

## STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA TAHU RUMAH TANGGA

Gustina Siregar<sup>1</sup>, Salman<sup>2</sup>, Lena Wati<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

<sup>2</sup>Program Studi Agribisnis Sekolah Tinggi Ilmu Pertanian Yashafa Sin

Email :siregar.gustina@yahoo.com

### ABSTRACT

*Tahu is a well known home industry in subulussalam. Municipality competition in the business requires a good strategy to survive in the industry. The aims of the research are to: 1) identify the influence of internal and external environments to words tofu industry development, 2) give recommended development strategy for tofu makers at simpang kiri subulussalam. Method used in this research is qualitative analysis, the research was conducted at Simpang Kiri, Subulussalam. Data collection technique was done through interview and the data were analyzed using SWOT analysis method, sampling technique used random sampling method. Data collection consist of primary and secondary data. Results of descriptive methodology using SWOT analysis show that matrix value of internal factor is 2,288 while matrix value of external factor is 2,162. The application strategy is done aggressively explained as tofu industry is a promising business or has strength and opportunity. Recommended strategy is taking advantage of opportunities to get profits.*

*Keywords: development strategy, SWOT, IFAS, EFAS.*

### ABSTRAK

*Usaha tahu rumah tangga sebagai usaha perorangan sudah dikenal di daerah Kota Subulussalam dan sekitarnya. Diperlukan strategi usaha yang baik guna menghadapi persaingan bisnis yang semakin kompleks dan kompetitif. Oleh sebab itu, tujuan dari penelitian ini adalah: (1) untuk mengetahui pengaruh kondisi lingkungan internal dan kondisi lingkungan eksternal terhadap pengembangan tahu, (2) untuk merekomendasikan strategi pengembangan yang dilakukan pengusaha tahu di Kecamatan Simpang Kiri Kota Subulussalam. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah analisis kualitatif. Penelitian ini dilakukan di Desa Mukti Makmur, Kecamatan Simpang Kiri, Kota Madya Subulussalam. Teknik pengumpulan data dalam penelitian dilakukan dengan wawancara kemudian dianalisis dengan SWOT. Metode penarikan sampel adalah random sampling. Jenis data terdiri dari data primer dan sekunder. Hasil penelitian dari metodologi deskriptif analisis SWOT dapat diperoleh nilai matrik dari faktor internal 2,288 dan nilai matrik dari faktor eksternal 2,162. Penerapan strategi agresif artinya usaha tahu berada dalam situasi yang sangat menguntungkan atau memiliki peluang dan kekuatan. Strategi yang harus diterapkan adalah memanfaatkan peluang untuk meraih keuntungan.*

*Kata Kunci :Strategi Pengembangan, SWOT, IFAS, EFAS*

### A. PENDAHULUAN

Pembangunan pertanian nasional adalah sebagai upaya mewujudkan pertanian tangguh, maju dan efisien yang mempunyai ciri adanya kemampuan dalam mensejahterakan para petani, artinya membangun industri berbasis pedesaan. Adapun agroindustri yang banyak berkembang di masyarakat adalah usaha industri tahu. Tahu merupakan salah satu jenis makanan sumber protein dengan bahan dasar kacang kedelai yang sangat digemari oleh masyarakat Indonesia. Sebagian besar produk tahu di Indonesia dihasilkan oleh industri skala kecil yang kebanyakan terdapat di Pulau Jawa. Industri tersebut berkembang pesat sejalan dengan peningkatan jumlah penduduk. Namun, disisi lain

industri ini menghasilkan limbah cair yang berpotensi mencemari lingkungan. Industri tahu membutuhkan air untuk pemrosesannya, yaitu untuk proses sortasi, peredaman, pengupasan kulit, pencucian, penggilingan, perebusan, dan penyaringan.<sup>1</sup>

Air buangan dari proses pembuatan tahu ini menghasilkan limbah cair yang menjadi sumber pencemaran bagi manusia dan lingkungan. Limbah tersebut, bila dibuang ke perairan tanpa pengolahan terlebih dahulu dapat mengakibatkan kematian makhluk hidup dalam air termasuk mikroorganisme yang berperan penting dalam mengatur keseimbangan biologis air, oleh karena itu penanganan limbah cair secara dini mutlak perlu dilakukan. Tahu merupakan sumber gizi yang terjangkau oleh semua kalangan masyarakat.

Selain itu olahan makanan berbahan dasar kedelai ini juga sangat disukai oleh masyarakat luas. Tahu memiliki kandungan-kandungan gizi yang tinggi. Bahkan Kalsium yang terkandung didalam tahu setara dengan kandungan kalsium susu yaitu sebanyak 124 mg. Jenis makanan ini juga merupakan sumber protein yang berkualitas tinggi, dan mampu menurunkan kadar kolesterol dalam darah serta menyembuhkan diare. Namun cara pembuatan dan penyimpanan tahu sangat mempengaruhi kualitas jenis makanan tersebut.<sup>2</sup>

Cita rasa tahu dan kecepatan perubahan bau sangat tergantung oleh kualitas kedelai sebagai bahan pokok, sumber air yang digunakan serta sanitasi peralatan yang dipergunakan dan pekerjaannya. Jika semua unsur pendukung diperhatikan dengan baik, maka kualitas tahu yang dihasilkan dapat bertahan antara 3-4 hari dengan cara disimpan di dalam kulkas. Selain itu bisa juga disimpan dengan cara direndam menggunakan air bersih, untuk mencegah pengeringan dan menghalangi pencemaran mikroba pembusuk dari udara. Tahu diproduksi dengan memanfaatkan sifat protein, yaitu akan menggumpal bila bereaksi dengan asam. Penggumpalan protein oleh asam cuka akan berlangsung secara cepat dan serentak diseluruh bagian cairan sari kedelai, sehingga sebagian besar air yang semula tercampur dalam sari kedelai akan terperangkap di dalamnya. Pengeluaran air yang terperangkap tersebut dapat dilakukan dengan memberikan tekanan. Semakin besar tekanan yang diberikan, semakin banyak air yang dikeluarkan dari gumpalan protein. Gumpalan protein itulah yang kemudian disebut sebagai tahu.<sup>3</sup>

Tahu merupakan salah satu makanan tradisional yang populer. Selain rasanya enak, harganya murah dan nilai gizinya pun tinggi. Bahan makanan ini diolah dari kacang-kacangan khususnya kacang kedelai, meskipun berharga murah dan bentuknya sederhana, ternyata tahu mempunyai mutu yang istimewa dilihat dari segi gizi. Tahu adalah makanan yang dibuat dari kacang kedelai yang difermentasikan dan diambil sarinya. Sebagai hasil olahan kacang kedelai, tahu merupakan makanan andalan untuk perbaikan gizi karena tahu mempunyai mutu protein nabati terbaik karena mempunyai komposisi asam amino paling lengkap dan diyakini memiliki daya cerna yang tinggi (sebesar 85% - 98%). Kandungan gizi dalam tahu, memang masih kalah dibandingkan lauk pauk hewani, seperti telur, daging dan ikan. Namun, dengan harga yang lebih murah, masyarakat cenderung lebih memilih mengkonsumsi tahu

sebagai bahan makanan pengganti protein hewani untuk memenuhi kebutuhan gizi.<sup>4</sup>

Tahu merupakan komoditas yang disenangi karena terjangkau, salah satu jenis panganan murah dan enak. Tahu berasal dari Cina, dan telah menjadi makanan populer masyarakat Indonesia. Kepopuleran tahu ini tidak terbatas karena rasanya yang enak, tetapi juga mudah dibuat dan dapat diolah menjadi berbagai bentuk masakan serta harganya relatif terjangkau. Tahu merupakan salah satu makanan yang menyehatkan karena kandungan proteinnya tinggi dibandingkan dengan protein hewani.<sup>5</sup>

Berbagai kandungan gizi, yang terdapat dalam tahu adalah seperti protein, lemak, karbohidrat, kalori dan mineral, fosfor, vitamin B-kompleks seperti thiamin, riboflavin, vitamin E, vitamin B12, kalium dan kalsium (yang bermanfaat mendukung terbentuknya kerangka tulang). Kandungan sekitar 80% asam lemak tak jenuh tahu tidak banyak mengandung kolesterol, sehingga sangat aman bagi kesehatan jantung.<sup>6</sup>

Kandungan karbohidrat arang dan kalorinya yang rendah. Tahu merupakan salah satu menu diet rendah kalori. Karena tahu mengandung karbohidrat dan kalorinya rendah selain enak namun, memiliki manfaat lain untuk kesehatan. Bentuknya sederhana dan lembut, mempunyai variasi warna, yaitu putih, kuning, hingga cokelat. Tahu juga diperkaya dengan kalsium efektif bila di konsumsi oleh penderita rheumatoid arthritis. Penyakit yang terjadi pada saat tubuh diserang oleh sistem kekebalan tubuhnya sendiri, yang mengakibatkan peradangan dalam waktu cukup lama pada sendi. Pemasaran merupakan aspek penting dalam pengembangan agribisnis terutama usaha tahu. Tahu mempunyai kandungan air yang tinggi sehingga mudah rusak, mudah ditumbuhi mikroba. Tahu harus segera sampai ke tangan konsumen agar kualitasnya tetap baik. Proses penyampaian tahu dari produsen ke konsumen akan semakin lancar jika didukung oleh sistem pemasaran yang baik. Seiring dengan perkembangan bisnis makanan olahan tahu, maka banyak yang mengembangkan usaha industri tahu dan melakukan strategi pemasarannya masing-masing untuk bisa bersaing. Dengan mempertimbangkan faktor-faktor eksternal dan internal. Dalam memasarkan tahu, persaingan dalam meningkatkan pangsa pasar dapat tercapai.<sup>7</sup>

Dalam mengidentifikasi dan merumuskan strategi pemasaran usaha industri tahu tersebut penulis memilih menggunakan alat analisa, yaitu SWOT adalah singkatan dari lingkungan Internal *Strengths* dan *Weaknesses* serta lingkungan eksternal *Opportunities* dan *Threats* yang

dihadapi dunia bisnis. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*). Analisis SWOT sangat membantu usaha industri tahu dan menganalisa kekuatan yang dimiliki usaha kecil dan kelemahan yang ada pada usaha industri tahu. Serta seberapa besar peluang yang bisa di ambil usaha kecil dan ancaman yang bisa di hadapi.<sup>8</sup>

## B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Simpang Kiri Kota Subulussalam. Lokasi ini dipilih secara purposive/sengaja karena pada daerah ini terdapat beberapa usaha rumah tangga pembuat tahu. Penelitian ini dilakukan pada bulan Januari 2013.

Penelitian deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan kejadian-kejadian yang ada, baik kejadian alamiah maupun kejadian buatan manusia. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang berusaha mendeskripsikan dan menginterpretasikan sesuatu, kondisi atau hubungan yang ada, pendapat yang berkembang, proses yang sedang berlangsung, akibat atau efek yang terjadi, atau kecenderungan yang tengah berlangsung. Kejadian disajikan secara apa adanya hasil penelitian yang diuraikan secara jelas dan gamblang tanpa manipulasi oleh karena itu penelitian ini tidak adanya suatu hipotesis tetapi adalah pertanyaan penelitian.

Metode penarikan sampel dalam penelitian ini adalah random sampling yang mana setiap orang mempunyai peluang yang sama untuk menjadi responden. Dalam penelitian ini jumlah sampel yang dijadikan responden sebanyak 30 sampel. Data yang dikumpulkan adalah data primer dan sekunder.

1. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan pihak pengrajin, yaitu mengenai proses usaha tahu, dan strategi pengembangan, sampel dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuisioner).
2. Data sekunder diperoleh dari dinas pertanian, badan pusat statistik (BPS), kantor camat dan berbagai instansi lainnya (lembaga) terkait serta literatur yang ada hubungannya dengan penelitian ini.

Data yang diperoleh disajikan dalam bentuk tabulasi, kemudian dianalisis dan dijelaskan secara deskriptif yaitu :

1. Mengidentifikasi faktor-faktor strategis.

Dalam identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman diperlukan alat bantu analisa yaitu analisis SWOT. Analisis SWOT memungkinkan perusahaan mengambil keunggulan kesempatan dalam menghindari ancaman analisis SWOT, juga membuat perusahaan menekankan kekuatan dan melunakan atau mengeliminasi kelemahan dalam SDM dan organisasi analisis SWOT menjadi dasar untuk menentukan corporate profile dimana perusahaan akan bersaing dalam suatu bisnis atau industri.

2. Mengelompokkan masing-masing kedalam faktor internal dan faktor eksternal.

Kelompok yang di tentukan dalam faktor eksternal adalah (peluang dan ancaman) dan faktor internal adalah (kekuatan dan kelemahan).

3. Memformulasikan faktor internal dan eksternal kedalam formulasi SWOT.

Analisis SWOT sebagai alat formulasi strategi. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dalam meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Proses pengambialan keputusan strategis merupakan pengembangan dari misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan.

4. Strategi yang diambil.

Berdasarkan SWOT matrix, dapat disusun empat strategi utama yaitu; SO, WO, ST dan WT. Masing-masing strategi ini memiliki karakteristik tersendiri dan hendaknya dalam implementasi strategi selanjutnya dilaksanakan secara bersama-sama dan saling mendukung satu sama lain.

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Identifikasi Faktor Internal Dan Eksternal

Tahu merupakan produk olahan kedelai lainnya yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia. Tahu adalah kata serapan dari bahasa Hokkian yaitu *tauhu*. Tahu pertama kali muncul di Tiongkok sejak zaman Dinasti Han sekitar 2200 tahun lalu. Penemunya adalah Liu An yang merupakan seorang bangsawan, cucu dari Kaisar Han Gaozu, Liu Bang yang mendirikan Dinasti Han. Di Jepang, tahu dikenal dengan nama *tofu*. Tofu dibawa oleh para perantau Cina sehingga makanan ini menyebar ke Asia Timur dan Asia Tenggara, akhirnya menyebar ke seluruh dunia termasuk di desa Mukti Makmur Kecamatan Simpang Kiri yang menghasilkan produk olahan tahu.

Untuk dapat merumuskan kebijakan strategi pengembangan usaha tahu di Mukti Makmur Kecamatan Simpang Kiri, di bawah ini disajikan faktor – faktor internal dan eksternal yang akan menentukan dan mempengaruhi kebijakan strategi mukti makmur kecamatan simpang kiri dalam pengembangan usaha tahu, yakni: faktor internal yang meliputi faktor kekuatan, yang dimiliki mukti makmur kecamatan simpang kiri dalam pengembangan usaha tahu, dan faktor kelemahan, seharusnya ada dan diperlukan untuk pengembangan usaha tahu tetapi pada saat ini belum dimiliki.

Faktor eksternal meliputi peluang artinya apabila usaha pengolahan tahu dilaksanakan akan memanfaatkan setiap peluang yang ada, sedangkan ancaman adalah segala sesuatu yang akan dihadapi sebagai akibat dari pengembangan usaha tahu. Ancaman tersebut bisa terjadi sebelum, sedang, maupun setelah dilaksanakan pengembangan usaha tahu di desa mukti makmur kecamatan simpang kiri.

**Faktor Internal (Kekuatan dan Kelemahan)**

**a. Faktor Kekuatan**

- 1) Pengalaman usaha dibidang olahan Tahu, dalam mengembangkan usaha tahu pengalaman yang sudah mencapai 5 - 11, dan mempunyai keahlian di bidang olahan tahu sehingga akan tetap mempertahankan usaha olahan tahu yang akan dikembangkan lagi.

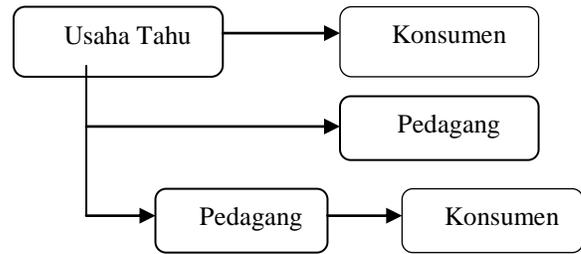
Tabel 1. Pengalaman Usaha Tahu

No	Pengalaman (Thn)	Jumlah (jiwa)
1	>5	5
2	6 - 10	22
3	>11	3
Jumlah		30

Sumber : Data Primer 2013

- 2) Kualitas tahu baik, tahu tidak mudah rusak, tahan lama 3 – 4 hari walaupun tanpa menggunakan zat pengawet, bersih dan sampai sekarang pengrajin tahu tetap berusaha mempertahankan kualitas tahu yang diproduksi agar dapat menembus pasaran nasional.
- 3) Saluran distribusi yang pendek, dalam pemasaran tahu, pengrajin tahu dapat melakukannya dengan cara: secara langsung dimana konsumen atau para pelanggan mendatangi pengrajin tahu atau sebaliknya. Secara tidak langsung adalah melalui agen-agen.

**Jalur Pemasaran**



Gambar 1. Diagram Pemasaran yang Terjadi

4) Hubungan yang baik antar pengrajin tahu, yaitu memberi informasi, saling memberi atau meminjamkan apabila ada yang dibutuhkan seperti bahan baku yang sudah kehabisan dan berbagi pengetahuan masalah pengembangan usaha tahu kepada semua pengrajin tahu yang ingin mengembangkan usaha tahu. Hal ini bisa menimbulkan hubungan antara pengrajin tahu lebih baik dan meningkatkan bentuk kekeluargaan diantara usaha lain.

**b. Faktor kelemahan**

- 1) Modal usaha terbatas, modal yang dimiliki berkisar 50% - 60% saja untuk sumber daya pengrajin tahu selama memulai buka usaha tahu sampai sekarang ini menggunakan modal pribadi dari pemilik sekaligus usaha tersebut. Hal ini yang terkadang membuat usaha sulit untuk melakukan perkembangan usahanya.
- 2) Tingkat pendidikan yang lemah, penduduk mukti makmur di antaranya hanya tamat SD, SLTP, dan SLTA, kondisi ini belum mencukupi sebagai landasan pembangunan ekonomi berbasis pengetahuan dan penguasaan teknologi.

Tabel 2. Pendidikan Usaha Tahu

No	Pendidikan (Thn)	Jumlah(jiwa)
1	SD	12
2	SLTP	12
3	SLTA	6
Jumlah		30

Sumber : Data Primer 2013

- 3). Peralatan kurang memadai, alat untuk mengempa masih menggunakan alat buatan sendiri yaitu papan yang sudah dibentuk, dan alat

untuk penyaringan bubur kedelai juga masih menggunakan kain belacu yang sederhana.

Tabel 3. Peralatan yang digunakan Pengrajin Tahu untuk mengolah Tahu

No	Peralatan produksi	Satuan	Rata-rata
1	Bak Besar	Unit	1
2	Mesin penggiling	Unit	1
3	Timba kecil	Unit	1
4	Kain belacu	Unit	1
5	Pisau	Unit	1
6	Ancak	Unit	1
7	Ember	Unit	5

Sumber : Data Primer 2013

Faktor Eksternal (Peluang Dan Ancaman)

a. Faktor Peluang

- 1) Banyaknya konsumen membutuhkan tahu sebagai bahan jajanan, konsumen yang membeli tahu sebahagian untuk di jual kemudian di tambah dengan penyedap rasa yang bervariasi dan di goreng seperti Tahu isi, bakwan tahu kemudian dititipkan di warung-warung atau dikantin.
- 2) Banyaknya konsumen membutuhkan tahu sebagai lauk, sebahagian konsumen membeli tahu untuk kebutuhan rumah tangga karena, tahu sangat bergizi dan tidak kalah dengan rasa ikan yang biasa disajikan untuk santapan keluarga, karena tahu bisa diolah berbagai macam dengan pelengkap sayur, atau pelengkap ikan sambel.
- 3) Banyaknya pedagang membantu memperluas pemasaran, sebahagian pedagang atau agen-agen membeli tahu langsung dari pengolah tahu dan menjual kembali ke pasar dan langsung ke konsumen.

Usaha tahu → Pedagang → Pasar  
→ Konsumen

b. Faktor Ancaman

- 1) Naik turunnya harga kedelai impor, dikarenakan bahan baku masih dipasok dari luar daerah penelitian sehingga harga bahan baku sekarang tidak mendukung karena bahan baku sulit untuk didapatkan di daerah ini, dan masih mengharapkan bahan baku yang di jual di pasaran.
- 2) Adanya pendatang baru bisa hadir secara bebas sehingga meningkatkan persaingan usaha. Hal ini di sebabkan karena tahu diperjualbelikan pada pasar bersaing sempurna
- 3) Adanya persaingan kualitas dan kuantitas tahu antar pengrajin tahu lainnya, mengelola tahu kadang dengan perbedaan pengolahan, dengan alat yang berbeda atau sudah canggih dan penambahan bahan seperti bahan pengawet akan berpengaruh juga dengan kualitas dan kuantitasnya.

Analisis Matrik IFAS dan EFAS Usaha Tahu

1. Matrik IFAS

Setelah diperoleh faktor-faktor strategi internal pengrajin tahu melakukan pembobotan terhadap kekuatan dan kelemahan yang dihadapi usaha yaitu menggunakan metode paired comparison (lampiran 2), kemudian dilakukan penilaian rating terhadap masing-masing faktor strategi internal (lampiran 5). Berdasarkan tabel dibawah diperoleh informasi bahwa hampir semua indikator rata-rata penting yakni dengan bobot 1,00. Hasil perhitungan matrik IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*) menunjukkan total nilai skor faktor internal kunci ialah sebesar 2,288. Hal ini mengindikasikan posisi internal usaha tahu Desa Mukti Makmur Kecamatan Simpang Kiri berada di atas rata – rata dalam memanfaatkan kekuatan dan mengatasi kelemahan internalnya.

Tabel 4 Hasil Analisis matrik IFAS Usaha Tahu

<b>Faktor-faktor Strategi Internal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Bobot x Rating</b>
<b>Kekuatan</b>			
1. Pengalaman usaha di bidang olahan tahu	0,140	4	0,560
2. Kualitas tahu baik	0,143	3	0,429
3. Saluran distribusi yang pendek	0,152	3	0,456
4. Hubungan yang baik antar usaha	0,139	3	0,417
Nilai matrik			1.862
<b>Kelemahan</b>			
1. modal usaha terbatas	0,148	1	0,148
2. tingkat pendidikan yang lemah	0,139	1	0,139
3. peralatan kurang memadai	0,139	1	0,139
Nilai matrik			0,426
Total	1,00		2,288

Sumber : Data Primer 2013

## 2. Matrik EFAS

Tahapan yang dilakukan untuk memperoleh matrik EFAS sama dengan tahapan yang dilakukan untuk memperoleh matrik IFAS diatas. Untuk pembobotan terhadap peluang dan ancaman usaha tahu dapat dilihat pada (lampiran 3), sedangkan pemberian nilai rating dapat dilihat (lampiran 5).

Kondisi eksternal yang dihadapi Usaha Tahu desa Mukti Makmur Kecamatan Simpang Kiri di gambarkan dengan hasil analisis matrik EFAS (*Eksternal Factors Analysis Summary*) tersebut. Total nilai skor matrik EFAS untuk Usaha Tahu desa Mukti Makmur Kecamatan Simpang Kiri adalah 2,162. Hal ini berarti posisi

eksternal usaha tahu masih berada di atas rata-rata dalam memanfaatkan peluang dan menghindari ancaman eksternalnya.

Berdasarkan matrik IFAS dan EFAS, dapat diketahui bahwa usaha tahu desa mukti makmur kecamatan simpang kiri berada pada posisi kuadran I (2,288 ; 2,162), yang mendukung strategi agresif (gambar 5). Posisi usaha tahu terletak pada strategi agresif, artinya usaha tahu berada dalam situasi yang sangat menguntungkan. Usaha tahu desa mukti makmur memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang tersebut untuk meraih keuntungan.

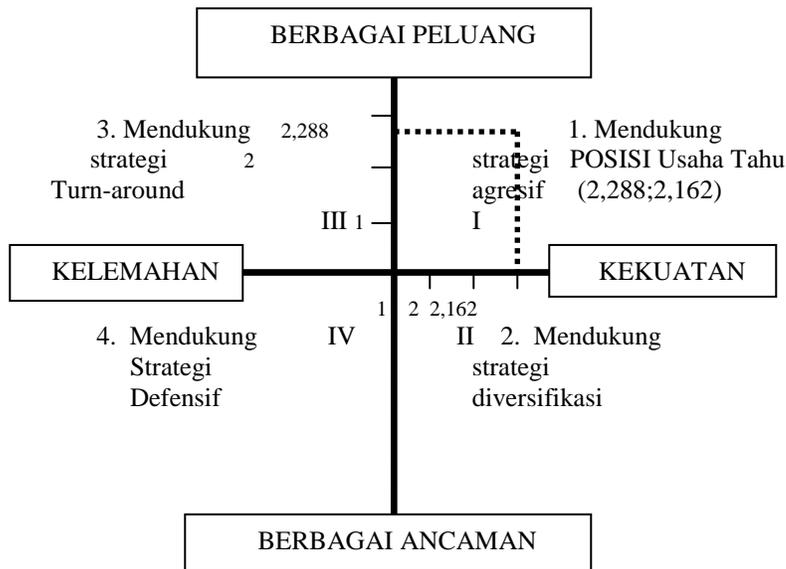
Tabel 5. Hasil Analisis matrik EFAS Usaha Tahu

<b>Faktor-faktor Strategi Internal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Bobot x Rating</b>
<b>Peluang</b>			
1. banyaknya konsumen membutuhkan tahu sebagai bahan jajanan	0,172	2	0,344
2. banyaknya konsumen membutuhkan tahu sebagai lauk	0,164	2	0,328
3. banyaknya pedagang membantu memperluas pemasaran	0,162	3	0,486
Nilai matrik			1,158

## STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA TAHU RUMAH TANGGA

<b>Ancaman</b>			
1. naik turunnya harga kedelai impor	0,170	2	0,340
2. adanya pendatang baru bisa hadir secara bebas sehingga meningkatkan persaingan usaha	0,166	2	0,332
3. adanya persaingan kualitas dan kuantitas tahu antar usaha tahu lainnya	0,166	2	0,332
Nilai matrik			1,004
Total			1,00
			2,162

Sumber : Data Primer 2013



Gambar 2. Diagram analisis SWOT yang menunjukkan posisi Usaha Tahu

### 1. Matrik SWOT Usaha Tahu

Analisis SWOT didahului dengan identifikasi posisi usaha tahu melalui evaluasi nilai faktor internal (Kekuatan dan Kelemahan), dan faktor eksternal (Peluang dan Ancaman). Identifikasi posisi usaha sangat penting dalam membuat keputusan untuk memilih alternatif strategi yang paling tepat sesuai kondisi internal dan eksternal usaha tahu ini. Memilih alternatif strategi dilakukan setelah usaha ini mengetahui terlebih dahulu posisi usaha untuk kondisi sekarang berada pada kuadran mana dari ke-4 kuadran yang tersedia.

Setelah diagram SWOT terbentuk, kemudian dibuat matrik SWOT yang menjelaskan berbagai alternatif yang mungkin untuk membantu pengelola tahu mengembangkan empat tipe strategi yaitu strategi SO, WO, ST, dan WT. Matrik SWOT Usaha Tahu dapat dilihat gambar 3.

Strategi operasional yang dihasilkan dari kombinasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) melalui matrik SWOT pada usaha tahu, sebanyak 7 alternatif strategi. Strategi-strategi yang di maksud adalah sebagai berikut:

- a. Strategi SO. Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran usaha tahu, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
  - 1) Meningkatkan kualitas tahu yang lebih baik lagi, seperti menambah tingkat ketahanan lama produk, cara pengolahannya, kebersihan dan menjaga kandungan vitamin.
  - 2) Membuat iklan yang berhubungan dengan tahu dan ditempel di jalan-jalan umum yang sering dilalui orang-orang

- atau tempat-tempat strategis di kota subulussalam
- b. Strategi ST. Ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.
    - 1) Mempertahankan kualitas tahu yang baik, dan pengalamannya dibidang olahan tahu yang sudah berjalan sudah sangat lama untuk mengembangkan usahanya
  - c. Strategi WO. Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
    - 1) Meningkatkan pengetahuan SDM untuk bisa lebih menguasai pengetahuan teknologi, dan pemahaman tentang pengolahan tahu seperti membaca buku tentang tahu.
  - 2) Meningkatkan kemampuan untuk memproduksi tahu yang lebih banyak dan berkualitas sesuai kebutuhan pedagang dan konsumen
  - d. Strategi WT. Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.
    - 1) Mengubah variasi tahu dengan melengkapi warna yang biasanya putih diubah berwarna kuning atau potongan tahu biasanya 4x6 cm diganti menjadi 4x8 cm.
    - 2) Mencoba mengurangi tingkat produksi yang lebih banyak untuk menghindari kekosongan dalam menghadapi naik turunnya harga bahan baku sekarang.

<b>IFAS</b>	<b>Strength (S)</b>	<b>Weakness (W)</b>
<b>EFAS</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengalaman usaha dibidang olahan tahu</li> <li>2. Kualitas tahu baik</li> <li>3. Saluran distribusi yang pendek</li> <li>4. Hubungan yang baik antar usaha lainnya</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Modal usaha terbatas</li> <li>2. Tingkat pendidikan yang lemah</li> <li>3. Peralatan kurang memadai</li> </ol>
<b>Opportunities (O)</b>	<b>Strategi (SO)</b>	<b>Strategi (WO)</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Banyaknya konsumen membutuhkan tahu sebagai jajanan</li> <li>2. Banyaknya konsumen membutuhkan tahu sebagai lauk di rumah</li> <li>3. Banyaknya pedagang membantu memperluas pemasaran</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan kualitas tahu yang lebih baik lagi</li> <li>2. Membuat iklan di jalan-jalan yang berhubungan dengan tahu atau tempat-tempat strategis di kecamatan simpang kiri kota subulussalam</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan pengetahuan SDM untuk bisa lebih menguasai pengetahuan teknologi</li> <li>2. Meningkatkan kemampuan untuk memproduksi tahu yang lebih banyak dan berkualitas</li> </ol>
<b>Threats (T)</b>	<b>Strategi (ST)</b>	<b>Strategi (WT)</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Naik turunnya harga bahan baku</li> <li>2. Adanya pendatang baru bisa hadir secara bebas sehingga meningkatkan persaingan usaha</li> <li>3. Adanya persaingan kualitas dan kuantitas tahu antar pengusaha tahu lainnya</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mempertahankan kualitas tahu, dan pengalamannya di bidang olahan tahu yang sudah berjalan cukup lama untuk mengembangkan usahanya</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengubah variasi tahu dengan melengkapi warna dan rasa yang berbeda</li> <li>2. Mencoba mengurangi tingkat produksi yang lebih banyak untuk menghindari kekosongan dalam menghadapi naik turunnya harga bahan baku</li> </ol>

Gambar 3. Strategi Operasional Usaha Tahu

D. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Berdasarkan matrik IFAS (*internal factors analysis summary*) diketahui bahwa: Kekuatan dimiliki usaha tahu memiliki skor (1,862) terdiri atas : (1) pengalaman usaha dibidang olahan tahu yang sudah berjalan cukup lama, (2) kualitas tahu baik, (3) saluran distribusi yang pendek, (4) hubungan yang baik antar usaha lainnya. Kelemahan dimiliki usaha tahu memiliki nilai skor (0,426) terdiri atas : (1) modal usaha terbatas, (2) tingkat pendidikan yang lemah, (3) peralatan kurang memadai.
2. Berdasarkan matrik EFAS (*eksternal factors analysis summary*) peluang memiliki skor (1,158) terdiri atas : (1) banyaknya konsumen membutuhkan tahu sebagai bahan jajanan, (2) banyaknya konsumen membutuhkan tahu sebagai lauk, (3) banyaknya pedagang membantu memperluas pemasaran. Sedangkan ancaman yang dihadapi usaha tahu dan memiliki skor (1,004) adalah naik turunnya harga kedelai impor.
3. Strategi yang dipilih dalam pengembangan usaha tahu rumah tangga ini melalui analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) yaitu : meningkatkan kualitas tahu yang lebih baik lagi, membuat iklan yang berhubungan dengan tahu, di jalan-jalan atau tempat-tempat strategis di kecamatan simpang kiri kota madya subulussalam, mempertahankan kualitas tahu, dan pengalaman di bidang olahan tahu yang sudah berjalan cukup lama, meningkatkan pengetahuan SDM untuk bisa menguasai pengetahuan teknologi, dengan penerapan strategi agresif artinya usaha tahu berada dalam situasi yang sangat menguntungkan atau memiliki peluang dan kekuatan, strategi yang harus diterapkan adalah memanfaatkan peluang untuk meraih keuntungan.

Saran

Saran – saran yang dapat di ajukan sehubungan dengan hasil penelitian adalah sebagai berikut :

1. Prioritas strategi pengembangan usaha tahu yang sebaiknya diterapkan oleh responden adalah membuat kelompok yang berhubungan dengan tahu, dan tempel di jalan-jalan atau tempat-tempat strategis di

Kecamatan Simpang Kiri Kota Subulussalam, mempertahankan kualitas tahu yang baik, serta lebih memperhatikan kebersihan produk.

2. Responden sebagai pengelola tahu sebaiknya tidak boleh mengabaikan pesaing yang ada maupun akan datang sehingga perlu meningkatkan profesionalitas kerja, serta meningkatkan keterampilan dan loyalitas dalam usaha tersebut.
3. Sebaiknya responden usaha tahu mempertimbangkan penggantian bentuk usaha rumah tangga menjadi bentuk perusahaan, misalnya bentuk kelompok atau koperasi, sehingga usaha rumah tangga dapat memperkuat modal guna memperluas saluran distribusi dan pemasaran di masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

1. Jauch, Lawrence, R & Glueek, William, F. 1988, *Manajemen Strategis Dan Kebijakan Perusahaan, Edisi Ketiga*. Erlangga. Jakarta
2. Kotler, Philip, 1997, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
3. Limbong, W. H dan Sitorus, P. 1987. *Pengantar Tata Niaga Pertanian*. Jurusan Ilmu-Ilmu Sosial Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
4. Rangkuti Freddy, 1997, *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
5. Ukim Suriadi & Susanti Erni, 2005, *Membuat Tahu Sumedang Ala Bungkek*, Agromedia, Jakarta.
6. Kasyanto, W. 1991, *Membuat Tahu*, Penebar, Swadaya, Bogor.
7. Pearce, John A & Robinson, Richard B. 1997, *Manajemen Strategik*, Jilid Satu. Binarupa Aksara. Jakarta.
8. Sudiyono, A. 2001. *Pemasaran Pertanian*. Edisi Pertama UUM Press. Penerbitan Universitas Brawijaya Malang. Malang.