

## **ANALISIS USAHA AGROINDUSTRI DAN MARKETING MIX PADA USAHA TAHU DI DESA AIR TAWAR KECAMATAN KATEMAN KABUPATEN INDRAGIRI HILIR PROVINSI RIAU**

### **Analysis of Agro-Industry Business and Marketing Mix Tofu Business in Air Tawar Village, Kateman District, Indragiri Hilir Regency, Riau Province**

**Rafika Putri Aulia, Fahrial\***

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau

Corresponding author e-mail: fahrial2018@agr.uir.ac.id

[Diterima: Maret 2024; Disetujui: April 2024]

#### **ABSTRACT**

Tofu products are in high demand, but there is a shortage of raw materials to satisfy business requirements, posing challenges for entrepreneurs. This study intends to analyze (1) the characteristics of stakeholders (entrepreneurs, workers, traders, and customers) and the business profile of the tofu agroindustry; (2) the aspects of the tofu agroindustry business (including raw materials, supporting materials, production technology, processes, costs, selling prices, income, efficiency, and added value); and (3) the marketing mix utilized in the agroindustry business. The research was conducted using a survey method in Air Tawar Village, Kateman District, Indragiri Hilir Regency, from February to July 2023. Both quantitative and qualitative data were collected using Hayami and Likert scale methodologies. The findings indicate that (1) entrepreneurs are of productive age, have an average education level of 9 years, possess 14 years of business experience, and have an average of four family members. The workforce is predominantly of productive age, with an average education level of 7 years, 2.5 years of business experience, and two family dependents. Traders and customers typically have an average age of 42 and 40 years, an education level of 12 years, 11 years of business experience, and an average family size of four. This tofu business has been operational for 14 years on a micro scale, supported by equity capital, and employs four workers. (2) The raw material used is primarily soybeans, along with ingredients such as vinegar and water, and other inputs including diesel, firewood, and plastic wrapping. Monthly production costs are IDR 57,468,000, yielding a production output of 14,175 kg of tofu per month, with a selling price of IDR 11,000/kg. The gross monthly income is IDR 155,925,000, resulting in a net income of IDR 72,891,719. The business efficiency ratio stands at 1.88, with added value calculated at IDR 25,855/kg and a profit margin of 86.03%. (3) The marketing strategy for tofu products employs a 7P marketing mix framework specific to the agroindustry, encompassing product, price, promotion, place, people, process, and physical evidence for traders and customers. Entrepreneurs have also received feedback on various aspects, including product, promotion, place, and process, to inform their future strategies.

**Keywords:** *Agroindustry, Marketing Mix, Tofu*

#### **ABSTRAK**

Produk tahu permintaan pasar yang tinggi, namun ketersediaan bahan baku yang terbatas untuk memenuhi kebutuhan usaha. Kondisi ini menjadi permasalahan bagi pengusaha. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: (1). Karakteristik (pengusaha, tenaga kerja, pedagang, dan pelanggan) dan profil usaha agroindustri tahu, (2). Usaha agroindustri tahu (bahan baku, bahan penunjang, teknologi produksi, proses produksi, biaya produksi, harga jual, pendapatan, efisiensi, dan nilai tambah), dan (3). Marketing mix yang digunakan pada usaha agroindustri tahu. Penelitian ini menggunakan metode survei berlokasi di Desa Air Tawar Kecamatan Kateman Kabupaten Indragiri Hilir, dimulai dari bulan Februari sampai Juli 2023. Data diolah secara deskriptif kualitatif, kuantitatif, metode hayami, dan skala likert. Hasil penelitian menunjukkan: (1) karakteristik pengusaha memiliki umur yang produktif, tingkat pendidikan 9 tahun, pengalaman usaha 14 tahun, dan empat tanggungan keluarga. Tenaga kerja rata-rata berumur produktif, tingkat pendidikan 7 tahun, pengalaman usaha 2,5 tahun, dan memiliki dua tanggungan keluarga. Pedagang dan pelanggan rata-rata berumur 42 dan 40 tahun, tingkat pendidikan 12 tahun, pengalaman usaha 11 tahun, serta jumlah tanggungan keluarga masing-masing 4 jiwa. Usaha tahu ini

sudah berjalan 14 tahun, skala usaha mikro, sumber modal milik sendiri, dan menggunakan 4 orang tenaga kerja. (2) Penggunaan bahan baku kacang kedelai, bahan penunjang (asam cuka, air, solar, kayu bakar, dan plastik wrapping)/bulan. Biaya produksi sebesar Rp. 57.468.000/bulan, produksi tahu sebanyak 14.175 kg/bulan dengan harga jual yaitu Rp 11.000/kg. Pendapatan kotor sebesar Rp. 155.925.000/bulan dan pendapatan bersih sebesar Rp. 72.891.719/bulan. Efisiensi usaha sebesar 1,88. Nilai tambah yang diperoleh sebesar Rp 25.855/kg dan keuntungan sebesar 86,03%. (3) Marketing mix yang digunakan untuk memasarkan produk tahu yakni 7P yang diterapkan pada usaha agroindustri tahu sudah terlaksana pada indikator product, price, promotion, place, people, process, dan physical evidence pada pedagang dan pelanggan. Pengusaha juga mendapatkan beberapa masukan pada beberapa indikator yaitu product, promotion, place, dan process yang diterapkan untuk strategi kedepannya.

**Kata kunci:** *Agroindustri, Marketing Mix, Tahu*

## PENDAHULUAN

Bahan baku yang berasal dari komoditas pertanian bersifat mudah rusak sehingga diperlukan adanya proses pengolahan terlebih dahulu. Proses pengolahan yang dapat meningkatkan nilai tambah dan guna menjadi barang setengah jadi dan barang jadi atau disebut agroindustri. Agroindustri merupakan bentuk usaha yang harus dikembangkan karena sangat berpengaruh dalam mengatasi permasalahan ketenagakerjaan dan juga memberikan nilai tambah yang tinggi dari hasil produk pertanian jika diolah dengan baik. Banyak produk agroindustri yang dapat diolah dengan baik dan dapat dikembangkan. Dari berbagai macam bahan baku yang dapat diolah berasal dari bidang pertanian. Salah satunya yaitu kacang kedelai merupakan produk pertanian yang dapat dikelola dan menghasilkan nilai tambah lebih tinggi.

Kacang kedelai merupakan salah satu komoditas pertanian yang sangat multiguna,

dapat dijadikan sebagai bahan baku olahan agroindustri yang mengelola komoditi kedelai menjadi produk olahan cukup banyak seperti tahu, tempe, susu kedelai, kecap, tauco, dan dapat juga untuk keperluan pakan ternak (Rukmana dan Yudirachman, 2014).

Provinsi Riau merupakan salah satu provinsi yang memproduksi kacang kedelai lebih banyak dibandingkan produksi jenis kacang lainnya seperti kacang hijau, dan kacang tanah. Menurut data Direktorat Jenderal Tanaman Pangan (2021) Pada tahun 2021, Provinsi Riau memproduksi kacang kedelai sebanyak 957 ton, produksi kacang hijau sebanyak 175 ton dan produksi kacang tanah sebanyak 557 ton. Produksi kacang kedelai di Provinsi Riau bertambah secara fluktuatif dari tahun ke tahun. Data perkembangan produksi kacang kedelai disajikan pada Tabel 1 berikut:

Tabel 1. Perkembangan Produksi Kacang Kedelai di Provinsi Riau Tahun 2017-2021

Tahun	Luas Panen (ha)	Produksi (Ton)	Pertumbuhan (%)	Produktivitas (ton/ha)
2017	966	1.119	-	11,58
2018	3.683	5.714	410,63	15,52
2019	604	925	-83,81	15,31
2020	1.855	2.854	208,54	15,38
2021	684	957	-66,46	14,00

Sumber: Direktorat Jenderal Tanaman Pangan (2021)

Perkembangan produksi kacang kedelai yang berfluktuasi tersebut setiap tahunnya, dimana produksi tertinggi terjadi pada tahun 2018 dengan jumlah produksi sebanyak 5.714 ton dari luas areal penen 3.683 ha dan produktivitas sebesar 15,52 ton/ha. Sementara produksi paling sedikit terjadi pada tahun 2019 yaitu sebanyak 925 ton dari luas areal penen 604 ha dan produktivitas sebesar 15,31 ton/ha. Persentase pertumbuhan produksi kacang kedelai di Provinsi Riau mengalami kenaikan

dan penurunan setiap tahunnya. Pada tahun 2019 mengalami penurunan produksi sebanyak 83,81%. Kemudian terjadi lagi penurunan pada tahun 2021 sebanyak 66,46%. Terjadinya kenaikan dan penurunan produksi dari tahun ke tahun tersebut menyebabkan ketersediaan bahan baku yang tidak stabil yang menjadikan hambatan bagi pengusaha agroindustri untuk mendapatkan bahan baku kedelai.

Salah satu usaha agroindustri yang menggunakan bahan baku kedelai adalah agroindustri tahu. Tahu merupakan salah satu

produk hasil olahan dari kedelai yang keberadaannya tidak asing lagi bagi masyarakat, telah dikenal oleh hampir seluruh lapisan masyarakat mulai dari golongan rendah, menengah, hingga golongan atas. (Rukmana dan Yudirachman, 2014).

Tantangan utama dalam pengembangan agroindustri yaitu ketersediaan bahan baku dengan harga yang sangat bersaing. Ketersediaan bahan baku sangat berpengaruh terhadap proses produksi. Apabila bahan baku tidak tersedia secara berkelanjutan baik jumlah dan kualitas, maka usaha agroindustri tahun tidak berjalan secara optimal. Kabupaten Indragiri Hilir sendiri produksi kedelai masih terbilang cukup kurang. Berdasarkan data BPS, selama tahun 2022-2023, produksi kacang kedelai hanya terdapat di Kecamatan Kemuning yaitu sebanyak 18,80 ton dari luas panen 17,00 ha dengan produktivitas sebanyak 11,06 kw/ha. Sedangkan untuk kecamatan Kateman tidak ada menghasilkan produksi kacang kedelai. Kondisi ini tidak memungkinkan adanya jaminan ketersediaan bahan baku kedelai. Oleh karena itu, upaya yang dilakukan oleh pengusaha agroindustri tahu dengan mengandalkan suplai kedelai yang berasal dari impor.

Pada tingkat Kecamatan Kateman terdapat enam pelaku usaha agroindustri tahu. Sedangkan pada tingkat Desa Air Tawar terdapat dua pelaku usaha. Perbedaan dari dua usaha ini yaitu permintaan produk tahu yang diteliti lebih tinggi dibandingkan usaha tahu lainnya, dikarenakan usaha tahu ini tidak menggunakan pengawet dalam produknya. Usaha agroindustri tahu yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah usaha tahu Bapak Bandi. Usaha ini sudah berdiri sejak tahun 2009 hingga sekarang.

Produksi pada usaha agroindustri tahu Pak Bandi cukup banyak perharinya. Produksi perharinya membutuhkan bahan baku sebanyak 100 sampai 150 kg. Oleh sebab itu, untuk produksi dalam satu bulan membutuhkan bahan baku sebanyak 3-5 ton. Teknologi dan peralatan yang digunakan masih teknologi tradisional. Produk tahu Pak Bandi juga tidak menggunakan bahan pengawet, sehingga hal tersebut yang menjadikan masyarakat sekitar lebih memilih produk tahu Pak Bandi dibandingkan dengan produk tahu dari usaha lainnya.

Persaingan yang semakin tinggi menyebabkan pemilik usaha harus mempunyai strategi dalam menjalankan usahanya agar penjualan produk semakin berkembang. Setiap

pengusaha dalam menjalankan usahanya pasti memiliki tujuan utama yaitu memperoleh keuntungan sebesar-besarnya dengan cara memaksimalkan keuntungan, meminimumkan biaya, memaksimalkan penjualan, dan meningkatkan efisiensi (Sawitri dan Asmawati, 2018). Merancang strategi pemasaran yang baik perlu melakukan analisis pada persaingan usaha. Oleh karena itu, dalam dunia bisnis dibutuhkan bauran pemasaran yang berguna untuk mengetahui tingkat persaingan usaha.

Bauran pemasaran (*Marketing Mix*) menurut Daud (2021), bauran pemasaran dikenal dengan strategi dalam melakukan penjualan atau strategi dalam melakukan promosi beserta strategi penentuan harga yang dilakukan dengan cara yang unik untuk menghasilkan transaksi sesuai dengan yang diinginkan dalam sebuah bisnis. Adapun alat bauran pemasaran yang digunakan oleh pengusaha untuk menganalisis dan mempengaruhi konsumen yang dikenal dengan istilah 7P (Product, Price, Place, Promotion, Process, People, dan Physical Evidence).

Permasalahan yang sering dihadapi pada usaha agroindustri tahu Pak Bandi di Desa Air Tawar Kecamatan Kateman Kabupaten Indragiri Hilir adalah ketersediaan bahan baku yang masih kurang sehingga menghambat kelangsungan usaha pada produksi tahu. Ketersediaan bahan baku yang tidak stabil tersebut mengakibatkan jumlah produksi tahu sedikit, sehingga permintaan pasar belum dapat terpenuhi. Selain itu, harga bahan baku juga tidak stabil yang cenderung semakin meningkat yang menjadikan usaha ini harus mengurangi jumlah produksinya. Hal tersebut menjadi dampak turunnya penghasilan di usaha agroindustri tahu Pak Bandi. Meningkatnya harga bahan baku juga menjadi hambatan bagi pengusaha dalam penetapan harga produk tahu, dimana pada setiap pengusaha agroindustri tahu lainnya mempunyai harga yang berbeda-beda, yang menjadikan tingginya persaingan harga di pasaran dan juga berdampak pada pendapatan usaha. Oleh karena itu, pemilik usaha tahu perlu melakukan strategi yang tepat agar pelanggan tidak berpindah ketempat lain.

Seiring perkembangan zaman usaha agroindustri tahu Pak Bandi mampu mengembangkan usahanya hingga saat ini ditengah-tengah banyaknya persaingan usaha bergerak dibidang yang sama. Oleh sebab itu, pemilik usaha agroindustri tahu Pak Bandi

harus mempersiapkan strategi pemasaran yang mampu mengikuti perkembangan zaman yang semakin canggih dan mampu bertahan menghadapi persaingan yang semakin ketat dipasaran. Salah satu strategi yang dipakai untuk meningkatkan usaha agroindustri tahu Pak Bandi yakni memperhatikan marketing mix (bauran pemasaran) yang diterapkan. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana marketing mix (bauran pemasaran) yang digunakan dalam memasarkan produk tersebut yang menyebabkan usaha Pak Bandi masih eksis dipasaran hingga sekarang.

Peneliti ingin melihat dari sudut pandang marketing mix (bauran pemasaran) yang digunakan. Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Usaha Agroindustri dan Marketing Mix Pada Usaha Tahu di Desa Air Tawar Kecamatan Kateman Kabupaten Indragiri Hilir Provinsi Riau”.

## BAHAN DAN METODE

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode survei pada usaha agroindustri tahu Bapak Bandi yang berlokasi di Desa Air Tawar Kecamatan Kateman Kabupaten Indragiri Hilir Provinsi Riau. Pemilihan lokasi penelitian ini dilakukan secara sengaja (purposive), pada usaha agroindustri tahu Pak Bandi, dengan mempertimbangkan bahwa Desa Air Tawar merupakan salah satu daerah penghasil tahu yang ada di Kecamatan Kateman Kabupaten Indragiri Hilir Provinsi Riau. Usaha ini sudah berjalan selama 14 tahun. Penelitian ini dilaksanakan selama 6 bulan yang dimulai dari bulan Februari hingga bulan Juli 2023. Responden dalam penelitian ini adalah pemilik usaha tahu Pak Bandi, empat orang tenaga kerja, serta 10 pedagang dan 10 pelanggan usaha tahu Pak Bandi. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung pada responden dengan menggunakan kuisisioner yang meliputi: karakteristik (umur, tingkat pendidikan, pengalaman berusaha, dan tanggungan keluarga), dan profil usaha (sejarah usaha, modal, tenaga kerja, dan skala usaha), bahan baku, bahan penunjang, proses produksi, biaya produksi, dan nilai tambah. Serta marketing mix pada usaha tahu Pak Bandi. Sedangkan data sekunder diperoleh dari instansi, jurnal, dan skripsi terkait seperti Badan

Pusat Statistik dan topografi, kependudukan, pendidikan, kesehatan, dan potensi agroindustri di daerah penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini.

### 1. Karakteristik dan Profil Usaha Agroindustri Tahu

Analisis karakteristik (pengusaha, tenaga kerja, pedagang, dan pelanggan) dan profil usaha agroindustri tahu dengan metode statistik deskriptif kuantitatif dan kualitatif. Karakteristik pengusaha meliputi umur, tingkat pendidikan, pengalaman usaha, dan jumlah tanggungan keluarga. Untuk profil usaha agroindustri tahu yang dianalisis meliputi sejarah usaha, modal, tenaga kerja, dan skala usaha.

### 2. Usaha Agroindustri Tahu

Menganalisis usaha agroindustri tahu menggunakan analisis deskriptif kuantitatif dan kualitatif serta metode hayami. Penjabarannya dapat dilihat sebagai berikut:

#### a) Bahan Baku Kacang Kedelai

Bahan baku kacang kedelai diperoleh dari supplier tetap yang mengantarkan setiap setengah bulan sekali untuk diproduksi.

#### b) Bahan Penunjang

Bahan penunjang merupakan bahan tambahan diantaranya: cuka tahu, air, solar, kayu bakar, dan plastik wrapping.

#### c) Teknologi Produksi

Teknologi produksi pengolahan tahu melalui dari 1) teknologi perendaman; 2) teknologi pencucian, 3) teknologi penggilingan; 4) teknologi perebusan; 5) teknologi penyaringan; 6) teknologi pemberian cuka tahu; 7) teknologi pencetakan; 8) teknologi pemotongan.

#### d) Proses produksi

Proses produksi tahu dimulai dari pemilihan kacang kedelai yang sudah sesuai dengan kriteria, perendaman, pencucian, penggilingan, perebusan, penyaringan, pemberian cuka, pencetakan, dan pemotongan.

#### e) Biaya Produksi

Menurut Widyantara (2018) rumusan dalam perhitungan ini biaya produksi tahu menggunakan rumus sebagai berikut:

$$TC = FC + VC$$

Keterangan:

TC : Biaya Produksi (Rp/Kg/Bulan)

FC : Biaya Tetap (Rp/Kg/Bulan)

VC : Biaya Variabel (Rp/Kg/Bulan)

Menurut Widyantara (2018) perhitungan penyusutan alat dapat diperoleh dari rumus sebagai berikut:

$$D = \frac{(NB-NS)}{UE}$$

Keterangan:

D : Biaya Penyusutan Alat Produksi (Rp/Unit/Bulan)

NB : Nilai Beli Alat (Rp/Unit)

NS : Nilai Sisa (5%, 10%, 12,5%, 25%) dari Harga Beli Alat (Rp/Unit/Tahun)

UE : Umur Ekonomis (Tahun)

f) Harga jual

Menganalisis harga tahu pada penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif, yaitu dengan menjelaskan harga yang berlaku disaat penelitian.

g) Pendapatan

Pendapatan kotor dapat dihitung menggunakan rumus menurut Soekartawi (2016):

$$TR=Y \cdot P_y$$

Keterangan:

TR : Pendapatan Kotor (Rp/Bulan)

Y : Total Produksi Tahu (Kg/Bulan)

P<sub>y</sub> : Harga Tahu (Rp/Kg)

Sedangkan, pendapatan bersih dapat dihitung menggunakan rumus menurut Soekartawi (2016):

$$\pi=Y \cdot P_y - (X_1 \cdot P_{x1} + X_2 \cdot P_{x2} + X_3 \cdot P_{x3} + D)$$

Keterangan:

π : Pendapatan Bersih (Rp/Bulan)

Y : Produksi Tahu (Rp/ Bulan)

P<sub>y</sub> : Harga Produksi yang digunakan (Rp/ Bulan)

X<sub>1</sub> : Jumlah Bahan Baku (Kg/Bulan)

P<sub>x1</sub> : Harga Bahan Baku (Rp/Kg)

X<sub>2</sub> : Jumlah Bahan Penunjang (Kg/Bulan)

P<sub>x2</sub> : Harga Bahan Penunjang (Rp/Kg)

X<sub>3</sub> : Jumlah Tenaga Kerja (HOK/Bulan)

P<sub>x3</sub> : Upah Tenaga Kerja (Rp/Bulan)

D : Penyusutan Alat (Rp/Bulan)

h) Efisiensi Usaha

Mengukur efisiensi usaha dari keberhasilan suatu usaha agroindustri dengan melakukan perbandingan antara pendapatan kotor dengan total biaya produksi, dapat dihitung menggunakan rumus menurut Hernanto (2009):

$$RCR = \frac{TR}{TC}$$

Keterangan:

RCR : Efisiensi Agroindustri Tahu

TR : Total Revenue (Rp/Bulan)

TC : Total Cost (Rp/Bulan)

Kriteria:

- 1) RCR >1, berarti agroindustri tahu sudah efisiensi dang menguntungkan
- 2) RCR <1, berarti agroindustri tahu tidak efisiensi atau rugi
- 3) RCR =1, berarti agroindustri tahu berada pada titik impas (balik modal)
- i) Nilai Tambah

Analisis yang digunakan untuk nilai tambah produk agroindustri tahu tersebut menggunakan metode Hayami. Nilai tambah yang dihitung yakni nilai tambah pengolahan kedelai menjadi tahu.

### 3. Marketing Mix 7P

Skala Likert digunakan untuk mengukur tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan responden terhadap pernyataan tertentu. Skala ini memberikan variasi nilai yang dapat diinterpretasikan secara kuantitatif. Skala Likert pada penelitian ini memiliki lima tingkatan (1-5) yang mencakup dari "Sangat Tidak Setuju" hingga "Sangat Setuju". Analisis penjualan tahu mencakup bauran pemasaran (7P): Product, Price, Place, Promotion, People, Process, dan Physical Evidence. Masing-masing indikator dianalisis untuk mendapatkan wawasan mendalam tentang keberhasilan pemasaran produk tahu.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik dan Profil Usaha Agroindustri Tahu

#### 1. Karakteristik (Pengusaha, Tenaga Kerja, Pedagang, dan Pelanggan)

Beberapa faktor yang mempengaruhi pengelolaan suatu usaha yang dijalankan diantaranya sebagai berikut:

a. Umur

Pak Bandi sebagai pengusaha agroindustri tahu, berada pada fase umur produktif (50 tahun). Tenaga kerja tergolong dalam kategori umur produktif (27-41 tahun). Hal ini memberikan keunggulan kompetitif. Menunjukkan bahwa kekuatan fisik dan kemampuan kognitif yang baik, dapat mendukung efisiensi dalam menjalankan usaha. Kemudian, mayoritas pedagang dan pelanggan berada dalam rentang umur (37-41) tahun. Ini

menciptakan peluang besar karena cenderung memiliki daya beli yang stabil dan mungkin memiliki minat yang tinggi terhadap produk.

#### b. Tingkat pendidikan

Pemilik usaha dan tenaga kerja memiliki tingkat pendidikan hingga sekolah menengah pertama (SMP), yang dapat dianggap sebagai tingkat pendidikan yang cukup rendah. Meskipun tingkat pendidikan rendah, tidak menjadi hambatan dalam proses produksi tahu karena tidak diperlukan keahlian khusus. Tingkat pendidikan yang rendah bagi pemilik usaha dan tenaga kerja dapat memengaruhi aspek manajemen dan pengambilan keputusan. Pedagang dan pelanggan, rata-rata berada pada tingkat pendidikan terakhir SMA, menunjukkan adanya pemahaman yang cukup baik terhadap produk dan mungkin memiliki daya beli yang lebih baik.

#### c. Pengalaman usaha

Pengusaha memiliki pengalaman selama 14 tahun. Sedangkan tenaga kerja juga memiliki pengalaman dengan rata-rata 2,5 tahun. Semakin lama pengalaman, semakin besar kemungkinan bahwa mereka memiliki pengetahuan mendalam tentang proses produksi dan manajemen usaha. Pengalaman yang dimiliki pedagang dan pelanggan juga mencerminkan kestabilan dan keberlanjutan hubungan bisnis dengan usaha tahu Pak Bandi. Pengalaman yang panjang pada pedagang dan pelanggan dapat dijadikan dasar evaluasi dan pembelajaran untuk memahami kebutuhan pasar dan meningkatkan layanan atau produk yang ditawarkan.

#### d. Tanggungan keluarga

Pemilik usaha memiliki tanggungan keluarga sebanyak 4 jiwa. Tenaga kerja, pedagang, dan pelanggan juga memiliki tanggungan keluarga yang bervariasi. Jumlah ini dapat memberikan motivasi untuk meningkatkan pendapatan guna memenuhi kebutuhan keluarga yang lebih besar.

## 2. Profil Usaha Agroindustri Tahu

Profil usaha yang dianalisis dalam penelitian ini yakni meliputi sejarah usaha, skala usaha, modal, dan tenaga kerja. Usaha tahu Pak Bandi bermula dari motivasi dan keahlian yang diperoleh dari belajar cara pembuatan tahu dari orang tua. Usaha tahu Pak Bandi telah beroperasi selama 14 tahun dan terus berkembang seiring meningkatnya permintaan. Usaha ini termasuk dalam skala industri mikro menurut UU No. 11 Tahun 2020.

Penjualan tahunan usaha Pak Bandi mencapai sekitar Rp 1.715.175.000. Modal awal usaha sebesar Rp 110.000.000. Pada usaha ini menggunakan tenaga kerja luar keluarga sebanyak 4 orang.

## Usaha Agroindustri Tahu

### 1. Bahan Baku Kacang Kedelai

Bahan baku utama agroindustri tahu Pak Bandi adalah kacang kedelai kering. Kacang kedelai yang digunakan diimpor dari luar negeri dengan alasan kualitas yang lebih baik. Penggunaan bahan baku dalam satu kali proses produksi adalah 125 kg. atau membutuhkan 3.750 kg/bulan, setara dengan 75 karung ukuran 50 kg/karung. Biaya pengadaan bahan baku kacang kedelai setiap bulan mencapai Rp. 51.000.000.

### 2. Bahan penunjang

Berikut perincian bahan penunjang yang digunakan dalam satu bulan proses produksi meliputi Asam cuka (24 botol/610 ml), Air (200 kubik), Solar (180 liter), Kayu bakar (12 kubik), dan Plastik wrapping (2 pcs). Total biaya penggunaan bahan penunjang dalam satu bulan produksi mencapai Rp. 57.468.000,00.

### 3. Teknologi produksi

Pada beberapa tahapan seperti pencucian, perendaman, penyaringan, pemberian cuka, pencetakan, dan pemotongan, usaha agroindustri tahu Pak Bandi masih menggunakan peralatan produksi manual dan sederhana. Peralatan yang digunakan antara lain ember, drum kecil, kain penyaring, papan cetak, penggaris, dan pisau. Dalam beberapa tahapan, usaha agroindustri tahu Pak Bandi telah mengadopsi teknologi mesin pada tahapan penggilingan dan perebusan untuk meningkatkan efisiensi produksi.

### 4. Proses produksi

Berikut adalah penjelasan dari masing-masing tahapan proses produksi tahu:

- 1) Perendaman: kacang kedelai dicuci dan direndam dalam air selama 2 jam. Tujuannya agar kacang kedelai lebih empuk, memudahkan penggilingan. Dilakukan oleh 3 orang tenaga kerja.
- 2) Pencucian: kacang kedelai dicuci untuk mensterilkan sebelum penggilingan. Waktu pencucian sekitar 27 menit atau 0,45 jam. Dilakukan oleh 2 orang tenaga kerja.
- 3) Penggilingan: kacang kedelai digiling menjadi bubur degan mesin penggiling. Proses ini berlangsung selama 1 jam dengan bantuan 2 orang tenaga kerja.

- 4) Perebusan: bubur kacang kedelai direbus selama 30 menit menggunakan ketel uap berbahan bakar kayu bakar. Memastikan matangnya kacang kedelai. Dilakukan oleh 2 orang tenaga kerja.
- 5) Penyaringan: Bubur kacang kedelai disaring untuk memisahkan sari dari ampas, berlangsung 1 jam dengan bantuan 2 orang tenaga kerja.
- 6) Pemberian Cuka: sari kedelai dicampur dengan asam cuka dan didiamkan selama 18 menit. Diperlukan 2 orang tenaga kerja.
- 7) Pencetakan: sari kedelai yang telah dibekukan dan diberi asam cuka dicetak dalam wadah berukuran 70 x 80 cm. Proses pencetakan berlangsung selama 1 jam dengan bantuan 2 orang tenaga kerja.
- 8) Pemotongan: tahu yang telah mengeras dipotong sesuai ukuran dengan penggaris dan pisau. Pemotongan memakan waktu 36 menit dengan bantuan 2 orang tenaga kerja.
- 9) Pengemasan: tahu dikemas dalam ember-ember kecil, setiap ember berisi satu papan tahu. Proses ini dilakukan selama 42 menit dengan bantuan 2 orang tenaga kerja.
- 10) Bersih-Bersih: alat-alat yang digunakan selama proses produksi dicuci bersih. Proses bersih-bersih memakan waktu 30 menit dengan bantuan 4 orang tenaga kerja.

### 5. Biaya Produksi

Berdasarkan tabel 1, Adapun total biaya produksi pada usaha agroindustri tahu Pak Bandi yaitu senilai Rp 83.033.281/bulan, terdiri dari biaya variabel senilai Rp 58.968.000/bulan dengan persentase 71,02% dan biaya tetap Rp 24.065.281/bulan dengan persentase 28,98%.

Tabel 1. Jumlah Penggunaan Biaya Produksi, Produksi, Pendapatan, dan Efisiensi Usaha Agroindustri Tahu Pak Bandi Dalam Satu Bulan Produksi

No	Uraian	Jumlah (Unit/bln)	Harga (Rp/Unit)	Nilai (Rp/bln)	(%)
<b>A. Biaya Variabel</b>					
1	Bahan Baku				
	Kacang Kedelai(Kg)	3.750	13.600	51.000.000	
2	Bahan Penunjang			6.468.000	
	Asam Cuka(btl/610ml)	24	12.000	288.000	
	Kayu Bakar (Kubik)	12	200.000	2.400.000	
	Air (Kubik)	200	7.500	1.500.000	
	Solar (Liter)	180	11.000	1.980.000	
	Plastik <i>Wrapping</i>	2	150.000	300.000	
3	Upah Pengantaran (Kali)	30	50.000	1.500.000	
	Total Biaya Variabel			58.968.000	71,02
<b>B. Biaya Tetap</b>					
1	Penyusutan Alat			12.765.281	
2	Gaji Tenaga Kerja (Bln)	4,00	2.825.000	11.300.000	
	Total Biaya Tetap			24.065.281	28,98
<b>C. Total Biaya Produksi</b>				83.033.281	100,00
<b>D. Produksi (Kg)</b>					
	Tahu	14.175	11.000	155.925.000	
<b>E. Penerimaan</b>					
a.	Pendapatan Kotor			155.925.000	53,25
b.	Pendapatan Bersih			72.891.719	46,75
<b>F. Efisiensi</b>				1,88	

Sumber: Data Olahan Peneliti Tahun, 2023

### 6. Harga Jual

Berdasarkan tabel 1, menjelaskan bahwa harga jual produk tahu yang ditetapkan oleh pengusaha yaitu senilai 11.000/kg. Produk tahu yang telah dihasilkan dikemas menggunakan ember dengan berat 6 kg/ember atau berisikan sebanyak 144 tahu.

### 7. Pendapatan

Pendapatan dapat dilihat dari produksi tahu dan harga jual tahu. Secara rinci dijelaskan

pada Tabel 1. Pendapatan yang dihasilkan agroindustri tahu Pak Bandi terdiri dari pendapatan kotor senilai Rp 155.925.000/bulan dan pendapatan bersih senilai Rp 72.891.719/bulan.

### 8. Efisiensi usaha

Efisiensi usaha agroindustri tahu berdasarkan tabel 1, pada usaha agroindustri tahu Pak Bandi diperoleh nilai Return Cost Ratio (RCR) sebesar 1,88 yang artinya setiap 1

rupiah biaya yang dikeluarkan oleh pemilik usaha dapat menghasilkan pendapatan kotor sebesar Rp. 1,88. Dapat disimpulkan berdasarkan kriteria efisiensi usaha agroindustri tahu tersebut tidak rugi atau layak untuk diusahakan, karena mempunyai efisiensi 1,88 yaitu lebih besar dari (>) 1.

## 9. Nilai tambah

Nilai Tambah Proses Produksi Usaha Agroindustri Tahu Pak Bandi Perbulan dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Nilai Tambah Proses Produksi Usaha Agroindustri Tahu Pak Bandi Perbulan

No	Variabel	Satuan	Nilai	Keterangan
<b>I Output Input dan Harga</b>				
1	Output	Kg	472,50	(1)
2	Input	Kg	125,00	(2)
3	Tenaga Kerja Langsung	HOK	2,37	(3)
4	Faktor Konversi		3,78	(4) = (1) / (2)
5	Koefisien Tenaga Kerja Langsung	(HOK/Kg)	0,02	(5) = (3) / (2)
6	Harga Output	(Rp/Kg)	11.000,00	(6)
7	Upah Tenaga Kerja Langsung	(Rp/HOK)	94.166,00	(7)
<b>II Pendapatan Dan Keuntungan</b>				
8	Harga Bahan Baku	(Rp/Kg)	13.600,00	(8)
9	Sumbangan Input Lain	(Rp/Kg Output)	2.124,80	(9)
10	Nilai Output	(Rp/Kg)	41.580,00	(10) = (4) x (6)
11	a. Nilai Tambah	(Rp/Kg)	25.855,20	(11a) = (10) - (9) - (8)
	b. Rasio Nilai Tambah	(%)	0,62	(11b) = (11a/10) x 100%
12	a. Pendapatan Tenaga Kerja	(Rp/Kg)	1.785,39	(12a) = (5) x (7)
	b. Pangsa Tenaga Kerja	(%)	0,07	(12b) = (12a/11a) x 100%
13	a. Keuntungan	(Rp)	24.069,81	(13a) = 11a - 12a
	b. Tingkat Keuntungan	(%)	0,93	(13a) = (13a/11a) x 100%
<b>Balas Jasa Pemilik Faktor</b>				
<b>III Produksi</b>				
14	Marjin	(Rp/Kg)	27.980,00	(14) = (10) - (8)
	a. Pendapatan Tenaga Kerja Langsung	(%)	6,38	(14a) = (12a/14) x 100%
	b. Sumbangan Input Lain	(%)	7,59	(14b) = (9)/(14)x100%
	c. Keuntungan Pengusaha	(%)	86,03	(14c) = (13a)/(14)x100%

Sumber: Data Olahan Peneliti Tahun, 2023

## 3. Analisis Marketing Mix 7P

### a. Product (Produk)

Produk memiliki skor dari pedagang dan pelanggan yaitu 5 dan 3,5 dengan kategori "Sangat Setuju" dan "Setuju". Strategi kedepannya pada usaha agroindustri tahu Pak Bandi agar mengembangkan keragaman produk tahu seperti tahu goreng, tahu kuning, dan tempe gembus, tetap mempertahankan kualitas dan cita rasa produk, serta membuat kemasan per bungkus untuk pedagang dan tetap menggunakan kemasan per ember untuk pelanggan.

### b. Price (Harga)

Harga memiliki skor dari pedagang 4 dan pelanggan 4,6 dengan kategori "Setuju" dan "Sangat Setuju". Strategi kedepannya pada usaha agroindustri tahu Pak Bandi agar

mempertahankan kualitas tahu dengan harga yang terjangkau, memberikan diskon, mempertahankan sistem pembayaran harian, mingguan, dan bulanan.

### c. Promotion (Promosi)

Promosi memiliki skor dari pedagang dan pelanggan yaitu 4 dan 4,5 dengan kategori "Setuju" dan "Sangat Setuju". Strategi pengembangan kedepannya untuk usaha tahu Pak Bandi melakukan periklanan dari mulut ke mulut, menawarkan produk secara langsung, dan melakukan promosi pemasaran melalui media sosial.

### d. Place (Tempat)

Tempat usaha agroindustri tahu Pak Bandi dari pedagang dan pelanggan masing-masing 4,5 dengan kategori "Sangat Setuju". Strategi untuk usaha tahu Pak Bandi

kedepannya yaitu dengan mempertahankan lokasi usaha dekat dengan pasar agar produk lebih banyak dikenal oleh konsumen, dan menambah outlet persediaan di beberapa pasar lokal

e. People (Orang)

Indikator orang menjelaskan bagaimana, pelayanan yang diberikan apakah sudah baik, pelayanan pesan antar, dan pelayanan karyawan dalam menghadapi pedagang dan pelanggan. Memperoleh skor dari pedagang dan pelanggan 4,75 dengan kategori "Sangat Setuju". Untuk strategi kedepannya yaitu pengusaha memperhatikan kinerja pada usaha ini, tetap memberikan pelayanan yang baik, pelayanan pesan antar, dan memperhatikan kinerja karyawan dalam melakukan proses produksi.

f. Process (Proses)

Indikator proses pada usaha agroindustri tahu Pak Bandi dari pedagang dan pelanggan memiliki skor 4 dengan kategori "Setuju". Strategi untuk usaha tahu Pak Bandi kedepannya yaitu mempertahankan proses produksi yang cepat dan teratur, selanjutnya mengenai pengiriman produk sesuai dengan permintaan dan juga tepat waktu.

g. Physical Evidence (Bukti Fisik)

Indikator bukti fisik dari usaha agroindustri tahu Pak Bandi dari pedagang dan pelanggan memiliki skor dari pedagang 4,5 dan 4,25 dari pelanggan dengan kategori "Sangat Setuju" dan "Setuju". Strategi pengembangan usaha untuk kedepannya yaitu dengan penataan produk rapi dan higienis, memberikan brand (nama) pada kemasan produk agar lebih dikenal oleh masyarakat, melakukan tahapan penataan proses produksi lebih rapi dan tertata, serta membangun pabrik produksi usaha tahu yang bersifat permanen agar penataan lebih rapi.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Karakteristik pemilik usaha tahu berumur 50 tahun (produktif), tingkat pendidikan terakhir pada jenjang SMP (9 tahun), berpengalaman usaha 14 tahun dan jumlah tanggungan keluarga 4 jiwa. Tenaga kerja usaha tahu rata-rata berumur 32 tahun (produktif), tingkat pendidikan 7 tahun, pengalaman usaha 2,5 tahun, dan jumlah tanggungan keluarga 3 jiwa. Pedagang dan pelanggan usaha tahu rata-rata berumur 42 dan 40 tahun (produktif), tingkat pendidikan 12

tahun, pengalaman usaha 11 dan 8 tahun, jumlah tanggungan keluarga masing-masing 4 jiwa. Profil usaha menunjukkan agroindustri tahu Pak Bandi berdiri sejak tahun 2009, tergolong usaha berskala mikro, modal usaha yang didapatkan dari modal sendiri, dan menggunakan tenaga kerja sebanyak 4 orang.

Penggunaan bahan baku kacang kedelai sebanyak 3.750 kg/bulan dan penggunaan bahan penunjang senilai Rp 6.468.000/bulan. Teknologi yang digunakan semi modern dengan proses produksi dilakukan mulai dari perendaman, pencucian, penggilingan, perebusan, penyaringan, pemberian cuka, pencetakan pemotongan, dan pengemasan. Biaya produksi tahu yang dikeluarkan senilai Rp. 57.468.000/bulan dengan menghasilkan produk sebanyak 14.175 kg/bulan dengan harga jual Rp. 11.000/kg. Memperoleh pendapatan kotor Rp. 155.925.000/bulan dan pendapatan bersih Rp. 72.891.719/bulan. Efisiensi usaha sebesar 1,88% berdasarkan kriteria efisiensi usaha ini layak untuk diusahakan. Nilai tambah dari pengolahan bahan baku kacang kedelai menjadi tahu senilai Rp. 25.855,20/Kg dengan rasio nilai tambah 0,62%. Margin yang diperoleh sebesar Rp. 27.980/Kg, sumbangan input lain 7,59% dan keuntungan usaha sebesar 86,03% dalam satu kali proses produksi.

Marketing mix yang digunakan untuk memasarkan produk tahu yakni 7P dengan sub indikator dan pernyataan sebagai penentu marketing mix. Marketing mix 7P yang diterapkan pada usaha agroindustri tahu sudah terlaksana pada indikator product, price, promotion, place, people, process, dan physical evidence pada pedagang dan pelanggan. Pengusaha juga mendapatkan beberapa masukan pada beberapa indikator yaitu product, promotion, place, dan process yang diterapkan untuk strategi kedepannya

### **Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijelaskan, dapat diberikan saran sebagai berikut: Agar usaha ini lebih efisien pengusaha harus meningkatkan kualitas pendidikan, tenaga kerja lebih terampil dan pengusaha dapat meningkatkan skala usaha agar semakin berkembang. Pengusaha agar tetap mempertahankan kualitas produk dan pelayanan. Pengusaha harus menjamin ketersediaan bahan baku melalui Kerjasama dengan produsen dan pedagang bahan baku untuk menjamin kelangsungan produksi untuk

memenuhi permintaan pasar. Usaha agroindustri tahu layak dikembangkan, tetapi harus lebih mempersiapkan strategi bauran pemasaran (marketing mix) secara berkala, dengan cara melakukan survei kepada para pedagang dan pelanggan untuk mendapatkan beberapa masukan agar usaha ini dapat bertahan dan semakin berkembang di era persaingan pasar yang semakin tinggi.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Badan Pusat Statistik. 2022. Indragiri Hilir Dalam angka. Kabupaten Indragiri Hilir.
- Badan Pusat Statistik. 2023. Indragiri Hilir Dalam angka. Kabupaten Indragiri Hilir.
- Daud, Ibrahim. 2021. Manajemen Pemasaran Dengan Pendekatan Digital Marketing. Indomedia Pustaka, Sidoarjo.
- Direktorat Jenderal Tanaman Pangan. 2021. Laporan Tahunan. Kementerian Pertanian.
- Hayami, Y., Kawagoe T, Morooka Y, dan Siregar M. 1987. Agricultural Marketing and Processing in Upland Java A Perspective From A Sunda Village. CGPRT Centre, Bogor.
- Hernanto, F. 2009. Ilmu Usaha Tani. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Rukmana, R dan Yudirachman H. 2014. Budidaya dan Pengolahan Hasil Kacang Kedelai Unggul. CV Nuansa Aulia, Bandung.
- Sawitri, Nina., dan Asmawati. 2018. Analisis Usaha Agroindustri Tahu Di Kelurahan Tembilahan Kota (Studi Kasus Usaha Tahu Pak Aciu). Jurnal Agribisnis Unisi, 7(1).
- Soekartawi. 2016. Agribisnis : Teori dan Aplikasinya. Rajawali Pres, Jakarta.
- Widyantara, W. 2018. Ilmu Manajemen Usahatani. Udayana University Press, Denpasar.