal Produsen Tempe.....	42
Faktor Eksternal Produsen Tempe	43
Koordinat Matriks SWOT	45
KESIMPULAN DAN SARAN.....	52
Kesimpulan	52
Saran	52
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN	57

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Nilai dan Volume Impor Kedelai di Indonesia	3
2.	Perkembangan produksi, luas panen dan rata rata produksi Kedelai di Sumatera Utara Tahun 2019-2021.....	4
3.	Perkembangan Harga Produsen dan Konsumen Kedelai di Indonesia Tahun 2017-2019.....	5
4.	Model Penentuan Indikator Komponen SWOT	22
5.	Matriks Analisis SWOT	26
6.	Karakteristik Sampel Pengrajin Tempe di Kecamatan Aek Kuo....	31
7.	Pembelian Kedelai Produsen Tempe Kecamatan Aek Kuo	33
8.	Harga Jual Produsen Tempe Kecamatan Aek Kuo	35
9.	Matrix Internal Factor Evaluation Produsen Tempe	43
10.	Matrix Eksternal Factor Evaluation Produsen Tempe	44
11.	Matriks SWOT Pada Usaha Pengrajin Tempe	46

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kerangka Pemikiran	19
2.	Matriks Kuadaran SWOT	24
3.	Matriks Kuadaran SWOT Produsen Tempe	45

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kebutuhan pangan di Indonesia dari tahun ke tahun terus meningkat, terutama kebutuhan karbohidrat seperti beras, jagung dan kedelai. Kebutuhan kedelai dapat dilihat dari penggunaannya sebagai bahan baku industri dan pengrajin komersial, kedelai yang digunakan dalam setiap produksi menjadi jumlah total kedelai yang harus tersedia. Hal ini menimbulkan kesenjangan antara peningkatan konsumsi kedelai dengan penurunan produksi kedelai dalam negeri, sehingga menyebabkan kekurangan stok kedelai nasional. Meningkatnya konsumsi kedelai mengakibatkan meningkatnya permintaan kedelai (Hafni et al., 2022).

Kedelai merupakan salah satu sumber protein nabati utama bagi beberapa penduduk di Indonesia. Untuk perekonomian atau suatu usaha, kedelai memiliki peran besar karena merupakan sumber bahan baku utama bagi pengusaha tempe. Seiring dengan meningkatnya pertumbuhan penduduk serta meningkatnya kesadaran penduduk tentang pentingnya mengonsumsi makanan bergizi membuat permintaan makanan dari olahan kedelai menjadi meningkat. Namun tingginya permintaan kedelai tersebut tidak diiringi dengan meningkatnya produksi kedelai di dalam negeri.

Tempe salah satu makanan khas Indonesia yang dijadikan sebagai lauk pauk, tempe memiliki nilai gizi yang paling tinggi dan sangat disukai oleh kalangan bawah hingga kalangan atas. Tempe diterima sebagai vegetarian di masyarakat, karena dengan harga yang terjangkau dan kandungan protein yang

cukup tinggi membuat tempe menjadi salah satu makanan yang banyak digemari. Adapun kendala dalam memproduksi tempe yaitu kenaikan harga kedelai yang menyebabkan kenaikan biaya produksi tempe. Kenaikan biaya produksi mempengaruhi pendapatan, pendapatan menurun, produsen tempe tidak memiliki modal untuk membeli kedelai jika terjadi kenaikan harga, padahal kedelai merupakan bahan baku utama pembuatan tempe. Jika memakai kedelai lokal tempe kurang bagus karena kualitas kedelai lokal berbeda dengan kualitas kedelai impor yang lebih bagus, yang mana tempe juga akan menjadi lebih bagus. Produsen tempe harus mengikuti strategi khusus agar tidak gulung tikar, salah satu strateginya adalah memperkecil ukuran tempe dengan harga tetap (Maghfiroh, 2022).

Tempe merupakan salah satu makanan yang sangat disukai, meskipun termasuk kedalam golongan bahan pangan tradisional. Tempe memiliki kandungan protein dan serat yang sangat bermanfaat bagi tubuh kita. Adapun beberapa cara pembuatan tempe yang pertama adalah pemilihan biji kedelai yang memiliki kualitas bagus, selanjutnya pembersihan kotoran dengan dicuci, direndam, lalu proses pengrebusan hingga proses fermentasi (R. B. Lestari et al., 2022).

Kelangkaan kedelai didalam negeri membuat kedelai impor menjadi meningkat. Kedelai merupakan salah satu komoditas yang digunakan sebagai bahan baku utama dalam pembuatan tahu dan tempe. Selain itu, kedelai juga dimanfaatkan untuk dibuat menjadi minyak kedelai, biodiesel, susu kedelai, hingga pakan ternak.

Tabel 1. Nilai dan Volume Impor Kedelai di Indonesia Tahun 2017 – 2021

No.	Tahun	Nilai/US\$	Volumen/Ton
1.	2017	1.150.766.000	2.672.914,1
2.	2018	1.103.102.600	2.585.809,1
3.	2019	1.064.564.800	2.670.086,4
4.	2020	1.003.421.600	2.475.286,8
5.	2021	1.482.848.700	2.489.690,5

Sumber: Badan Pusat Statistik Indonesia

Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat, nilai impor kedelai ke Indonesia mencapai US\$ 1,48 miliar pada tahun 2021. Nilai tersebut naik 47,77% dari tahun sebelumnya yang sebesar US\$ 1 miliar. Secara tren, nilai impor kedelai ke Indonesia cenderung fluktuatif selama lima tahun terakhir. Nilai impor sempat menurun sejak tahun 2018 hingga tahun 2020, tetapi jumlahnya meningkat pada tahun 2021.

Tercatat, nilai impor kedelai ke Indonesia yang tertinggi terjadi pada tahun 2021. Sedangkan, nilai impor kedelai yang terendah pada tahun 2020. Volume impor kedelai ke Indonesia mencapai 2,48 juta ton pada tahun 2021. Jumlah itu naik tipis 0,58% dibandingkan tahun sebelumnya yang sebanyak 2,47 juta ton. Selain naiknya nilai dan volume impor kedelai di Indonesia, adapun di bawah ini perkembangan produksi, luas panen dan rata rata produksi kedelai yang ada di Sumatera Utara, yang mana data ini akan memberi tau kenapa harga kedelai sekarang menjadi lebih meningkat serta kelangkaannya di pasaran.

Tabel 2. Perkembangan produksi, luas panen dan rata rata produksi kedelai di Sumatera Utara Tahun 2019-2021

Tahun	Luas Panen	Produksi	Rata – rata Produksi
	(ha)	(Ton)	(Kw/Ha)
2019	5 563,00	9 626,70	17,30
2020	2 559,00	4 003,00	15,64
2021	854,00	1 463,00	17,13

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara

Tabel 2. Memperllihatkan produksi kedelai yang cenderung menurun dari tahun ke tahun dikarenakan luas areal panen yang semakin merendah. Penurunan produksi kedelai ini disebabkan oleh menurunnya gairah petani dalam menanam kedelai yang mengakibatkan menurunnya luas areal panen kedelai. Jumlah kebutuhan kedelai masyarakat Indonesia setiap tahun meningkat. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti pertumbuhan penduduk, pendapatan percapita, dan perubahan pola konsumsi makanan dengan pertumbuhan ekonomi di Provinsi Sumatera Utara (Sagala et al., 2020).

Kondisi ini akan menyebabkan pengusaha produsen dengan bahan baku kedelai di Kecamatan Aek Kuo terancam kehilangan mata pencahariaanya. Disisi lain konsumen juga akan kesulitan dalam mendapatkan tempe sebagai bahan pangan yang memiliki nilai gizi yang tinggi dan harga yang terjangkau. Naiknya volume impor kedelai di Indonesia dan semakin menurunnya produksi serta

berkurangnya luas panen kedelai di Sumatera Utara menyebabkan harga kedelai di Indonesia juga menjadi meningkat.

Tabel 3. Perkembangan Harga Produsen dan Konsumen Kedelai di Indonesia Tahun 2017-2019

Tahun	Harga Produsen	Harga Konsumen
	(Rp/Kg)	(Rp/Kg)
2017	7.759	10.707
2018	8.248	10.415
2019	8.207	

Sumber: Outlook Kedelai (Triyanti, 2019).

Harga produsen kedelai di Indonesia dari tahun 2017 hingga tahun 2018 mengalami kenaikan dari harga produsen Rp.7.759/kg menjadi Rp.8.248/kg, namun pada tahun 2019 mengalami sedikit penurunan menjadi Rp.8.207/kg. Untuk harga konsumen kedelai mengalami penurunan dari tahun 2017 hingga tahun 2018, dari Rp.10.707/kg menjadi Rp.10.415/kg.

Kenaikan harga kedelai memberikan dampak yang cukup besar bagi produsen tempe yang ada di Kecamatan Aek Kuo, yang mana produsen harus mensiasati bagaimana menyesuaikan harga kedelai yang meningkat tetapi dengan harga tempe yang cenderung tetap, agar para konsumen tidak mengeluh dengan harga yang diberikan jika sewaktu waktu harga tersebut dapat naik.

Kecamatan Aek Kuo adalah salah satu kecamatan yang berada di Kabupaten Labuhanbatu Utara, Sumatera Utara, yang memiliki luas 250,20 km² yang memiliki 6 desa dan 2 kelurahan. di kecamatan ini terdapat beberapa seorang

pengrajin tempe yang mana usaha ini merupakan salah satu mata pencaharian keluarganya, yang kemudian tempe tempe tersebut di ecer ke beberapa warung/kios.

Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian tentang “Kenaikan Harga Kedelai (*Glycine Max*) Terhadap Pendapatan Produsen Tempe Kecamatan Aek Kuo” menarik untuk dilakukan.

Perumusan Masalah

- a. Bagaimana dampak kenaikan harga kedelai (*Glycine max*) terhadap produksi dan pendapatan produsen tempe di Kecamatan Aek Kuo, Kabupaten Labuhanbatu Utara, Sumatera Utara?
- b. Bagaimana strategi produsen tempe dalam menanggapi kenaikan harga kedelai (*Glycine max*) di Kecamatan Aek Kuo, Kabupaten Labuhanbatu Utara, Sumatera Utara?

Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui bagaimana dampak kenaikan harga kedelai (*Glycine max*) terhadap produksi dan pendapatan produsen tempe di Kecamatan Aek Kuo, Kabupaten Labuhanbatu Utara, Sumatera Utara
- b. Untuk mengetahui bagaimana strategi produsen tempe dalam menanggapi kenaikan harga kedelai (*Glycine max*) di Kecamatan Aek Kuo, Kabupaten Labuhanbatu Utara, Sumatera Utara

Kegunaan Penelitian

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan masukan kepada pihak produsen tempe terkait strategi pemasaran dimasa kenaikan harga kedelai impor dan dalam negeri.
- b. Manfaat dari penelitian ini yaitu untuk menimbulkan kesadaran pemerintah agar dapat memberikan semangat kepada para petani kedelai untuk memperluas areal lahan agar dapat menghasilkan kedelai yang lebih banyak, kemudian dapat memberikan pengetahuan terbaru tentang meningkatkan kualitas kedelai di dalam negeri.
- c. Penelitian ini juga memberikan manfaat kepada para konsumen atau masyarakat yang memilih tempe untuk dijadikan sebagai sumber protein tidak kesulitan lagi untuk mencari dipasaran
- d. Untuk melengkapi tugas akhir penulis dalam mencapai gelar Sarjana Pertanian (S,P) pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- e. Untuk menambah pengetahuan serta pemahaman melalui proses pembelajaran yang bermanfaat dan menambah ilmu pengetahuan serta wawasan ilmiah penulis.

TINJAUAN PUSTAKA

Tempe

Tempe merupakan salah satu makanan khas Indonesia yang memiliki unsur etnomatematika didalam proses pembuatannya, yang mana maksudnya adalah konsep-konsep matematika yang berhubungan dengan matematika yang dipelajari. Etnomatematika yang terdapat dalam proses pembuatan tempe dikelompokkan dalam enam tahapan yaitu proses perendaman, proses penggilingan dan pencucian, proses memasak, proses pendinginan dan peragian, proses pembungkusan, serta proses penyimpanan (S. A. Harahap & Rakhmawati, 2022).

Tempe merupakan bahan makanan hasil fermentasi kacang kedelai atau jenis kacang-kacangan lainnya menggunakan jamur *Rhizopus oligosporus* dan *Rhizopus oryzae*. Tempe umumnya dibuat secara tradisional dan merupakan sumber protein nabati. Di Indonesia pembuatan tempe sudah menjadi industry rakyat. Tempe mengandung berbagai nutrisi yang diperlukan oleh tubuh seperti protein, lemak, karbohidrat, dan mineral (Asbur & Khairunnisyah, 2021).

Tempe yang berkualitas memiliki kandungan gizi tinggi seperti protein, lemak, karbohidrat, dan vitamin yang sangat diperlukan oleh tubuh. Dalam proses fermentasi tempe terdapat kapang *Rhizopus sp* yang paling dominan. Adanya *Rizhopus sp* sebagai agen untuk menghasilkan berbagai macam enzim yang dapat mengurangi senyawa kompleks protein menjadi lebih sederhana (Nurholipah & Ayun, 2021).

Kedelai

Kedelai merupakan tanaman pangan yang kaya akan sumber lemak, vitamin, mineral dan protein nabati yang tinggi. Kedelai seringkali dibudidayakan diperkebunan rakyat dalam bentuk usahatani dengan skala rumah tangga. Sejalan dengan pertambahan jumlah penduduk yang semakin meningkat dengan semakin banyaknya jenis makanan olahan hasil komoditas kedelai, maka permintaan kedelai semakin naik (Septiadi et al., 2020).

Tanaman kedelai merupakan tanaman yang memiliki nama latin (*Glycine max*). Menurut Rita Elfianis S.P M.Si (2022) klasifikasi tanaman kedelai secara lengkap sebagai berikut:

Kingdom : Plantae

Sub Kingdom : Viridiplantae

Infra Kingdom : Streptophyta

Super Divisi : Embryophyta

Divisi : Tracheophyta

Sub Divisi : Spermatophytina

Class : Magnoliopsida

Ordo : Fabales

Family : Fabaceae

Genus : *Glycine* wild

Spesies : *Glycine max* (L). Merr.

Sumber protein yang paling banyak ada dalam kandungan kacang-kacangan seperti kedelai (*Glycine max*). Protein yang terkandung pada kedelai kaya akan asam amino *esensial*, sumber vitamin, mineral, dan serat. Kedelai adalah bahan baku utama dalam pembuatan tempe yang merupakan makanan asli Indonesia. Tempe dapat dijadikan sebagai lauk ataupun diinovasikan menjadi berbagai snack atau makanan ringan. Tempe merupakan produk yang telah dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia sejak lama untuk memenuhi kebutuhan pangan, dan sumber protein, dengan harga yang relative terjangkau dibandingkan sumber protein asal hewani (B. Lestari et al., 2021). Tempe merupakan produk yang harus diperkenalkan kepada para anak muda, agar dapat menginovasikan tempe menjadi produk yang disenangi dan produk turunannya menjadi lebih luas pemasarannya (R. B. Lestari et al., 2022).

Produksi kedelai dalam negeri yang tidak dapat memenuhi kebutuhan kedelai nasional disebabkan oleh berkurangnya luas areal panen kedelai di Indonesia. Hal ini sebaliknya terjadi pada tingkat permintaan kedelai yang meningkat setiap tahunnya. Kebijakan impor kedelai merupakan langkah alternatif pemerintah untuk mempersempit kesenjangan antara produksi dan konsumsi kedelai di Indonesia (M. I. Harahap & Harahap, 2019).

Harga

Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembeli. Kemudahan penggunaan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap minat pembeli. Pengaruh yang paling dominan adalah variable harga (Taan, 2021).

Harga seringkali dijadikan konsumen sebagai indikator nilai antara manfaat yang dirasakan dengan harga suatu barang atau jasa. Apabila harga yang ditetapkan perusahaan tidak sesuai dengan manfaat produk, maka tingkat kepuasan pelanggan dapat menurun, dan sebaliknya. Apabila nilai yang dirasakan konsumen semakin tinggi, maka akan menciptakan kepuasan pelanggan.

Laba usaha atau modal merupakan pokok utama dalam menjalankan suatu bisnis atau usaha, modal faktor penting dalam menjalankan usahanya, karena modal salah satu unsur dimana perusahaan dapat menjalankan usahanya dan mendapatkan keuntungan (Hidayah & Wulandari, 2019). Untuk menentukan suatu harga barang maka harus mengetahui laba usahanya terlebih dahulu untuk menghindari kerugian suatu usaha.

Harga adalah nilai suatu produk dalam satuan mata uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk dapat memiliki hak penuh atas suatu produk. Promosi adalah usaha yang dilakukan perusahaan untuk menarik konsumen dengan cara penyampaian pesan atau informasi yang bersifat mendukung. Minat beli adalah keinginan dari dalam diri konsumen karena adanya ransangan dan keyakinan yang mendorong proses pengambilan keputusan pembeli (Shafitri et al., 2021).

Kenaikan Harga Kedelai

Kenaikan harga kedelai ternyata karena musim tanam yang sudah lewat dan kerjasama dengan sekelompok untuk memanipulasi harga kedelai, yang menyebabkan para produsen tempe kesulitan dalam melanjutkan usahanya. Produsen tempe khawatir melanjutkan produksi tidak akan membawa keuntungan

yang nyata, menghentikan produksi akan kehilangan pelanggan. Konsekuensi dari kenaikan harga kedelai yang terus menerus dapat menurunkan kemampuan pengrajin untuk terus memproduksi, terutama pengrajin yang modalnya terbatas (Machfiroh, 2019).

Kenaikan harga kedelai menyebabkan biaya produksi tempe meningkat. Walaupun para pengusaha tempe telah mengurangi ukuran tempe bahkan menaikkan harga tempe, namun hasil penerimaan dari penjualan tidak sebanding dengan biaya produksi yang dikeluarkan. Kondisi ini menyebabkan pengusaha tempe terancam kehilangan mata pencahariannya.

Kebijakan harga yang berlaku di tahun pertama pandemic Covid-19 tahun 2020 terutama yang tercantum dalam permendag No. 7 Tahun 2020 untuk komoditi beras, gula dan kedelai ternyata belum dapat melindungi petani atau produsen ketiga komoditi tersebut. Pada komoditi beras masih banyak dijumpai adanya kasus harga GKP dan GKG di bawah HPP. Selain itu, kebijakan harga belum berpihak kepada para petani kedelai di Indonesia, penghapusan tarif menjadi 0% perlu dievaluasi lagi karena harga kedelai lokal dihadapkan secara face to face dengan kedelai impor yang jauh lebih murah harganya dipasaran (Ivan & Sari, 2021).

Perkembangan harga kedelai impor yang cenderung mengalami peningkatan akan berdampak pada industry kedelai salah satunya adalah pengrajin tempe. Peningkatan harga kedelai dapat meningkatkan biaya produksi sehingga akan menyebabkan penurunan pendapatan jika tidak diikuti dengan harga jual tempe yang tinggi. Kedelai merupakan tanaman kacang-kacangan dengan

kandungan nutrisi yang cukup banyak, salah satunya protein nabati yang tinggi. Kedelai dapat kita jadikan sebuah produk olahan seperti tempe, yang mana bahan dasar pembuatan tempe sendiri ialah kedelai yang ditambahkan ragi dalam proses pengeloalaannya (Choirun et al., n.d.).

Dalam mengembangkan usahanya, para pengrajin tempe memiliki beberapa kendala diantaranya yang sering terjadi adalah permasalahan pemasaran, pemanfaatan teknologi, permasalahan SDM, manajemen usaha dan administrasi keuangan. Inovasi produk menjadi salah satu solusi utama untuk mengatasi permasalahan produk. Pengembangan inovasi produk tersebut diharapkan dapat mengatasi kendala yang dihadapi saat ini yakni makin menurunnya margin yang didapat dikarenakan harga kedelai yang terus meningkat (Aviv & Ikah, 2021).

Strategi Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu parameter untuk menilai berhasil tidaknya suatu usaha, karena tujuan akhir dari proses produksi ialah penjualan dengan harapan mendapatkan keuntungan. Proses pemasaran memerlukan pihak lain yang disebut dengan lembaga pemasaran, dimana peran lembaga pemasaran sangat mempengaruhi rantai pemasaran. Keberhasilan dari suatu usaha dapat ditentukan oleh kemampuan dalam menjalankan strategi dan kebijakan pemasaran yang sesuai dengan situasi dan kondisi usaha, baik dimasa kini maupun masa yang akan datang (Arianty & MD, 2019).

Strategi pemasaran adalah upaya memasarkan suatu produk, baik itu barang atau jasa, dengan menggunakan pola rencana dan teknik tertentu sehingga (Putra¹ et al., 2019) jumlah penjualan menjadi lebih tinggi. Strategi pemsaran juga

bisa di artikan sebagai rangkaian upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka mencapai tujuan tertentu, karena potensi untuk menjual proposisi terbatas pada jumlah orang yang mengetahui hal tersebut.

Strategi pemasaran mempunyai peranan penting dalam sebuah perusahaan atau bisnis karena berfungsi untuk menentukan nilai ekonomi perusahaan, baik itu harga barang maupun jasa. Ada tiga faktor penentu nilai harga barang dan jasa yaitu:

- a. Produksi
- b. Pemasaran
- c. Konsumsi

Dalam hal ini, pemasaran menjadi bagian yang menghubungkan antara kegiatan produksi dan konsumsi. Selain tiga faktor penentu harga tersebut, adapun empat fungsi dari strategi pemasaran, yaitu diantaranya:

1. Meningkatkan motivasi untuk melihat masa depan
2. Koordinasi pemasaran yang lebih efektif
3. Merumuskan tujuan perusahaan
4. Pengawasan kegiatan pemasaran

Banyak sekali marketing mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah kunci utama dari konsep pemasaran dan marketing strategi. Dengan kata lain, setiap perusahaan memiliki cara tersendiri dalam melakukan proses marketing, sesuai dengan karakteristik dan kesanggupan masing masing.

Bauran pemasaran tidak dapat berdiri sendiri dalam membangun pengaruh terhadap keputusan pembelian, diperlukan adanya kolaborasi yang bersinegri dalam mendapatkan hasil yang sempurna, seperti variable kualitas pelayanan yang baik. Kualitas pelayanan yang semakin baik akan mempengaruhi niat konsumen dalam membeli. Perubahan zaman yang semakin dinamis membuat perusahaan harus mampu dengan cepat mengikuti perkembangan yang berdampak pada cara melakukan strategi pemasaran yang tepat dalam meningkatkan penjualan (FEBRIAN & Vina Hapsari, 2019).

Biaya Produksi

Biaya produksi merupakan hal yang paling utama untuk dipikirkan serta diperhitungkan. Kesalahan perhitungan mampu berakibat fatal bagi kemajuan serta perkembangan perusahaan. Besarnya biaya produksi ini akan membuat sebuah perusahaan bisa mengalami kebangkrutan akibat ketidak mampuan perusahaan dalam melakukan manajemen keuangan. Biaya produksi adalah biaya biaya yang dikeluarkan untuk mengolah bahan baku menjadi barang jadi untuk dijual. Dimana biaya produksi ini terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Terkadang banyak perusahaan mengurangi mutu kualitas dari produk yang di produksi hanya untuk mendapatkan biaya produksi yang rendah, namun hal tersebut bukan cara yang tepat untuk membuat biaya produksi menjadi lebih rendah, tetapi perusahaan perlu melakukan efisiensi biaya untuk dapat menekan biaya produksi (Dimas Wahyu Kurniawan, 2019).

Biaya produksi adalah salah satu elemen penentu harga pokok produk sekaligus penentu harga dan seberapa besar pengembalian modal yang sudah

dikeluarkan sehingga menghasilkan laba. Biaya biaya yang telah dikeluarkan oleh pemilik usaha seharusnya digunakan sebagai elemen perhitungan pembentukan harga pokok produksi dan penentuan harga jual (Putra¹ et al., 2019).

Pendapatan

Pendapatan merupakan nilai maksimum yang dapat dikonsumsi oleh seseorang dalam suatu periode dengan mengharapkan keadaan yang sama pada akhir periode seperti keadaan semula. Pada hakekatnya pendapatan adalah penerimaan atau balas jasa dari faktor faktor produksi (Gustina et al., 2022).

Pendapatan disebut juga dengan income yaitu imbalan yang diterima oleh seseorang dari penyerahan faktor faktor produksi atau setelah melakukan kegiatan perekonomian. Pendapatan tersebut digunakan untuk memenuhi kebutuhan dan sisanya merupakan tabungan untuk memenuhi hari esok. Pendapatan merupakan faktor terpenting bagi setiap manusia, pendapatan sangat berpengaruh bagi kelangsungan hidup suatu usaha. Pendapatan merupakan uang bagi sejumlah pelaku usaha yang telah diterima oleh suatu usaha dari pembeli sebagai hasil dari proses penjualan barang ataupun jasa (Sadan Madji et al., 2019).

Menurut (Khairullah et al., 2022) Pendapatan dapat digolongkan menjadi beberapa macam, diantaranya penggolongan pendapatan berdasarkan cara memperolehnya dapat dibagi menjadi dua yaitu:

1. Pendapatan kotor, ialah pendapatan yang diterima oleh pedagang sebelum dikurangi dengan biaya biaya.
2. Pendapatan bersih, ialah pendapatan yang diterima oleh pedagang setelah dikurangi dengan biaya biaya.

Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan pokok pembahasan ini merupakan penelitian yang telah banyak terjadi dan bukanlah penelitian pertama yang dilakukan. Penelitian terdahulu ini merupakan sebagai acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori untuk mengkaji penelitian yang dilakukan. Adapun terdapat tiga penelitian terdahulu yang menjadi acuan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini sebagai berikut:

1. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Umi Novia Sani (2021) melakukan penelitian mengenai Strategi Pemasaran Home Industry Tempe di Masa Kenaikan Harga Kedelai Impor Pada Salsabillah Tempe Home Made. Dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kendala yang dihadapi oleh Home Industry Tempe Salsabillah Tempe Home Made di masa kenaikan harga kedelai impor terletak pada keuntungan yang diperoleh mengalami penurunan sedangkan permintaan akan produksi mengalami kestabilan, dan adapaun strategi pemasaran yang dilakukan yaitu dengan memperhatikan strategi produk, strategi harga, strategi penjualan, dan strategi promosi sehingga transaksi yang terjadi mampu memenuhi kebutuhan yang ada dari segala aspek.
2. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Selly Maryaty (2022) dengan judul penelitian yaitu Dampak Kenaikan Harga Kedelai Terhadap Pendapatan Pengusaha Tahu (Studi kasus di Kelurahan Mabar Kecamatan Medan Deli Kota Medan). Dengan hasil penelitian yang diperoleh yaitu dampak kenaikan harga kedelai berpengaruh nyata terhadap pendapatan pengusaha tahu dengan menurunnya pendapatan sebesar 24,76%. Adapun

salah satu cara dalam mengatasi penurunan pendapatan pengusaha tahu tersebut adalah dengan memperkecil ukuran tahu yang dijual dengan harga tetap.

3. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Iis Fauziah (2022) dengan judul penelitian yaitu Analisis Pengaruh Kenaikan Harga Kedelai Terhadap Pendapatan Pengrajin Tempe (Studi kasus tempe asli H.B Jambi di Kelurahan Legok Kecamatan Telanaipura Kota Jambi). Dengan hasil penelitian yaitu terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kenaikan harga terhadap pendapatan pengrajin tempe dari tahun 2017-2020, dan berdasarkan analisis rasio penerimaan dan biaya (R/C ratio) sebelum dan sesudah terjadinya kenaikan harga kedelai menyatakan bahwa usaha tempe asli H.B Jambi masih dapat terus dijalankan.

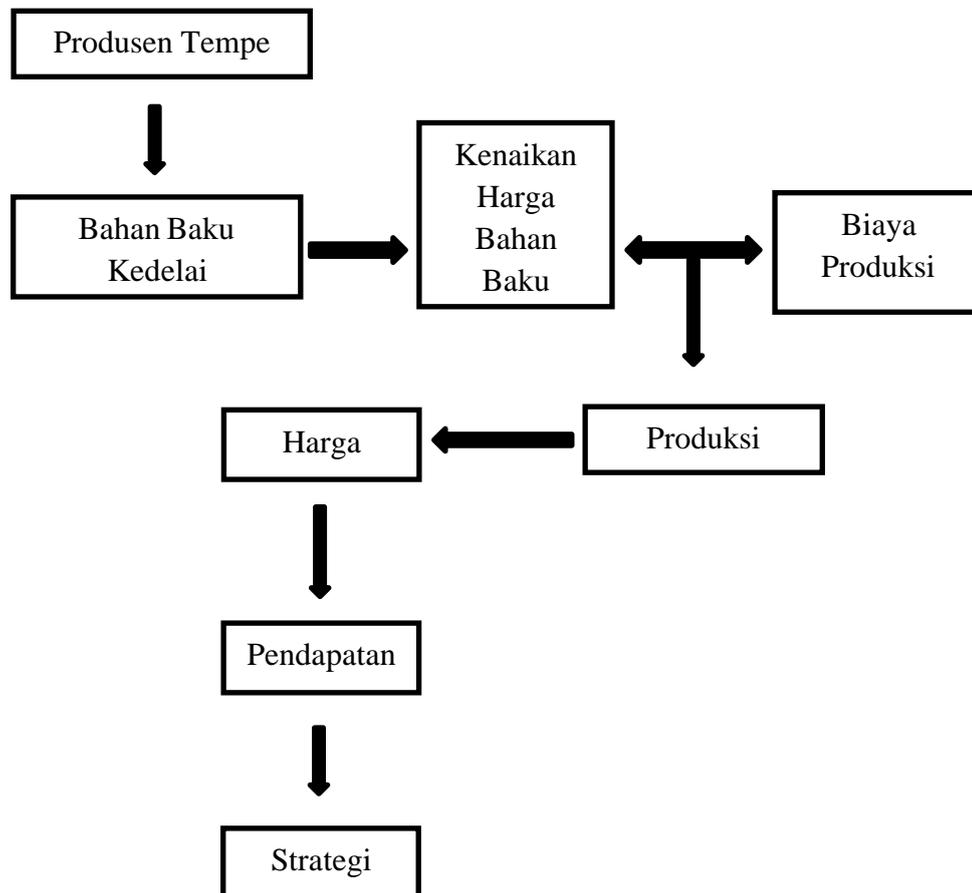
Dari ketiga penelitian terdahulu, terdapat beberapa persamaan serta perbedaan yang terdapat pada hasil penelitian, yaitu pada bagian strategi yang dilakukan pada usahanya, serta perbedaan dampak atau kendala pengusaha tahu dan produsen tempe yang mana memiliki bahan baku yang sama. Namun ketiga usaha tersebut masih layak dan masih bisa di pertahankan untuk terus berkembang.

Kerangka Pemikiran

Kedelai merupakan salah satu komoditas kacang-kacangan yang memiliki kandungan gizi serta protein yang tinggi. Kedelai juga merupakan salah satu bahan baku utama dalam pembuatan makanan setengah jadi yaitu tempe. Namun

beberapa waktu terakhir harga kedelai mengalami kenaikan yang menyebabkan banyak nya produsen tempe sulit untuk memproduksi tempe.

Adapun terdapat beberapa dampak atas kenaikan harga kedelai terhadap para pengrajin tempe di Kecamatan Aek Kuo, serta berbagai macam strategi yang dilakukan para pengrajin tempe untuk terus mempertahankan suahanya. Untuk mengetahui bagaimana dampak dan startegi para pengrajin tempe pada masa kenaikan harga kedelai di Kecamatan Aek Kuo dapat di lihat pada gambar di bawah.



Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran

METODOLOGI PENELITIAN

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif, yang bermaksud untuk memahami fenomena fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian. Kemudian melakukan metode penelitian survey secara langsung, penelitian survey memiliki tiga tujuan utama yaitu menggambarkan keadaan di Kecamatan Aek Kuo, mengidentifikasi secara terukur keadaan sekarang untuk membandingkan , menentukan kejadian yang spesifik.

Metode Penentuan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Aek Kuo, Kabupaten Labuhanbatu Utara, Sumatera Utara. Pemilihan lokasi dilakukan dengan mempertimbangkan bahwa kecamatan ini merupakan salah satu industry pembuatan tempe yang lumayan banyak di Kabupaten Labuhanbatu Utara.

Metode Penarikan Sampel

Metode penarikan sampel yang digunakan ialah metode purposive sampling yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu, misalnya orang tersebut dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, penarikan sampel dalam penelitian ini ada 2 macam yaitu objek dan subjek:

1. Objek dalam penelitian ini sendiri adalah harga kedelai
2. Subjek dari penelitian ini adalah produsen tempe yang ada di Kecamatan Aek Kuo, Kabupaten Labuhanbatu Utara. Adapun subjek pendukungnya

yaitu dari masyarakat, dan pengguna atau pelanggan yang memberikan informasi mengenai dampak kenaikan harga kedelai.

Populasi dari penelitian ini adalah keseluruhan produsen tempe yang berada di Kecamatan Aek Kuo berjumlah 10 produsen tempe. Dan sampel yang digunakan adalah metode sampling jenuh (sensus) yaitu keseluruhan populasi dijadikan sampel yang berjumlah 10 produsen tempe.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua data yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data primer berisi tentang profil produsen dan usaha tempe sebelum dan setelah adanya kenaikan harga kedelai, diperoleh melalui survey dengan seorang produsen tempe dan menggunakan teknik pengamatan, wawancara maupun angket atau kuesioner. Survey yang dilakukan adalah survey mengenai kondisi usaha pada saat sebelum dan setelah kenaikan harga kedelai.
2. Data sekunder berupa jurnal jurnal, Outlook, Badan Pusat Statistik (BPS), Buku Online dan literatur literatur yang terkait dengan penelitian atau data yang telah ada sebelumnya

Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sebelum memasuki lapangan, selama dilapangan, dan setelah selesai dilapangan. Adapun di bawah ini metode analisis data yang di gunakan ialah:

1. Metode analisis data yang digunakan untuk mengetahui dampak dari kenaikan harga kedelai terhadap hasil produksi dan pendapatan produsen tempe ialah metode deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk menjelaskan suatu fenomena dengan mendalam dan dilakukan dengan mengumpulkan data sedalam dalamnya. Adapun langkah-langkah dalam penelitian deskriptif kualitatif yaitu: 1. Tahapan persiapan/pra-lapangan, 2. Tahapan pekerjaan lapangan, 3. Tahapan analisis data.
2. Metode analisis data yang digunakan untuk mengetahui strategi produsen tempe dalam menanggapi kenaikan harga kedelai yaitu menggunakan metode analisis SWOT.

Tabel 4. Model Penentuan Indikator Komponen SWOT

Internal	Kekuatan yang dimiliki perusahaan	Kelemahan yang dimiliki perusahaan
Eksternal	Peluang perusahaan pada masa yang akan datang	Ancaman perusahaan pada masa yang akan datang

Penentuan indikator tersebut disusun berdasarkan tujuan yang ingin dicapai pada masa yang akan datang. Selanjutnya lakukan evaluasi terhadap faktor internal, yaitu semua kekuatan dan kelemahan yang kita miliki. Penentuan indikator peluang dan ancaman disusun berdasarkan tujuan perusahaan dalam membuat analisis SWOT.

Penyusunan suatu formula SWOT dengan menggunakan faktor internal dan eksternal yang *representative* adalah dengan menempatkan tahapan-tahapan sebagai berikut:

a. Bobot Nilai

1.00 = Sangat Penting

0.75 = Penting

0.50 = Standar

0.25 = Tidak Penting

0.10 = Sangat Tidak Penting

b. Rating Nilai

5 = Sangat Penting

4 = Penting

3 = Netral

2 = Tidak Baik

1 = Sangat Tidak Baik

c. Skor Nilai

Untuk menentukan skor nilai akan dihitung dengan menggunakan formula sebagai berikut : $(SN=BN.RN)$.

Keterangan:

SN = Skor Nilai

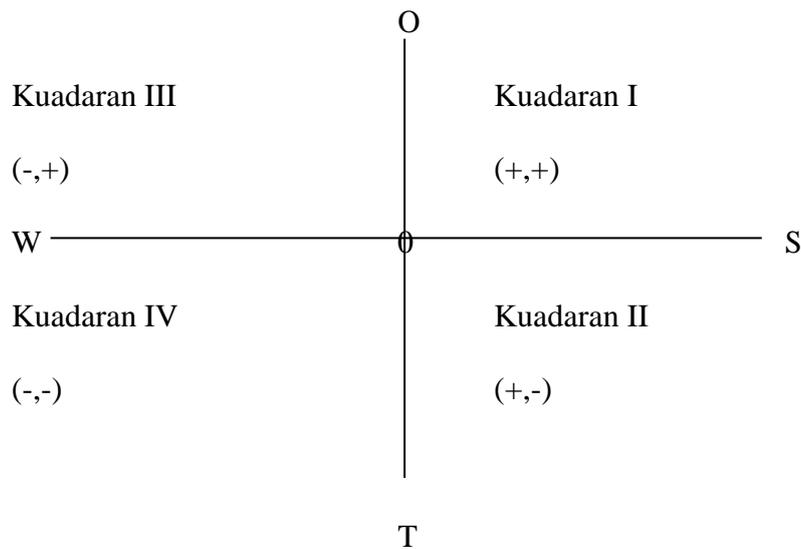
BN = Bobot Nilai

RN = Rating Nilai

Setelah bobot dan rating untuk faktor internal dan eksternal tersebut sudah dihitung, kemudian hasilnya kita masukan ke dalam kuadran SWOT dengan cara:

1. Total nilai bobot x *rating* kekuatan + dengan total nilai bobot dan *rating* kelemahan = nilai kuadaran sumbu X.
2. Total nilai bobot x *rating* peluang + dengan total nilai bobot dan *rating* ancaman = nilai kuadaran sumbu Y.

Berikut merupakan pemilihan strategi dari masing masing daerah kurva SWOT.



Gambar 2. Matriks Kuadran SWOT

Dari gambar diatas dapat diketahui bagaimana matriks kuadran SWOT yang dijelaskan sebagai berikut:

- a. Kuadran I (positif, positif)

Posisi ini menandakan sebuah perusahaan yang kuat dan berpeluang. Rekomendasi strategi yang diberikan adalah agresif, artinya strategi yang mendukung perusahaan untuk terus memaksimalkan kekuatan serta peluang yang ada untuk terus maju dan meraih kesuksesan yang lebih besar.

b. Kuadaran II (positif, negatif)

Posisi ini menandakan sebuah perusahaan yang kuat namun menghadapi tantangan yang besar. Rekomendasi strategi yang diberikan adalah diversifikasi, artinya perusahaan dalam kondisi baik namun menghadapi sejumlah tantangan berat sehingga diperkirakan roda perusahaan akan mengalami kesulitan, maka yang harus dilakukan adalah perluasan produk baik barang atau jasa, dalam rangka meningkatkan pertumbuhan, penjualan, dan keuntungan perusahaan.

c. Kuadaran III (negatif, positif)

Posisi ini menandakan sebuah organisasi yang lemah namun sangat berpeluang. Rekomendasi strategi yang diberikan adalah ubah strategi, artinya perusahaan disarankan untuk mengubah strategi sebelumnya. Karena, strategi yang lama dikhawatirkan sulit untuk dapat menangkap peluang yang ada sekaligus memperbaiki kinerja perusahaan.

d. Kuadaran IV (negatif, negatif)

Posisi ini menandakan sebuah perusahaan yang lemah dan menghadapi tantangan besar. Rekomendasi strategi yang diberikan adalah strategi bertahan, artinya kondisi internal perusahaan berada pada pilihan dilematis. Oleh karena itu perusahaan disarankan untuk menggunakan strategi bertahan, mengendalikan kinerja internal agar tidak semakin terperosok. Strategi ini dipertahankan sambil terus berupaya membenahi diri.

Setelah strategi dirumuskan maka dilanjutkan dengan perumusan program yang merupakan suatu rencana aksi (*action plan*). Berikut adalah tabel format

dalam menganalisis dan menentukan keputusan strategis dengan pendekatan matriks SWOT.

Tabel 5. Matriks Analisis SWOT

IFAS	STRENGTHS (S)	WEAKNESSES (W)
EFAS	Tentukan faktor kekuatan internal	Tentukan faktor kelemahan internal
OPPORTUNITIES (O) Tentukan faktor peluang eksternal	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREATS (T) Tentukan faktor ancaman eksternal	STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Setelah dilakukan perumusan program, langkah selanjutnya adalah membuat kombinasi komponen komponen SWOT, cara ini dilakukan sesuai dengan tujuan perusahaan melakukan analisis SWOT. Adapun strategi strategi yang mendukung pengembangan potensi objek seperti:

1. Strategi *Strengths Opportunities (SO)*, yaitu memanfaatkan seluruh kesempatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

2. Strategi *Strengths Threats (ST)*, yaitu strategi yang disusun dengan menggunakan seluruh kekuatan yang dimiliki objek untuk mengatasi ancaman yang akan terjadi.
3. Strategi *Weaknesses Opportunities (WO)*, yaitu pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
4. Strategi *Weaknesses Threats (WT)*, yaitu kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Definisi dan Batasan Operasional

1. Produksi adalah suatu kegiatan yang dikerjakan untuk menambah nilai guna suatu benda atau menciptakan benda baru sehingga lebih bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan.
2. Pendapatan adalah jumlah masukan yang didapat atas jasa yang diberikan oleh perusahaan yang bisa meliputi penjualan produk atau jasa kepada pelanggan yang diperoleh dalam suatu aktivitas operasi suatu perusahaan untuk meningkatkan nilai asset serta menurunkan liabilitas yang timbul dalam penyerahan barang atau jasa.
3. Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan ke suatu produk atau layanan jasa. Artinya, harga adalah jumlah nilai yang harus dibayar konsumen demi memiliki atau mendapatkan keuntungan dari sebuah produk barang atau jasa.
4. Dampak dari kenaikan harga kedelai secara terus menerus dapat mengakibatkan berkurangnya kemampuan pengrajin untuk terus memproduksi, terutama pengrajin yang memiliki modal terbatas.

5. Strategi pemasaran adalah cara mengatur pemasaran untuk mencapai keuntungan yang terus meningkat dalam penjualan. Strategi usaha adalah suatu program yang menyeluruh dari sebuah usaha, atau perusahaan dalam menentukan target pemasaran untuk memuaskan konsumen.
6. Faktor internal adalah faktor faktor yang terdapat disuatu perusahaan dan lebih mudah untuk diatur, diperkirakan, dan diantisipasi setiap risikonya.
7. Faktor eksternal adalah kekuatan yang berada diluar jangkauan yang terlepas dari operasionalisasi perusahaan.

DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN

Letak dan Luas Daerah

Kecamatan Aek Kuo merupakan salah satu Kecamatan yang berada di Kabupaten Labuhanbatu Utara, Sumatera Utara. Kecamatan saat ini di pimpin oleh bapak camat yaitu Subur Halomoan, S.E dengan luas daerah 250,20 km², dan memiliki delapan desa/kelurahan yaitu desa Aek Korsik, desa Bandar Selamat, desa Karang Anyar, desa Padang Maninjau, Perkebunan Padang Halaban, Perkebunan Panigoran, desa Purwo Rejo, dan desa Sidomulyo.

Secara geografis Kecamatan Aek Kuo berada pada 2.3412 Lintang Utara, 99.8333 Bujur Timur dengan ketinggian 0-20 m di atas permukaan laut. Area Kecamatan Aek Kuo di sebelah utara berbatasan dengan Kecamatan Kualuh Hilir, di sebelah timur berbatasan dengan Kecamatan Marbau, di sebelah selatan berbatasan dengan Kecamatan Aek Natas, dan di sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Na Ix-x (BPS Kabupaten Labuhanbatu Utara, 2021).

Keadaan Penduduk

Berdasarkan angka hasil Proyeksi Sensus Penduduk tahun 2010, penduduk Kecamatan Aek Kuo berjumlah 35.691 jiwa dengan kepadatan penduduk sebesar 142,65 jiwa Km². Jumlah penduduk terbanyak terdapat di Desa Aek Korsik yaitu sebanyak 17.620 jiwa dengan kepadatan penduduk 175,90 jiwa per Km², sedangkan penduduk paling sedikit berada di Desa Karang Anyar sebanyak 991 jiwa dengan kepadatan penduduk 3.303,33 jiwa per Km².

Jumlah penduduk Kecamatan Aek Kuo dengan jenis kelamin laki-laki lebih banyak dibandingkan penduduk perempuan. Pada tahun 2020 jumlah penduduk laki-laki sebesar 18.312 jiwa, sedangkan penduduk perempuan sebanyak 17.379 jiwa.

Sarana dan Prasarana Umum

Di Kecamatan Aek Kuo, terdapat 0 Rumah Sakit, 1 Puskesmas, dan 5 pustu, tersebar di 8 Desa. Pada tahun 2020, jumlah Sekolah Dasar Negeri (SDN) yang ada di Kecamatan Aek Kuo sebanyak 21 unit, dengan 208 orang guru dan 3.211 murid. Sedangkan sekolah SD Swasta ada sebanyak 2 unit dengan jumlah guru 26 orang dan jumlah murid 555 orang. Sekolah Menengah Pertama Negeri (SMPN) yang ada sebanyak 3 unit, dengan 88 orang guru dan 948 murid. Sedangkan sekolah SMP Swasta ada sebanyak 1 unit dengan jumlah murid sebanyak 285 orang dan guru sebanyak 10 orang. Sekolah Menengah Atas Negeri (SMAN) yang ada sebanyak 1 unit, dengan jumlah 30 orang guru dan 501 murid. Sedangkan sekolah SMK Swasta ada sebanyak 1 unit dengan jumlah murid sebanyak 372 orang dan guru sebanyak 19 orang.

Karakteristik Sampel

Sampel dalam penelitian ini adalah pengrajin tempe di Kecamatan Aek Kuo yaitu sebanyak 10 sampel, yang mana adanya sampel ini adalah untuk mengetahui bagaimana dampak dan strategi pada masa kenaikan harga kedelai. Berikut karakteristik pengrajin tempe di Kecamatan Aek Kuo pada tabel di bawah ini sebagai berikut:

Tabel 6. Karakteristik Sampel Pengrajin Tempe di Kecamatan Aek Kuo

No	Nama Pengusaha	Umur	Pendidikan	Lama usaha	Produksi (bungkus/hari)	Alamat
1.	UD Mariatik	44	SMP	2	780	Padang Maninjau
2.	UD Ponira	51	SD	10	260	Padang Maninjau
3.	UD Ania	60	SD	35	150	Perkebunan Panigoran
4.	UD Fatimah	37	SMP	11	120	Karang Anyar
5.	UD Mahmudi	54	SMA	1	400	Sidomulyo
6.	UD Ipul	34	SMA	16	1.820	Aek Korsik
7.	UD Supatmi	57	SMP	19	520	Perkebunan Panigoran
8.	UD Yatinem	61	SD	25	130	Karang Anyar
9.	UD Alang Siregar	63	-	3	230	Bandar Selamat
10.	UD Murti	54	SD	2	120	Bandar Selamat

Sumber : Hasil Data Primer, 2023

Keterangan: UD = Usaha Dagang

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dampak Kenaikan Harga Kedelai (*Glycine max*) Terhadap Produksi dan Pendapatan Produsen Tempe di Kecamatan Aek Kuo

Hasil kegiatan yang dilakukan oleh penulis berdasarkan teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan sesuai dengan tujuan penelitian, yang mana agar dapat memperoleh data dengan benar dan akurat. Adapun tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui bagaimana dampak kenaikan harga kedelai terhadap produksi dan pendapatan produsen tempe di Kecamatan Aek Kuo dan untuk mengetahui bagaimana strategi produsen tempe dalam menanggapi kenaikan harga kedelai di Kecamatan Aek Kuo.

Dampak buruk dalam sebuah usaha merupakan segala sesuatu yang dapat menghambat system untuk mencapai kinerja yang maksimal. Adapun beberapa penghambat system kerja suatu usaha seperti alat atau mesin untuk usaha, dan keterbatasan bahan baku yang dapat menaikkan harga bahan baku karena keterbatasannya.

Permasalahan tersebut dapat berpengaruh besar terhadap usaha, karena apabila tidak memiliki strategi yang cukup baik akan dapat mengakibatkan terhambatnya aliran produksi dan kerugian yang cukup besar, yang mana hal tersebut dapat mengakibatkan kebangkrutan sebuah usaha. Adapun tabel dibawah ini merupakan salah satu permasalahan produsen tempe yang diakibatkan dari kenaikan harga kedelai di Kecamatan Aek Kuo.

Tabel 7. Pembelian Kedelai Produsen Tempe Kecamatan Aek Kuo

No.	Nama Pengusaha	Kedelai (Kg)	
		Sebelum	Sesudah
1.	UD Mariatik	150	50
2.	UD Ponira	50	16
3.	UD Ania	10	10
4.	UD Fatimah	9	7
5.	UD Mahmudi	50	25
6.	UD Ipul	250	150
7.	UD Supatmi	25	25
8.	UD Yatinem	15	8
9.	UD Alang Siregar	30	15
10.	UD Murti	15	8

Sumber : Hasil Data Primer, 2023

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis kepada para pengrajin tempe di Kecamatan Aek Kuo, menunjukkan bahwa kendala yang dialami oleh para pengrajin tempe dimasa kenaikan harga kedelai yaitu menurunnya keuntungan yang diperoleh, karena mengurangi pembelian kedelai 30% hingga 50% dari biasanya. Penurunan pembelian kedelai produsen tempe Kecamatan Aek Kuo, dapat dilihat pada tabel diatas. Kemudian para pengrajin berupaya untuk tetap memproduksi dengan memperhatikan kualitas tempe yang dihasilkan, dengan cara melakukan produksi tempe dengan jumlah produksi berkurang dari sebelumnya, yang mana hal ini dilakukan untuk tetap menghasilkan produksi tempe yang baru setiap harinya.

Pengrajin tempe juga mengatakan bahwa harga kedelai naik cukup tinggi, sebelumnya kisaran harga kedelai sekitar Rp.300.000 hingga Rp.400.000 per karung 50kg, namun sekarang naik menjadi Rp.500.000 hingga Rp.600.000 per karung 50kg. Selain permasalahan kenaikan harga kedelai, beberapa produsen tempe juga mengatakan bahwa banyak pelanggan yang menyukai tempe yang dibungkus daun pisang, namun produsen mengatakan bahwa harga daun pisang lebih mahal dari pada plastik. Kemudian para produsen juga mengatakan alasan pelanggan lebih menyukai tempe berbungkus daun pisang karena kualitas tempe yang dihasilkan lebih harum. Tapi dibalik semua permasalahan itu produsen tempe mengatakan para pelanggan masih tetap membeli tempe meski dibungkus plastik.

Dampak yang dihadapi oleh para pengrajin tempe di Kecamatan Aek Kuo merupakan kendala yang sering terjadi dalam kegiatan usaha yaitu kendala pada harga bahan baku, dan munculnya pesaing baru. Hal ini dijelaskan oleh beberapa produsen tempe bahwa pembelian bahan baku mengalami penurunan lebih dari 50%. Salah satu produsen tempe juga mengatakan bahwa setelah kenaikan harga kedelai usahanya hampir saja tidak berjalan lagi, pernah tidak memproduksi tempe selama 1 minggu karena grosir tempat membeli kedelai berhenti sementara menjual kedelai, karena pada saat itu harga kedelai mencapai Rp. 600.000 per karungnya, karena takut para pelanggan enggan membeli kedelai dengan harga Rp. 600.000 jadi grosir berhenti sementara, untuk mengetahui apakah para pelanggan masih minat membeli atau tidak dengan harga kedelai yang sedang naik saat ini. Namun sekarang kembali memproduksi karena grosir sudah kembali menjual. Beberapa para pengrajin tempe juga mengatakan bahwa munculnya

pesaing baru juga merupakan salah satu kendala yang dihadapi oleh para pengrajin dalam proses pemasaran dan dalam pengembangan usaha mereka.

Harga jual tempe yang diberikan oleh para pengrajin tempe kepasaran bervariasi. Adapun dibawah ini harga jual tempe di Kecamatan Aek Kuo sebagai berikut:

Tabel 8. Harga Jual Produsen Tempe Kecamatan Aek Kuo

No.	Nama Pengusaha	Harga jual (Rp)		Produksi (Bungkus)	
		Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah
1.	UD Mariatik	500	1.000	2.300	780
2.	UD Ponira	500	1.000	750	260
3.	UD Ania	1.000	2.000	130	150
4.	UD Fatimah	500	1.000	130	120
5.	UD Mahmudi	2.000	3.000	750	450
6.	UD Ipul	3.000	5.000	3.035	1.820
7.	UD Supatmi	1.000	2.000	480	520
8.	UD Yatinem	500	1.000	240	130
9.	UD Alang Siregar	1.000	2.000	420	230
10.	UD Murti	1.000	2.000	200	120

Sumber : Hasil Data Primer, 2023

Harga yang ditawarkan oleh para pengrajin tempe di pasar atau ke warung bervariasi, ada yang Rp. 5000/tujuh bungkus tempe, Rp. 10.000/tujuh bungkus tempe, dan ada yang Rp. 1000 hingga Rp. 5000 per bungkusnya. Namun tetap dengan harga satuan seperti pada tabel diatas, adapun perbedaan dari beberapa

pengrajin ketika ada dari masyarakat sekitar yang beli langsung keprodusen atau eceran ada diantaranya menjual Rp. 5000/tujuh bungkus, Rp. 1000/bungkus, Rp. 2000/bungkus, dan ada yang Rp. 5000/enam bungkus.

Mengurangi pembelian kedelai yang cukup banyak mengakibatkan hasil produksi tempe juga berkurang, terlihat pada tabel diatas bahwa produksi kedelai menurun hampir 50% dari sebelumnya. Namun dengan harga jual yang sudah naik saat ini dan ukuran tempe yang berkurang saat ini mampu meminimalisir kerugian para pengrajin di Kecamatan Aek Kuo.

Para produsen mengatakan, dengan harga jual yang naik dan ukuran tempe yang lebih kecil, tempe masih laku dan selalu habis terjual setiap harinya. Hal ini menandakan bahwa permintaan tempe dipasaran setiap harinya tidak pernah berkurang bahkan lebih meningkat.

Para produsen tempe mengatakan tetap memproduksi karena menjadi pengrajin tempe merupakan salah satu mata pencarian sehari-hari keluarganya. Selain itu beberapa produsen tempe juga mengatakan bahwa pelanggan lebih suka produk tempe yang dibungkus menggunakan daun, harga daun pisang sendiri saat ini jauh lebih mahal dibandingkan dengan harga plastik, hal ini yang membuat keuntungan produsen tempe menjadi menurun demi memenuhi permintaan konsumen.

Sebelumnya beberapa produsen mengatakan bahwa dibalik semua kendala atas kenaikan harga kedelai tersebut, ada juga kendala lainnya, seperti sering sekali pemerintah desa mendata tentang usaha mereka, bukan hanya sekali bahkan sudah tiga kali pendataan, namun sampai saat ini dana bantuan pemberdayaan

belum juga sampai ketangan mereka. Para produsen juga mengatakan, agar pemerintah desa bisa lebih sadar tentang hal tersebut, yang mana hal ini diharapkan para produsen agar bisa membantu mengembangkan usaha mereka di masa kenaikan harga kedelai, terlebih lagi usaha mereka saat ini masih tergolong Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).

Strategi produsen tempe dalam menanggapi kenaikan harga kedelai (*Glycine max*) di Kecamatan Aek Kuo

Bertahannya suatu usaha tentunya dipengaruhi oleh bagaimana strategi dari usaha itu sendiri dalam mempertahankan usahanya. Adapun strategi yang digunakan oleh para produsen tempe di Kecamatan Aek Kuo ialah memperkecil ukuran tempe dengan harga tetap, sedikit memperbesar ukuran tempe dengan harga dua kali lipat dari biasanya, menaikkan harga jual dengan ukuran tempe seperti biasa dan mengurangi pembelian bahan baku untuk menghindari kerugian pada usaha. Berdasarkan kondisi usaha para produsen tempe di Kecamatan Aek Kuo baik dari segala aspek kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*weaknesses*), kesempatan (*opportunities*), serta ancaman (*threats*) yang dihadapi oleh para produsen tempe di Kecamatan Aek Kuo sebagai berikut:

1. Kekuatan (*strengths*)

Kekuatan yang dimiliki secara umum adalah kekuatan yang dimiliki oleh seluruh para pengusaha dalam menjalankan usahanya, dan kekuatan yang dimiliki tersebut memiliki pengaruh terhadap pengembangan usaha para produsen tempe dimasa kenaikan harga kedelai. Adapun kekuatan tersebut yaitu sebagai berikut:

a. Pelanggan setia

Para konsumen pada umumnya lebih menyukai suatu produk dengan harga murah namun tetap memiliki manfaat yang baik. Sama seperti halnya tentang tempe, tempe merupakan salah satu makanan dengan olahan tradisional yang banyak digemari oleh masyarakat dari kalangan bawah hingga kalangan menengah. Hal ini menjadi faktor kekuatan yang penting bagi para pengrajin tempe untuk terus berproduksi.

b. Kualitas produk yang dihasilkan

Hasil olahan tempe yang berkualitas tentunya juga menjadi kekuatan dalam strategi suatu usaha. Hal ini yang tentunya membuat para pengrajin tempe untuk tetap terus memproduksi tempe dengan tetap memperhatikan kualitas produk yang dihasilkan.

c. Tidak terdapat campuran

Dengan tidak menambah campuran lain pada produk membuat kualitas tempe tetap bagus, dan masih memiliki cita rasa yang sama seperti sebelumnya. Hal ini merupakan kekuatan penting para pengrajin tempe dalam usahanya.

2. Kelemahan (*weaknesses*)

Kelemahan merupakan penghalang yang dihadapi oleh para pengusaha dalam mengembangkan serta melaksanakan aktivitasnya untuk mencapai keuntungan yang diinginkan. Adapun beberapa kelemahan yang dimiliki sebagai berikut:

a. Alat produksi

Terkait dengan perkembangan zaman, alat produksi dalam menggiling kedelai juga ikut berkembang. Beberapa para pengrajin tempe masih menggunakan cara tradisional dengan menggiling menggunakan tangan dan tanpa alat penggiling. Hal ini menjadi salah satu kelemahan yang dimiliki oleh para pengrajin dalam memproduksi tempe.

b. Lokasi memproduksi tempe

Selain alat produksi yang menjadi salah satu kelemahan dalam pembuatan tempe, adapun lokasi memproduksi tempe yang menjadi kelemahan, tidak memiliki ruangan tersendiri dalam memproduksi tempe membuat para pengrajin mengalami keterbatasan pembuatan tempe. Hal ini menjadi salah satu kelemahan para produsen dalam mengembangkan usahanya.

3. Peluang (*opportunities*)

Kondisi ini yaitu suatu keadaan yang mendukung atau memberikan peluang kepada pengusaha untuk terus maju dan berkembang. Adapun peluang yang dimiliki para pengrajin tempe di Kecamatan Aek Kuo sebagai berikut:

a. Produk yang memiliki sumber protein tinggi

Tumbuhnya kesadaran para masyarakat tentang pentingnya mengonsumsi makanan bergizi, khususnya makanan yang kaya akan sumber protein membuat tempe selalu laku dipasaran. Hal ini tentu

sangat mendukung para produsen tempe dalam mengembangkan usahanya pada masa kenaikan harga kedelai di Kecamatan Aek Kuo.

b. Pesaing yang jarang ditemui

Tempe merupakan makanan khas Indonesia yang banyak digemari, namun tidak semua masyarakat Indonesia bisa membuat tempe. Hal ini menjadi salah satu faktor penting bagi para pengusaha tempe untuk terus melanjutkan usahanya.

c. Terdapat banyak penggemar tempe

Terdapat manfaat yang banyak pada tempe, membuat tempe banyak digemari dikalangan masyarakat. Sehingga hal ini menjadi salah satu peluang bagi para pengrajin tempe untuk terus memproduksi tempe setiap harinya.

4. Ancaman (*threats*)

Selain kelemahan yang dimiliki diatas, seiring dengan semakin berkembangnya perekonomian pada masyarakat. Adapun terdapat beberapa ancaman yang akan terjadi pada usaha para produsen tempe sebagai berikut:

a. Kenaikan harga bahan baku

Bahan baku dalam suatu usaha merupakan salah satu hal yang penting. Kedelai merupakan bahan baku pembuatan tempe, pada saat ini harga kedelai mengalami kenaikan yang cukup meningkat, hal tersebut berpengaruh besar terhadap keberlangsungan para usaha pengrajin tempe.

b. Pembungkus hasil produksi

Para pengrajin tempe mengatakan bahwa pelanggan menyukai kualitas tempe yang dibungkus menggunakan daun pisang. Namun diketahui dengan setiap harinya memproduksi dan terbatasnya daun pisang, hal tersebut akan menjadi salah satu penghambat dalam memproduksi tempe.

Setelah ditentukan indikator tersebut dan disusun berdasarkan tujuan yang ingin dicapai pada masa yang akan datang. Selanjutnya melakukan evaluasi terhadap faktor internal dan faktor eksternal, dengan cara membuat Matriks Evaluasi Faktor Internal dan Matriks Evaluasi Faktor Eksternal dalam bentuk tabel. Penyusunan suatu formula SWOT dengan menggunakan faktor internal dan eksternal yang *representative* adalah dengan menempatkan tahapan-tahapan sebagai berikut:

a. Bobot Nilai

1.00 = Sangat Penting

0.75 = Penting

0.50 = Standar

0.25 = Tidak Penting

0.10 = Sangat Tidak Penting

b. Rating Nilai

5 = Sangat Penting

4 = Penting

3 = Netral

2 = Tidak Baik

1 = Sangat Tidak Baik

c. Skor Nilai

Untuk menentukan skor nilai akan dihitung dengan menggunakan formula sebagai berikut : $(SN=BN.RN)$.

Keterangan:

SN = Skor Nilai

BN = Bobot Nilai

RN = Rating Nilai

Faktor Internal Produsen Tempe Kecamatan Aek Kuo

Untuk menganalisis faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan dilakukan dengan menyebarkan angket atau kuesioner sehingga didapat hasil dengan memberi bobot dan rating dari masing masing responden. Hasil yang didapat berbeda-beda dari masing masing responden, maka akan dilakukan dengan mencari rata-rata. Skor faktor internal diperoleh dari perkalian antara bobot dan rating dari kekuatan dan kelemahan dalam pengembangan usaha produsen tempe di Kecamatan Aek Kuo. Adapun hasilnya dapat dilihat seperti tabel berikut dibawah ini:

Tabel 9. Matrix Internal Factor Evaluation (IFE Matrix) Produsen Tempe

FAKTOR-FAKTOR INTERNAL	BOBOT	RATING	SKOR
KEKUATAN			
a. Pelanggan setia	0.40	4	1.6
b. Kualitas produk yang dihasilkan	0.40	3	1.2
c. Tidak terdapat campuran seperti tepung dan ubi	0.20	3	0.6
	1.00		3.4
KELEMAHAN			
a. Alat produksi	0.50	4	2.0
b. Lokasi memproduksi tempe	0.50	3	1.5
	1.00		3.5
TOTAL	2.00		6.9

Sumber: Hasil Data Primer, 2023

Perhitungan Matrix Internal Factor Evaluation (IFE) untuk produsen tempe di Kecamatan Aek Kuo yang menjadi faktor kekuatan utama adalah pelanggan setia yang ditunjukkan dengan skor 1,6. Kelemahan utama produsen tempe di Kecamatan Aek Kuo adalah alat produksi pembuatan tempe dengan skor 2,0. Menunjukkan bahwa masih terbatasnya pembuatan tempe karena alat produksi yang tidak memadai dalam pengembangan usaha produsen tempe di Kecamatan Aek Kuo.

Faktor Eksternal Produsen Tempe Kecamatan Aek Kuo

Untuk menganalisis faktor eksternal berupa peluang dan ancaman dilakukan dengan menyebarkan angket atau kuesioner sehingga didapat hasil dengan memberi bobot dan rating dari masing masing responden. Hasil yang didapat berbeda-beda dari masing masing responden, maka akan dilakukan

dengan mencari rata-rata. Skor faktor eksternal diperoleh dari perkalian antara bobot dan rating dari peluang dan ancaman dalam pengembangan usaha produsen tempe di Kecamatan Aek Kuo. Adapun hasilnya dapat dilihat seperti tabel berikut dibawah ini:

Tabel 10 . Matrix Eksternal Factor Evaluation (EFE Matrix) Produsen Tempe

FAKTOR-FAKTOR EKSTERNAL	BOBOT	RATING	SKOR
PELUANG			
a. Produk yang kaya akan protein	0.40	4	1.6
b. Minim Muncul Kompetitor (Pesaing)	0.30	3	0.9
c. Terdapat banyak penggemar tempe	0.30	4	1.2
	1.00		3.7
ANCAMAN			
a. Kenaikan harga bahan baku	0.60	4	2.4
b. Pembungkus hasil produksi	0.40	2	0.8
	1.00		3.2
TOTAL	2.00		6.9

Sumber: Hasil Data Primer, 2023

Hasil perhitungan Matrix Eksternal Factor Evaluation (EFE) untuk produsen tempe Kecamatan Aek Kuo menunjukkan bahwa produk yang kaya akan protein merupakan faktor kesempatan yang paling penting dalam pengembangan usaha produsen tempe dengan skor 1,6. Faktor ancaman yang paling kuat dan mempengaruhi perkembangan usaha produsen tempe di Kecamatan Aek Kuo adalah kenaikan harga bahan baku (Kedelai) dengan skor 2,4. Hal ini menjadi faktor serius karena kenaikan harga kedelai berdampak besar bagi para Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kecamatan Aek Kuo.

Setelah ditentukan hasil dari perhitungan Matrix Internal Factor Evaluation (IFE) dan Matrix Eksternal Factor Evaluation (EFE), selanjutnya menentukan Koordinat Matriks SWOT untuk mengetahui strategi yang dapat dilakukan para pengrajin tempe di Kecamatan Aek Kuo di masa kenaikan harga kedelai pada saat ini. Adapun di bawah ini Koordinat Matriks SWOT pada penelitian ini sebagai berikut:

Koordinat Matriks SWOT

Koordinat (x;y) ditentukan dengan:

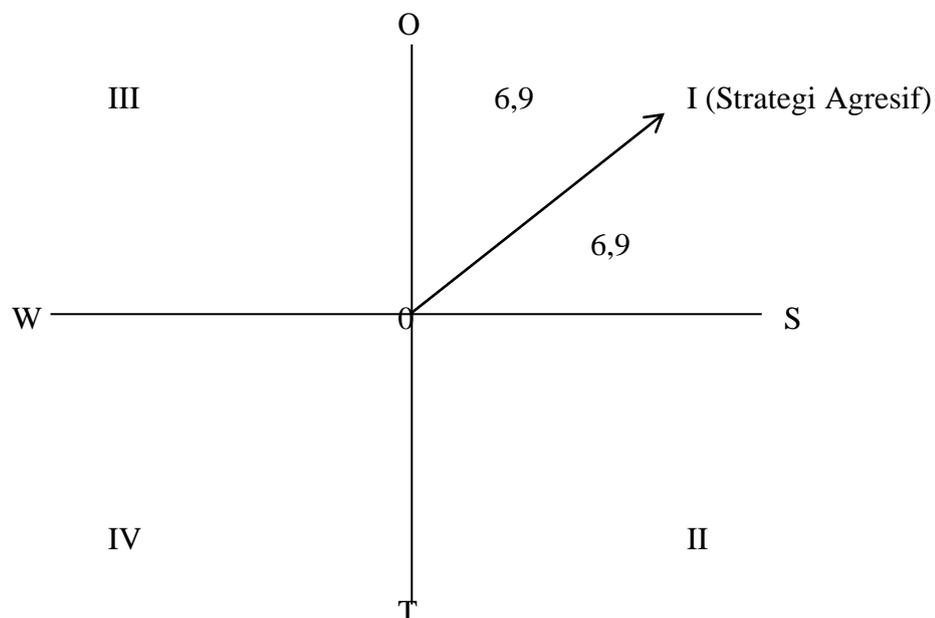
$$x = \text{nilai total S+W}$$

$$y = \text{nilai total O+T}$$

$$x = 3,4 + 3,5 = 6,9$$

$$y = 3,7 + 3,2 = 6,9$$

$$\text{koordinat} = (6,9 ; 6,9)$$



Gambar 3. Matriks Kuadran SWOT Produsen Tempe Kecamatan Aek Kuo

Dari hasil koordinat matriks SWOT, didapat hasil yang menunjukkan bahwa strategi yang dapat dilakukan pada usaha produsen tempe Kecamatan Aek Kuo adalah strategi agresif. Strategi agresif maksudnya adalah mendukung para pengusaha untuk terus menyerang atau memaksimalkan kekuatan serta peluang yang ada untuk terus maju dan meraih kesuksesan yang lebih besar pada usaha.

Setelah ditemukan strategi yang dapat dilakukan para produsen tempe di Kecamatan Aek Kuo pada masa kenaikan harga kedelai. Selanjutnya menentukan alternative strategi pemasaran dengan cara membuat matiks yang menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman yang dihadapi oleh para pengrajin tempe di Kecamatan Aek Kuo yang dikombinasikan dengan kekuatan dan kelemahan produsen tempe sehingga menghasilkan empat set kemungkinan alternative startegi pemasaran. Adapun faktor faktor strategi produsen tempe di Kecamatan Aek Kuo yang telah diidentifikasi disusun dalam tabel matriks SWOT berikut dibawah ini:

Tabel 11. Matriks SWOT Usaha Pengrajin Tempe Kecamatan Aek Kuo

EFAS	IFAS STRENGTHS (S) a. Pelanggan setia b. Kualitas produk yang dihasilkan c. Tidak terdapat campuran	WEAKNESSES (W) a. Alat produksi b. Lokasi memproduksi tempe
	OPPORTUNITIES (O) a. Produk yang memiliki sumber protein tinggi b. Minim Muncul Kompetitor	STRATEGI SO a. menjual tempe dengan ukuran yang lebih kecil, dengan harga yang sama dan sedikit memperbesar

<p>(Pesaing)</p> <p>c. Terdapat banyak penggemar tempe</p>	<p>ukuran dengan harga jual dua kali lipat.</p> <p>b. menyembunyikan strategi pengolahan tempe untuk menghindari munculnya pesaing baru.</p> <p>c. Meningkatkan kualitas produk</p>	<p>mempermudah proses pembuatan tempe.</p> <p>b. memanfaatkan ruang tamu dan dapur sebagai tempat memproduksi tempe.</p>
<p>THREATS (T)</p> <p>a. Kenaikan harga bahan baku</p> <p>b. Pembungkus hasil produksi</p>	<p>STRATEGI ST</p> <p>a. Tetap memproduksi tempe untuk tetap mempertahankan para pelanggan yang ada.</p> <p>b. Pembungkus tempe sesuai minat para konsumen.</p> <p>c. Tetap pertahankan kualitas produk dengan tidak menambah campuran lain</p>	<p>STRATEGI WT</p> <p>a. mengurangi produksi pada masa kenaikan harga kedelai</p> <p>b. strategi barter dengan masyarakat pemilik daun pisang,</p>

Berdasarkan matriks SWOT diatas dapat dilihat bahwa faktor kekuatan dan peluang dibandingkan dengan faktor kelemahan dan ancaman. Berikut ini merupakan pengembangan strategi pemasaran dari hasil interpretasi analisis SWOT pada usaha produsen tempe di Kecamatan Aek Kuo, yaitu sebagai berikut:

1. Strategi *Strengths Opportunities (SO)*

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (*Strengths*) dan faktor eksternal (*Opportunities*), strategi ini dibuat dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar besarnya. Adapun strategi yang dilakukan sebagai berikut:

a. Menjual tempe lebih kecil harga tetap dan sedikit besar harga naik

Para produsen tempe di Kecamatan Aek Kuo dapat menjual tempe dengan ukuran yang lebih kecil harga tetap namun beresiko pelanggan akan complain dengan ukuran atau menjual tempe dengan ukuran yang sedikit besar dengan harga dua kali lipat dari sebelumnya. Hal ini bisa dilakukan agar para pelanggan tidak merasa keberatan dengan ukuran yang lebih kecil atau harga yang naik.

b. Menyembunyikan strategi pembuatan tempe

Perkembangan zaman yang sudah semakin maju, membuat segala sesuatu yang di inginkan bisa dipelajari melalui sosial media. Terutama tentang pengelolaan kedelai menjadi tempe, namun terkadang sedikit perbedaan komposisi membuat citra rasa suatu makanan bisa berbeda. Hal ini bisa menjadi salah satu bentuk strategi para produsen tempe untuk meminimalkan kelemahan dimasa munculnya pesaing baru.

c. Meningkatkan kualitas produk

Kedelai merupakan salah satu kacang-kacangan yang memiliki protein tinggi dan tempe merupakan makanan yang banyak digemari di kalangan masyarakat. Hal ini menjadi salah satu faktor penting, dengan meningkatkan kualitas produk akan membuat tempe menjadi selalu laku dipasaran.

2. Strategi *Strengths Threats (ST)*

Strategi ini merupakan gabungan antara faktor internal (*Strengths*) dan faktor eksternal (*Threats*). Strategi ini dibuat untuk menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman. Adapun strategi yang dilakukan sebagai berikut:

a. Terus memproduksi tempe

Salah satu bentuk cara mempertahankan pelanggan yang ada dengan tetap terus memproduksi tempe, agar pelanggan yang ada tidak beralih ke produsen tempe lainnya. Namun tidak semua produsen tempe memiliki modal yang cukup besar untuk membeli kedelai yang saat ini sedang mengalami kenaikan harga. Maka dari itu, para produsen harus melakukan strategi yaitu terus memproduksi meski berkurang dari sebelumnya yang mana hal ini untuk tetap mempertahankan para pelanggan yang ada.

b. Sesuai minat konsumen

Pangsa pasar yang luas dan berbagai karakter konsumen, membuat permintaan suatu produk berbeda-beda. Banyak dari beberapa konsumen yang lebih menyukai produk tempe berbungkus daun

pisang, namun juga diantaranya lebih menyukai yang berbungkus plastic untuk lebih dapat dilihat kualitas tempe apakah masih layak konsumsi atau tidak. Maka dari itu, para pengrajin tempe harus menyesuaikan pembungkusan tempe sesuai minat konsumen.

c. Tidak menambah campuran lain ke produk

Perlunya terus mempertahankan kualitas produk yang baik adalah salah satu hal yang penting dari sebuah usaha. Dengan tidak memberi campuran lain seperti tepung atau ubi merupakan salah satu hal penting dalam mempertahankan kualitas produk

3. Strategi *Weaknesses Opportunities (WO)*,

Strategi ini merupakan gabungan antar faktor internal (*Weaknesses*) dan faktor eksternal (*Opportunities*), strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Adapun strategi yang dilakukan sebagai berikut:

a. Membeli Alat Produksi

Terkait dengan perkembangan zaman, alat produksi dalam menggiling kedelai juga ikut berkembang. Untuk itu, para pengrajin harus membeli alat penggiling kedelai atau alat produksi lainnya untuk mempercepat dan mempermudah proses pembuatan tempe.

a. Mamanfaatkan beberapa ruangan di rumah

Tidak memiliki ruangan tersendiri dalam memproduksi tempe membuat para pengrajin jadi memanfaatkan ruang tamu dan dapur sebagai tempat memproduksi tempe. Hal ini dilakukan agar terus bisa

memproduksi demi mendapatkan keuntungan lebih untuk mengembangkan usaha yang ada.

4. Strategi *Weaknesses Threats* (WT)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (*Weaknesses*) dan faktor eksternal (*Threats*), strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensive dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. Adapun strategi yang dilakukan sebagai berikut

a. Mengurangi produksi

Bahan baku dalam suatu usaha merupakan salah satu hal yang penting. Para pengrajin mengurangi produksi pada masa kenaikan harga kedelai, hal tersebut dilakukan untuk menghindari kerugian.

b. Melakukan barter

Para pelanggan menyukai kualitas tempe yang dibungkus menggunakan daun pisang. Namun diketahui dengan setiap harinya memproduksi dan terbatasnya daun pisang, hal tersebut akan menjadi salah satu penghambat dalam memproduksi tempe. Namun para produsen tempe melakukan strategi barter dengan masyarakat pemilik daun pisang, agar para produsen dapat terus mendapatkan daun pisang dan masyarakat mendapatkan hasil produksi tempe. Kemudian mencampur hasil produksi dengan bungkus plastik dan daun pisang, agar para konsumen terbiasa dan menyukai produk tempe bungkus plastik.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian tentang Kenaikan Harga Kedelai (*Glycine max*) Terhadap Pendapatan Produsen Tempe Kecamatan Aek Kuo, dapat penulis simpulkan sebagai berikut:

1. Dampak dari kenaikan harga kedelai terhadap produsen tempe Kecamatan Aek Kuo adalah keuntungan/laba dan hasil produksi yang diperoleh mengalami penurunan, sedangkan permintaan tempe dipasaran terus meningkat.
2. Adapun strategi produsen tempe dalam menanggapi kenaikan harga kedelai Kecamatan Aek Kuo yaitu strategi agresif, dengan cara terus membuat produk sebanyak banyaknya untuk meningkatkan keuntungan atau menggunakan strategi *Strengths Opportunities (SO)*.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti di atas, adapun saran dari peneliti yaitu:

1. Pengrajin tempe di Kecamatan Aek Kuo agar bisa memperluas pemasaran ke berbagai tempat yang strategis, yang mana hal tersebut diharapkan bisa meningkatkan penjualan.
2. Para pengrajin tempe di Kecamatan Aek Kuo sebaiknya tidak mengurangi pembelian kedelai. Setiap harinya tempe masih laku dan habis terjual meskipun dengan harga jual yang naik dan ukuran tempe yang lebih kecil,

yang mana hal ini membuktikan bahwa permintaan tempe dipasaran masih stabil dan bahkan lebih meningkat dari sebelumnya.

3. Kepada peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian mengenai bantuan pemberdayaan kepada para Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), terutama para produsen tempe di Kecamatan Aek Kuo, agar bisa membantu mengembangkan usaha mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Arianty, N. dan MD, Masyhura. 2019. Strategi Pemasaran Susu Kedelai Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Keluarga. *Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 257–264.
- Asbur, Y. dan Khairunnisyah. 2021. Tempe sebagai sumber antioksidan : Sebuah Telaah Pustaka. *AGRILAND Jurnal Ilmu Pertanian*, 9(3), 183–192.
- Aviv, M. A. R. dan Ikah. 2021. *Business development of tempe craftsman group pulo village kecamatan rembang rembang district*. 1(2), 38–45.
- Choirun, A. N. dan N. Delpiana. 2022. *KABUPATEN BANYUWANGI Fakultas Pertanian , Universitas Jember PENDAHULUAN Pengrajin tempe dalam kegiatan produksi pada umumnya lebih memilih menggunakan kedelai impor sebagai bahan baku pengolahan , karena kedelai impor lebih memiliki kualitas yang baik , . 941–955.*
- Dimas W. K. 2019. HASIL PENJUALAN Dimas Wahyu Kurniawan Prodi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Maarif Hasyim Latif. *Jurnal Riset Teknik Industri*, 2(1), 1–2.
- Febrian, A. dan C. A. Vina Hapsari. 2019. Strategi Pemasaran Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Melalui Niat Sebagai Mediasi. *Buletin Studi Ekonomi*, 24(2), 279.
- Gustina, L., W. Novita dan Y. Triadi. 2022. Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 4(1), 152–161.
- Hafni, R., Rs, P. Hariani dan D. Rezeki. 2022. Analisis Permintaan Komsumsi Kedelai di Indonesia. *Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu*, 3(1), 250–264.
- Harahap, M. I. dan R. D. Harahap. 2019. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Impor Kedelai di Indonesia. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam*, 5(1), 67–82.
- Harahap, S. A. dan F. Rakhmawati. 2022. Etnomatematika dalam Proses Pembuatan Tempe. *Jurnal Cendekia : Jurnal Pendidikan Matematika*, 6(2), 1291–1300.
- Hidayah, A. T. dan C. Wulandari. 2019. Pengaruh Modal Kerja Dan Volume Penjualan Terhadap Profitabilitas. *JAD : Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan Dewantara*, 2(2), 123–130.
- Ivan, E. dan N. A. Sari. 2021. Potret Perbandingan Kebijakan Harga Pangan dengan Realita Harga Beras, Gula dan Kedelai di Tahun Pertama Pandemi Covid-19, Indonesia: The Portrait Comparison of Food Price Policies with Reality of Rice, Sugar and Soybean Prices in the First Year of Covid-. *Open Science and Technology (OST)*, 1(1), 82–104.

- Khairullah, M. N., S. Irdiana., K. Y. Ariyono dan K. Darmawan. 2022. Strategi Pedagang Kaki Lima Dalam Meningkatkan Pendapatan di Masa Pasca Pandemi Covid 19. *Jurnal Manajemen Dan Penelitian Akuntansi*, 15(2), 85–96.
- Lestari, B., S. Ikhsan dan Abdurrahman. 2021. Analisis Faktor Produksi Tempe Di Kelurahan Guntung Paikat Kecamatan Banjarbaru Selatan Kota Banjarbaru. *Frontier Agribisnis*, 5(4), 130–136.
- Lestari, R. B., Y. Kasih dan H. Widagdo. 2022. Coaching Inovasi Produk dan Strategi Pemasaran pada Industri Rumah Tangga Perajin Tempe di Kelurahan Bukit Sangkal Palembang. *Publikasi Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat (PADIMAS)*, 1(2), 54–60.
- Machfiroh, I. S. 2019. Strategi dan Dampak Kenaikan Harga Kedelai Terhadap Laba Usaha Produsen Tempe di Desa Panggung. *Jurnal Humaniora Teknologi*, 5(2), 1–7.
- Maghfiroh, A. W. 2022. Analisis strategi produksi tempe terhadap penyesuaian harga bahan baku. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1), 548–552.
- Nurholipah, N. dan Q. Ayun. 2021. ISOLASI DAN IDENTIFIKASI Rhizopus oligosporus DAN Rhizopus oryzae PADA TEMPE ASAL BEKASI. *Jurnal Teknologi Pangan*, 15(1), 98–104.
- Putra, M. E., N. Angreyani., R. P. Nabila dan W. Andriani. 2019. Production Cost Analysis in the Framework of Selling Price Determination Food At the Twin Daro Fish Hut Grilled in Pekanbaru Analisis Biaya Produksi Dalam Rangka Penentuan Harga Jual Makanan Pada Pondok Ikan Bakar Daro Kembar Di Pekanbaru. *Research In Accounting Journal*, 2(2), 190–195.
- Sadan, M., E. Daisy dan J. I. Sumual. 2019. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Petani Rumput Laut Di Desa Nain Kecamatan Wori Kabupaten Minahasa Utara. *Jurnal EMBA*, 7(3), 3998–4006.
- Sagala, I. M., Suryadi dan Adhiana. 2020. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Kedelai. *Penelitian Agrisamuda*, 7(1), 1–13.
- Septiadi, D., P. K. Suparyana dan A. F. Utama. 2020. Analisis Pendapatan dan Pengaruh Penggunaan Input Produksi Pada Usahatani Kedelai di Kabupaten Lombok Tengah. *JIA (Jurnal Ilmiah Agribisnis) : Jurnal Agribisnis Dan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian*, 5(4), 141.
- Shafitri, M., L. Aryani dan Nobelson. 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Vivo. *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi*, 02, 201–212.
- Taan, H. 2021. Kemudahan Penggunaan dan Harga Terhadap Minat Beli Online Konsumen. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1), 89.

Triyanti, D. R. 2019. Outlook Kedelai 2020. *Pusat Data Dan Sistem Informasi Pertanian*, 1–84.

LAMPIRAN 1**KUESIONER PENELITIAN****A. Identitas Responden**

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : Laki - Laki
 Perempuan
3. Umur : Tahun
4. Pendidikan terakhir?
5. Apakah usaha ini merupakan usaha utama?
 Ya Tidak
6. Apakah saudara memiliki pekerjaan sampingan?
 Ya Tidak

B. Sebelum dan Sesudah Kenaikan Harga Kedelai

1. Sudah berapa lama Bapak/Ibu menekuni pekerjaan menjadi seorang pengrajin tempe?
2. Bagaimana Bapak/Ibu dalam mencari bahan baku pembuatan tempe yaitu kedelai pada usaha Bapak/Ibu?
3. Bagaimana dampak kenaikan harga kedelai terhadap usaha tempe Bapak/Ibu?
4. Apakah ada perbedaan biaya produksi dan hasil produksi tempe Bapak/Ibu pada masa kenaikan harga kedelai dan sebelum kenaikan harga kedelai?

5. Bagaimana Bapak/Ibu dalam menetapkan harga jual tempe pada masa kenaikan harga kedelai?
6. Strategi apa yang Bapak/Ibu lakukan pada masa kenaikan harga kedelai?
7. Apakah terdapat penurunan jumlah penjualan dan pendapatan setelah diterapkan strategi pemasaran di masa kenaikan harga kedelai?
8. Apakah Bapak/Ibu memiliki karyawan pada usaha ini? Jika iya, ada berapa karyawan? Dan bagaimana gaji karyawan pada masa kenaikan harga kedelai? Apakah terdapat penurunan gaji? Atau pengurangan karyawan?

C. Tanggapan Responden

Keterangan :

1 = sangat tidak baik

2 = tidak baik

3 = netral

4 = penting

5 = sangat penting

Strengths (Kekuatan)

No.	Pertanyaan	Rating Nilai				
		1	2	3	4	5
1	Pelanggan setia					

2	Kualitas produk					
3	tidak terdapat campuran tepung dan ubi					

Weaknesses (Kelemahan)

No.	Pertanyaan	Rating Nilai				
		1	2	3	4	5
1	Alat produksi					
2	Lokasi memproduksi tempe					

Opportunities (Peluang)

No.	Pertanyaan	Rating Nilai				
		1	2	3	4	5
1	Produk yang kaya akan protein					
2	Minim muncul pesaing					
3	Terdapat banyak penggemar tempe					

Threats (Ancaman)

No.	Pertanyaan	Rating Nilai				
		1	2	3	4	5
1	Kenaikan harga bahan baku					
2	Pembungkus hasil produksi					

LAMPIRAN 2

REKAPITULASI KUESIONER

No	Faktor Internal	Jumlah Penilaian Responden										Rata-rata
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	Pelanggan setia	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4
2	Kualitas produk	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3
3	Tidak terdapat campuran tepung dan ubi	3	3	4	2	3	3	4	2	3	3	3
4	Alat produksi	4	4	4	3	4	5	5	4	4	3	4
5	Lokasi memproduksi tempe	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3

No	Faktor Eksternal	Jumlah Penilaian Responden										Rata-rata
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	Produk yang kaya akan protein	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4
2	Minim muncul pesaing	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3
3	Terdapat banyak penggemar tempe	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4

4	Kenaikan harga bahan baku	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4
5	Pembungkus hasil produksi	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2

LAMPIRAN 3**HARGA BAHAN BAKU TEMPE DI KECAMATAN AEK KUO**

Nama	Kedelai 50 kg (Rp)		Plastik (Rp)		Daun Pisang (Rp)		Ragi (Rp)	
	Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah
UD Mariatik	400.000	600.000	-	-	15.000	20.000	28.000	30.000
UD Ponira	400.000	600.000	-	-	15.000	20.000	28.000	30.000
UD Ania	400.000	600.000	10.000	12.000	-	-	28.000	30.000
UD Fatimah	400.000	600.000	-	-	20.000	25.000	28.000	30.000
UD Mahmudi	400.000	600.000	10.000	12.000	-	-	28.000	30.000
UD Ipul	400.000	600.000	10.000	12.000	-	-	28.000	30.000
UD Supatmi	400.000	600.000	10.000	12.000	-	-	28.000	30.000
UD Yatinem	400.000	600.000	-	-	20.000	25.000	28.000	30.000
UD Alang Siregar	400.000	600.000	10.000	12.000	-	-	28.000	30.000
UD Murti	400.000	600.000	10.000	12.000	-	-	28.000	30.000

LAMPIRAN 4

GAJI KARYAWAN PRODUSEN TEMPE KECAMATAN AEK KUO

Nama	Karyawan Non Keluarga (Rp)		Anggota Keluarga (Rp)		Jumlah Karyawan	
	Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah
UD Mariatik	-	-	500.000	500.000	1	1
UD Ponira	-	-	-	-	-	-
UD Ania	-	-	-	-	-	-
UD Fatimah	-	-	-	-	-	-
UD Mahmudi	-	-	500.000	500.000	1	1
UD Ipul	800.000	800.000	-	-	5	3
UD Supatmi	-	-	-	-	-	-
UD Yatinem	-	-	-	-	-	-
UD Alang Siregar	-	-	-	-	-	-
UD Murti	-	-	-	-	-	-

LAMPIRAN 5**DOKUMENTASI PENELITIAN**

Pengrebusan kedelai



Perendaman kedelai



Proses pengeringan kedelai



Proses pembungkusan menggunakan daun



Tempe yang sudah selesai dibungkus dan tunggu siap dijual



Proses pembungkusan menggunakan plastic



Alat giling kedelai manual



Pemilik UD Mariatik



Pemilik UD Ponira



Pemilik UD Ania



Pemilik UD Fatimah



Pemilik UD Mahmudi



Pemilik UD Ipul



Pemilik UD Supatmi



Pemilik UD Yatinem



Pemilik UD Alang Siregar



Pemilik UD Murti