



## STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA INDUSTRI TAHU (KASUS: USAHA PAK SUHARNO DI KELURAHAN SIDOREJO KECAMATAN CURUP TENGAH KABUPATEN REJANG LEBONG)

Hefri Oktoyoki<sup>1\*</sup>, Marina<sup>2</sup>, Rihan Ifebri<sup>2</sup>, Daniel Antoni Sihasale<sup>3</sup>, Paisal Ansiska<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Jurusan Kehutanan Universitas Bengkulu

<sup>2</sup>Program Studi Agribisnis Universitas Pat Petulai

<sup>3</sup>Program Studi Pendidikan Geografi Universitas Pattimura

Article Info	ABSTRAK
Kata Kunci: Strategi, Pengembangan Usaha, Industri Tahu	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan industri tahu Pak Suharno di Kelurahan Sidorejo Kecamatan Curup Tengah Kabupaten Rejang Lebong. Penelitian ini dilakukan pada bulan Mei sampai dengan Juni 2021. Metode penentuan responden yang digunakan adalah <i>purposive sampling</i> dengan tiga unsur kelompok responden yaitu: pelaku usaha, masyarakat sekitar, pemerintah dan pakar. Analisis data menggunakan matriks IFE, EFE, SWOT dan AHP. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat faktor kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman. Berdasarkan matriks IE (Internal-Eksternal) Industri Tahu Pak Suharno di Kelurahan Sidorejo Kecamatan Curup Tengah Kabupaten Rejang Lebong berada pada sel 5 (lima) yaitu posisi <i>Growth Stability</i> atau <i>Hold and Maintain</i> . Alternatif strategi yang dapat diterapkan pada Industri Tahu Pak Suharno di Kelurahan Sidorejo Kecamatan Curup Tengah Kabupaten Rejang Lebong yaitu: Strategi S-O ( <i>Strength-Opportunity</i> ), Strategi W-O ( <i>Weakness-Opportunities</i> ), Strategi S-T ( <i>Strength-Threat</i> ) dan Strategi W-T. Ada 5 (lima) hierarki prioritas yang telah disimpulkan berdasarkan penilaian tertinggi hingga penilaian terendah dari pakar, sehingga didapat strategi paling menarik pada fokus pada Strategi Pengembangan Industri Tahu di Kelurahan Sidorejo Kecamatan Curup Tengah Kabupaten Rejang Lebong yaitu meningkatkan saluran distribusi (0.385), aktor yang sangat berperan dalam meningkatkan ketersediaan bahan baku pada tingkat hulu yang dibutuhkan yaitu pelaku usaha (0.149), dengan tujuan dalam meluaskan Jaringan distribusi (0.047), pertimbangan alternatif strategi SO (0.087) yaitu dengan melakukan pengembangan produk tahu, meningkatkan fasilitas pemasaran dengan membuka wisata edukasi dan bekerja sama dengan pihak lain untuk memperluas pemasaran.
	<b>ABSTRACT</b>
Keywords: Strategy, Business Development, Tofu Industry	<i>This research aims to determine the development strategy of Pak Suharno's tofu industry in Sidorejo Village, Curup Tengah District, Rejang Lebong Regency. The research was conducted from May to June 2021. The method used to determine the respondents was purposive sampling with three groups of respondents: business actors, local communities, government officials, and experts. Data analysis was performed using IFE, EFE, SWOT, and AHP matrices. The results of the study indicate the presence of strengths, weaknesses, opportunities, and threats. Based on the IE (Internal-External) matrix, Pak Suharno's tofu industry in Sidorejo Village, Curup Tengah District, Rejang Lebong Regency, is in cell 5, which represents the Growth Stability or Hold and Maintain position. Alternative strategies that can be applied to Pak Suharno's tofu industry in Sidorejo Village, Curup Tengah District, Rejang Lebong Regency, are S-O (Strength-Opportunity) strategy, W-O (Weakness-Opportunities) strategy, S-T (Strength-Threat) strategy, and W-T (Weakness-Threat) strategy. Five priority hierarchies have been concluded based on the highest to lowest assessments from experts, resulting in the most attractive strategy focusing on the development of the tofu industry in Sidorejo Village, Curup Tengah District, Rejang Lebong Regency, which is to improve distribution channels (0.385). Business actors play a critical role in improving the availability of raw materials at the</i>

---

*upstream level (0.149), with the goal of expanding distribution networks (0.047). The consideration for the SO alternative strategy (0.087) is to develop tofu products, improve marketing facilities by opening educational tourism, and collaborate with other parties to expand marketing.*

---

**\*Corresponding Author:**

**Hefri Oktoyokil**

Jurusan Kehutanan Universitas Bengkulu

hefri.oktoyoki@unib.ac.id

## PENDAHULUAN

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Provinsi Bengkulu (2015) produktivitas dan produksi kedelai Provinsi Bengkulu 3.720 Ha. Pada tahun 2013 menghasilkan 3.987 ton, tahun 2014 menghasilkan 612 ton dan pada tahun 2015 menghasilkan kedelai 5388 ton. Kabupaten Rejang Lebong pada tahun 2013 menghasilkan 1.914 ton, tahun 2014 menghasilkan 575 ton dan tahun 2015 menghasilkan 1.378 ton. Artinya penghasilan tanaman kedelai di Provinsi Bengkulu semakin menurun dan khususnya Kabupaten Rejang Lebong mengalami ketidak stabilan penghasilan produksi kedelai. Pemanfaatan hasil produksi kacang kedelai di Kabupaten Rejang Lebong diolah menjadi nilai tambah kegiatan usaha kecil menengah seperti pembuatan tahu, tempe, susu kedelai dan berbagai jenis olahan makanan lainnya.

Berdasarkan data dari Dinas Perindustrian dan UMKM Kabupaten Rejang Lebong (2021) industri tahu yang ada di Kabupaten Rejang Lebong berjumlah 16 industri. Industri kecil di pedesaan dapat memainkan peran yang signifikan dalam peningkatan ekonomi. Hal ini dapat terjadi karena industri ini dapat memberikan lapangan pekerjaan, menambah *income* bagi penduduk desa dan lebih efisien dalam pemenuhan kebutuhan penduduk setempat (Mubyarto, 2016). Salah satu agroindustri yang sudah familier di kalangan masyarakat adalah industri tahu. Tahu adalah makanan yang kaya akan protein berbahan dasar kacang kedelai. Sedangkan kedelai merupakan bahan makanan yang memiliki nilai gizinya tinggi karena memiliki kandungan protein dengan dan lemak sekitar 16-20% (Data Pusdatin Kementerian Pertanian, 2020).

Menurut Rossiana (2016) bahwa dalam pengelolaannya industri tahu menghasilkan

limbah cair mau pun padat. Limbah ini didapat dari proses pencucian, perebusan, pengepresan dan pencetakan tahu. Air limbah industri tahu salah satu sumber pencemaran apabila tidak dikelola dengan tepat. Hal ini dapat terjadi karena air limbah mengandung bahan organik yang tinggi serta memiliki pH yang rendah.

Dalam usaha pengembangan industri tahu dibutuhkan strategi-strategi yang dianggap mampu mengembangkan suatu usaha sehingga dapat mempertahankan suatu usaha yang sudah lama berdiri agar nantinya mampu berdaya saing dengan industri sejenis lainnya. Sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian industri tahu Pak Suharno di Kelurahan Sidorejo Kecamatan Curup Tengah Kabupaten Rejang Lebong.

Menentukan faktor-faktor internal dan eksternal dalam proses produksi Industri Tahu Pak Suharno dan Menentukan posisi strategi pengembangan usaha Industri Tahu Pak Suharno di Kelurahan Sidorejo Kecamatan Curup Tengah Kabupaten Rejang Lebong.

## METODOLOGI PENELITIAN

Tempat penelitian lokasi Usaha Industri Tahu Pak Suharno di Kelurahan Sidorejo Kecamatan Curup Tengah Kabupaten Rejang Lebong. Pemilihan lokasi ini dilakukan secara sengaja (*purposive*).

Penentuan responden digunakan metode *Purposive Sampling* (Indrianto Nur dan Supomo Bambang 2013). Dalam hal ini responden menggunakan pemilihan berdasarkan pertimbangan (*Judgment Sampling*) sesuai dengan tujuan penelitian yaitu untuk menentukan faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman sehingga akan didapat posisi strategi serta rumusan alternatif dari Usaha Industri Tahu Pak Suharno di Kelurahan Sidorejo Kecamatan

Curup Tengah Kabupaten Rejang Lebong. Responden meliputi 4 bagian yaitu pelaku usaha, instansi terkait, masyarakat sekitar dan pakar keilmuan industri tahu dan strategi.

Pengumpulan data melalui wawancara untuk mendapatkan data faktor lingkungan internal dan eksternal. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. ini menggunakan tiga kuesioner yaitu kuesioner untuk pelaku, Kuesioner

SWOT untuk Responden Ahli dan Kuesioner AHP untuk merumuskan Strategi.

Pengolahan dan analisis data terdiri dari analisis perumusan strategi yang terdiri dari *analisis faktor internal dan eksternal*, *analisis matriks internal eksternal*, analisis SWOT dan analisis AHP. *Internal Factor Evaluation Matrix* (Matriks IFE), *External Factor Evaluation Matrix* (Matriks EFE), lalu dilakukan analisis perumusan strategi dan Analisis AHP.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Matriks IFE

**Tabel 2.** Internal Strategic Factor Analysis Summary (IFAS)

No	KEKUATAN/KELEMAHAN	BOBOT	PENILAIAN (RATING)	SKOR BOBOT (BobotxPenilaian)
<b>KEKUATAN</b>				
1	Modal/finansial pelaku usaha	0.0530	4	0.1856
2	Ketersediaan IPAL (Instalasi Pengelolaan Air Limbah)	0.0529	3	0.1762
3	Monopoli Pasar (informasi data dan penafsiran harga produk tahu)	0.0508	3	0.1694
4	Infrastruktur menunjang pengembangan produk tahu	0.0508	3	0.1610
5	Efisiensi biaya dan Penyampaian produk ke konsumen maksimal	0.0491	4	0.1718
<b>KELEMAHAN</b>				
1	Jumlah saluran distribusi belum maksimal	0.0468	2	0.1013
2	Kurangnya inovasi dalam tingkat Promosi tahu	0.0402	2	0.0938
3	Pembukuan keuangan belum baik	0.0401	2	0.0935
4	Masih rendahnya tingkat kemasan dan label produk tahu	0.0400	2	0.0801
5	Gudang penyimpanan produk tahu belum maksimal	0.0392	2	0.0784
<b>TOTAL</b>		<b>1.0000</b>		<b>2.7709</b>

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2021

Faktor kekuatan tertinggi terletak pada modal usaha yang dimiliki, menurut Oktoyoki, *et al* (2021), modal usaha memiliki peranan penting dalam memenangkan persaingan usaha serupa. Kelemahan terletak pada jumlah saluran distribusi belum maksimal, ini dikarenakan akses pasar dari tahu di Rejang Lebong belum begitu luas. Hal ini bisa jadi membahayakan sebagaimana diungkapkan Oktoyoki *et al* (2021) bahwa

tanpa distribusi maksimal akan menghambat usaha padahal misalnya adanya asosiasi bisnis dapat membantu pebisnis dalam memasarkan produk, meningkatkan keterampilan dan keahlian, serta informasi teknologi. Total pembobotan yaitu sebesar 2.7709, artinya usaha industri Tahu Pak Suharno di Kelurahan Sidorejo Kecamatan Curup Tengah Kabupaten Rejang Lebong diatas rata-rata.

## Analisis Matriks EFE

Tabel 3. Eksternal Strategic Faktor Analysis Summary (EFAS)

No	PELUANG/ANCAMAN	BOBOT	PENILAIAN (RATING)	SKOR BOBOT (BobotxPenilaian)
<b>PELUANG</b>				
1	Perkembangan IPTEK	0.0662527	4	0.2319
2	Daya beli masyarakat yang mengikat	0.0638159	4	0.2234
3	Tersedianya sumber daya untuk industri tahu	0.0638159	4	0.2234
4	Permintaan produk tahu yang terus meningkat	0.0624864	3	0.2083
5	Iklm dan kondisi alam yang mendukung	0.0598274	3	0.1795
<b>ANCAMAN</b>				
1	Persaingan antar daerah dalam penghasiian produk tahu	0.0571684	2	0.1334
2	Harga bahan baku (kedelai) impor yang tidak stabil mengikuti kurs dolar	0.0624864	2	0.1458
3	Stok kedelai lokal terbatas sebagai pengganti kedelai impor.	0.0531785	2	0.1241
4	Daya tarik sektor lain diluar sektor pertanian	0.0443158	2	0.0886
5	Kurang adanya Ketertarikan dari investor	0.0474181	2	0.0948
<b>TOTAL</b>		<b>1.000</b>		<b>2.0841</b>

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2021

Faktor peluang tertinggi adalah perkembangan IPTEK, Ketersediaan teknologi informasi dari berbagai media dapat mengembangkan inovasi olahan produk tahu sehingga menjadikan peluang dalam pengembangan pemasaran. Perkembangan dan dukungan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) merupakan peluang untuk pengembangan pemasaran produk tahu (Widyaningrum, 2016). Faktor ancaman tertinggi adalah persaingan antar daerah dalam penghasiian produk tahu serta kurangnya komoditi kedelai di wilayah setempat, sehingga bahan baku kedelai di

dapat melalui kegiatan impor. Belum adanya investor yang tertarik serta daya tarik sektor lain seperti pertanian dapat menjadi ancaman pada Industri Tahu Pak Suharno di Kelurahan Sidorejo Kecamatan Curup Tengah. Total pembobotan yaitu sebesar 2.0841 artinya usaha industri Tahu Pak Suharno di Kelurahan Sidorejo Kecamatan Curup Tengah Kabupaten Rejang Lebong diatas rata-rata. Hal ini sama dengan penelitian (Oktoyoki, Aprianto and Yanuarti, 2021) tentang Usaha Aren juga di atas rata-rata, ini menunjukkan Rejang Lebong adalah daerah potensial sasaran UMKM Pertanian.

## AnalisisMatriks IE

Internal Eksternal	Kuat (3,0-4,0)	Rata-rata (2,0-2,9)	Lemah (1,0-1,9)
Tinggi (3,0 - 4,0)	1 Growth Integrasi Vertikal	2 Growth Integrasi Horizontal	3 Retrenchment Puncitan
Sedang (2,0-2,9)	4 Stability Hati-hati	5 Growth Stability Integrasi Horizontal	6 Retrenchment Divestasi
Rendah (1,0-1,9)	7 Growth Diversifikasi Konstruktif	8 Growth Diversifikasi/Kompleksisasi	9 Retrenchment Liquidasi/Struktur

Gambar 1. Skema Matriks Internal-Eksternal (IE)

Dari hasil pembobotan secara internal dan eksternal Industri Tahu Pak Suharno di Kelurahan Sidorejo Kecamatan Curup Tengah

Kabupaten Rejang Lebong maka didapatkan skema matriks internal-eksternal (IE) yaitu pada sel 5 (lima) yaitu *Growth Stability* atau

Integrasi Horizontal (Utami and Sudarmaji, 2022). Strategi integrasi horizontal merupakan tindakan yang dilakukan oleh suatu industri untuk memperluas jaringan pemasaran, teknologi melalui pengembangan internal maupun eksternal melalui kerjasama dengan perusahaan lainnya. Apabila

perusahaan berada pada situasi *moderate attractive Industry*, maka strategi yang digunakan adalah konsolidasi agar relatif lebih defensif/bertahan (Sukaatmadja *et al.*, 2019; shi *et al.*, 2020).

#### Analisis Matriks SWOT

**Tabel 4.** Alternatif Strategi S-O dan W-O

Faktor Internal Utama	Faktor Eksternal Utama	Strategi
<p><b>Kekuatan (S)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Modal/finansial pelaku usaha</li> <li>2. Ketersediaan IPAL (Instalasi Pengelolaan Air Limbah)</li> <li>3. Bahan Bakar</li> <li>4. Infrastruktur menunjang pengembangan produk tahu</li> <li>5. Tersedianya tenaga kerja</li> <li>6. Masih Rendahnya sumber informasi harga tahu</li> <li>7. Harga penjualan tahu</li> <li>8. Nilai tambah olahan tahu</li> <li>9. Efisiensi biaya dan Penyampaian produk ke konsumen maksimal</li> <li>10. Posisi tawar produk tahu dalam pemasaran</li> <li>11. Kelancaran transaksi dalam penjualan produk tahu</li> <li>12. Standarisasi (kelas-kelas produk tahu)</li> <li>13. Monopoli Pasar (informasi data dan penafsiran harga produk tahu)</li> <li>14. Kepuasan antara konsumen sebanding dengan produk tahu yang dihasilkan (rasa, kemasan, penyajian, dll)</li> </ol>	<p><b>Peluang (O)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perkembangan IPTEK</li> <li>2. Daya beli masyarakat yang mengikat</li> <li>3. Tersedianya sumber daya untuk industri tahu</li> <li>4. Permintaan produk tahu yang terus meningkat</li> <li>5. Iklim dan kondisi alam yang mendukung</li> <li>6. Wilayah Kabupaten Rejang Lebong mampu memproduksi komoditi kedelai</li> <li>7. Tingginya inovasi produk olahan tahu</li> <li>8. Masyarakat sadar akan konsumsi produk tahu</li> <li>9. Selain pemasaran produk inti (produk tahu) bisa dijadikan wisata edukasi</li> <li>10. Otonomi daerah</li> <li>11. Adanya era globalisasi memperluas pengelolaan produk tahu</li> <li>12. Kepadatan penduduk</li> </ol>	<p><b>Strategi (S-O)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengembangan Produk Tahu S2, S3, S5 &amp; O1, O2, O3, O4, O5, O8, O9, O10, O12, O13, O15, O16</li> <li>2. Meningkatkan Fasilitas Pemasaran dengan membuka wisata edukasi dan bekerja sama dengan pihak lain S4, S9, S10, S15, S16 &amp; O6, O13</li> <li>3. Memperluas Pemasaran S2, S3, S7, S10, S13, S14 &amp; O1, O2, O3, O4, O5, O6, O7, O8, O9, O10, O11, O12, O13, O14, O16</li> </ol>
<p><b>Kelemahan (W)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Jumlah saluran distribusi belum maksimal</li> <li>2. Kurangnya inovasi dalam tingkat Promosi tahu</li> <li>3. Pembukuan keuangan belum baik</li> <li>4. Masih rendahnya tingkat kemasan dan lebel produk tahu</li> <li>5. Gudang penyimpanan produk tahu belum maksimal</li> <li>6. Tingkat sortasi produk tahu belum merata</li> <li>7. Tingkat penyesuaian pemasaran produk tahu pada wilayah-wilayah tertentu masih kurang</li> </ol>	<p><b>Peluang (O)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perkembangan IPTEK</li> <li>2. Daya beli masyarakat yang mengikat</li> <li>3. Tersedianya sumber daya untuk industri tahu</li> <li>4. Permintaan produk tahu yang terus meningkat</li> <li>5. Iklim dan kondisi alam yang mendukung</li> <li>6. Wilayah Kabupaten Rejang Lebong mampu memproduksi komoditi kedelai</li> <li>7. Tingginya inovasi produk olahan tahu</li> </ol>	<p><b>Strategi (W-O)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Peningkatan Promosi Produk Tahu W2, W3, W4, W6, W7, W8, W9, W10, W12, W13, W14 &amp; O1, O2, O3, O4, O5, O6, O7, O8, O9, O10, O11, O12, O13, O14, O15, O16</li> <li>2. Strategi Harga</li> </ol>

8. Belum adanya ketersediaan koperasi yang melayani kebutuhan usaha industri tahu	8. Masyarakat sadar akan konsumsi produk tahu	3. Strategi Pengelolaan Bahan Baku W1, W5 & S1, S2, S3, S4, S5, S8, S9, S10, S12, S13, S14, S15, S16
9. Belum adanya ketersediaan bantuan dari perbankan	9. Selain pemasaran produk inti (produk tahu) bisa dijadikan wisata edukasi	
10. Belum adanya ketersediaan wadah kelompok Industri tahu	10. Otonomi daerah	
11. Belum adanya ketersediaan dukungan teknis dari penyuluh	11. Adanya era globalisasi memperluas pengelolaan produk tahu	
	12. Kepadatan penduduk	

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2021

Tabel 5. Alternatif Strategi S-T dan W-T

Faktor Internal Utama			Faktor Eksternal Utama			Strategi
<b>Kekuatan (S)</b>			<b>Ancaman (T)</b>			<b>Strategi (S-T)</b>
1.	2	3. Modal/finansial pelaku usaha	1.	Persaingan antar daerah dalam penghasilan produk tahu	1.	Pengembangan "Penetapan Fungsi Agroindustri Oleh Pemerintah Daerah S15 & T6"
	4.	Ketersediaan IPAL (Instalasi Pengelolaan Air Limbah)	2.	Harga bahan baku (kedelai) impor yang tidak stabil mengikuti kurs dolar	2.	"Mengatur Proses Produksi Untuk Hasil Yang Maksimal S1, S2, S3, S4, S7, S8, S9, S12, S13, S14, & O1, O2, O3, O4, O8, O9, O10"
	5.	Bahan Bakar	3.	Stok kedelai lokal terbatas sebagai pengganti kedelai impor.		
	6.	Infrastruktur menunjang pengembangan produk tahu	4.	Daya tarik sektor lain diluar sektor pertanian		
	7.	Tersedianya tenaga kerja	5.	Kurang adanya Ketertarikan dari investor		
	8.	Masih Rendahnya sumber informasi harga tahu	6.	Alih fungsi lahan komoditi kedelai menjadi lahan pertanian lainnya		
	9.	Harga penjualan tahu				
	10.	Nilai tambah olahan tahu				
	11.	Efisiensi biaya dan Penyampaian produk ke konsumen maksimal				
	12.	Posisi tawar produk tahu dalam pemasaran				
	13.	Kelancaran transaksi dalam penjualan produk tahu				
	14.	Standarisasi (kelas-kelas produk tahu)				
	15.	Monopoli Pasar (informasi data dan penafsiran harga produk tahu)				
	16.	Kepuasan antara konsumen sebanding dengan produk tahu yang dihasilkan (rasa, kemasan, penyajian, dll)				
<b>Kelemahan (W)</b>			<b>Ancaman (T)</b>			<b>Strategi (W-T)</b>
1.	2	3. Jumlah saluran distribusi belum maksimal	1.	Persaingan antar daerah dalam penghasilan produk tahu	1.	Campur Tangan Pemerintah, Perbankan dan Koperasi Harus Lebih Digiatkan Untuk Meningkatkan Pendapatan Pelaku Usaha W1, W2, W3, W4, W6, W8, W9, W10, W11, W12, W 13, W14, W15 & O1, O2,
	4.	Kurangnya inovasi dalam tingkat Promosi tahu	2.	Harga bahan baku (kedelai) impor yang tidak stabil mengikuti kurs dolar		
	5.	Pembukuan keuangan belum baik	3.	Stok kedelai lokal terbatas sebagai pengganti kedelai impor.		
	6.	Masih rendahnya tingkat kemasan dan label produk tahu	4.	Daya tarik sektor lain diluar sektor pertanian		
	7.	Gudang penyimpanan produk tahu belum maksimal	5.	Kurang adanya Ketertarikan dari investor		
	8.	Tingkat sortasi produk tahu belum merata				

- |   |  |                           |
|---|--|---------------------------|
| <p>9. Tingkat penyesuaian pemasaran produk tahu pada wilayah-wilayah tertentu masih kurang</p> <p>10. Belum adanya ketersediaan koperasi yang melayani kebutuhan usaha industri tahu</p> <p>11. Belum adanya ketersediaan bantuan dari perbankan</p> <p>12. Belum adanya ketersediaan wadah kelompok Industri tahu</p> <p>13. Belum adanya ketersediaan dukungan teknis dari penyuluh</p> | <p>6. Alih fungsi lahan komoditi kedelai menjadi lahan pertanian lainnya</p> | <p>O3, O4, O5, O6, O7</p> |
|---|--|---------------------------|

---

*Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2021*

Berdasarkan matriks SWOT yang berpedoman pada matriks Internal dan Eksternal, maka ada empat alternatif strategi yaitu sebagai berikut:

a) Strategi S-O (*Strength-Opportunity*):

1. Pengembangan produk tahu (S2, S3, S5 & O1, O2, O3, O4, O5, O8, O9, O10, O12, O13, O15, O16) untuk meningkatkan skala usaha seperti harga produksi dan prospek pasar yang relatif meningkat maka perlu melakukan strategi dengan meningkatkan variasi atau kualitas produk tahu.
2. Meningkatkan fasilitas pemasaran dengan membuka wisata edukasi dan bekerja sama dengan pihak lain atau pihak pemerintah (S4, S9, S10, S15, S16 & O6, O13) hal ini bertujuan untuk meningkatkan distribusi pemasaran langsung kepada konsumen.
3. Memperluas Pemasaran (S2, S3, S7, S10, S13, S14 & O1, O2, O3, O4, O5, O6, O7, O8, O9, O10, O11, O12, O13, O14, O16) strategi ini untuk lebih memperkuat cakupan pemasaran sehingga mampu memasuki segmentasi pasar seperti geografi, demografi, psikografi dan behavioristik.

b) Strategi W-O (*Weakness-Opportunities*) merupakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang. Berikut strategi W-O yang diperoleh:

1. Peningkatan Promosi Produk Tahu (W2, W3, W4, W6, W7, W8, W9, W10, W12, W13, W14 & O1, O2, O3,

O4, O5, O6, O7, O8, O9, O10, O11, O12, O13, O14, O15, O16) untuk menambah tingkat penggunaan pelanggan lama, menambah jumlah pembelian dan untuk memberi insentif harga untuk pengguna lebih banyak, maka perlu melakukan strategi promosi dengan memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, Website, dll.

2. Strategi Harga (W1, W5, W11, W15) strategi dalam mendukung tingkat kepuasan antara konsumen sebanding dengan kualitas produk tahu yang didapat.

c) Strategi S-T (*Strenght-Threat*) strategi penggunaan kekuatan untuk mengatasi ancaman yang datang. Strategi S-T yang didapat sebagai berikut:

1. Pengembangan "Penetapan Fungsi Agroindustri Oleh Pemerintah Daerah (S15 & T6") bertujuan untuk meningkatkan pendapatan dengan pengunjung yang ada.
2. Mengatur Proses Produksi Untuk Hasil Yang Maksimal (S1, S2, S3, S4, S7, S8, S9, S12, S13, S14, & O1, O2, O3, O4, O8, O9, O10) mempertahankan aspek kekuatan dengan strategi penyeragaman produk saat proses sortasi dan memanfaatkan kondisi geografis yang ada pada wilayah setempat untuk budidaya bahan baku kedelai dengan proses budidaya yang lebih bersahabat dengan pengawasan alih fungsi lahan dan kerusakan

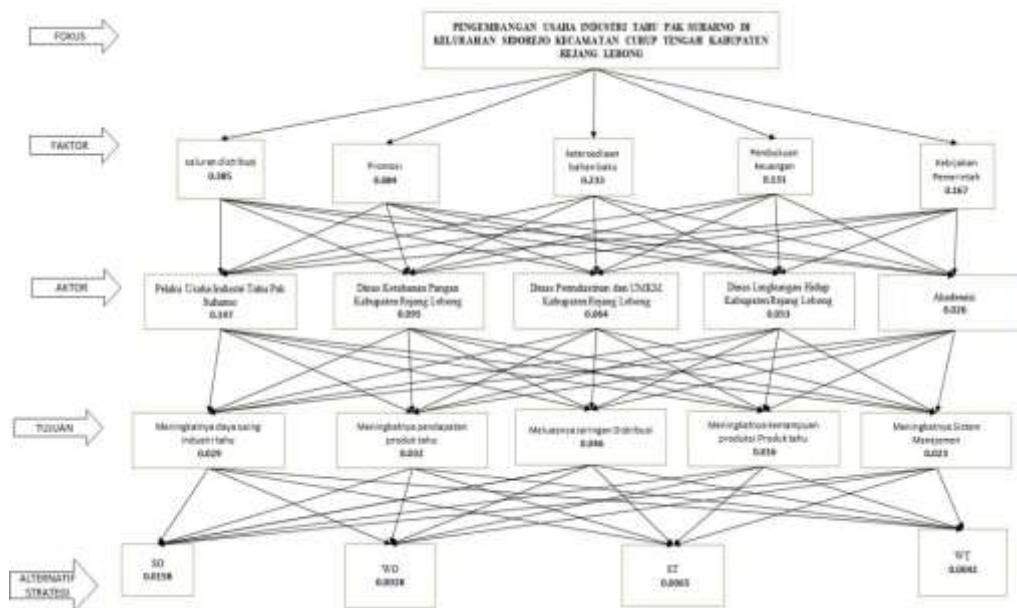
terhadap penggunaan pestisida pada tanaman.

d) Strategi W-T (*Weakness-Threats*) merupakan strategi meminimalisirkan kelemahan dan menghindari kelemahan. Strategi W-T diperoleh sebagai berikut:

1. Campur Tangan Pemerintah, Perbankan dan Koperasi Harus Lebih Digiatkan Untuk Meningkatkan Pendapatan Pelaku Usah (W1, W2, W3, W4, W6, W8, W9, W10, W11,

W12, W 13, W14, W15 & O1, O2, O3, O4, O5, O6, O7) dilakukan dengan melakukan pengembangan sentra industri tahu Pak Suharno di Kelurahan Sidorejo Kecamatan Curup Tengah Kabupaten Rejang Lebong yang didukung oleh pemerintah daerah Kabupaten Rejang Lebong. Sehingga diharapkan produk tahu Pak Suharno dapat lebih meningkat.

**ANALISIS AHP**



**Gambar 2.** Hasil AHP

Ada lima tingkatan (hierarki) prioritas yang telah disimpulkan dalam Strategi Pengembangan Industri Tahu di Kelurahan Sidorejo Kecamatan Curup Tengah Kabupaten Rejang Lebong, yaitu sebagai berikut:

1. Tingkat Fokus merupakan tingkatan utama yang berfokus pada pengembangan usaha industri tahu Pak Suharno di Kelurahan Sidorejo Kecamatan Curup Tengah Kabupaten Rejang Lebong.
2. Tingkat Faktor merupakan tingkatan yang wajib diprioritaskan untuk meningkatkan daya saing serta sebagai bahan pertimbangan dalam Strategi Pengembangan Industri Tahu di Kelurahan Sidorejo Kecamatan Curup Tengah Kabupaten Rejang Lebong.

3. Level Aktor merupakan tingkatan yang berpengaruh dalam Strategi Pengembangan Industri Tahu di Kelurahan Sidorejo Kecamatan Curup Tengah Kabupaten Rejang Lebong. Aktor yang sangat berpengaruh yang pertama yaitu Pelaku Usaha itu sendiri (0.147), Dinas Ketahanan Pangan Kabupaten Rejang Lebong (0.095), Dinas Perindustrian dan UMKM Kabupaten Rejang Lebong (0.064), Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Rejang Lebong (0.053) dan Akademi (0.026).



- Aktor-aktor inilah yang akan berperan dalam meningkatkan ketersediaan bahan baku pada tingkat hulu yang dibutuhkan.
4. Tingkatan tujuan dapat diperhatikan dalam Strategi Pengembangan Industri Tahu di Kelurahan Sidorejo Kecamatan Curup Tengah Kabupaten Rejang Lebong bertujuan dalam meluaskan Jaringan distribusi (0.047), meningkatkan pendapatan (0.032), meningkatkan daya saing produk tahu (0.029), meningkatkan sistem manajemen (0.023) dan meningkatkan kemampuan produksi Produk tahu (0.016).
  5. Tingkatan Alternatif Strategi merupakan pertimbangan yang perlu diperhatikan dalam Strategi Pengembangan Industri Tahu di Kelurahan Sidorejo Kecamatan Curup Tengah Kabupaten Rejang Lebong yaitu strategi ST (0.0158), SO (0.0028), WO (0.0065) dan WT (0.0042).

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam proses produksi Industri Tahu Pak Suharno di Kelurahan Sidorejo Kecamatan Curup Tengah Kabupaten Rejang Lebong adalah sebagai berikut (a) Faktor Kekuatan yaitu: modal /finansial pelaku usaha cukup memadai, infrastruktur yang baik serta dengan adanya monopoli pasar maka efisiensi biaya dalam pemasaran dan peningkatan nilai tambah akan lebih maksimal; (b) Faktor Kelemahan yaitu: Jumlah saluran distribusi belum maksimal karena tingkat Promosi tahu masih rendah, pembukuan keuangan belum baik dan belum adanya ketersediaan teknisi penyuluh, wadah kelompok atau pun koperasi industri tahu; (c) Faktor Peluang yaitu: Perkembangan IPTEK serta otonomi daerah dapat mendukung era globalisasi, daya beli masyarakat dengan inovasi nilai tambah atau pun dapat dijadikan wisata edukasi; (d) Faktor Ancaman yaitu: Persaingan produk tahu antar daerah Penggunaan, bahan baku (kedelai) impor dan stok kedelai lokal terbatas, kurang adanya ketertarikan dari investor akibat daya tarik sektor lain diluar sektor pertanian dan alih

fungsi lahan komoditi kedelai menjadi lahan pertanian lainnya.

Alternatif strategi yang dapat diterapkan pada Industri Tahu Pak Suharno di Kelurahan Sidorejo Kecamatan Curup Tengah Kabupaten Rejang Lebong yaitu: (1) Strategi S-O (*Strength-Opportunity*) yaitu dengan melakukan pengembangan produk tahu, meningkatkan fasilitas pemasaran dengan membuka wisata edukasi dan bekerja sama dengan pihak lain untuk memperluas pemasaran; (2) Strategi W-O (*Weakness-Opportunities*) yaitu dengan peningkatan promosi produk tahu dengan memanfaatkan media sosial (Instagram, Facebook, Twitter, Website, dll), strategi harga dan strategi pengelolaan bahan baku untuk menambah tingkat kepuasan antara konsumen; (3) Strategi S-T (*Strength-Threat*) yaitu dengan pengembangan penetapan fungsi agroindustri oleh pemerintah daerah dan mengatur proses produksi untuk hasil yang maksimal untuk meningkatkan pendapatan; (4) Strategi W-T yaitu dengan adanya campur tangan Pemerintah, Perbankan dan Koperasi Harus Lebih Digiatkan Untuk Meningkatkan Pendapatan Pelaku Usaha.

Terdapat 5 (lima) hierarki prioritas yang telah disimpulkan berdasarkan penilaian tertinggi hingga penilaian terendah dari pakar, sehingga didapat strategi paling menarik pada fokus pada Strategi Pengembangan Industri Tahu di Kelurahan Sidorejo Kecamatan Curup Tengah Kabupaten Rejang Lebong yaitu meningkatkan saluran distribusi, aktor yang sangat berperan dalam meningkatkan ketersediaan bahan baku pada tingkat hulu yang dibutuhkan yaitu pelaku usaha, dengan tujuan dalam meluaskan Jaringan distribusi, pertimbangan alternatif strategi SO yaitu dengan melakukan pengembangan produk tahu, meningkatkan fasilitas pemasaran dengan membuka wisata edukasi dan bekerja sama dengan pihak lain untuk memperluas pemasaran.

## DAFTAR PUSTAKA

- [BPS] Badan Pusat Statistik. 2015. Kabupaten Rejang Lebong Dalam Angka. Curup (ID): BPS.

- [PUSDATIN] Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian. 2020. *Statistik Konsumsi Pangan 2019*. Sekretariat Jendral Kementerian Pertanian.
- Indriantoro, Nur., dan Supomo, Bambang. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Lasaiba, M. A. (2022). Fenomena geosfer dalam perspektif geografi telaah substansi dan kompleksitas 1. 15(1), 1–14. <https://ojs3.unpatti.ac.id/index.php/jp/article/view/6402/4501>
- Lasaiba, M. A. (2022b). Perkotaan dalam Perspektif Kemiskinan, Permukiman Kumuh dan Urban Heat Island ( Suatu Telaah Literatur). *GEOFORUM. Jurnal Geografi Dan Pendidikan Geografi*, 1(2), 1–11. <https://ojs3.unpatti.ac.id/index.php/jgse/article/view/7983/5225>
- Mubyarto. 2017. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Jakarta: LP3ES.
- Oktoyoki, Aprianto, D. and Yanuarti, M. (2021) 'Proceeding of 1 st Corolla International Conference Bengkulu, Indonesia, November 11 th, 2021 ISSN: 978-623-96548-7-0 Page: 143-156', (2020), pp. 143–156.
- Oktoyoki, *et al* 2021. Analisis Strategi Bauran Pemasaran Agrowisata Kebun Bunga D'syandana Di Kabupaten Rejang Lebong. *Paradigma Agribisnis* 3, 71-85.
- Oktoyoki, *et al* 2021. Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Agribisnis Berdaya Saing di Kabupaten Rejang Lebong. *Jurnal Mapetari* 4 (1), 21-32.
- Rossiana. 2016. *Dampak Pembuangan Limbah Tahu terhadap Masyarakat* ([http://eprints.undip.ac.id/44866/9/BAB\\_li\\_Tinjauan\\_Pustaka.pdf](http://eprints.undip.ac.id/44866/9/BAB_li_Tinjauan_Pustaka.pdf), diakses 06 Februari 2021).
- Sukaatmadja, I.P.G. *et al.* (2019) 'Berbasis Kearifan Lokal Untuk Mengentaskan Kemiskinan Di Bali', pp. 121–129.
- Utami, E. and Sudarmaji, M.T. (2022) 'Business Strategy Formulation Using the SWOT Method for Rona Coffee Shops', 6(07), pp. 316–335. Available at: <https://doi.org/10.51505/ijebmr.2022.6722>.
- Widyaningrum, P. W. (2016). Peran Media Sosial sebagai Strategi Pemasaran pada Sewa Kostum Meiyu Aiko Malang. *Jurnal Al Tjjarah*, 2(2), 230-257.
- Shi, S., Wang, Y., Chen, X., & Zhang, Q. (2020). Conceptualization of omnichannel customer experience and its impact on shopping intention: A mixed-method approach. *International Journal of Information Management*, 50, 325–336.