

**STRATEGI PENGEMBANGAN HOME INDUSTRI TAHU DI KECAMATAN
MASBAGIK KABUPATEN LOMBOK TIMUR**

***STRATEGY DEVELOPMENT OF TOFU HOME INDUSTRY IN MASBAGIK DISTRICT
IN EAST LOMBOK***

Weni Elmayanti, Muhammad Nashruddin, Muhammad Anwar ¹

^{1*} Fakultas Pertanian, Universitas Gunung Rinjani

wenielmayanti@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the strategy for developing a tofu home industry in Masbagik District, East Lombok Regency. The method used is descriptive, data collection techniques using survey techniques with direct interviews and questionnaires. The location of the research was determined by purposive sampling in three villages, namely South Masbagik Village, Danger Village, and East Masbagik Village. The data obtained were analyzed using SWOT. The results of the research are focusing on the S-O strategy to maintain the number of human resources by utilizing the nature of openness between the owner and employees and improving the experience in order to get satisfaction from the community for tofu products, maintaining affordable prices and expanding market share by taking advantage of limited competitors and high public awareness of consuming tofu.

Keywords: *home industry, tofu, SWOT.*

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi pengembangan usaha *home* industri tahu di Kecamatan Masbagik Kabupaten Lombok Timur. Metode yang digunakan adalah *deskriptif*, teknik pengumpulan data menggunakan teknik survey dengan pendekatan wawancara langsung dan kuisioner. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara *purposive sampling* di tiga desa yaitu desa Masbagik Selatan, Desa Danger, dan Desa Masbagik Timur Data yang diperoleh dianalisis menggunakan SWOT. Hasil penelitian yaitu fokus kepada strategi S-O mempertahankan jumlah SDM dengan memanfaatkan sifat keterbukaan antara pemilik dan karyawan dan meningkatkan pengalaman guna mendapatkan kepuasan dari masyarakat terhadap produk tahu, mempertahankan harga yang terjangkau dan memperluas pangsa pasar dengan memanfaatkan pesaing yang terbatas dan kesadaran masyarakat mengonsumsi tahu tinggi.

Kata kunci: *home industri, tahu, SWOT.*

PENDAHULUAN

Agroindustri merupakan suatu bentuk kegiatan atau aktifitas yang mengolah bahan baku yang berasal dari tanaman maupun hewan. Kontribusinya nampak dalam meningkatkan pendapatan pelaku agribisnis, menyerap tenaga kerja, meningkatkan perolehan devisa, dan mendorong tumbuhnya industri lain (Saputra, 2016; Soekartawi, 2000).

Untuk mendukung pengembangan *home industri* dalam negeri khususnya industri pengolahan pasca panen komoditi pertanian di perdesaan, pemerintah menetapkan tiga komoditas utama tanaman pangan yang menjadi prioritas nasional yaitu padi, jagung, dan kedelai. Komoditi kedelai merupakan sumber protein nabati, harga relatif terjangkau, produk olahannya sangat diminati masyarakat, dan memberikan nilai tambah (Warisno *et al.* 2010). *Home industri*, industri rumahan (industri rumah tangga) yaitu suatu unit usaha yang tidak berbentuk badan hukum dan dilaksanakan oleh seseorang atau beberapa orang anggota rumah tangga mempunyai tenaga kerja sebanyak empat orang atau kurang, dengan kegiatan mengubah bahan dasar menjadi barang jadi/setengah jadi/dari yang kurang nilainya menjadi lebih tinggi nilainya dengan tujuan untuk dijual atau ditukar dengan barang lain dan ada satu orang anggota keluarga yang menanggung resiko (Suratiah, 1991 *dalam* Riadi, 2019).

Tahu merupakan salah satu produk yang dihasilkan oleh kegiatan *home industri* dengan bahan bakunya berasal dari kedelai yang dihancurkan menjadi bubur. Usaha *home industri* tahu di Kecamatan Masbagik saat ini masih tergolong industri kecil yang memiliki kelemahan dan kekurangan dalam manajemen serta jumlah modal yang dimiliki, sehingga perlu dilakukan upaya-upaya perbaikan agar mampu bersaing dan berkembang.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangan usaha *home industri* tahu di Kecamatan Masbagik Kabupaten Lombok Timur.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode “*deskriptif*”. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik survey dengan pendekatan wawancara langsung dan kuisioner. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara *purposive sampling* di tiga desa yaitu desa Masbagik Selatan, Desa Danger, dan Desa Masbagik Timur dengan pertimbangan bahwa ketiga desa tersebut merupakan Desa Penghasil tahu di Kecamatan Masbagik. Jumlah responden sebanyak 29 orang yang telah ditentukan secara sampel jenuh (*sensus*). Data yang diperoleh dianalisis menggunakan SWOT (*Strenghts, Weakness, Opportunities, Threats*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Pengembangan *Home Industri* Tahu di Kecamatan Masbagik

a. Matriks IFAS *Home Industri* Tahu

Berikut faktor-faktor internal dimasukkan ke dalam tabel IFAS untuk diberikan penilaian bobot dan rating. Berdasarkan Tabel 1 di atas terlihat bahwa jumlah SDM yang dimiliki menghasilkan kekuatan terbesar dengan nilai skor 0,48. SDM merupakan salah satu elemen paling penting agar sebuah bisnis atau perusahaan dapat berjalan dengan baik. Tanpa adanya elemen tersebut atau kualitasnya yang kurang baik, perusahaan akan sulit untuk berjalan dan beroperasi dengan semestinya meski sumber daya yang lain telah terpenuhi. Dengan memiliki manajemen SDM yang terorganisir, upaya *home industri* tahu di Kecamatan Masbagik dalam mencapai target organisasi akan menjadi lebih mudah untuk bisa dicapai.

Tabel 1. Matriks IFAS Strategi Pengembangan *Home* Industri Tahu.

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan (<i>Strenghts</i>)			
1. Pengusaha industri tahu sudah berpengalaman	0,11	4	0,44
2. Harga terjangkau	0,11	4	0,44
3. Jumlah SDM yang dimiliki mencukupi	0,12	4	0,48
4. Pemilik dan karyawan memiliki keterbukaan	0,11	4	0,44
Total	0,45		1,80
Kelemahan (<i>Weakness</i>)			
1. Alat dan Sarana Produksi Masih Tradisional	0,10	1	0,10
2. Kurang ahli dalam pemasaran	0,10	1	0,10
3. Produk tidak tahan dalam penyimpanan	0,11	1	0,11
4. Pembagian tugas yang belum tertata	0,10	1	0,10
5. Dana pengembangan	0,13	1	0,13
Total	0,54		0,54
Total Faktor Internal	0,99		2,34
Selisih Kekuatan dan Kelemahan			1,26

Sumber : Data Primer Diolah, 2021

Faktor kelemahan internal adalah alat dan sarana produksi, minimnya tenaga ahli dalam pemasaran, dan pembagian tugas (*job discription*) yang belum tertata merupakan kelemahan utama *home* industri tahu dengan nilai skor 0,1. Total skor dari strategi internal 2,34. Lemahnya ketersediaan dan kecukupan sarana produksi yang merupakan faktor-faktor produksi (*input*) akan sangat berpengaruh terhadap *outcame* yang dihasilkan *home* industri tahu. Minimnya tenaga pemasaran (*marketing*) serta belum tertatanya pembagian tugas karyawan pada *home* industri mengakibatkan lambannya arus produk yang terjual dan kurang rapinya tanggungjawab pekerjaan pada setiap karyawan yang berdampak rendahnya kinerja.

Hasil penelitian Yuliana (2021) menunjukkan 100% pengusaha tahu gembos di Desa Masbagik Timur Kecamatan Masbagik Kabupaten Lombok Timur menghadapi masalah atau hambatan bahan baku, karena naiknya harga beli bahan baku dan tidak stabilnya harga; dan 33% menghadapi hambatan pemasaran hasil karena pengusaha memasarkan lewat pedagang perantara sehingga sangat tergantung pada pedagang perantara.

b. Matriks EFAS *Home* Industri Tahu

Berikut faktor-faktor internal dimasukkan ke dalam tabel IFAS untuk diberikan penilaian bobot dan rating. Dari analisis Tabel 2 terlihat bahwa pangsa pasar yang luas dan tingkat kepuasan masyarakat terhadap produk tahu tinggi menghasilkan peluang terbesar dengan nilai skor 0,48. Sedangkan kelangkaan tenaga kerja merupakan ancaman utama *home* industri tahu dengan nilai skor 0,1. Total skor dari strategi eksternal ialah sebesar 2,34.

Pangsa pasar (*market share*) seringkali dikaitkan dan dijadikan sebagai suatu indikator khusus daya saing pasar yang bertujuan dalam mencatat seberapa baik dan berkembangnya performa perusahaan atas kompetitornya. Kondisi pangsa pasar dan tingkat kepuasan konsumen pada produk dan layanan *home* industri tahu di Kecamatan Masbagik menunjukkan kemampuan relatif perusahaan terhadap pesaing dan persentase pemasarannya.

Tabel 2. Matriks EFAS Strategi Pengembangan Home Industri Tahu

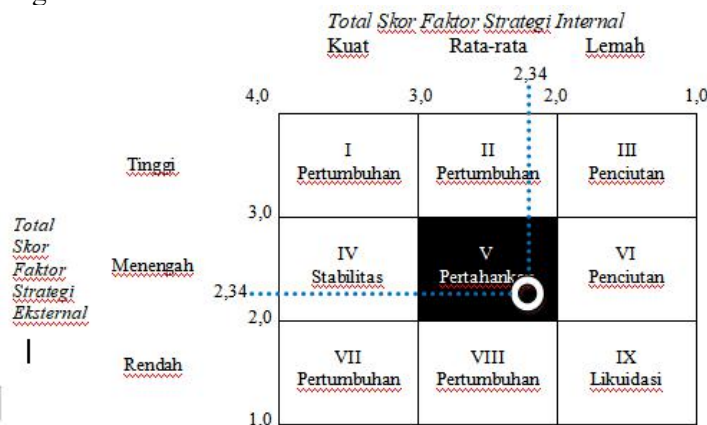
Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Peluang (<i>Opportunities</i>)			
1. Pangsa pasar yang luas	0,12	4	0,48
2. Pesaing yang terbatas atau kurang	0,10	4	0,40
3. Kesadaran masyarakat mengonsumsi tahu tinggi	0,11	4	0,44
4. Tingkat kepuasan masyarakat terhadap produk tahu tinggi	0,12	4	0,48
Total	0,45		1,80
Ancaman (<i>Threats</i>)			
1. Kurangnya pelatihan atau penyuluhan dari pemerintah	0,11	1	0,11
2. Kelangkaan tenaga kerja	0,10	1	0,10
3. Harga kedelai mahal	0,11	1	0,11
4. Keinginan masyarakat	0,11	1	0,11
5. Ada pihak lain yang bisa memberikan harga murah	0,11	1	0,11
Total	0,54		0,54
Total Faktor Eksternal	0,99		2,34
Selisih Peluang dan Ancaman			1,26

Sumber : Data Primer Diolah, 2021

Kenaikan harga kedelai di Kabupaten Lombok Timur ini dianggap cukup signifikan karena harga normal kedelai perkilogram berkisar Rp. 6.500-8.000. Pengusaha tahu terpaksa mengurangi keuntungan hingga 50 persen asalkan usahanya tetap berjalan (Anonim, 2021). Pertumbuhan harga kedelai meningkat pada periode lima tahun terakhir yaitu 4,98% untuk harga produsen dan 8,01% untuk harga konsumen. Jika dilihat dari disparitas atau margin harga yang terjadi antara harga produsen dan konsumen, terlihat periode setelah krisis ekonomi global selalu memberikan dampak terjadinya lonjakan margin harga kedelai (Pusdatin Kementan, 2016). Kondisi ini merupakan ancaman bagi keberlanjutan dan pengembangan home industri tahu di Kecamatan Masbagik.

Matrik IE Home Industri Tahu Di Kecamatan Masbagik

Berdasarkan nilai yang dibobotkan dalam matrik IFAS sebesar 2,34 dan nilai yang dibobotkan dalam matrik EFAS sebesar 2,34 dapat diketahui posisi *home* industri tahu di Kecamatan Masbagik dalam matriks IE berikut ini:



Gambar 1. Matrik IE Home Industri Tahu di Kecamatan Masbagik

Matriks IE menunjukkan posisi *Home* Industri Tahu di Kecamatan Masbagik Kabupaten Lombok Timur berada pada sel V, yaitu pertahankan dan pelihar (Gambar 1). Selanjutnya menyusun matriks ke dalam empat sel kemungkinan alternatif strategi, yaitu strategi S-O, strategi W-O, strategi S-T dan strategi W-T.

Tabel 3. Matriks SWOT Strategi Pengembangan *Home* Industri Tahu

INTERNAL	Kekuatan (S) 1. Pengusaha industri tahu sudah berpengalaman 2. Harga terjangkau 3. Jumlah SDM yang dimiliki mencukupi 4. Pemilik dan karyawan memiliki keterbukaan	Kelemahan (W) 1. Alat dan sarana produksi masih tradisional 2. Kurang ahli dalam pemasaran 3. Produk tidak tahan dalam penyimpanan 4. Pembagian tugas yang belum tertata 5. Dana pengembangan
EKSTERNAL		
Peluang (O) 1. Pangsa pasar yang luas 2. Pesaing yang terbatas atau kurang 3. Kesadaran masyarakat mengonsumsi tahu tinggi 4. Tingkat kepuasan masyarakat terhadap produk tahu tinggi	Strategi S-O 1. Mempertahankan jumlah SDM dengan memanfaatkan sifat keterbukaan antara pemilik dan karyawan dan meningkatkan pengalaman guna mendapatkan kepuasan dari masyarakat terhadap produk tersebut (S1,S2,S3,S4,O4) 2. Mempertahankan harga yang terjangkau dan memperluas pangsa pasar dengan memanfaatkan pesaing yang terbatas dan kesadaran masyarakat dalam mengonsumsi tahu yang tinggi (S2,O1,O2,O3)	Strategi W-O 1. Meningkatkan inovasi dalam pembuatan tahu dengan memanfaatkan kesadaran, kepuasan akan tahu, pesaing yang terbatas dan pangsa pasar tahu yang luas (W1,W3,O1,O2,O3,O4) 2. Menyediakan modal berusaha melalui KUR atau kredit dan mengadakan pelatihan-pelatihan tentang pemasaran dan penataan tugas sehingga pengusaha memperoleh nilai tambah dari kepuasan masyarakat (W2,W4,W5,O4)
Ancaman (T) 1. Kurangnya pelatihan atau penyuluhan dari pemerintah 2. Kelangkaan tenaga kerja 3. Harga kedelai mahal 4. Keinginan masyarakat 5. Ada pihak lain yang bisa memberikan harga murah	Strategi S-T 1. Pengalaman pengusaha dalam memproduksi tahu tergolong lama disebabkan kurangnya pelatihan atau penyuluhan dari pemerintah (S1,T1) 2. Mempertahankan jumlah SDM dan sifat keterbukaan dengan memanfaatkan harga yang terjangkau untuk memperoleh keinginan masyarakat dalam pembelian akan tahu (S2,S3,S4,T4) 3. Dengan harga yang terjangkau mengakibatkan pihak lain bisa memberikan harga yang lebih murah dan diperlukan kebijakan dari pemerintah terhadap petani kedelai agar kedelai yang berkualitas baik dari dalam negeri tidak kalah saing dengan kedelai impor untuk mengurangi harga kedelai yang mahal (S2,T1,T2,T3,T5)	Strategi W-T 1. Meningkatkan pengetahuan dan keahlian untuk melakukan inovasi produk tahu guna meningkatkan minat masyarakat (W2,W3,T4) 2. Diperlukan penyediaan modal, pelatihan atau penyuluhan dan kebijakan pemerintah terhadap petani kedelai dengan memberikan bahan baku kedelai yang berkualitas untuk mengurangi harga yang lebih tinggi agar minat petani menanam kedelai juga tinggi (W5,T1,T2,T3) 3. Melakukan penataan untuk meningkatkan inovasi pembuatan tahu dan memperluas kerja sama dengan pihak lain (W1,W4,T5)

Berdasarkan analisis matrik SWOT di atas dapat diketahui bahwa terdapat empat alternatif strategi pengembangan *home* industri tahu di Kecamatan Masbagik, selanjutnya diuraikan sebagai berikut :

1. Strategi S-O (*Strengths-Opportunities*)
 - a. Mempertahankan jumlah SDM dengan memanfaatkan sifat keterbukaan antara pemilik dan karyawan dan meningkatkan pengalaman guna mendapatkan kepuasan dari masyarakat terhadap produk tahu tersebut (S1,S2,S3,S4,O4)
 - b. Mempertahankan harga yang terjangkau dan memperluas pangsa pasar dengan memanfaatkan pesaing yang terbatas dan kesadaran masyarakat mengonsumsi tahu yang tinggi (S2,O1,O2,O3)
2. Strategi W-O (*Weaknesses-Opportunities*)
 - a. Meningkatkan inovasi dalam pembuatan tahu dan memanfaatkan kesadaran, kepuasan akan tahu, pesaing yang terbatas dan pangsa pasar yang luas (W1,W3,O1,O2,O3, O4)
 - b. Menyediakan modal berusaha melalui KUR atau kredit dan mengadakan pelatihan-pelatihan tentang pemasaran dan penataan tugas sehingga pengusaha memperoleh nilai tambah dari kepuasan masyarakat (W2,W4,W5,O4)
3. Strategi S-T (*Strengths-Threats*)
 - a. Pengalaman pengusaha dalam memproduksi tahu tergolong lama disebabkan kurangnya pelatihan atau penyuluhan dari pemerintah (S1,T1)
 - b. Mempertahankan jumlah SDM dan sifat keterbukaan dengan memanfaatkan harga yang terjangkau untuk memperoleh keinginan masyarakat dalam pembelian akan tahu (S2,S3,S4,T4)
 - c. Dengan harga yang terjangkau mengakibatkan pihak lain bisa memberikan harga yang lebih murah dan diperlukan kebijakan dari pemerintah terhadap petani kedelai yang berkualitas baik dari dalam negeri tidak kalah saing dengan kedelai impor untuk mengurangi harga kedelai yang mahal (S2,T1,T2,T3,T5)
4. Strategi W-T (*Weaknesses-Threats*)
 - a. Meningkatkan pengetahuan dan keahlian untuk melakukan inovasi produk tahu guna meningkatkan minat masyarakat (W2,W3,T4)
 - b. Diperlukan penyediaan modal, pelatihan atau penyuluhan dan kebijakan pemerintah terhadap petani kedelai dengan memberikan bahan baku kedelai yang berkualitas untuk mengurangi harga yang lebih tinggi agar minat petani menanam kedelai juga tinggi (W5,T1,T2,T3)
 - c. Melakukan penataan untuk meningkatkan inovasi pembuatan tahu dan memperluas kerja sama dengan pihak lain (W1,W4,T5)

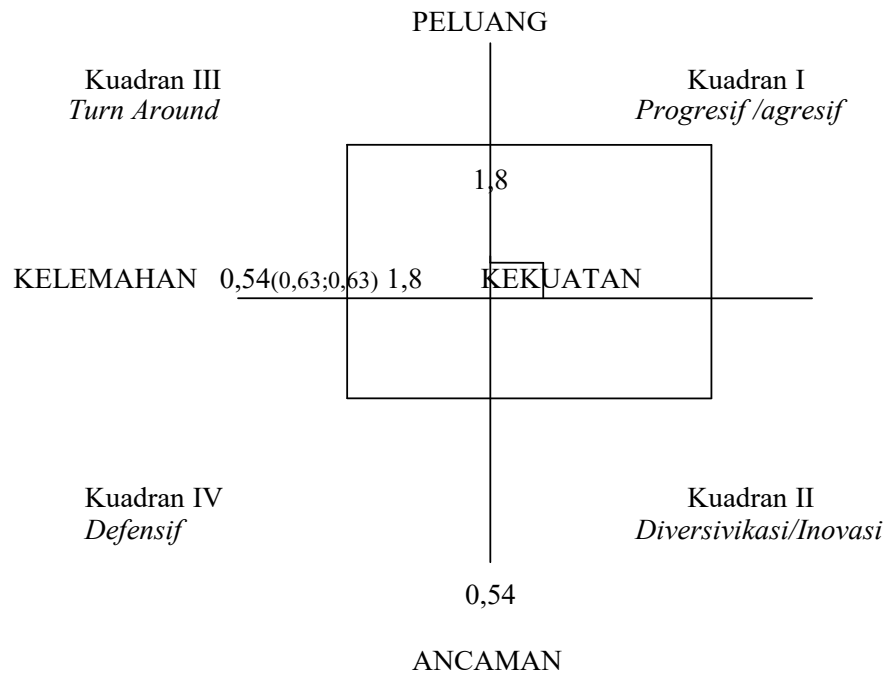
Berdasarkan hasil dari analisis faktor-faktor pada tabel IFAS (*Internal Strategic Factor Analisis Summary*) dan EFAS (*Eksternal Strategic Factor Summary*) hasil skor digunakan untuk menentukan posisi dalam Kuadran SWOT, diuraikan sebagai berikut:

- Total Skor Kekuatan = 1,80
- Total Skor Kelemahan = 0,54
- Total Skor Peluang = 1,80
- Total Skor Ancaman = 0,54

Untuk mencari titik koordinatnya menggunakan cara sebagai berikut :

- a) Koordinat Analisis Internal
(Skor Total Kekuatan–Skor Total Kelemahan) : 2
(1,8– 0,54) : 2 = 1,26 : 2 = 0,63

- b) Skor Analisis Eksternal
 (Skor Total Peluang – Skor Total Ancaman)
 $(1,8 - 0,54) : 2 = 1,26 : 2 = 0,63$



Gambar 2. Kuadran SWOT

Berdasarkan hasil perhitungan skor faktor internal dan eksternal dan hasil pada kuadran SWOT dapat diketahui bahwa home industri tahu di Kecamatan Masbagik berada pada titik koordinat yang terletak pada titik $x = 0,63$ dan $y = 0,63$, yaitu pada Kuadran I yaitu Kuadran *progresif/agresif*. Strategi yang bisa dilakukan pada posisi ini dengan memberikan dukungan terhadap kebijakan pertumbuhan yang agresif bagi pengusaha tahu dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang dimiliki guna pengembangan home industri tahu di Kecamatan Masbagik Kabupaten Lombok Timur.

Adapun program-program yang bisa dilakukan guna meningkatkan pengembangan *home* industri tahu di daerah penelitian ini ialah :

1) Program Pemberian Modal Usaha

Program ini diperlukan untuk memberikan suntikan dana berupa pinjaman modal usaha kepada pengusaha tahu. Dengan modal tersebut, para pengusaha bisa meningkatkan kualitas produk dan pengadaan peralatan dengan teknologi yang lebih modern.

2) Program Infomasi Pasar

Program ini diperlukan untuk memberikan informasi kepada pengusaha dalam memperluas jangkauan pemasaran. Informasi ini dapat berupa jumlah toko/restaurant/rumah makan atau industri olahan makan lainnya yang membutuhkan bahan dasar tahu, ataupun lokasi strategis makan olahan agar dengan mudah menjalin kerja sama dan bisa mengembangkan usaha serta meningkatkan pendapatan.

3) Program Pelatihan dan Penerapan Teknologi

Program ini diperlukan guna memberikan pengarahan kepada pengusaha dalam menggunakan teknologi tepat guna sehingga bisa meningkatkan produksi. Kebanyakan pengusaha tahu menjalankan usahanya yang sudah bertahun-tahun akan tetapi masih menggunakan teknologi yang masih sederhana (*konvensional*). Sosialisasi juga dibutuhkan untuk masyarakat lebih memahami pentingnya kesehatan bahwa selain tahu kaya akan zat gizi, harga tahu juga terbilang murah.

Beberapa langkah strategis yang terencana, sistematis dan menyeluruh yang harus segera dilaksanakan oleh berbagai pemangku kebijakan (Imaroh *et al.* 2017) antara lain: 1) Pengembangan sistem pendukung usaha bagi masyarakat pelaku usaha tahu untuk meningkatkan akses kepada pasar yang lebih luas dan berorientasi ekspor serta akses kepada sumber daya produktif sehingga dapat memanfaatkan kesempatan yang terbuka dan potensi sumber daya, terutama sumber daya lokal yang tersedia; 2) Pengembangan budaya usaha dan kewirausahaan, Pelatihan peningkatan usaha untuk meningkatkan omzet, selain itu juga diperlukan pelatihan manajerial karena pada umumnya pengusaha kecil lemah dalam kemampuan manajemen dan banyak menggunakan tenaga kerja yang tidak terdidik; 3) Diperlukan usaha pemerintah daerah untuk membangun pola kemitraan agar lebih mampu berkembang; dan 4) Untuk mengatasi kesulitan permodalan, diperlukan peningkatan kapasitas kelembagaan dan kualitas layanan lembaga keuangan lokal dalam menyediakan alternatif sumber pembiayaan.

Berdasarkan hasil perhitungan skor faktor internal dan eksternal dan hasil pada kuadran SWOT dapat diketahui bahwa home industri tahu di Kecamatan Masbagik berada pada titik koordinat yang terletak pada titik $x = 0,63$ dan $y = 0,63$, yaitu pada kuadran I, *kuadran progresif/agresif*. Strategi yang bisa dilakukan pada posisi ini dengan memberikan dukungan terhadap kebijakan pertumbuhan yang agresif bagi pengusaha tahu dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang dimiliki guna pengembangan home industri tahu di Kecamatan Masbagik Kabupaten Lombok Timur.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan *home* industri tahu di daerah penelitian ini menunjukkan bahwa usaha *home* industri tahu di Kecamatan Masbagik Kabupaten Lombok Timur berada pada posisi strategi pengembangan kuadran I (*Strategi Agresif*). *Strategi Agresif* lebih fokus kepada strategi S-O (*Strength-Opportunities*): mempertahankan jumlah SDM dengan memanfaatkan sifat keterbukaan antara pemilik dan karyawan dan meningkatkan pengalaman guna mendapatkan kepuasan dari masyarakat terhadap produk tahu tersebut, mempertahankan harga yang terjangkau dan memperluas pangsa pasar dengan memanfaatkan pesaing yang terbatas dan kesadaran masyarakat mengonsumsi tahu tinggi.

Saran

1. Bagi pengusaha agar menggunakan kemasan yang tertutup dan steril, meningkatkan keterampilan serta kreatifitas dalam pembuatan tahu dengan menggunakan teknologi penyimpanan dan pengolahan yang lebih baik.
2. Pemerintah memberikan KUR agar pengusaha *home* industri tahu dapat menambah modal untuk mengembangkan usahanya dan memberikan pelatihan atau penyuluhan serta bantuan alat-alat yang bisa menunjang perkembangan tahu.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim, 2021. Harga Kedelai Naik, Pengusaha Tahu Tempe di Lotim Merugi. [EKONOMI]. <https://www.suarantb.com/harga-kedelai-naik-pengusaha-tahu-tempe-di-lotim-merugi/>
- Imaroh Shilul Tukhas, Ali Hapzi, Arifatul Bahirah. 2017. Pembinaan Inovasi Dan Kreativitas Masyarakat Home Industri Kacang Sangrai Di Kranggan - Tangsel, Banten. [PROSIDING]. Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Corporate Social Responsibility PkM-CSR 2017. Surakarta 19-21 Oktober 2017.
- Pusat Data dan Sistem Informasi Kementarian Pertanian (Pusdatin Kementan), 2016. Kedelai; Outlook Komoditas Pertanian Subsektor Tanaman Pangan. Pusat Data dan Sistem Informasi. Kementarian Pertanian. Jakarta.
- Riadi Muchlisin, 2019. Home Industri (Fungsi, Manfaat, Jenis, Keunggulan dan Kelemahan). [EKONOMI-MANAJEMEN]. <https://www.kajianpustaka.com/2019/11/home-industri-fungsi-manfaat-jenis-keunggulan-dan-kelemahan.html>
- Saputra, A., 2016. Analisis Usaha Agroindustri Tahu. Jurnal Fakultas Pertanian Universitas Riau Vol.3(2):1-10. Universitas Sriwijaya
- Soekartawi. 2000. Pengantar Agroindustri. PT. Raja Grafindo Persada : Jakarta
- Warisno dan Dahana, 2010. Meraup Untung Dari Olahan Kedelai. Agro Media. Jakarta.
- Yuliana Irma, 2021. Analisis Biaya Dan Pendapatan Usaha Agroindustri Tahu Gembos Di Desa Masbagik Timur Kecamatan Masbagik Kabupaten Lombok Timur. [SKRIPSI]. Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian. UNRAM. <http://eprints.unram.ac.id/24432/>