

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN
AGROINDUSTRI TAHU DI DESA PANGKATAN
KECAMATAN PANGKATAN KABUPATEN LABUHAN BATU**

SKRIPSI

Oleh:

M. HAFIZUL FAHMY

NPM: 1804300092

Program Studi: AGRIBISNIS



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2024**

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN AGROINDUSTRI
TAHU DI DESA PANGKATAN KECAMATAN PANGKATAN
KABUPATEN LABUHAN BATU**

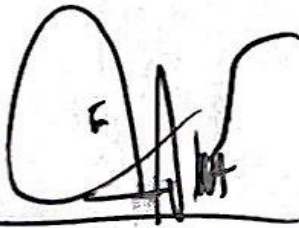
SKRIPSI

Oleh:

M. HAFIZUL FAHMY
NPM: 1804300092
Program Studi: AGRIBISNIS

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

Komisi Pembimbing



Dr. Muhammad Thamrin, S.P., M.Si
Ketua



Desi Novita, S.P., M.Si
Anggota

**Disahkan Oleh:
Dekan**



Dr. Rafni Hawari Tanjung, S.P., M.Si

Tanggal lulus : 15 Mei 2024

PERNYATAAN

Dengan ini saya :

Nama : M. Hafizul Fahmy

NPM :1804300092

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul “Analisis Strategi Pengembangan Agroindustri Tahu Di Desa Pangkatan Kecamatan Pangkatan Kabupaten Labuhan Batu” adalah berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli saya sendiri. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

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

Medan, Februari 2024

Yang menyatakan



M. Hafizul Fahmy

RINGKASAN

M. Hafizul Fahmy (1804300092) dengan judul penelitian Analisis Strategi Pengembangan Agroindustri Tahu Di Desa Pangkatan Kecamatan Pangkatan Kabupaten Labuhan Batu. Selama penelitian penulis dibimbing oleh Bapak Muhammad Thamrin. S.P., M.Si., selaku ketua komisi dan Desi Novita, S.P., M.Si, selaku anggota komisi pembimbing.

Penelitian ini bertujuan untuk Menganalisis strategi pengembangan yang diterapkan di agroindustri tahu di Desa Pangkatan, Kecamatan Pangkatan, Kabupaten Labuhan Batu dengan menggunakan faktor internal dan eksternal, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Penelitian ini adalah *field research*, Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah responden yaitu para pelaku UMKM industri tahu serta karyawan yang ada Kecamatan Pangkatan dengan teknik purposive sampling Responden tersebut terdiri dari 26 orang karyawan, dan 4 pelaku UMKM industri tahu Analisis data dilakukan secara kualitatif Permasalahan penelitian dianalisis secara deskriptif untuk menjelaskan potensi dan strategi pengembangan agroindustri tahu yang kemudian data akan diolah dengan menggunakan analisis matriks IFAS, matriks EFAS, matriks posisi, serta SWOT.

Hasil penelitian ini adalah Berdasarkan uji ifas dan efas tahapan perkembangan industri tahu di Desa Pangkatan Kecamatan Pangkatan Kabupaten Labuhanbatu masih dalam tahap pertumbuhan , artinya agrobisnis tahu di kabupaten pangkatan masih memiliki banyak potensi untuk dikembangkan, Strategi S-O lebih mengedepankan kepada mengolah tahu sehingga memiliki produk turunan yang memiliki harga jual lebih besar, Strategi S-T lebih mengedepankan kepada, Mengembangkan teknologi dalam pembuatan tahu sehingga tidak ketinggalan dengan pesaing lain Strategi W-O harus lebih mengedepankan hal seperti, mengembangkan teknik pengolahan tahu, tahu yang awalnya memiliki mutu rendah bisa menjadi lebih bernilai ekonomis Strategi W-T bisa lebih memfokuskan kepada mengeluarkan produk baru yang tidak berbahan baku kedelai, seperti tahu susu, tahu telur dan lain lain.

Kata kunci: Tahu, Agroindustri, dan SWOT

SUMMARY

M. Hafizul Fahmy (1804300092) with the research title Strategy Analysis for the Development of the Tofu Agroindustry in Pangkatan Village, Pangkatan District, Labuhan Batu Regency. During the research the author was supervised by Mr. Muhammad Thamrin. S.P., M.Si., as chairman of the commission and Desi Novita, S.P., M.Si, as member of the supervising commission.

This research aims to analyze the development strategies implemented in the tofu agro-industry in Pangkatan Village, Pangkatan District, Labuhan Batu Regency using internal and external factors. The method used in this research is field research. The sample used in this research is respondents namely the MSME players in the tofu industry and their employees in Pangkatang District using a purposive sampling technique. The respondents consisted of 26 employees, and 4 MSME players in the tofu industry. Data analysis was carried out qualitatively. The research problem was analyzed descriptively to explain the potential and strategy for developing the tofu agro-industry. The data will be processed using IFAS matrix analysis, EFAS matrix, position matrix and SWOT.

The results of this research are that based on the IFAS and EFAS tests, the stages of development of the tofu industry in Pangkatan Village, Pangkatan District, Labuhan Batu Regency are still in the growth stage, meaning that the tofu agribusiness in Pangkatan Regency still has a lot of potential to be developed. The S-O Strategy prioritizes processing tofu so that it has derivative products. which has a higher selling price, the S-T Strategy prioritizes, Developing technology in making tofu so that it is not left behind by other competitors. The W-O Strategy must prioritize things such as, developing tofu processing techniques, tofu which initially has low quality can become more economically valuable. W-T Strategy can focus more on releasing new products that are not made from soybeans, such as milk tofu, egg tofu and others.

Keywords: Tofu, agroindustry and SWOT

RIWAYAT HIDUP

Saya atas nama Muhammad Hafizul Fahmy, lahir di Pangkatan pada tanggal 27 Juli 2000 anak ketiga dari empat bersaudara. Terlahir menjadi seorang putra dari pasangan Bapak Sadam dan Ibu Sumiyem. Pendidikan yang pernah ditempuh adalah sebagai berikut:

1. Tahun 2008, menyelesaikan TK (Taman Kanak-Kanak) di Taman Budaya Pangkatan.
2. Tahun 2009, menyelesaikan Pendidikan Sekolah Dasar di SDN 112198 Pangkatan.
3. Tahun 2015, menyelesaikan Pendidikan Sekolah Menengah Pertama di Al-ittihad Aek Nabara.
4. Tahun 2018, menyelesaikan Pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMAN 1 Bilah Hulu, Kecamatan Bilah Hulu, Kabupaten Labuhan Batu.
5. Tahun 2018, diterima di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Program Studi Agribisnis.

Pencapaian yang telah diraih selama mengikuti program akademik di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara :

1. Tahun 2018, Mengikuti Perkenalan Kehidupan Mahasiswa/i baru (PKKMB) di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara :
2. Tahun 2018, Mengikuti masa Ta'aruf (MASTA) Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Tahun 2021, mengikuti Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT. Hari Sawit Jaya Kebun Negeri Lama Selatan.
4. Tahun 2021, Kuliah Kerja Nyata (KKN) secara mandiri di desa Pangkatan, Kecamatan Pangkatan, Kabupaten Labuhan Batu.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan Hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan sebaik-baiknya.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menempuh sidang skripsi guna memperoleh gelar Sarjana Pertanian program S1 Fakultas Pertanian Jurusan Agribisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Penulisan skripsi ini penulis mengambil judul “Analisis Strategi Pengembangan Agroindustri Tahu Di Desa Pangkatan Kecamatan Pangkatan Kabupaten Labuhan Batu” Mengingat keterbatasan pengetahuan, pengalaman dan kemampuan penulisan, skripsi ini tidak luput dari kekurangan dan belum sempurna, nama penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya serta bagi semua pihak yang berkenan memanfaatkannya.

Dalam penulisan skripsi ini penulis mendapat banyak bantuan dari pihak lain, maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih dan rasa hormat yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Assoc. Prof. Dr. Dafni Mawar Tarigan, S.P., M.Si., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Ibu 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. Bapak Dr. Muhammad Thamrin, S.P., M.P., selaku Ketua Komisi Pembimbing yang telah membimbing penulis dalam penulisan skripsi.
6. Desi Novita, S.P., M.Si., selaku Anggota Komisi Pembimbing yang telah membimbing penulis dalam penulisan skripsi.
7. Dosen Fakultas Pertanian Agribisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.

8. Kedua orang tua tersayang bapak Sadam, dan ibu Wasriani atas kasih sayang yang tiada terhingga serta dukungan baik secara moril, materil, maupun doa yang diberikan kepada penulis.
9. Seluruh Staf Biro Administrasi Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan administrasi selama perkuliahan.
10. Keluarga Besar yang telah memberikan dukungan, semangat, doa dan motivasi kepada penulis.
11. Seluruh teman saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu terima kasih telah membantu dan mendoakan penulis.

Atas segala bantuan dan bimbingan dari semua pihak, penulis ucapkan terima kasih semoga Allah SWT akan membalas segala budi baik dan jasa-jasa mereka. Amin. Kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan lapang dada.

DAFTAR ISI

RINGKASAN.....	i
SUMMARY	ii
RIWAYAT HIDUP	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
PENDAHULUAN	1
Latar Belakang.....	1
Perumusan Masalah	5
Tujuan Penelitian	6
Kegunaan Penelitian	6
TINJAUAN PUSTAKA.....	7
Agroindustri.....	7
Strategi Pengembangan Usaha	10
Penelitian Terdahulu	17
Kerangka Berfikir	18
Hipotesis Penelitian.....	19
METODE PENELITIAN.....	20
Metode Penelitian	20
Metode Penentuan Lokasi Penelitian	20
Metode Penarikan Sampel.....	20

Metode Pengumpulan Data	21
Metode Analisis Data.....	21
Defenisi Dan Batasan Operasional	29
DESKRIPSI UMUM DAERA PENELITIAN.....	31
Batas Wilayah Labuhan Batu	32
Kondisi Kependudukan dan Ketenagakerjaan.....	33
Profil Ekonomi.....	34
Tanaman Pangan.....	35
Strategi Pengembangan UMKM.....	36
HASIL DAN PEMBAHASAN	39
Gambaran Agroindustri Tahu di Desa Pangkatan Kecamatan Pangkatan Kabupaten Labuhan Batu	41
Analisis Lingkungan Internal	42
Perhitungan Bobot Internal.....	42
Perhitungan Matriks Internal Strategic Factors Analysis Summary (IFAS)	
Analisis Lingkungan Eksternal.....	44
Perhitungan Bobot Eksternal.....	45
Perhitungan Matriks Eksternal Strategic Factors Analysis Summary (EFAS)	
KESIMPULAN DAN SARAN	51
Kesimpulan.....	51
Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Daftar Pengrajin Tahu/Tahu di Kecamatan Pangkatan (10 tahun Terakhir)	4
2.	Matriks SWOT	14
3.	Populasi Penelitian (Pelaku UMKM Tahu Kecamatan Pangkatan)	20
4.	Matriks IFAS	23
5.	Matriks EFAS	24
6.	Matriks SWOT (<i>Strength-Weakness-Opportunity-Treats</i>).....	29
7.	Luas Kabupaten Labuhan Batu	32
8.	Kependudukan Kabupaten Labuhan Batu	33
9.	Pekerja Menurut Lapangan Usaha	34
10.	Jenis Kelamin.....	40
11.	Usia.....	41
12.	Lama Bekerja/Berusaha.....	42
13.	Data Hasil Kuisioner pemberian rating dari fakto internal	43
14.	Perhitungan bobot internal.....	44
15.	Perhitungan matrik internal strategic matrik faktor analisis sumarry (HAS)	45
16.	Data hasil kuisioner dan pemberian rating pada faktor eksternal ...	46
17.	perhitungan bobot eksternal.....	47
18.	perhitungan matrik internal strategic matrik faktor analisis sumarry (HAS)	48
19.	matriks SWOT (<i>Strength-Weaknes0Opportunity Treats</i>)	49

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Pengelolaan Kedelai Menjadi Tahu	8
2.	Skema Kerangka Pemikiran	19
3.	Matriks SWOT	22
4.	Diagram Cartesius Analisis SWOT	28

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian	56
2.	Tabulasi Data Penelitian	58
3.	Karakteristik Responden	59
4.	Dokumentasi Penelitian	66

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Sektor pertanian di Indonesia sungguh sangat strategis untuk meningkatkan taraf hidup penduduk di pedesaan, penyediaan pangan bagi seluruh penduduk Indonesia. Sektor pertanian dapat menjadi sektor pendukung maupun penunjang dalam pembangunan sektor-sektor lainnya. Oleh karena itu, peran sektor pertanian diharapkan tidak hanya dilihat dari kontribusinya terhadap PDB, akan tetapi sektor pertanian dapat berperan terkait pengaruhnya terhadap sektor-sektor lain sebagai penyedia input (barang dan jasa) antara sektor lainnya yang dapat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi nasional (Febri Astuti, 2017).

Pertanian merupakan kebudayaan yang pertama kali dikembangkan manusia sebagai respons terhadap tantangan kelangsungan hidup yang berangsur menjadi sukar karena semakin menipisnya sumber pangan di alam bebas akibat laju pertumbuhan manusia. Sejak manusia mulai berusaha sendiri menanam tumbuh-tumbuhan untuk kebutuhannya 12.000 tahun lalu, usaha untuk memperbaiki cara-cara bercocok tanaman sebagai lamban. Pengelolaan tanah baru dipraktikkan antara 2500-3000 tahun sebelum Masehi, diduga pertama kali di Palestina. Diperkirakan 4000 tahun yang lalu pengairan untuk pertanian sudah dilaksanakan di Mesir dan Cina, selanjutnya menyusul di lembah Mesopotamia dan India. (Nurmal et al., 2017)

Kemampuan pertanian sebagai sektor terkuat dalam penyerapan tenaga kerja masuk saat krisis ekonomi membuktikan fungsi yang strategis dalam pemberdayaan masyarakat petani di pedesaan. Pembangunan pertanian yang terangkai beriringan baik pada on farm maupun off farm memiliki nilai potensial

untuk meningkatkan kelayakan dan taraf hidup masyarakat petani. Meski demikian, gerak pembangunan pertanian pada usaha tani berskala kecil masih relatif berjalan perlahan hingga rawan memunculkan realitas sosial yang cenderung memilih petani-petani masuk dalam komunikasi maju dan tertinggal (Dumasari, 2020).

Pengembangan usaha pada suatu industri sangatlah diharuskan apabila industri tersebut ingin berkembang menjadi lebih besar. Banyak sekali faktor-faktor yang perlu diperhatikan dan diperbaiki agar perkembangan suatu industri bisa berjalan dengan cepat dan tentunya akan bisa memberikan keuntungan juga nilai tambah pada industri tersebut (Priyandari et al., 2020).

Salah satu usaha yang banyak berkembang di Indonesia adalah agroindustri. Agroindustri berasal dari dua kata *agricultural* dan *industry* yang berarti suatu industri yang menggunakan hasil pertanian sebagai bahan baku utamanya atau suatu industri yang menghasilkan suatu produk yang digunakan sebagai sarana atau input dalam usaha pertanian. Peranan sektor pertanian dalam pembangunan di Indonesia tidak perlu diragukan lagi. Pembangunan pertanian diarahkan untuk meningkatkan produksi pertanian guna memenuhi kebutuhan pangan dan kebutuhan industri dalam negeri, meningkatkan pendapatan petani, memperluas kesempatan kerja dan mendorong pemerataan kesempatan berusaha. (Soekartawi, 2010)

Tahu merupakan salah satu makanan tradisional yang populer, selain rasanya enak, harganya murah dan nilai gizinya pun tinggi. Bahan makanan ini diolah dari kacang kedelai, meskipun harganya murah dan bentuknya sederhana, ternyata tahu mempunyai mutu yang istimewa dilihat dari segi gizi, hal ini

membuat semakin banyaknya masyarakat yang berkecimpung dalam industri tahu, data yang tercatat oleh Gabungan Koperasi Produsen Tahu-Tahu Indonesia (Gapkindo) terdapat sekitar 170.000 perajin tahu dan tahu dengan mempekerjakan pegawai sekitar 1,5 juta orang, yang terdata di bawah Gakoptindo (Sumber : www.beritasatu.com diakses tanggal 25/01/2023).

Tahu juga merupakan makanan yang bahan bakunya berasal dari kedelai yang dihancurkan menjadi bubur. Tahu dapat dimanfaatkan menjadi aneka ragam masakan, mulai dari sekedar digoreng begitu saja sampai dengan dijadikan masakan istimewa. Pemanfaatan tahu ini memang tidak sia-sia, karena kandungan gizi yang terdapat di dalam tahu cukup tinggi, dan juga mengandung beberapa asam amino yang dibutuhkan tubuh manusia (Nursalis et al., 2018).

Agroindustri tahu merupakan industri makanan yang menggunakan kedelai sebagai bahan baku utama. Pemasaran tahu di Indonesia selalu mengalami peningkatan karena tahu salah satu produk alternatif pengganti daging yang kaya akan protein, vitamin dan mineral. Menurut BPS kebutuhan akan kedelai sebesar 90%. Industri tahu dan tahu memerlukan jumlah kedelai mencapai 88%, 10% untuk kebutuhan pembuatan olahan lain, dan 2% sebagai penyedia benih. Kebutuhan kedelai Indonesia mencapai 2,8 juta ton, namun jumlah kedelai yang hanya mampu diproduksi petani Indonesia hanya mencapai 800 ribu. Sebab itulah sebagian kebutuhan kedelai di impor.

Tahu merupakan salah satu makanan pokok yang harganya tergolong murah dan bisa di konsumsi oleh seluruh segmentasi masyarakat sehingga keberadaan industri tahu sangat dibutuhkan untuk memenuhi gizi masyarakat. Ditambah lagi bahwa masyarakat semakin sadar bahwa tahu dan tahu merupakan

makanan sehat, sumber protein utama, dengan harga terjangkau. Namun walaupun tahu memiliki peranan penting dalam konteks gizi dan penyumbang perekonomian pada kenyataan banyak kendala yang harus dihadapi para pelaku agroindustri tahu, salah satunya adalah kelangkaan dan kenaikan harga kedelai sebagai bahan baku tahu (Sumber: tirto.id diakses pada 25/01/2023)

Di Kecamatan Pangkatan Kabupaten Labuhan Batu terdapat industri rumah tangga yang bergerak dibidang pengolahan kedelai, salah satunya adalah industri pengolahan bahan makanan yang berbahan baku kedelai yaitu tahu. Usaha pembuatan tahu di Kecamatan Pangkatan Kabupaten Labuhan Batu merupakan industri skala rumah tangga yang pada awal pendiriannya terdorong motivasi untuk berusaha sendiri. besarnya potensi usaha tahu membuat sejumlah masyarakat yang ada kecamatan Pangkatan Labuhanbatu ikut terjun untuk membuat industri pembuatan tahu skala rumah tangga, industri tahu ini sudah diusahakan selama lebih dari sepuluh tahun dapat memberikan keuntungan karena mampu menyerap tenaga kerja dan bertahan di tengah persaingan dengan industri pengolahan tahu yang lebih besar serta gejolak kenaikan harga kedelai.

Tabel 1. Daftar Pengrajin Tahu/Tahu di Kecamatan Pangkatan (10 tahun Terakhir)

Tahun	Jumlah pengusaha yang terdata/jiwa
2010	15
2011	15
2012	16
2013	15
2014	12
2015	12
2016	10
2017	10
2018	9
2019	8
2020	6

Sumber: Data Primer 2022 : Kantor Camat Pangkatan

Masyarakat Kecamatan Pangkatan banyak yang memulai usaha dibidang pengolahan tahu namun tidak bertahan panjang, akan tetapi ada beberapa pabrik tahu yang bertahan dan semakin berkembang sampai saat ini. Penyebab tutupnya industri tahu tersebut salah satunya yakni karena kurangnya modal usaha dari segi pemenuhan bahan baku kedelai yang terus mengalami kenaikan. Menurut hasil pra mereka yang tidak mampu bertahan hal ini lebih dikarenakan kurangnya modal usaha, tidak memiliki kemampuan untuk mengembangkan produknya membuat penurunan usaha industri tahu yang bukan hanya di daerah pangkatan namun juga di daerah lain. Hal ini juga didukung oleh pernyataan dari ketua Gabungan Koperasi Produsen Tahu-Tahu Indonesia (Gapkindo) Aip Syarifuddin yang menyatakan bahwa Target penjualan tahu dan tahu di seluruh Indonesia, selama pandemi menurun 20-30 persen. Produksi paling tinggi itu 2,5 juta ton, turun kira-kira 20 persen (sumber : bisnis indonesia.id. diakses tanggal 25/01/2023).

Berdasarkan data yang penulis temui di lapangan dan kondisi tahu secara nasional yang memang mengalami banyak kendala dari segi harga kedelai yang terus naik, kelangkaan kedelai sampai turunnya produksi tahu yang membuat sejumlah pengrajin tahu tidak mampu bertahan maka diperlukan suatu strategi agar para pelaku usaha mampu mengembangkan usahanya, sehingga dalam penelitian ini saya tertarik untuk “Analisis Strategi Pengembangan Agroindustri Tahu Di Desa Pangkatan Kecamatan Pangkatan Kabupaten Labuhan Batu”. Dalam penelitian ini saya melakukan penelitian di pabrik tahu yang terletak di Desa Pangkatan, Kecamatan Pangkatan, Kabupaten Labuhan Batu.

Rumusan Masalah

1. Faktor internal dan eksternal apa saja yang berpengaruh dalam pengembangan agroindustri tahu di Desa Pangkatan, Kecamatan Pangkatan, Kabupaten Labuhan Batu?

2. Strategi apa saja yang dapat diterapkan dalam upaya pengembangan agroindustri tahu di Desa Pangkatan, Kecamatan Pangkatan, Kabupaten Labuhan Batu?

Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang berpengaruh dalam pengembangan agroindustri tahu di Desa Pangkatan, Kecamatan Pangkatan, Kabupaten Labuhan Batu.
2. Menganalisis strategi pengembangan yang diterapkan di agroindustri tahu di Desa Pangkatan, Kecamatan Pangkatan, Kabupaten Labuhan Batu.

Manfaat Penelitian

1. Bagi penelitian, penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan, serta sebagai salah satu pengaplikasian ilmu yang telah diperoleh selama mengikuti perkuliahan.
2. Bagi Pemerintah, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi sumber pemikiran dan pertimbangan dalam menyusun suatu kebijakan menyangkut usaha pembuatan tahu.
3. Bagi pelaku usaha, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pemikiran dalam peningkatan usaha.
4. Bagi pembaca, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai tambahan referensi dalam penyusunan penelitian selanjutnya.

TINJAUAN PUSTAKA

Agroindustri

Agroindustri merupakan kegiatan yang dapat menciptakan kegiatan lain dan diperoleh nilai tambah. Karena itu pengembangan usaha agroindustri di desa secara terencana diharapkan berbagai produk yang dihasilkan termasuk berbagai produk yang tergolong masih limbah selama ini akan mendapat perlakuan pengolahan sehingga tercipta berbagai produk dari nilai ekonomi produk rendah, bahkan dari produk yang tidak bernilai sama sekali menjadi suatu produk bernilai ekonomi tinggi (Suryana et al., 2019). Melalui upaya pengembangan agroindustri berbasis desa akan menarik pertumbuhan sektor pertanian sekaligus meningkatkan pertumbuhan ekonomi desa sentra pertanian. Sebagaimana usaha industrialisasi yang telah memberikan kesempatan kerja secara luas bagi masyarakat perkotaan, demikian pula pada pengembangan agroindustri yang dibangun di kawasan sentra pertanian termasuk di desa diharapkan akan memberikan kesempatan kerja kepada masyarakat desa (Wibowo et al., 2021).

Pengembangan agroindustri atau industri pertanian di Indonesia dihadapkan pada berbagai tantangan, baik yang berkaitan dengan subsistem agribisnis hulu maupun dalam hal sistem perdagangan bebas produk pertanian olahan. Tantangan di bidang agribisnis hulu meliputi belum terjaminnya kesinambungan pasokan bahan baku berskala industri, rendahnya kualitas pasokan bahan baku, dan belum baiknya zonasi pengembangan wilayah produk primer dengan agroindustri (Yuniati et al., 2019).

Sektor pertanian masih tetap memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia. Hal ini disebabkan karena sektor pertanian masih memberikan sumbangan bagi produk domestik bruto, mampu menyerap angkatan

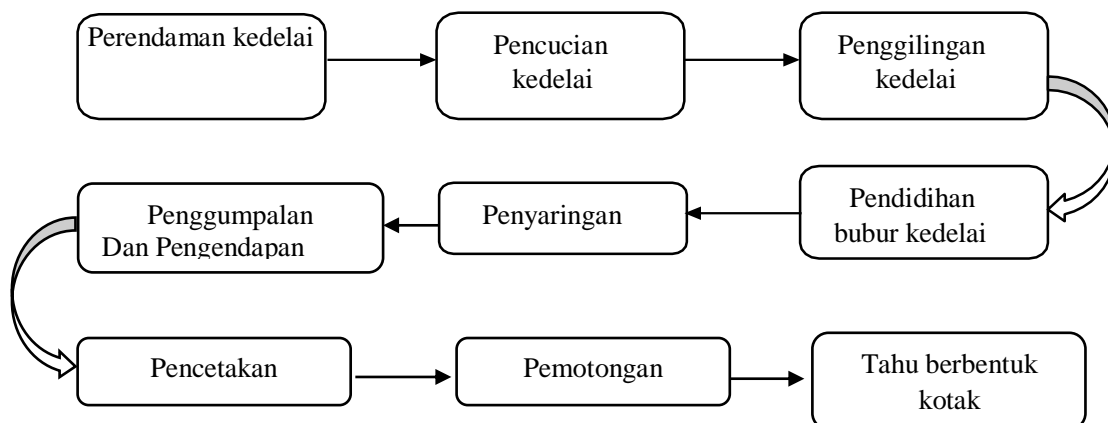
kerja yang ada, mampu menyediakan keragaman menu pangan, mampu mendukung sektor industri hulu dan industri hilir, mampu meningkatkan pendapatan petani, dan masih mendorong kesempatan berusaha serta hasil pertanian dapat memberikan sumbangan devisa yang besar (Kurniawati, 2018).

a. Agroindustri tahu

Agroindustri tahu merupakan industri yang bergerak dalam bidang pengolahan makanan dengan menggunakan kedelai sebagai bahan baku utama. Dengan adanya agroindustri tahu diharapkan mampu memberikan nilai tambah atas komoditas kedelai, meningkatkan perekonomian daerah sekitar industri, serta menumbuhkan lapangan pekerjaan di sekitar industri (Maulana et al., 2020).

b. Proses pembuatan tahu

Tahu adalah ekstrak protein kedelai yang telah digumpalkan dengan menggunakan bahan penggumpal protein seperti asam, garam, kalsium, atau bahan penggumpal lainnya. Tahu merupakan makanan sehari-hari yang sering dikonsumsi dalam bentuk makanan ringan seperti gorengan. Pada skala industri pembuatan tahu membutuhkan alat khusus, seperti alat penggiling kedelai menjadi bubur. Proses pengolahan kedelai menjadi tahu dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Pengolahan Kedelai Menjadi Tahu

Alur pembuatan tahu dimulai dengan mempersiapkan bahan baku utamanya yaitu kedelai. Kedelai untuk membuat tahu harus dicuci terlebih dahulu. Pencucian pada kedelai ini berguna untuk melepaskan batang, kulit, daun dan kotoran yang menempel pada kedelai. Kedelai yang telah dicuci bersih, kemudian direndam dan ditiriskan lalu digiling kemudian dimasak kembali hingga menjadi bubur kedelai. Jika kedelai dirasa telah mengental, maka bubur kedelai disaring. Hasil saringan kemudian diendapkan menggunakan batu tahu dan asam cuka. Pemberian batu tahu dan asam cuka berguna untuk menggumpalkan adonan bubur kedelai menjadi satu. Setelah bubur kedelai dirasakan telah menyatu maka selanjutnya bubur kedelai dapat dicetak ke dalam cetakan menjadi tahu (Yuniati et al., 2019)

c. Pemasaran

Adalah salah satu kegiatan pokok yang dilakukan perusahaan dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidup dan kembang guna memperoleh laba. Berhasil atau tidaknya dalam mencapai tujuan bisnis itu tergantung pada keahlian mereka dibidang pemasaran, produksi, keuangan maupun bidang lainnya. Selain itu juga tergantung pada kemampuan mereka untuk mengkombinasikan fungsi-fungsi tersebut agar perusahaan dapat berjalan dengan lancar (Tjiptono, 2014).

Kelancaran distribusi tahu dari produsen ke konsumen memerlukan peran lembaga pemasaran sebagai lembaga perantara sehingga fungsi pemasaran dapat terlaksana dengan baik. Fungsi fisik dan fungsi penyediaan fasilitas. Fungsi pertukaran dalam produk-produk pertanian meliputi kegiatan yang menyangkut pengalihan hak kepemilikan dalam sistem pemasaran. Fungsi fisik meliputi

kegiatan-

kegiatan yang secara langsung dilakukan terhadap komoditi pertanian, sehingga komoditas pertanian tersebut mengalami tambahan guna tempat dan waktu. Fungsi fisik terdiri dari pengolahan kedelai menjadi tahu, pengangkutan tahu dan penyimpanan tahu yaitu dengan merendam tahu dalam air selama 12 jam, setelah itu air di ganti dengan yang baru. Fungsi penyediaan fasilitas pada dasarnya yakni guna meningkatkan fungsi pemasaran.

Berikut adalah yang berkontribusi dalam pendistribusian tahu dari produsen ke konsumen yakni:

1. Pedagang pengecer

Pedagang pengecer tahu, biasanya menjual tahu di pasar tradisional dan menjualnya dengan cara berkeliling di sekitar rumah masyarakat dengan jumlah tahu yang disediakan terbatas.

2. Saluran pemasaran

Saluran pemasaran tahu dimulai dari produsen, pengecer, dan berakhir pada konsumen (Sawitri & Asmawati, 2018).

Strategi Pengembangan Usaha

1. Pengertian

Istilah strategi berasal dari kata kerja dalam bahasa Yunani. Sebagai kata benda. *Strategos* merupakan gabungan kata “*stratos*” (militer) dengan “*ago*” (memimpin). Sebagai kata kerja, Strategi berarti merencanakan (*to plan*). Strategi merupakan seni menghubungkan dan mencocokkan antara faktor yang mempengaruhi tingkat keberhasilan yang telah disusun untuk mencapai suatu tujuan. Strategi digunakan dalam memaksimalkan sumber daya unggulan sehingga target yang akan dicapai suatu usaha dapat maksimal (Masnun, 2018).

Strategi adalah rencana yang disatukan, menyeluruh dan terpadu yang mengaitkan keunggulan perusahaan dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh perusahaan. Pengertian strategi juga dapat dikemukakan bagaimana bertahan hidup dalam dunia yang semakin kompetitif, bagaimana membuat persepsi yang baik di benak konsumen, menjadi beda, mengenali kekuatan dan kelemahan pesaing, menjadi spesialisasi, menguasai satu kata yang sederhana dikepala, kepemimpinan yang memberi arah dan memahami realitas pasar dengan menjadi yang pertama, kemudian menjadi lebih baik (Ira Mayasari et al., 2021).

Perencanaan strategi merupakan salah satu cara perusahaan/organisasi dalam mengembangkan terhadap kecocokan yang baik antara tujuan yang hendak dicapai serta sumber daya perusahaan terhadap peluang pasar yang selalu berubah. Tujuan dilakukannya perencanaan strategi dalam perusahaan yakni memperkuat keberadaan bisnis dengan melihat trend/permintaan konsumen terhadap produk yang dibutuhkan sehingga perusahaan akan memperoleh sejumlah profit yang menguntungkan bagi usaha tersebut. (Kasmir, 2016)

2. Pengembangan Usaha

a. Strategi pengembangan pasar

Strategi pengembangan pasar merupakan strategi yang memasarkan produk atau jasa saat ini kepada konsumen di segmen pasar yang baru maupun wilayah area geografis pasar yang baru.

b. Strategi pengembangan produk

Perusahaan berusaha bertahan, memperkuat posisi, dan memperluas

pangsa pasar yang lebih besar dengan menggunakan tambahan pilihan produk atau jasa baru.

c. Strategi inovasi

Strategi inovasi merupakan strategi untuk meraih margin premium berkaitan dengan penciptaan dan penerimaan pelanggan atau produk atau jasa baru.

Berdasarkan pernyataan diatas, diketahui bahwa dasar dalam proses pengambilan keputusan untuk pengembangan usaha diperlukan adanya sebuah strategi. Dengan demikian, alat yang tepat digunakan dalam penentuan strategi pengembangan yaitu dengan analisis SWOT yang berasal dari kata *strength*, yang berarti kekuatan, *weakness*, yang berarti kelemahan yang dimiliki perusahaan, *opportunities* yang berarti peluang dan *threat* yang berarti ancaman lingkungan yang dihadapinya. Analisis SWOT merupakan analisis terhadap faktor internal dan eksternal dalam perusahaan yang kemudian hasil pengidentifikasian dapat dijadikan sebagai strategi dalam mengembangkan usaha (Fahmi, 2015).

3. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah suatu metode perencanaan strategi untuk mengevaluasi suatu bisnis usaha. SWOT adalah berasal dari singkatan kata *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities* dan *Threats* yang berasal dari dalam dan luar perusahaan. Analisis SWOT digunakan untuk membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strengths*), dan kelemahan (*weaknesses*). Secara singkat analisis SWOT dapat diterapkan dengan cara menganalisis dan memilih hal- hal yang mempengaruhi keempat faktornya.

Terdapat 2 faktor pokok yang mempengaruhi ke-empat dari komponen dasar yang ada pada analisis SWOT yaitu : (Fahmi, 2015).

- a. Faktor internal (*Strength* dan *Weakness*) merupakan faktor internal atau faktor yang berasal dari dalam terdiri dari dua aspek yaitu kekuatan dan kelemahan. Yang mana keduanya akan berdampak lebih baik dalam sebuah penelitian ketika kekuatan lebih besar dibandingkan kelemahan. Dengan demikian kekuatan internal yang maksimum jelas akan memberikan hasil penelitian yang jauh lebih baik. Adapun bagian-bagian dari faktor internal itu sendiri ialah Sumber daya yang dimiliki yaitu Keuangan atau finansial, Kelebihan atau kelemahan internal organisasi, Pengalaman-pengalaman organisasi sebelumnya (baik yang berhasil maupun yang gagal).
- b. Faktor eksternal (*Opportunities* dan *Threats*) Ini merupakan faktor dari luar entitas yang notabene tidak secara langsung terlibat pada apa yang sedang diteliti terdiri dari 2 aspek yaitu ancaman dan peluang. Adanya peluang serta ancaman ini tentu saja akan memberikan data yang harus dimaksudkan dalam jurnal penelitian sehingga akan menghasilkan strategi untuk menghadapinya. Beberapa poin yang termasuk pada faktor eksternal ialah Tren, Budaya, sosial politik, ideologi, perekonomian, Sumber-sumber permodalan, Peraturan pemerintah, Perkembangan teknologi, Peristiwa yang terjadi, Lingkungan.

Sebagaimana sebuah metode pada umumnya, analisis SWOT pada dasarnya hanya dapat digunakan dalam mempermudah analisa terhadap situasi yang sedang dihadapi dalam sebuah perusahaan atau organisasi. Selain itu, analisis SWOT bukanlah tolak ukur dalam memberi solusi untuk setiap masalah, melainkan mengurangi keadaan yang tidak menguntungkan (Nuraini et al., 2021).

4. Matriks SWOT

Matriks SWOT terdiri atas delapan kotak, yaitu dua kotak sebelah kiri terdiri atas faktor eksternal (peluang dan ancaman), dua kotak paling atas terdiri atas faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan empat kotak lainnya merupakan isu-isu strategis yang muncul sebagai hasil penggabungan antara faktor eksternal dan internal. Menurut Setiawan Hari Purnomo dan Zulkieflimansyah, berdasarkan hasil SWOT, terdapat empat alternatif strategi yang tersedia yaitu strategi SO, WO, ST dan WT. matriks SWOT digambarkan sebagai berikut:

Tabel 2. Matriks SWOT

Faktor Internal Faktor Eksternal	Kekuatan (S) Menyusun faktor-faktor internal	Kelemahan (W) Menyusun faktor-faktor internal
Peluang (O) Menyusun faktor-faktor peluang eksternal	Strategi SO (Ciptakan strategi dengan menggunakan kekuatan dalam memanfaatkan peluang)	Strategi WO (Ciptakan strategi dengan meminimalkan kelemahan dalam memanfaatkan peluang)
Ancaman (T) Menyusun faktor-faktor ancaman eksternal	Strategi ST (Ciptakan strategi dengan menggunakan kekuatan dalam mengatasi ancaman)	Strategi WT (Ciptakan strategi dengan meminimalkan kelemahan dalam menghindari ancaman)

Sumber: Nuraini et al., 2021

Alternatif strategi merupakan hasil dari matriks analisis SWOT yang menghasilkan suatu strategi, SO, WO, ST dan WT. alternatif strategi yang dihasilkan minimal 4 buah strategi sebagai hasil dari analisis Matriks SWOT. Menurut Rangkuti strategi yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

a. Strategi SO

Strategi ini dibuat dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki dalam memanfaatkan peluang.

b. Strategi ST

Strategi ini dibuat dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki dalam mengatasi ancaman yang dihadapi.

c. Strategi WO

Strategi ini diwujudkan dengan memanfaatkan peluang yang ada dengan meminimalkan kelemahan yang ada.

d. Strategi WT

Strategi ini dibuat dengan meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman (Mulyadi et al., 2021).

5. Analisis Lingkungan Perusahaan

Analisis lingkungan perusahaan merupakan suatu aspek utama dalam proses manajemen strategi, sebab analisis lingkungan memberikan sejumlah informasi yang dibutuhkan untuk menilai dan melihat masa depan organisasi/perusahaan. Lingkungan merupakan asal terciptanya suatu perubahan dalam perusahaan dengan menggunakan strategi yang dibuat. Analisis lingkungan dibuat dalam suatu perusahaan/organisasi agar dapat mampu memanfaatkan informasi mengenai keadaan saat ini dan mendatang. Analisis lingkungan dibagi atas dua bagian yakni lingkungan internal dan eksternal (Hardani et al., 2020).

6. Analisis lingkungan Eksternal Perusahaan

Analisis lingkungan eksternal atau biasanya disebut dengan analisis peluang dan ancaman organisasi/perusahaan. David membagi kekuatan eksternal kedalam kategori yaitu kesadaran ekonomi, kekuatan sosial (termasuk didalamnya budaya, demografi dan lingkungan). Kekuatan politik, kekuatan teknologi dan kekuatan pesaing.

Analisis lingkungan eksternal, biasanya dapat dilakukan dengan menggunakan matriks yang disebut Matriks EFAS (*External Factors Strategic Analysis Summary*). Menurut David, Matriks EFAS digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor eksternal. Data eksternal yang kemudian akan dikumpulkan untuk menganalisis hal-hal apa saja yang menyangkut persoalan ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, peraturan pemerintah, hukum, teknologi, persaingan di pasar industri perusahaan berada dan lain sebagainya (Mulyadi et al., 2021).

7. Analisis Lingkungan Internal Perusahaan

Pada lingkungan internal, para manajer strategis harus dapat mengenali apa saja yang menjadi kekuatan dan kelemahan dalam perusahaan. Analisa terhadap lingkungan internal dapat menjadi landasan bagi perusahaan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan. Hal ini sangat berpengaruh terhadap strategi yang dijalankan perusahaan. Sebagaimana yang dikemukakan Pearce dan Robinson bahwa analisa internal merupakan salah satu pencocokan antara kekuatan dan kelemahan internal perusahaan dengan peluang dan ancaman yang ada diluar lingkungan perusahaan (Nuraini et al., 2021).

Dalam penyusunan, analisis lingkungan internal kekuatan dan kelemahan organisasi, dapat ditempuh dengan menggunakan matriks yang disebut Matriks IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*) untuk mengidentifikasi faktor strategi internal. Matriks IFAS digunakan untuk mengetahui faktor internal perusahaan berkaitan kekuatan dan kelemahan, data yang dapat digali dari beberapa fungsional misalnya aspek manajemen, keuangan, pemasaran, informasi, dan produksi (Sugiyono, 2016).

Penelitian Terdahulu

(Asyaroh et al., 2021) melakukan penelitian yang berjudul Strategi Pengembangan Agroindustri Tahu Cahaya Di Dusun Lintungpaku Desa Karangpawitan Kecamatan Kawali Kabupaten Ciamis, hasil penelitian ini menunjukkan Alternatif strategi yang tepat untuk diterapkan dalam pengembangan usaha agroindustri tahu cahaya yaitu dengan menggunakan strategi SO. Setelah menggandengkan kekuatan dengan peluang dan strategi SO (Strength-Opportunity), maka diperoleh faktor yang harus dipertahankan untuk mampu mengambil peluang yang ada, yaitu mampu menjaga dan meningkatkan mutu produk dan memperluas pasar.

(Nursalis et al., 2018) dengan penelitian yang berjudul Analisis Pendapatan Agroindustri Tahu (Studi Kasus Pada Perusahaan Tahu Pusaka di Desa Simpang Kecamatan Bantarkalong Kabupaten Tasikmalaya), Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: Untuk meningkatkan pendapatan para perajin harus menambahkan jumlah produksi, tetapi tidak lepas dari kepandaian perajin untuk mencari pasar yang lebih banyak.

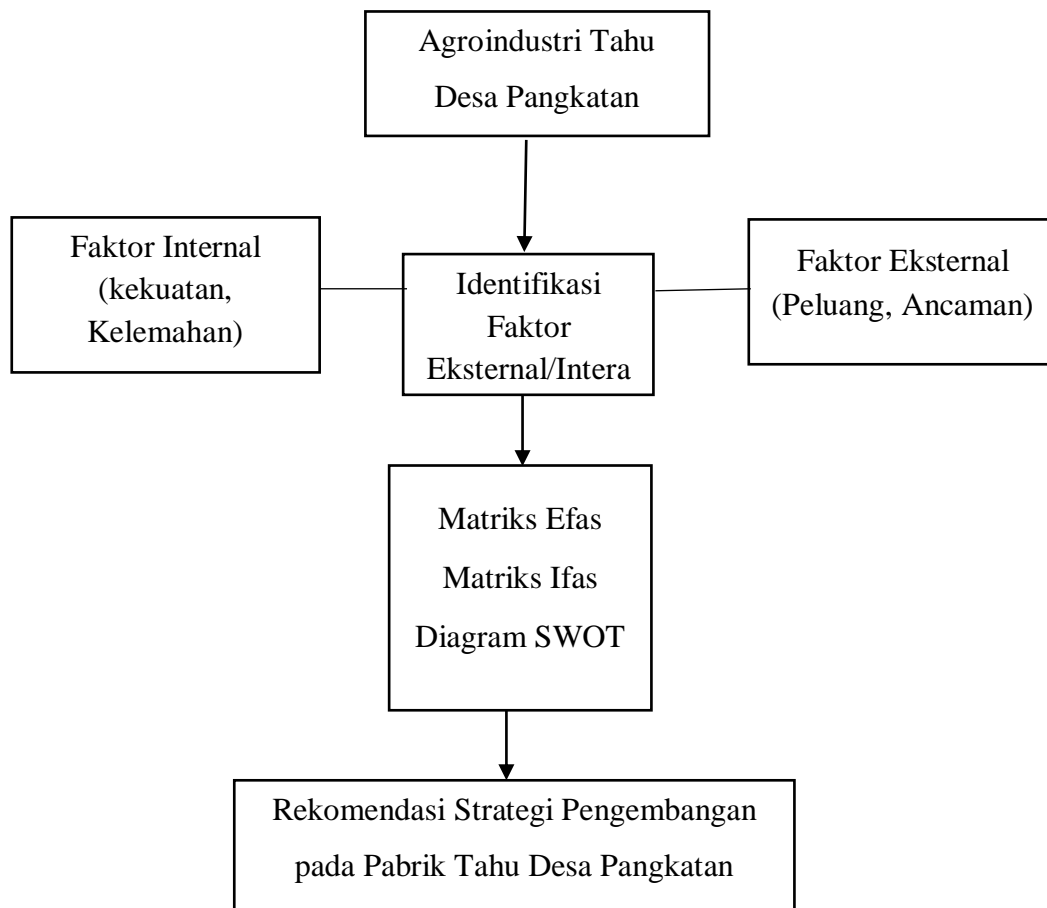
(Astiani et al., 2020) dengan penelitian yang berjudul Analisis Strategi Pengembangan Agroindustri Tahu Bulat (Studi Kasus Pada Agroindustri Tahu Bulat Songkha di Desa Muktisari Kecamatan Cipaku Kabupaten Ciamis), hasil penelitian menunjukkan Dengan menggunakan matriks SWOT dan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM), alternatif strategi yang didapatkan yaitu mempertahankan kualitas produksi dan pengembangan pasar dengan memanfaatkan kemajuan teknologi, optimalisasi kualitas SDM untuk memenuhi permintaan produk, pengolahan harus ditambah dengan berbagai varian rasa dan

penganekaragaman pengemasan untuk memaksimalkan produksi. Strategi pengembangan prioritas yang disarankan adalah mempertahankan kualitas produksi dan pengembangan pasar dengan pemanfaatan teknologi.

(Nuraini et al., 2021) dengan penelitian yang berjudul Strategi Pengembangan Agroindustri Tahu di Kecamatan Balik Bukit Kabupaten Lampung Barat, hasil penelitian ini adalah Strategi pengembangan pada agroindustri tahu skala rumah tangga, yaitu pengembangan produksi tahu ke skala yang lebih besar, mengingat tahu sangat diminati berbagai kalangan masyarakat. Strategi pengembangan agroindustri tahu skala menengah yaitu, diharapkan dapat mempertahankan atau meningkatkan pemasaran yang sudah cukup luas, mengingat tahu sangat diminati oleh berbagai lapisan masyarakat. Strategi pengembangan agroindustri tahu skala besar adalah: memperluas area pemasaran produk tahu, mengingat tahu sangat diminati oleh berbagai lapisan masyarakat.

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran operasional usaha agroindustri tahu di daerah penelitian dimulai dari mengidentifikasi permasalahan yang ada. Untuk menyelesaikan masalah yang ada maka perlu diidentifikasi faktor internal dan eksternal yang ada pada usaha agroindustri tahu tersebut. Setelah itu maka akan diketahui kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang terdapat pada usaha agroindustri tahu melalui analisis matriks SWOT yang terdiri dari perumusan alternatif strategi yang sudah dilakukan oleh usaha agroindustri tahu di daerah penelitian. Untuk lebih memperjelas alur dan proses perumusan strategi pengembangan tersebut maka dapat dilihat sebagai berikut.



Gambar 2. Skema Kerangka Pemikiran

Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara atas pertanyaan penelitian. Dari penjelasan diatas maka dapat diambil beberapa hipotesis sebagai berikut:

1. Strategi yang digunakan setiap pabrik berpengaruh dalam pengembangan agroindustri tahu di Desa Pangkatan Kabupaten Labuhan Batu.
2. Ada nilai tambah yang didapatkan dari pabrik pembuatan tahu di Kecamatan Pangkajene, mempermudah masyarakat untuk memenuhi kebutuhan pokok, contohnya masyarakat tidak jauh-jauh untuk membeli tahu keluar kampung, dan tersedianya lapangan pekerjaan bagi masyarakat yang belum memiliki pekerjaan.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode Penelitian

Penelitian ini adalah *field research*, yaitu penelitian lapangan dengan terjun langsung ke lapangan untuk menggali data dan menggali permasalahan yang diteliti. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif, dimana metode ini merupakan penelitian yang menggambarkan variabel secara apa adanya didukung dengan data-data berupa angka yang dihasilkan dari keadaan sebenarnya.

Metode Penentuan Lokasi Penelitian

Daerah penelitian ditentukan secara sengaja (*Purposive*) yaitu di Desa Pangkatan Kecamatan Pangkatan Kabupaten Labuhan Batu, Provinsi Sumatera Utara. Hal ini berdasarkan bahwasanya Kecamatan Pangkatan penduduknya yang cenderung memiliki usaha pengolahan tahu.

Metode Penarikan Sampel

Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah responden yaitu para pelaku UMKM industri tahu serta karyawan yang ada Kecamatan Pangkatan. Metode pengambilan sampel ini menggunakan metode Purposive Sampling. Purposive Sampling merupakan teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Jumlah sampel yang akan diambil menggunakan metode purposive sampling sebanyak 30 orang responden. Responden tersebut terdiri dari 26 orang karyawan, dan 4 pelaku UMKM industri tahu.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung

kepada pengelola atau menggunakan daftar pertanyaan (kuisisioner). Sedangkan data sekunder yaitu data yang diperoleh dari instansi, dan literatur yang terkait dengan penelitian ini.

Metode Analisis Data

Analisis data dilakukan secara kualitatif dan disajikan dalam bentuk tabel, gambar dan uraian. Permasalahan penelitian dianalisis secara deskriptif untuk menjelaskan potensi dan strategi pengembangan agroindustri tahu yang kemudian data akan diolah dengan menggunakan analisis matriks IFAS, matriks EFAS, matriks posisi, serta SWOT.

Identifikasi masalah 1 dianalisis menggunakan metode analisis deskriptif dengan mengamati faktor lingkungan internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan agroindustri tahu lalu dideskripsikan dalam bentuk uraian dan gambaran yang sistematis, faktual, dan akurat.

Identifikasi masalah 2 dianalisis menggunakan metode analisis SWOT. Analisis SWOT dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman mengenai hubungan dan respon suatu perusahaan terhadap lingkungan internal dan eksternalnya sehingga dapat dirumuskan strategi yang tepat untuk digunakan dalam pengembangan perusahaan.

Menurut David (2018), terdapat tiga tahapan dalam proses perumusan rencana strategis berdasarkan kekuatan dan kelemahan internal, peluang dan ancaman eksternal, adalah sebagai berikut:

a. Tahap pengumpulan data

Tahap pertama adalah tahap pengumpulan data, tahap ini ini perlu dilakukan untuk pengumpulan data serta pengklasifikasian dan pra analisis.

Matriks yang digunakan dalam tahapan ini yaitu matriks faktor strategi internal dan matriks faktor strategi eksternal. Pada tahap ini perlu diketahui apa saja faktor lingkungan internal dan eksternal yang selanjutnya akan dianalisis.

a. Faktor Lingkungan Internal

Analisis lingkungan internal adalah suatu proses identifikasi dan evaluasi mengenai suatu kekuatan dan kelemahan, suatu perusahaan di bidang fungsional yang didalamnya termasuk yaitu produksi, keuangan, pemasaran, sistem informasi manajemen, serta penelitian dan pengembangan yang menjadi landasan bagi strategi perusahaan.

Tabel 4. Matriks *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS)

Faktor Eksternal	Bobot	Peringkat	Rata-Rata Tertimbang
Kekuatan			
B			
C			
D			
Kelemahan			
A			
B			
C			
Total			

Sumber: David (2018)

b. Faktor Lingkungan Eksternal

Faktor lingkungan eksternal ini mempengaruhi terbentuknya opportunity dan threat (O dan T) yaitu faktor peluang dan ancaman. Dimana faktor-faktor ini sangat bersangkutan dengan kondisi yang terjadi di luar perusahaan yang pada umumnya akan mempengaruhi pembuatan keputusan dalam perusahaan. Faktor-faktor ini mencakup lingkungan industri (industry environment) dan lingkungan bisnis makro (macro environment), ekonomi, teknologi, kependudukan dan sosial budaya.

Tabel 5. Matriks *External Factor Analysis Summary* (EFAS)

Faktor Internal	Bobot	Peringkat	Rata-Rata Tertimbang
Peluang			
B			
C			
D			
Ancaman			
A			
B			
C			
Total			

Sumber: David (2018)

Adapun Langkah-langkah untuk menganalisis matriks IFAS dan EFAS adalah sebagai berikut:

- a. Mengidentifikasi daftar kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman
- b. Tahap pembobotan pada tiap faktor

Penentuan bobot pada saat menganalisis faktor internal dan eksternal perusahaan dilakukan dengan cara mengajukan daftar pertanyaan kepada pihak manajemen. Pembobotan ini dilakukan dengan menentukan bobot masing-masing faktor dimulai dari skala 1 (paling penting) sampai 0 (tidak penting), berlandaskan seberapa besar pengaruh faktor tersebut terhadap perusahaan

- c. Tahap penentuan *rating* setiap variabel.

Pada tahap ini, faktor ditentukan yang termasuk internal (kekuatan dan kelemahan) atau eksternal (peluang dan ancaman). Tahapan penentuan *rating* dilakukan dimulai pemberian skala mulai dari 4 sampai 1 berdasarkan pengaruh faktor terhadap kondisi internal atau eksternal perusahaan. Pemberian nilai *rating* untuk faktor peluang diberi *rating* 4 dengan kategori sangat besar dan *rating* 1 dengan kategori sangat kecil, dan sebaliknya untuk nilai *rating* ancaman. Faktor

kekuatan diberi *rating* 1 dengan kategori sangat kecil dan *rating* 4 dengan kategori sangat besar, sebaliknya untuk nilai *rating* kelemahan.

d. Mengalikan bobot dengan *rating* untuk mendapatkan skor

Nilai bobot dan *rating* yang telah didapatkan kemudian dikalikan untuk mendapatkan total skor perusahaan yang nilainya bervariasi antara 1,00 sampai 4,00. Nilai total skor pembobotan menunjukkan bagaimana reaksi dari perusahaan terhadap faktor – faktor strategis internal dan eksternalnya. Total nilai pembobotan berkisar antara 1 sampai 4 dengan rata – rata 2,5. Pada matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*), nilai 1 menunjukkan situasi internal perusahaan yang sangat buruk, nilai 2,5 menunjukkan situasi internal pada tingkat rata – rata dan nilai 4 mengindikasikan situasi internal yang sangat baik.

Sedangkan pada matriks EFAS (*External Factor Analysis Summary*), nilai 1 menunjukkan bahwa perusahaan tidak dapat memanfaatkan peluang dari adanya ancaman, nilai 2,5 menggambarkan perusahaan cukup mampu merespon situasi eksternal, dan nilai 4 menunjukkan bahwa perusahaan telah mampu mengoptimalkan peluang dengan baik sehingga mampu menghadapi ancaman.

2. Tahap Analisis

Hasil yang didapat melalui analisis pada tabel matriks faktor strategi internal dan faktor eksternal lalu dipetakan pada matriks posisi dengan cara:

- a. Sumbu horizontal (x) faktor internal kekuatan dan kelemahan, sumbu vertikal (y) faktor eksternal peluang dan ancaman.
- b. Posisi perusahaan ditentukan dengan hasil sebagai berikut: Jika peluang lebih besar daripada ancaman maka nilai $y > 0$ dan sebaliknya jika ancaman lebih besar daripada peluang maka nilainya $y < 0$. Jika kekuatan

lebih besar daripada kelemahan maka nilai $x > 0$ dan sebaliknya jika kelemahan lebih besar daripada kekuatan maka nilainya $x < 0$.



Gambar 3. Analisis Swot

Bentuk gambar diagram analisis SWOT menurut Rangkuti (2017) terdiri dari 4 kuadran yaitu:

a. Kuadran 1

Kuadran 1 adalah situasi yang sangat baik dan menguntungkan bagi perusahaan dimana perusahaan memiliki peluang dan kekuatan serta dapat mengoptimalkan peluang yang ada tersebut. Strategi yang dapat diterapkan perusahaan dalam kondisi ini ialah dengan mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*) dimana kebijakan suatu perusahaan yang telah dibuat harus dijalankan secara optimal sehingga dapat memberikan profit bagi perusahaan.

b. Kuadran 2

Perusahaan sering dihadapkan pada berbagai macam permasalahan dan ancaman. Namun, perusahaan masih memiliki kekuatan dari segi internal. Oleh karena itu, strategi yang dapat diterapkan ketika perusahaan menghadapi

permasalahan ialah memanfaatkan peluang jangka panjang yang dimiliki dengan cara menerapkan strategi diversifikasi (barang/pasar). Penerapan strategi ini dapat dilakukan melalui pengembangan dalam menghadapi ancaman seperti membuat inovasi melalui peluncuran produk baru atau memperlebar produk dalam pasar.

c. Kuadran 3

Perusahaan yang berada pada kuadran 3 adalah perusahaan yang dihadapkan pada peluang yang sangat besar, namun di sisi lain perusahaan tengah menghadapi beberapa kendala atau kelemahan internal. Fokus strategi yang harus dilakukan perusahaan pada kondisi ini ialah dengan meminimalkan kendala kendala internal perusahaan sehingga akan mendapat peluang pasar yang lebih baik.

d. Kuadran 4

Kuadran 4 merupakan situasi yang tidak menguntungkan bagi perusahaan dimana perusahaan menghadapi ancaman dan kelemahan internal. Strategi yang harus dilakukan perusahaan apabila berada pada kondisi ini adalah dengan menerapkan strategi pertahanan atau *defensive*. Tujuan daripada strategi ini adalah untuk meminimalisir sebuah kemungkinan diserang serta menampik serangan ke arah yang tidak membahayakan perusahaan atau mengurangi intensitas serangan tersebut.

3. Tahap Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan merupakan salah satu bagian yang penting dalam rangka pencapaian tujuan perusahaan. Pengambilan keputusan harus mempertimbangkan secara seksama kekuatan dan juga kelemahan baik internal

maupun eksternal yang ada. Keputusan yang baik harus berorientasi pada pelaksanaannya.

Analisis SWOT adalah suatu identifikasi berbagai faktor sehingga didapatkan perumusan strategi perusahaan yang dilakukan secara sistematis. Analisis SWOT didasarkan pada logika yang memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Matriks SWOT dapat memperlihatkan kesesuaian antara kelemahan, kekuatan, peluang dan ancaman yang diperoleh dari hasil identifikasi matriks IFAS dan matriks EFAS untuk selanjutnya diambil keputusan untuk penentuan strategi.

Matriks SWOT merupakan alat yang digunakan manajer dalam membantu mengembangkan strategi dan sangat penting yang mana terdiri dari strategi SO, WO, ST, dan WT. Tahapan dalam menganalisis SWOT adalah:

- a. Membuat daftar kekuatan dan kelemahan internal perusahaan.
- b. Membuat daftar peluang dan ancaman eksternal perusahaan.
- c. Mencocokkan kekuatan internal dengan peluang eksternal dan mencatat hasil strategi SO.
- d. Menyatukan kelemahan internal dengan peluang eksternal dan mencatat hasil strategi WO.
- e. Menyatukan kekuatan internal dengan ancaman eksternal dan mencatat hasil strategi ST.
- f. Menyatukan kelemahan internal dengan ancaman eksternal dan mencatat hasil strategi WT.

Berdasarkan hasil persilangan keempat faktor tersebut maka terdapat empat kemungkinan alternatif strategi seperti terlihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Matriks SWOT (*Strength-Weakness-Opportunity-Threats*)

IFAS	STRENGTH-S	WEAKNESS-W
EFAS	Faktor-Faktor Kekuatan Internal Perusahaan	Kelemahan Internal perusahaan.
OPPORTUNITIES-O Peluang Faktor Eksternal Perusahaan.	STRATEGI S-O Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.	STRATEGI W-O Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang.
THREATS-T Ancaman Faktor Eksternal Perusahaan.	STRATEGI S-T Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman.	STRATEGI S-O Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

Sumber: Rangkuti, 2014

Metode Keabsahan Data

Kriteria yang digunakan dalam pemeriksaan keabsahan dalam penelitian ini adalah pemeriksaan dengan kriteria kredibilitas. Kredibilitas adalah suatu kriteria untuk memenuhi informasi yang dikumpulkan harus mengandung nilai kebenaran, yang berarti bahwa hasil penelitian kualitatif dapat dipercaya oleh pembaca dan dapat diterima oleh responden yang memberikan informasi yang dikumpulkan selama penelitian berlangsung.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Dalam penelitian ini pemeriksaan keabsahan data dengan menggunakan triangulasi sumber data. Yang dimaksud dengan triangulasi sumber data adalah pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan

atau sebagai banding terhadap data itu Triangulasi sumber data adalah menguji kredibilitas dengan cara mengecek data yang diperoleh melalui data dilakukan dengan cara mengecek data yang diperoleh melalui beberapa sumber. Data yang berasal dari sumber tersebut tidak bisa dirata ratakan seperti dalam penelitian yang lainnya, tetapi dideskripsikan, dikategorikan, mana pandangan yang sama, yang berbeda, dan mana spesifik dari beberapa sumber tersebut, data yang telah dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan.

Definisi Operasional

Definisi operasional variabel penelitian merupakan penjelasan dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian terhadap indikator-indikator yang membentuknya. Definisi operasional yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

- a. Lingkungan Internal, merupakan keadaan yang ada di dalam lingkungan usaha berupa faktor-faktor kekuatan dan kelemahan yang ada pada Agroindustri Tahu Di Desa Pangkatan Kecamatan Pangkatan Kabupaten Labuhan Batu.
- b. Lingkungan Eksternal, merupakan keadaan yang ada di luar lingkungan usaha berupa faktor-faktor peluang dan ancaman yang ada pada Agroindustri Tahu Di Desa Pangkatan Kecamatan Pangkatan Kabupaten Labuhan Batu.
- c. Analisis SWOT, merupakan analisis yang digunakan untuk merencanakan strategi yang digunakan untuk mengembangkan usaha pada Agroindustri.
- d. Strategi pengembangan usaha, merupakan strategi yang digunakan untuk mengembangkan usaha Agroindustri Tahu Di Desa Pangkatan Kecamatan Pangkatan Kabupaten Labuhan Batu.

- e. Diagram SWOT, Diagram yang menunjukkan titik strategi yang tepat untuk perkembangan Agroindustri Tahu Di Desa Pangkatan Kecamatan Pangkatan Kabupaten Labuhan Batu.
- f. Produksi/operasi, semua aktivitas yang berhubungan dalam memproduksi tahu Di Desa Pangkatan Kecamatan Pangkatan Kabupaten Labuhan Batu.
- g. Sumber daya manusia, merupakan keadaan tenaga kerja yang ada di Agroindustri Tahu Di Desa Pangkatan Kecamatan Pangkatan Kabupaten Labuhan Batu.
- h. Pemasaran, merupakan proses penjualan produk Agroindustri Tahu Di Desa Pangkatan Kecamatan Pangkatan Kabupaten Labuhan Batu.
- i. Usaha, merupakan upaya yang dilakukan Agroindustri Tahu Di Desa Pangkatan Kecamatan Pangkatan Kabupaten Labuhan Batu untuk mencapai tujuan tertentu dalam meningkatkan perkembangan usahanya.
- j. Lingkup usaha, merupakan kegiatan usaha yang dilakukan Agroindustri Tahu Di Desa Pangkatan Kecamatan Pangkatan Kabupaten Labuhanbatu dalam menjual produk yaitu tahu, ampas tahu dan susu kedelai.

DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN

Batas Wilayah Labuhan Batu

Kabupaten Labuhanbatu adalah salah satu daerah yang berada di kawasan Pantai Timur Sumatera Utara. Kabupaten ini menempati area seluas 2.561,38 Km² yang terbagi menjadi 9 Kecamatan dan 98 desa/kelurahan definitif. Secara geografis, Kabupaten Labuhanbatu berada pada 10 41' – 2 0 44' Lintang Utara, 22' Bujur Timur dengan 33' – 100 99 ketinggian 0 sampai dengan 700 meter di atas permukaan laut. Dengan batas-batas wilayah:

- Sebelah Utara: berbatasan dengan Selat Malaka dan Kabupaten Labuhanbatu Utara
- Sebelah Selatan: berbatasan dengan Kabupaten Labuhanbatu Selatan dan Padang Lawas Utara
- Sebelah Barat: berbatasan dengan Kabupaten Labuhanbatu Utara
- Sebelah Timur: berbatasan dengan Provinsi Riau

Musim kemarau dan musim hujan biasanya ditandai dengan sedikit banyaknya hari hujan dan volume curah hujan pada bulan terjadinya musim. Selama tahun 2022, rata-rata hari hujan di Kabupaten Labuhanbatu sebanyak 11,64 hari per bulan dengan rata-rata curah hujan 166,16 MM per bulan.

Kabupaten Labuhanbatu memiliki 9 Kecamatan dimana Kecamatan Panai Tengah merupakan kecamatan terluas dengan luas wilayah mencapai 483,74 km² dan kecamatan tantau Selatan merupakan kecamatan terkecil dengan luas wilayah hanya 64,32 km²

Kecamatan	Luas Wilayah (km²)	Jumlah Penduduk	Kepadatan Penduduk	Rasio Jenis Kelamin
Bilah Hulu	293.23	61,842	210.90	101
Pangkatan	355.47	33,404	93.97	102
Bilah Barat	202.98	38,378	189.07	103
Bilah Hilir	430.83	52,095	120.92	104
Panai Hulu	276.31	37,563	135.95	103
Panai Tengah	483.74	38,138	78.84	104

Tabel 7. Luas

KONDISI KEPENDUDUKAN DAN KETENAGAKERJAAN

Kabupaten

Labuhan **Batu**

Jumlah penduduk Kabupaten Labuhanbatu tahun 2022 mengalami peningkatan dimana dari hasil proyeksi jumlah penduduk tahun 2021 sebanyak 453.630 jiwa meningkat menjadi 462.191 jiwa pada tahun 2022 dengan kepadatan penduduk sebesar 180 jiwa per km².

Panai hilir	342.03	37,222	108.83	104
Kecamatan	Luas Wilayah			
	Km2		%	
Bilah Hulu	293.23		11.45	
Pangkalan	355.47		13.88	
Bilah Barat	202.98		7.92	
Bilah Hilir	430.83		16.82	
Panai Hulu	276.31		10.79	
Panai Tengah	483.74		18.89	
Panai hilir	342.03		13.35	
Rantau Selatan	64.32		2.51	
Rantau Utara	112.47		4.39	
Labuhan Batu	2,561.38		100	

Sumber : BPS Kabupaten Labuhan Batu

Tabel 8. Kependudukan Kabupaten Labuhan Batu

Jumlah penduduk Kabupaten Labuhanbatu didominasi oleh jenis kelamin laki-laki yang lebih banyak dibandingkan penduduk perempuan. Pada tahun 2022 jumlah penduduk laki-laki sebesar 233.485 jiwa, sedangkan penduduk perempuan sebanyak 228.706 jiwa dengan rasio. Jenis kelamin sebesar 102,09. Jumlah penduduk terbanyak terdapat di Kecamatan Rantau Utara yaitu sebanyak 92.989 jiwa dengan kepadatan penduduk 827 jiwa per km², sedangkan penduduk paling sedikit berada di Kecamatan Pangkatan sebanyak 33.404 jiwa dengan kepadatan penduduk 94 jiwa per Km². Kecamatan Rantau Selatan merupakan Kecamatan yang paling padat penduduknya dengan kepadatan 1.097 jiwa per Km² dan Kecamatan Panai Tengah merupakan Kecamatan dengan kepadatan penduduk terkecil yaitu sebesar 79 jiwa per Km² yang artinya dalam wilayah 1 km² hanya terdapat penduduk sebanyak 79 jiwa.

Dengan nilai rasio jenis kelamin sebesar 99,07, kecamatan Rantau Utara merupakan daerah dengan rasio jenis kelamin terendah yang memiliki makna bahwa setiap 100 penduduk perempuan terdapat 99 penduduk laki-laki. Kecamatan Rantau Selatan merupakan daerah dengan pertumbuhan jumlah penduduk tertinggi yaitu sebesar 4,09 %. Sedangkan Kecamatan Panai Hilir dan Botomuzoi merupakan dua daerah dengan tingkat pertumbuhan penduduk paling rendah yaitu sebesar 0,93 %.

Tabel 9. Pekerja Menurut Lapangan Usaha

Lapangan Usaha	2021	2022
Pertanian	87,901	80,930
Manufaktur	8,352	15,756
Jasa-jasa	79,254	66,638
Jumlah	175,507	163,324

Sumber : Kabupaten Labuhanbatu Dalam Angka 2022

Mayoritas pekerja di Kabupaten Labuhanbatu bekerja di sektor pertanian, walaupun pada tahun 2022 mengalami penurunan menjadi 80.930 pekerja yang sebelumnya pada tahun 2021 sebanyak 87.901 pekerja. Sedangkan sektor Manufaktur terjadi peningkatan jumlah pekerja pada tahun 2022 menjadi 15.756 pekerja yang sebelumnya pada tahun 2021 hanya sebanyak 8.352 pekerja. Sementara untuk sektor jasa mengalami penurunan yang dari 79.254 pekerja pada tahun 2021 menjadi 66.638 pekerja pada tahun 2022.

PROFIL EKONOMI

PDRB merupakan salah satu indikator ekonomi makro yang memberikan petunjuk sejauh mana perkembangan dan struktur ekonomi suatu daerah dalam suatu kurun waktu. Pada tahun 2023 PDRB atas dasar harga berlaku Kabupaten Labuhanbatu sebesar 29.030 miliar rupiah meningkat bila dibandingkan dengan tahun 2022 yaitu 26.505 miliar rupiah. Sedangkan PDRB atas dasar harga konstan Kabupaten Labuhanbatu sebesar 21.048 milyar rupiah meningkat bila dibandingkan dengan tahun 2022 yaitu 20.046 milyar rupiah. Kondisi perekonomian Kabupaten Labuhanbatu menunjukkan pergerakan menurun dari 5,98. Tiga sektor yang berkontribusi besar pada pembentukan Produk Domestik

regional Bruto Kabupaten Labuhanbatu tahun 2023 adalah sektor industri pengolahan yang merupakan sektor yang paling banyak memberikan kontribusi terhadap PDRB Kabupaten Labuhanbatu sebesar 35,40 persen. Yang diikuti dengan sektor pertanian, kehutanan, dan perikanan sebesar 24,28 persen. Kemudian, yang ketiga diikuti oleh sektor perdagangan besar dan eceran, reparasi mobil dan sepeda motor sebesar 16,62 persen.

TANAMAN PANGAN

Hingga saat ini pertanian tanaman pangan di Kabupaten Labuhanbatu masih dikelola secara tradisional sehingga tingkat produksi dan produktivitasnya relatif masih rendah dan belum bisa mencapai hasil yang maksimal. Jumlah produksi padi sawah di Kabupaten Labuhanbatu selama tahun 2015 adalah sebesar 128.089 ton dimana penghasil terbesarnya pada kecamatan Panai Hilir dengan luas panen 24.310 hektar. Sedangkan padi ladang mempunyai luas panen 105 hektar dengan produksi 287 ton. Selain itu, pada tahun 2015 produksi jagung sebesar 2.681 ton, kedelai 22 ton, ubi jalar 92 ton, kacang hijau 1 ton, dan ubi kayu sebesar 1.304 ton.

Kecamatan Panai Hilir, Panai Tengah, dan Panai Hulu merupakan kawasan utama penghasil padi sawah untuk wilayah Kabupaten Labuhanbatu., dimana ketiga kecamatan tersebut memiliki luas lahan padi sawah lebih dari 2.000 ha per kecamatan dengan tingkat produksi diatas

10.000 ton. Kemudian Kecamatan Pangkatan merupakan penghasil jagung terbesar di Kabupaten Labuhanbatu dengan luas lahan mencapai 227 ha dan mampu menghasilkan jagung sebanyak 1.015 ton. Sementara itu, untuk komoditas

padi ladang, hanya Kecamatan Bilah Barat yang memiliki lahan padi ladang dengan luas 105 ha dengan tingkat produksi 287 ton. Sedangkan Kecamatan Rantau Selatan merupakan penghasil ubi kayu terbesar untuk wilayah Kabupaten Labuhanbatu.

STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM

Pengembangan UMKM merupakan upaya yang dilakukan oleh pemerintah daerah, dunia usaha dan masyarakat dalam rangka memberdayakan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah melalui pemberian fasilitas bimbingan pendampingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan serta daya saing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Pengembangan UMKM yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Labuhanbatu sebagai satu kesatuan dalam upaya meningkatkan perekonomian daerah dan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Adapun strategi pengembangan UMKM yang telah dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Labuhanbatu, antara lain:

1. Program pembinaan kepada para pelaku usaha UMKM melalui bantuan bibit, pupuk, alat potong dan penyuluhan guna untuk menjalankan aktivitas para pelaku usaha UMKM.
2. Program pemberian bantuan untuk pelaku usaha UMKM berupa peralatan kerja guna meningkatkan produksi dan produktivitas produk-produk UMKM yang ada di Kabupaten Labuhanbatu.
3. Memberikan pelatihan bagi para pelaku usaha UMKM guna untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan dan kompetensi bagi para pelaku usaha UMKM.

4. Melakukan kegiatan expo produk-produk UMKM dengan tujuan untuk memasarkan hasil-hasil produk UMKM melalui pameran promosi produk UMKM di Provinsi Sumatera Utara pada kegiatan Pekan Raya Sumatera Utara.

Kegiatan UMKM berkontribusi dalam memberikan lapangan kerja, dan memegang peranan penting dalam perekonomian Kabupaten Labuhanbatu. Berdasarkan hasil Sensus Ekonomi tahun 2022, jumlah usaha mikro dan kecil (UMK) di Kabupaten Labuhanbatu mencapai 36.010 unit usaha dan usaha menengah besar (UMB) mencapai 408 unit usaha. Dapat diketahui pula UMK di Kabupaten Labuhanbatu mampu menyerap tenaga kerja sebesar 87,41% dari total tenaga kerja pada skala usaha UMK dan UMB. Sedangkan sisanya, mampu diserap UMB sebesar 12,59% dari total tenaga kerja pada skala usaha UMK dan UMB.

Lapangan usaha yang banyak menyerap tenaga kerja di Kabupaten Labuhanbatu adalah Perdagangan besar dan Eceran, Reparasi Mobil dan Sepeda Motor. Pada tahun 2022 jumlah tenaga kerja yang bekerja di lapangan usaha ini mencapai 32.812 orang atau sekitar 32,94% dari total pekerja. Kemudian disusul lapangan usaha Industri Transportasi dan Pergudangan yang jumlah tenaga kerjanya mencapai 19.286 orang atau 19,36% dari total pekerja.

Lama beroperasi UMKM di Kabupaten Labuhanbatu pada umumnya masih berjalan 1 – 5 tahun, yakni sebanyak 48,3% dari total usaha. Namun cukup banyak juga UMKM (sekitar 24,4%) yang telah menjalankan usahanya lebih dari 10 tahun. Kondisi ini menggambarkan bahwa persaingan usaha di Kabupaten

Labuhanbatu cukup besar sehingga tidak banyak dari usaha yang mampu bertahan lebih lama untuk tetap beroperasi.

Ditinjau dari izin usaha, pada umumnya UMKM di Kabupaten Labuhanbatu memiliki karakteristik usaha informal. Jumlah usaha yang tidak berbadan hukum ini mencapai 33.306 unit usaha atau 91,45% dari total usaha di Kabupaten Labuhanbatu. Sedangkan jumlah usaha yang memiliki izin khusus dari Organisasi Pemerintah Daerah (OPD) Kabupaten Labuhanbatu mencapai 2.234 unit usaha atau 6,13%. Jumlah usaha yang memiliki badan usaha tertentu di Kabupaten Labuhanbatu berjumlah 565 unit.

Untuk kategori usaha pada umumnya (62,65%) badan usaha yang dimiliki berbentuk berbadan usaha Perseroan Terbatas (PT) yakni sebanyak 354 PT. Kemudian disusul dengan jumlah perusahaan berbentuk CV sebanyak 117 unit usaha, yaitu 20,71%. Sedangkan yang memiliki badan usaha Koperasi di Kabupaten Labuhanbatu mencapai 15,75% dari total usaha. Sementara itu, untuk usaha berbadan hukum Firma sebanyak 5 unit.

Dalam penyerapan tenaga kerja, pada umumnya (92,95%) UMKM di Kabupaten Labuhanbatu hanya mampu menyerap tenaga kerja di bawah 5 orang. Sedangkan yang mampu menerapkan tenaga kerja sebanyak diatas 100 hanya 0,45%.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Agroindustri Tahu Di Desa Pangkatan Kecamatan Pangkatan Kabupaten Labuhan Batu

Agroindustri tahu merupakan industri makanan yang menggunakan kedelai sebagai bahan baku utama. Pemasaran tahu di Indonesia selalu mengalami peningkatan karena tahu salah satu produk alternatif pengganti daging yang kaya akan protein, vitamin dan mineral. Menurut BPS kebutuhan akan kedelai sebesar 90%. Industri tahu dan tahu memerlukan jumlah kedelai mencapai 88%, 10% untuk kebutuhan pembuatan olahan lain, dan 2% sebagai penyedia benih. Kebutuhan kedelai Indonesia mencapai 2,8 juta ton, namun jumlah kedelai yang hanya mampu diproduksi petani Indonesia hanya mencapai 800 ribu. Sebab itulah sebagian kebutuhan kedelai di impor, Agroindustri tahu merupakan suatu unit usaha yang melakukan unit kegiatan ekonomi dan bertujuan untuk menghasilkan barang atau jasa Tujuan utama yang ingin dicapai agroindustri tahu adalah sebagai sumber pendapatan keluarga dalam memenuhi kebutuhan hidupnya, meningkatkan kesejahteraan anggota keluarga, menciptakan lapangan kerja serta kegiatan ekonomi.

Hal ini dimaksudkan karena para pengusaha pada usaha agroindustri tahu merupakan mata pencarian pokoknya. Produk yang dihasilkan terutama untuk memenuhi kebutuhan konsumen, Sebab itu melaksanakan usaha agroindustri tahu adalah memperoleh laba, dalam penelitian ini sebelum data diolah lebih lanjut penulis akan menggambar profil dari pelaku agroindustri tahu yang berjumlah 4 orang dan jumlah karyawan sebanyak 26 orang sehingga jumlah total terdapat 30 sampel penelitian.

Tabel 10. Jenis Kelamin

	Frequency	Percent
Laki Laki	24	80.0
Perempuan	6	20.0
Total	30	100.0

Tabel 10 menunjukkan bahwa dalam penelitian ini responden penelitian di dominasi oleh laki laki dengan jumlah 24 orang

Tabel 11. Usia

	Frequency	Percent
< 35 tahun	6	20.0
36-45 tahun	18	60.0
> 45 tahun	6	20.0
Total	30	100.0

Tabel 11 menunjukkan dalam penelitian ini mayoritas sampel penelitian berada di usia 36-45 tahun sebanyak 18 orang.

Tabel 12. Lama Kerja/Berusaha

	Frequency	Percent
1-10 tahun	14	46.7
10-15 tahun	12	40.0
> 15 tahun	4	13.3
Total	30	100.0

Tabel 12 menunjukkan lama kerja/berusaha responden yang menjadi sampel penelitian, dalam penelitian ini rata rata responden memiliki pengalaman bekerja atau berusaha di agribisnis tahu selama 1-10 tahun sebanyak 14 responden.

Analisis lingkungan internal

Analisis lingkungan internal adalah suatu proses identifikasi dan evaluasi mengenai suatu kekuatan dan kelemahan, suatu perusahaan di bidang fungsional yang didalamnya termasuk yaitu produksi, keuangan, pemasaran, sistem informasi manajemen, serta penelitian dan pengembangan yang menjadi landasan bagi strategi perusahaan

Tabel 13. Data Hasil Kuesioner dan Pemberian Rating Dari Faktor Internal.

No	<i>Strengths (Kekuatan)</i>	Rating			
		4	3	2	1
1	Kemampuan produksi yang tinggi	13	14	3	0
2	Harga jual tahu yang bersaing	9	11	8	2
3	Lokasi pemasaran yang mudah dijangkau	14	11	2	3
4	Bahan baku tahu yang murah dan mudah didapat	12	14	3	1
5	Tahu memiliki banyak produk turunan	10	19	1	0
6	Produk tahu memiliki pasar yang stabil	13	14	3	0
<i>Weakness (Kelemahan)</i>					
1	Mutu tahu yang dihasilkan rendah	6	16	4	4
2	Tidak ada kesesuaian harga dengan kualitas	8	12	5	5
3	Bahan baku tahu yang sering berubah harga	7	16	3	4
4	Kurang mengikuti perkembangan teknologi pengolahan kedelai	8	21	1	0
5	Sering terjadi kelangkaan bahan baku pembuatan tahu	6	16	4	4
6	Daya tahan tahu yang tidak berlangsung lama	8	12	5	5

Perhitungan Bobot Internal

Faktor internal yang berasal dari dalam lingkungan perusahaan berupa kekuatan dan kelemahan yang kemudian perhitungan bobot ditentukan berdasarkan tingkat kepentingan atau penanganan mulai dari skala 0,00 (tidak penting) sampai 1,00 (sangat penting) dan dimana bobot tersebut dijumlahkan tidak melebihi skor total 1.00. Berikut adalah tabel perhitungan bobot faktor internal

Tabel 14. Perhitungan Bobot Faktor Internal

No	Kekuatan	Pengolahan Data Kuesioner	Bobot
1	Kemampuan produksi yang tinggi	100	0.09
2	Harga jual tahu yang bersaing	87	0.08
3	Lokasi pemasaran yang mudah dijangkau	96	0.09
4	Bahan baku tahu yang murah dan mudah didapat	97	0.09
5	Tahu memiliki banyak produk turunan	99	0.09
6	Produk tahu memiliki pasar yang stabil	100	0.09
Total Kekuatan		579	0.53
No	Kelemahan	Pengolahan Data Kuesioner	Bobot
1	Mutu tahu yang dihasilkan rendah	84	0.08
2	Tidak ada kesesuaian harga dengan kualitas	83	0.08
3	Bahan baku tahu yang sering berubah harga	86	0.08
4	Kurang mengikuti perkembangan teknologi pengolahan kedelai	97	0.09
5	Sering terjadi kelangkaan bahan baku pembuatan tahu	84	0.08
6	Daya tahan tahu yang tidak berlangsung lama	83	0.08
Total Kelemahan		517	0.47
Total Faktor Internal		1096	1.00

Perhitungan Matriks Internal Strategic Factors Analysis Summary (IFAS)

Perhitungan matrik IFAS merupakan perhitungan untuk menentukan bobot, rating dan skor dimana jumlah bobot tidak melebihi jumlah 1,00, dan menghitung

nilai rating masing-masing faktor dengan memberikan skala 1 (dibawah rata-rata/tidak penting) sampai dengan 4 sangat baik. Berikut adalah tabel hasil perhitungan matrik IFAS.

Tabel 15. Perhitungan Matrik Internal Strategic Factor Analysis Summary (IFAS)

No	Kekuatan	Bobot	Rating	Skor
1	Kemampuan produksi yang tinggi	0.09	3	0.27
2	Harga jual tahu yang bersaing	0.08	3	0.24
3	Lokasi pemasaran yang mudah dijangkau	0.09	3	0.26
4	Bahan baku tahu yang murah dan mudah didapat	0.09	3	0.27
5	Tahu memiliki banyak produk turunan	0.09	3	0.27
6	Produk tahu memiliki pasar yang stabil	0.09	3	0.27
Total Kekuatan		0.53	3	1.58
No	Kelemahan	Bobot	Rating	Skor
1	Mutu tahu yang dihasilkan rendah	0.08	3	0.23
2	Tidak ada kesesuaian harga dengan kualitas	0.08	3	0.23
3	Bahan baku tahu yang sering berubah harga	0.08	3	0.24
4	Kurang mengikuti perkembangan teknologi pengolahan kedelai	0.09	3	0.27
5	Sering terjadi kelangkaan bahan baku pembuatan tahu	0.08	3	0.23
6	Daya tahan tahu yang tidak berlangsung lama	0.08	3	0.23
Total Kelemahan		0.47	3	1.27
Total Faktor Internal		1.00	3	3.00

Analisis Lingkungan Eksternal

Pada perhitungan bobot faktor eksternal yang berasal dari luar lingkungan perusahaan ditentukan berdasarkan tingkat kepentingan atau penanganan mulai dari skala 0,00 (tidak penting) sampai 1,00 (sangat penting) dan dimana bobot tersebut dijumlahkan tidak melebihi skor total 1.00. Berikut adalah tabel hasil perhitungan bobot faktor eksternal.

Tabel 16. Data Hasil Kuesioner dan Pemberian Rating Dari Faktor Eksternal

No	Opportunity (Peluang)	Rating			
		4	3	2	1
1	Tahu merupakan makanan sehat yang bisa diolah dengan harga tinggi	6	18	2	4
2	Tahu sudah mulai dikenal orang luar negeri	8	17	2	3
3	Perkembangan sarana dan Prasarana pengolahan tahu masih bisa berkembang	2	15	9	4
4	Semakin banyak orang-orang yang mampu mengolah tahu agar bernilai lebih ekonomis	10	19	1	0
5	Tahu merupakan salah satu makanan berprotein tinggi yang bisa digunakan sebagai pengganti daging	8	17	2	3
6	Tahu memiliki banyak varian yang bisa diolah	2	15	9	4
Threats (Ancaman)					
1	Pesaing pesaing dari daerah lain	10	14	6	0
2	Teknologi pengolahan kedelai yang terbatas	6	14	4	6
3	Faktor iklim usaha yang tidak menentu	8	15	2	5
4	Rumor-rumor tentang tahu oplosan yang tidak menggunakan kedelai	4	19	6	1
5	Masa konsumsi tahu yang pendek, akan memberikan kerugian jika tidak laku	6	14	4	6
6	Keterbatasan bahan baku dikarenakan mengutamakan kedelai impor	8	15	2	5

Perhitungan Bobot Eksternal

Faktor Eksternal yang berasal dari dalam lingkungan perusahaan berupa kekuatan dan kelemahan yang kemudian perhitungan bobot ditentukan berdasarkan tingkat kepentingan atau penanganan mulai dari skala 0,00 (tidak penting) sampai 1,00 (sangat penting) dan dimana bobot tersebut dijumlahkan tidak melebihi skor total 1.00. Berikut adalah tabel perhitungan bobot faktor internal.

Tabel 17. Perhitungan Bobot Faktor Eksternal

No	Peluang	Pengolahan Data Kuesioner	Bobot
1	Tahu merupakan makanan sehat yang bisa diolah dengan harga tinggi	86	0.08
2	Tahu sudah mulai dikenal orang luar negeri	90	0.09
3	Perkembangan sarana dan Prasarana pengolahan tahu masih bisa berkembang	75	0.07
4	Semakin banyak orang-orang yang mampu mengolah tahu agar bernilai lebih ekonomis	99	0.10
5	Tahu merupakan salah satu makanan berprotein tinggi yang bisa digunakan sebagai pengganti daging	90	0.09
6	Tahu memiliki banyak varian yang bisa diolah	75	0.07
Total Peluang		515	0.50
No	Ancaman	Pengolahan Data Kuesioner	Bobot
1	Pesaing pesaing dari daerah lain	88	0.09
2	Teknologi pengolahan kedelai yang terbatas	80	0.08
3	Faktor iklim usaha yang tidak menentu	86	0.08
4	Rumor-rumor tentang tahu oplosan yang tidak menggunakan kedelai	86	0.08
5	Masa konsumsi tahu yang pendek, akan memberikan kerugian jika tidak laku	80	0.08
6	Keterbatasan bahan baku dikarenakan mengutamakan kedelai impor	86	0.08
Total Ancaman		506	0.50
Total Faktor Eksternal		1021	1.00

Perhitungan Matriks Eksternal Strategic Factors Analysis Summary (EFAS)

Perhitungan matrik IFAS merupakan perhitungan untuk menentukan bobot, rating dan skor dimana jumlah bobot tidak melebihi jumlah 1,00, dan menghitung nilai rating masing-masing faktor dengan memberikan skala 1 (dibawah rata-rata/tidak penting) sampai dengan 4 sangat baik. Berikut adalah tabel hasil perhitungan matrik IFAS

Tabel 18. Perhitungan Matrik Eksternal Strategic Factor Analysis Summary (EFAS)

No	Kekuatan	Bobot	Rating	Skor
1	Tahu merupakan makanan sehat yang bisa diolah dengan harga tinggi	0.08	3	0.25
2	Tahu sudah mulai dikenal orang luar negeri	0.09	3	0.26
3	Perkembangan sarana dan Prasarana pengolahan tahu masih bisa berkembang	0.07	3	0.22
4	Semakin banyak orang-orang yang mampu mengolah tahu agar bernilai lebih ekonomis	0.10	3	0.29
5	Tahu merupakan salah satu makanan berprotein tinggi yang bisa digunakan sebagai pengganti daging	0.09	3	0.26
6	Tahu memiliki banyak varian yang bisa diolah	0.07	3	0.22
Total Kekuatan		0.50	3	1.51
No	Kelemahan	Bobot	Rating	Skor
1	Pesaing pesaing dari daerah lain	0.09	3	0.26
2	Teknologi pengolahan kedelai yang terbatas	0.08	3	0.24
3	Faktor iklim usaha yang tidak menentu	0.08	3	0.25
4	Rumor-rumor tentang tahu oplosan yang tidak menggunakan kedelai	0.08	3	0.25
5	Masa konsumsi tahu yang pendek, akan memberikan kerugian jika tidak laku	0.08	3	0.24
6	Keterbatasan bahan baku dikarenakan mengutamakan kedelai impor	0.08	3	0.25
Total Kelemahan		0.50	3	1.49
Total Faktor Eksternal		1.00	3	3.00

Maka total hasil perhitungan skor matriks IFAS dan EFAS adalah sebagai berikut:

- Total skor kekuatan (strengths) = 1.58
- Total skor kelemahan (weaknesses) = 1.42
- Total skor peluang (opportunities) = 1.51
- Total skor ancaman (threats) = 1.49

Diagram Cartesius Analisis SWOT

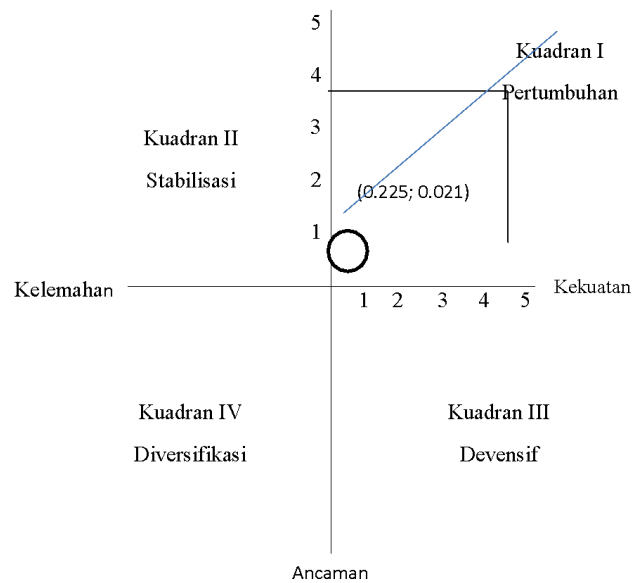
Dari hasil perhitungan pada faktor-faktor tersebut maka dapat digambarkan dalam diagram SWOT rumus untuk mencari titik koordinatnya yaitu sebagai berikut (x,y)

$$\frac{\text{Total Skor Kekuatan} - \text{Total Skor kelemahan}}{2} \cdot \frac{\text{Total Skor Peluang} - \text{Total Skor Ancaman}}{2}$$

$$\frac{S-W}{2} \cdot \frac{O-T}{2}$$

$$\frac{1.58-1.42}{2} \cdot \frac{1.51-1.49}{2}$$

$$= 0.225 (x), 0.021 (y)$$



Gambar 4. Diagram Cartesius Analisis SWOT

Matriks SWOT

Matriks SWOT merupakan alat yang digunakan manajer dalam membantu mengembangkan strategi dan sangat penting yang mana terdiri dari strategi SO, WO, ST, dan WT. Tahapan dalam menganalisis SWOT adalah:

- a. Membuat daftar kekuatan dan kelemahan internal perusahaan.
- b. Membuat daftar peluang dan ancaman eksternal perusahaan.
- c. Mencocokkan kekuatan internal dengan peluang eksternal dan mencatat hasil strategi SO.
- d. Menyatukan kelemahan internal dengan peluang eksternal dan mencatat hasil strategi WO.
- e. Menyatukan kekuatan internal dengan ancaman eksternal dan mencatat hasil strategi ST.
- f. Menyatukan kelemahan internal dengan ancaman eksternal dan mencatat hasil strategi WT.

Berdasarkan hasil persilangan keempat faktor tersebut maka terdapat empat kemungkinan alternatif strategi seperti terlihat pada Tabel 6.

Table 19. Matriks SWOT (Strength-Weakness-Opportunity-Threats)

	IFAS	STRENGTH-S	WEAKNESS-W
EFAS		<ul style="list-style-type: none"> - Kemampuan produksi yang tinggi - Harga jual tahu yang bersaing - Lokasi pemasaran yang mudah dijangkau - Bahan baku tahu yang murah dan mudah didapat - Tahu memiliki banyak produk turunan - Produk tahu memiliki pasar yang stabil 	<ul style="list-style-type: none"> - Mutu tahu yang dihasilkan rendah - Tidak ada kesesuaian harga dengan kualitas - Bahan baku tahu yang sering berubah harga - Kurang mengikuti perkembangan teknologi pengolahan kedelai - Sering terjadi kelangkaan bahan baku pembuatan tahu - Daya tahan tahu yang tidak berlangsung lama
	OPPORTUNITIES-O	STRATEGI S-O	STRATEGI W-O
	<ul style="list-style-type: none"> - Tahu merupakan makanan sehat 	<ul style="list-style-type: none"> - mengolah tahu sehingga memiliki 	<ul style="list-style-type: none"> - Dengan mengembangkan

<p>yang bisa diolah dengan harga tinggi</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tahu sudah mulai dikenal orang luar negeri - Perkembangan sarana dan Prasarana pengolahan tahu masih bisa berkembang - Semakin banyak orang-orang yang mampu mengolah tahu agar bernilai lebih ekonomis - Tahu merupakan salah satu makanan berprotein tinggi yang bisa digunakan sebagai pengganti daging - Tahu memiliki banyak varian yang bisa diolah 	<p>produk turunan yang memiliki harga jual lebih besar</p> <ul style="list-style-type: none"> - menciptakan pasar baru dengan menarik orang-orang yang memiliki kemampuan dalam mengolah tahu - menarik konsumen baru dengan menciptakan produk inovasi dari tahu - karena masih memiliki pasar yang sama segmentasi produk turunan tahu akan lebih mudah dijangkau 	<p>teknik pengolahan tahu, tahu yang awalnya memiliki mutu rendah bisa menjadi lebih bernilai ekonomis</p> <ul style="list-style-type: none"> - mengolah ampas tahu menjadi sesuai yang lebih ekonomis, disaat kelangkaan bahan baku sehingga produksi tetap berjalan
<p>THREATS-T</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pesaing pesaing dari daerah lain - Teknologi pengolahan kedelai yang terbatas - Faktor iklim usaha yang tidak menentu - Rumor-rumor tentang tahu oplosan yang tidak menggunakan kedelai - Masa konsumsi tahu yang pendek, akan memberikan kerugian jika tidak laku - Keterbatasan bahan baku dikarenakan mengutamakan kedelai impor 	<p>STRATEGI S-T</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mengembangkan teknologi dalam pembuatan tahu sehingga tidak ketinggalan dengan pesaing lain - menciptakan produk yang memiliki nilai jual lebih tinggi sehingga bisa menarik konsumen dari segmen lain - menjamin konsumen dengan bahan baku yang digunakan aman dan sehat 	<p>STRATEGI W-T</p> <ul style="list-style-type: none"> - mengeluarkan produk baru yang tidak berbahan baku kedelai, seperti tahu susu, tahu telur dan lain-lain - menggunakan label BPOM dan komposisi sehingga isu-isu akan produk akan hilang - mempelajari pengolahan kedelai dari berbagai sumber sehingga bisa meningkatkan keuntungan karena menggunakan metode yang lebih ekonomis.

Pembahasan

Berdasarkan uji ifas dan efas tahapan perkembangan industri tahu di Desa Pangkatan Kecamatan Pangkatan Kabupaten Labuhan Batu masih dalam tahap pertumbuhan, artinya agrobisnis tahu di kabupaten pangkatan masih memiliki banyak potensi untuk dikembangkan,

Hasil dari matriks SWOT menunjukkan bahwa kekuatan utama dari Agroindustri tahu adalah harus memiliki kemampuan dalam mengolah tahu sehingga memiliki produk turunan yang memiliki harga jual lebih besar, mampu menciptakan pasar baru dengan menarik orang-orang yang memiliki kemampuan dalam mengolah tahu, mampu menarik konsumen baru dengan menciptakan produk inovasi dari tahu, selain itu karena masih memiliki pasar yang sama segmentasi produk turunan tahu akan lebih mudah dijangkau.

Kelancaran distribusi tahu dari produsen ke konsumen memerlukan peran lembaga pemasaran sebagai lembaga perantara sehingga fungsi pemasaran dapat terlaksana dengan baik. Fungsi fisik dan fungsi penyediaan fasilitas. Fungsi pertukaran dalam produk-produk pertanian meliputi kegiatan yang menyangkut pengalihan hak kepemilikan dalam sistem pemasaran. Fungsi fisik meliputi kegiatan-kegiatan yang secara langsung dilakukan terhadap komoditi pertanian, sehingga komoditas pertanian tersebut mengalami tambahan guna tempat dan waktu. Fungsi fisik terdiri dari pengolahan kedelai menjadi tahu, pengangkutan tahu dan penyimpanan tahu yaitu dengan merendam tahu dalam air selama 12 jam, setelah itu air di ganti dengan yang baru. Fungsi penyediaan fasilitas pada dasarnya yakni guna meningkatkan fungsi pemasaran.

Tabel 20. Perubahan Nilai Produksi Tahu Sebelum dan Sesudah SWOT

UMKM TAHU	Nilai Produksi		Kenaikan (%)
	Sebelum Penerapan SWOT	Setelah Penerapan SWOT	
UMKM 1	23,121,000	25,978,600	1.89
UMKM 2	28,927,000	30,449,400	1.95
UMKM 3	30,123,000	33,102,200	1.91
UMKM 4	27,972,000	28,837,100	1.97

Tabel 20 menunjukkan bahwa UMKM Tahu yang sudah menerapkan SWOT dalam strategi pengembangannya mengalami kenaikan nilai produksi, rata-rata kenaikannya adalah 1.90%, hal ini menunjukkan penerapan strategi SWOT memiliki dampak yang positif bagi perkembangan UMKM tahu, jika para pelaku UMKM konsisten menerapkan SWOT dalam produksi tahu mereka maka akan menaikkan nilai dari produksi tahu dan membuat tahu memiliki nilai ekonomis yang lebih

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Adapun kesimpulan yang bisa ditarik dari penelitian ini adalah berdasarkan uji ifas dan efas tahapan perkembangan industri tahu di Desa Pangkatan Kecamatan Pangkatan Kabupaten Labuhan Batu masih dalam tahap pertumbuhan, artinya agrobisnis tahu di kabupaten pangkatan masih memiliki banyak potensi untuk dikembangkan diantaranya yaitu:

1. Strategi S-O lebih mengedepankan kepada mengolah tahu sehingga memiliki produk turunan yang memiliki harga jual lebih besar, menciptakan pasar baru dengan menarik orang-orang yang memiliki kemampuan dalam mengolah tahu, menarik konsumen baru dengan menciptakan produk inovasi dari tahu karena masih memiliki pasar yang sama segmentasi produk turunan tahu akan lebih mudah dijangkau Strategi S-T lebih mengedepankan kepada, Mengembangkan teknologi dalam pembuatan tahu sehingga tidak ketinggalan dengan pesaing lain, menciptakan produk yang memiliki nilai jual lebih tinggi sehingga bisa menarik konsumen dari segmen lain, menjamin konsumen dengan bahan baku yang digunakan aman dan sehat.
2. Strategi W-O harus lebih mengedepankan hal seperti, mengembangkan teknik pengolahan tahu, tahu yang awalnya memiliki mutu rendah bisa menjadi lebih bernilai ekonomis, mengolah ampas tahu menjadi sesuai yang lebih ekonomis, disaat kelangkaan bahan baku sehingga produksi tetap berjalan. Strategi W-T bisa lebih memfokuskan kepada mengeluarkan produk baru yang tidak berbahan baku kedelai, seperti tahu susu, tahu telur dan lain-lain, menggunakan label BPOM.

Saran

Adapun saran yang penulis berikan dalam penelitian ini yaitu:

1. Dari hasil penelitian ini teknologi yang digunakan masih sederhana maka dari itu perlu menggunakan teknologi yang modern seperti mesin penggilingan untuk meningkatkan produktivitas kepada pengusaha dan juga menambah lagi jumlah bahan baku yang digunakan dalam proses produksi, karena usaha agroindustri tahu di Desa Pangkatan menguntungkan, sehingga usaha yang dijalankan oleh pengusaha dapat menjadi usaha yang tergolong usaha besar dan dapat bersaing di masa yang akan datang.
2. Pengusaha masih menggunakan pengemasan yang sederhana yaitu menggunakan plastik dan pengikat karet, hendaknya pengusaha biasa memanfaatkan teknologi yang lebih canggih untuk pengemasan agar terlihat lebih menarik dapat meningkatkan minat konsumen untuk membeli produk yang kita pasarkan. Pengusaha juga dapat melakukan pembukuan agar dapat diketahui dengan jelas mengenai biaya produksi, perolehannya dan efisiensi usahanya. Hal ini dapat berguna untuk mengembangkan usahanya dimasa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Asyaroh, A. F., Rochdiani, D., & Setia, B. (2021). Strategi Pengembangan Agroindustri Tahu Cahaya Di Dusun Lintungpaku Desa Karangpawitan Kecamatan Kawali Kabupaten Ciamis. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*. <https://doi.org/10.25157/jimag.v8i2.5345>
- Angreini, N., Rahim, M., & Salam, I. (2021). Analisis Pengembangan Komoditas Unggulan Sub Sektor Hortikultura Di Kabupaten Konawe. *Jurnal Perencanaan Wilayah*. <https://doi.org/10.33772/jpw.v6i1.17334>
- Astiani, R. I., Hidayat, N., & Pandji, R. T. (2020). Analisis Strategi Pengembangan Agroindustri Tahu Bulat (Studi Kasus Pada Agroindustri Tahu Bulat Songkha di Desa Muktisari Kecamatan Cipaku Kabupaten Ciamis) A. *Prosiding Seminar Nasional Polbangtan Yogyakarta Magelang 2020 Jurusan Peternakan*.
- David, Fred R. Manajemen Strategi. Ed ke-15. (Jakarta : Salemba empat. 2018)
- Dumasari. (2020). *Pembangunan Pertanian : Mendahulukan Yang Tertinggal* (Dimassi's (ed.); 1st ed.). Pustaka Pelajar.
- Fahmi, I. (2015). Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi Alfabeta. In *Manajemen Laba*.
- Febri Astuti, R. W. (2017). Analisis Keterkaitan Sektor Pertanian Dan Pengaruhnya Terhadap Perekonomian Indonesia (Analisis Input Output). *Jurnal Economia*, 13(1), 16.
- Hardani, Auliya, N. H., Helmina, A., Fardani, R. A., Yustiawati, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kualitatif*. CV.Pustaka Ilmu.
- Ira Mayasari, I., Nuddin, A., & Mahathir, R. (2021). STRATEGI PENGEMBANGAN USAHATANI JAGUNG UNTUK PENINGKATAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT DI KECAMATAN MAIWA KABUPATEN ENREKANG. *Jurnal Ilmiah Ecosystem*. <https://doi.org/10.35965/eco.v21i1.690>
- Kasmir. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori dan Praktik*. PT. Rajagrafindo Persada.
- Kurniawati, T. (2018). ANALISIS TITIK IMPAS AGROINDUSTRI TAHU (Suatu Kasus di Desa Buniseuri Kecamatan Cipaku Kabupaten Ciamis). *MIMBAR AGRIBISNIS: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*. <https://doi.org/10.25157/ma.v1i3.49>
- Masnun, A. (2018). Strategi Pengembangan Industri Tahu Dalam Rangka Memperoleh Laba. *JURNAL PUNDI*. <https://doi.org/10.31575/jp.v2i3.102>

- Maulana, A. W., Rochdiani, D., & Sudrajat, S. (2020). Analisis Biaya, Pendapatan Dan R/C Agroindustri Tahu Di Desa Cidadap Kecamatan Ciamis Kabupaten Ciamis. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*. <https://doi.org/10.25157/jimag.v7i1.2598>
- Mulyadi, A., Efriyeldi, E., & Marbun, B. (2021). Strategi pengembangan ekowisata mangrove Bandar Bakau Dumai, Riau. *Dinamika Lingkungan Indonesia*. <https://doi.org/10.31258/dli.8.1.p.48-56>
- Nuraini, N., Murniati, K., & Marlina, L. (2021). STRATEGI PENGEMBANGAN AGROINDUSTRI TAHU DI KECAMATAN BALIK BUKIT KABUPATEN LAMPUNG BARAT. *Journal of Food System and Agribusiness*. <https://doi.org/10.25181/jofsa.v5i2.1880>
- Nurmal, T., Rodjak, A., Natasasmita, S., Salim, E. H., Sendjaja, T. P., Hasani, S., Suyono, A. D., Suganda, T., Simarmata, T., Yuwariah, Y., & Wiyono, S. N. (2017). *Pengantar Ilmu Pertanian* (1st ed.). Graha Ilmu.
- Nursalis, Rochdiani, D., & Yuroh, F. (2018). Analisis Pendapatan Agroindustri Tahu (Studi Kasus Pada Perusahaan Tahu Pusaka di Desa Simpang Kecamatan Bantarkalong Kabupaten Tasikmalaya). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*.
- Priyandari, Y., Suletra, I. W., Jauhari, W. A., & Kusuma, H. (2020). Pemilihan Lokasi Instalasi Pengolahan Air Limbah untuk Kawasan Industri Tahu-Tahu Menggunakan Fuzzy TOPSIS. *Performa: Media Ilmiah Teknik Industri*. <https://doi.org/10.20961/performa.18.2.32384>
- Sawitri, N., & Asmawati, A. (2018). ANALISIS USAHA AGROINDUSTRI TAHU DI KELURAHAN TEMBILAHAN KOTA (Studi Kasus Usaha Tahu Pak Aciu). *JURNAL AGRIBISNIS*. <https://doi.org/10.32520/agribisnis.v7i1.158>
- Soekartawi. (2010). *Agribisnis: Teori dan Aplikasinya* (1st ed.). Rajagrafindo. Persada. <https://doi.org/979-421-277-6>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, S. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kualitatif dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Suryana, I., Isyanto, A. Y., & Sudrajat, S. (2019). Analisis Usaha Agroindustri Tahu (Studi Kasus pada Perajin Agroindustri Tahu di Desa Parigi Kecamatan Parigi Kabupaten Pangandaran). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*. <https://doi.org/10.25157/jimag.v6i3.2533>
- Tjiptono, F. (2014). Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. In *I*.
- Wibowo, S., Setiawan, I., & Yusuf, M. N. (2021). Analisis Kelayakan Agroindustri Tahu Di Desa Balokang Kecamatan Banjar Kota Banjar. *Jurnal*

Ilmiah

Mahasiswa Agroinfo Galuh. <https://doi.org/10.25157/jimag.v8i1.4624>

Yuniati, R. R., Rochdiani, D., & Isyanto, A. Y. (2019). ANALISIS BIAYA, PENDAPATAN DAN R/C PADA AGROINDUSTRI TAHU (Studi Kasus pada Agroindustri Tahu Bapak Ateng di Desa Mekarjaya Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*. <https://doi.org/10.25157/jimag.v6i2.2455>

Website

<https://bisnisindonesia.id/article/produksi-tahu-tahu-anjlok-akhir-2021-diproyeksi-pulih-2022>

<https://www.beritasatu.com/ekonomi/892933/gakoptindo-170000-perajin-tahu-dan-tahu-mogok-produksi-nasional>

<https://tirto.id/bps-ungkap-penyebab-tahu-tahu-masih-jadi-penyumbang-inflasi-gzi8>

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN AGROINDUSTRI TAHU DI DESA PANGKATAN KECAMATAN PANGKATAN KABUPATEN LABUHAN BATU

Mohon kesediaan Saudari untuk meluangkan waktu sejenak guna mengisi angket ini, diharapkan dalam pengisiannya responden menjawab dengan leluasa, sesuai dengan persepsi anda, Sesuai dengan kode etik penelitian, penulis menjamin kerahasiaan semua data. Kesediaan saudara mengisi angket ini adalah bantuan tak ternilai bagi penulis. Akhirnya, penulis sampaikan terima kasih atas kerjasamanya. Dalam menjawab semua pertanyaan dibawah ini, saudara dipersilahkan memilih satu jawaban yang telah tersedia. Dengan opsi jawaban sebagai berikut :

1. STS : Sangat Setuju
2. TS : Setuju
3. S : Tidak Setuju
4. SS : Sangat Tidak Setuju

A. Profil Respondem

1. Jenis Kelamin :
2. Usia :
3. Lama berusaha/bekerja :

No	Strengths (Kekuatan)	PENILAIAN			
		SS	S	TS	STS
1	Kemampuan produksi yang tinggi				
2	Harga jual tahu yang bersaing				
3	Lokasi pemasaran yang mudah dijangkau				
4	Bahan baku tahu yang murah dan mudah didapat				
5	Tahu memiliki banyak produk turunan				
6	Produk tahu memiliki pasar yang stabil				

No	Weaknes (Kelemahan)	PENILAIAN			
		SS	S	TS	STS
1	Mutu tahu yang dihasilkan rendah				
2	Tidak ada kesesuaian harga dengan kualitas				
3	Bahan baku tahu yang sering berubah harga				
4	Kurang mengikuti perkembangan teknologi pengolahan kedelai				
5	Sering terjadi kelangkaan bahan baku pembuatan tahu				
6	Daya tahan tahu yang tidak berlangsung lama				

No	Opportuniti (Peluang)	PENILAIAN			
		SS	S	TS	STS
1	Tahu merupakan makanan sehat yang bisa diolah dengan harga tinggi				
2	Tahu sudah mulai dikenal orang luar negeri				
3	Perkembangan sarana dan Prasarana pengolahan tahu masih bisa berkembang				
4	Semakin banyak orang-orang yang mampu mengolah tahu agar bernilai lebih ekonomis				
5	Tahu merupakan salah satu makanan berprotein tinggi yang bisa digunakan sebagai pengganti daging				
6	Tahu memiliki banyak varian yang bisa diolah				

No	Threats (Ancaman)	PENILAIAN			
		SS	S	TS	STS
1	Pesaing pesaing dari daerah lain				
2	Teknologi pengolahan kedelai yang terbatas				
3	Faktor iklim usaha yang tidak menentu				
4	Rumor-rumor tentang tahu oplosan yang tidak menggunakan kedelai				
5	Masa konsumsi tahu yang pendek, akan memberikan kerugian jika tidak laku				
6	Keterbatasan bahan baku dikarenakan mengutamakan kedelai impor				

Lampiran 2. Tabulasi Data Penelitian

IDENTITAS RESPONDEN

no	Identitas Responden		
	Jk	US	LK
1	1	1	1
2	1	2	1
3	1	2	2
4	1	2	2
5	1	2	1
6	1	2	1
7	1	2	1
8	1	1	1
9	1	1	1
10	1	2	1
11	2	2	2
12	1	2	2
13	1	1	1
14	1	1	1
15	2	2	2
16	2	2	2
17	1	2	2
18	1	2	2
19	1	2	3
20	1	3	3
21	1	3	2
22	1	3	3
23	1	3	3
24	2	2	2
25	2	1	1
26	1	2	1
27	1	3	2
28	1	2	1
29	1	3	2
30	2	2	1

Lampiran 3. Karakteristik Responden

Frequency Table**Jenis Kelamin**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki Laki	24	80.0	80.0	80.0
Perempuan	6	20.0	20.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 35 tahun	6	20.0	20.0	20.0
36-45 tahun	18	60.0	60.0	80.0
> 45 tahun	6	20.0	20.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

Lama Kerja

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1-10 tahun	14	46.7	46.7	46.7
10-15 tahun	12	40.0	40.0	86.7
> 15 tahun	4	13.3	13.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

s1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	10.0	10.0	10.0
	3	14	46.7	46.7	56.7
	4	13	43.3	43.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

s2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	6.7	6.7	6.7
	2	8	26.7	26.7	33.3
	3	11	36.7	36.7	70.0
	4	9	30.0	30.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

s3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	10.0	10.0	10.0
	2	2	6.7	6.7	16.7
	3	11	36.7	36.7	53.3
	4	14	46.7	46.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

s4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	3.3	3.3	3.3
	2	3	10.0	10.0	13.3
	3	14	46.7	46.7	60.0
	4	12	40.0	40.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

s5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	3.3	3.3	3.3
	3	19	63.3	63.3	66.7
	4	10	33.3	33.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

s6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	10.0	10.0	10.0
	3	14	46.7	46.7	56.7
	4	13	43.3	43.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

w1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	13.3	13.3	13.3
	2	4	13.3	13.3	26.7
	3	16	53.3	53.3	80.0
	4	6	20.0	20.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

w2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	5	16.7	16.7	16.7
	2	5	16.7	16.7	33.3
	3	12	40.0	40.0	73.3
	4	8	26.7	26.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

w3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	13.3	13.3	13.3
	2	3	10.0	10.0	23.3
	3	16	53.3	53.3	76.7
	4	7	23.3	23.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

w4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	3.3	3.3	3.3
	3	21	70.0	70.0	73.3
	4	8	26.7	26.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

w5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	13.3	13.3	13.3
	2	4	13.3	13.3	26.7
	3	16	53.3	53.3	80.0
	4	6	20.0	20.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

w6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	5	16.7	16.7	16.7
	2	5	16.7	16.7	33.3
	3	12	40.0	40.0	73.3
	4	8	26.7	26.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

o1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	13.3	13.3	13.3
	2	2	6.7	6.7	20.0
	3	18	60.0	60.0	80.0
	4	6	20.0	20.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

o2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	10.0	10.0	10.0
	2	2	6.7	6.7	16.7
	3	17	56.7	56.7	73.3
	4	8	26.7	26.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

o3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	13.3	13.3	13.3
	2	9	30.0	30.0	43.3
	3	15	50.0	50.0	93.3
	4	2	6.7	6.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

o4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	3.3	3.3	3.3
	3	19	63.3	63.3	66.7
	4	10	33.3	33.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

o5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	3	10.0	10.0	10.0
2	2	6.7	6.7	16.7
3	17	56.7	56.7	73.3
4	8	26.7	26.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

o6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	4	13.3	13.3	13.3
2	9	30.0	30.0	43.3
3	15	50.0	50.0	93.3
4	2	6.7	6.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

t1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	6	20.0	20.0	20.0
3	14	46.7	46.7	66.7
4	10	33.3	33.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

t2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	6	20.0	20.0	20.0
2	4	13.3	13.3	33.3
3	14	46.7	46.7	80.0
4	6	20.0	20.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

t3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	5	16.7	16.7	16.7
2	2	6.7	6.7	23.3
3	15	50.0	50.0	73.3
4	8	26.7	26.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

t4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	3.3	3.3	3.3
2	6	20.0	20.0	23.3
3	19	63.3	63.3	86.7
4	4	13.3	13.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

t5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	6	20.0	20.0	20.0
2	4	13.3	13.3	33.3
3	14	46.7	46.7	80.0
4	6	20.0	20.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

t6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	5	16.7	16.7	16.7
2	2	6.7	6.7	23.3
3	15	50.0	50.0	73.3
4	8	26.7	26.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

Lampiran 4. Dokumentas Penelitian



Proses Pencetakan Tahu



Foto Dengan Pegawai

