

RINGKASAN

WAHYU INGGIT A. 105040100111029. Analisis Nilai Tambah dan Strategi Pengembangan Agroindustri Tahu Pelangi Organik RDS di Desa Klampok RW II/RT IV Singosari Kabupaten Malang. Dibawah Bimbingan Dr. Ir. Abdul Wahib Muhaimin, MS dan Fitria Dina Riana, SP., MP.

Kedelai merupakan salah satu komoditas pertanian yang diminati masyarakat Indonesia. Hasil olahan kedelai sangat bermacam-macam seperti tahu, tempe, susu kedelai, kecap dan lain sebagainya. Contoh yang dikonsumsi masyarakat sehari-hari adalah tahu. Komponen pengolahan hasil pertanian menjadi penting karena pertimbangan dari berbagai penelitian menunjukkan bahwa pengolahan hasil yang baik yang dilakukan produsen dapat meningkatkan nilai tambah dari hasil pertanian yang diproses. Salah satu tujuan dari pengolahan hasil pertanian adalah meningkatkan kualitas. Perusahaan yang mengolah khususnya produk pertanian menjadi barang jadi disebut dengan agroindustri. Agroindustri mampu mengolah hasil pertanian dan memberikan nilai tambah seperti kedelai menjadi tahu yang dikonsumsi masyarakat sehari-hari.

Salah satu agroindustri yang bergerak dalam pengolahan tahu adalah Agroindustri Tahu RDS tepatnya di daerah Singosari Kabupaten Malang. Tahu yang diproduksi di agroindustri tersebut berbeda dengan agroindustri lain. Karena Agroindustri RDS memproduksi Tahu Organik yaitu dengan merk "Tahu Pelangi Organik". Agroindustri Tahu RDS merupakan daerah satu-satunya di Malang yang memproduksi Tahu Organik dan sudah memiliki sertifikasi. Produk yang dijual seharga Rp 2.500 per kemasan. Harga tersebut cukup terjangkau untuk jenis produk organik di kalangan masyarakat. Awalnya produsen menginginkan produk tahu organik tidak hanya dinikmati oleh kalangan menengah atas tetapi juga kalangan bawah. Sehingga saat ini penjualan tahu organik berada pada pasar tradisional.

Potensi yang dimiliki produk bahwa daya tahan produk lebih lama dibandingkan dengan tahu biasa, kualitas dari tahu juga berbeda dilihat dari segi rasa dan tekstur. Diduga pengolahan tahu organik memiliki nilai tambah tinggi dan meningkatkan pendapatan serta strategi yang seharusnya dilakukan perusahaan adalah diversifikasi produk, memperluas daerah pemasaran, dan pelatihan tenaga kerja. Untuk menganalisis adanya permasalahan di atas peneliti mengambil judul Analisis nilai tambah dan strategi pengembangan pada Tahu Pelangi Organik RDS. Alat analisis yang digunakan adalah analisis biaya, analisis pendapatan, analisis kelayakan, analisis nilai tambah, analisis lingkungan internal dan lingkungan eksternal, matriks IE, matriks *grand strategy*, matriks SWOT dan *Balance Scorecard*.

Dari analisis biaya yaitu biaya tetap didapatkan hasil sebesar Rp 96.438,52 per hari produksi dan biaya variabel sebesar Rp 893.000 per hari produksi. Sehingga total biaya sebesar Rp 989.938,52 per hari produksi. Total penerimaan sebesar Rp 1.750.000 dan keuntungan sebesar Rp 760.061,48 per hari produksi. Dalam 1 hari perusahaan memproduksi 700 kemasan tahu dengan hasil 1.400 potong tahu. Setiap satu kemasan terdapat dua potong tahu yang masing-masing berukuran 3,5 cm x 10 cm dan dihargai sebesar Rp 2.500 per kemasan. Analisis kelayakan R/C ratio sebesar 1,77 yang berarti bahwa jika hasil R/C ratio > 1 maka usaha agroindustri layak untuk dikembangkan. Hasil dari BEP (Q) yaitu 395 unit

dan BEP (Rp) yaitu Rp 1.414,20. Sedangkan analisis nilai tambah yaitu sebesar Rp 9.824,18 dengan rasio nilai tambah sebesar 51%. Hal ini berarti nilai tambah untuk tahu Organik tinggi dengan melihat rasio nilai tambah jika $> 40\%$ termasuk nilai tambah tinggi.

Untuk analisis lingkungan internal yaitu ketersediaan sumber daya, pengalaman pengusaha, ketersediaan bahan baku, mempunyai *supplier* tetap, sertifikasi organik, daya tahan produk, harga terjangkau, kedua dikenal masyarakat, nilai tambah tinggi, memiliki label/merek kemasan, legalitas usaha, *employee capability*, kurangnya sumberdaya air saat kemarau, terdapat satu *supplier*, perijinan sertifikasi rumit, terdapat label/merek kemasan serupa, lokasi pemasaran terbatas, produk mudah rusak, ROI rendah, teknologi sederhana, dan *cycle effectiveness*. Sedangkan di lingkungan eksternal yaitu perluasan pasar, permintaan stabil, upaya pengembangan teknologi, ketersediaan tenaga kerja, pengelolaan limbah, persaingan pasar, dan produk substitusi. Dari beberapa variabel lingkungan internal yang menjadi kekuatan untuk Agroindustri Tahu Pelangi Organik RDS adalah ketersediaan bahan baku dengan skor 0,388 dikarenakan Agroindustri Tahu RDS sudah memiliki *supplier* tetap sehingga permintaan akan bahan baku yaitu kedelai organik tetap terpenuhi. Sedangkan yang menjadi kelemahan adalah lokasi pemasaran terbatas dengan skor 0,159. Saat ini lokasi pemasaran dalam penjualan tahu pelangi organik rds masih terdapat pada lima pasar tradisional di Malang yaitu Pasar Singosari, Pasar Blimbing, Pasar Kepanjen, Pasar Kedungkandang dan Pasar Sumber Pucung. Sedangkan Faktor eksternal yang menjadi peluang utama adalah perluasan pasar yaitu dengan skor sebesar 0,96. Strategi dilakukan dengan cara menambah saluran distribusi dan perbaikan kualitas produk. Sedangkan yang menjadi ancaman utama adalah permintaan stabil.

Hasil analisis dari matriks IE, posisi Agroindustri Tahu Pelangi Organik RDS adalah sel 2 yang merupakan posisi *Growth*. Sedangkan untuk matriks *Grand strategy* yaitu terdapat pada kuadran I yang merupakan posisi agresif. Dari kedua analisis tersebut, maka strategi yang digunakan adalah strategi pertumbuhan dan strategi agresif. Kemudian dirumuskan dengan analisis *Balance scorecard* yang berfokus pada empat perspektif yaitu meningkatkan pendapatan, meningkatkan penjualan, efisiensi dan perbaikan kualitas produksi dan menambah kapasitas produksi dan tenaga kerja.

Saran dari penelitian ini adalah perusahaan sebaiknya menciptakan strategi yang tepat dalam menghadapi ancaman diluar perusahaan yaitu diversifikasi produk, perbaikan kualitas produk dan memanfaatkan pengolahan limbah tahu untuk dijadikan pupuk dan lain sebagainya. Strategi tersebut dilakukan untuk mempertahankan posisi perusahaan dan memaksimalkan keuntungan. Untuk penelitian selanjutnya menggunakan analisis atau metode baru dalam implementasi strategi yang lebih tepat untuk analisis strategi pengembangan.

SUMMARY

WAHYU INGGIT A. 105040100111029. Analysis of Value Added and Development Strategy of Tahu Pelangi Organic RDS Agroindustry in Klampok Village RW II / RT IV Singosari Malang. Under the guidance of Dr.Ir. Wahib Abdul Muhaimin, MS and Fitria Dina Riana, SP., MP

Soybean is one of the agricultural commodities are interested in Indonesian society. Processed soy is very diverse such as tofu, tempe, soy milk, soy sauce, and so forth. Examples are consumed people everyday is tofu. Agro-processing component is important because the consideration of various studies indicate that the good results of processing carried producers can increase the added value of agricultural products are processed. One of the goals of treatment is to improve the quality of agricultural products. Companies that process, especially agricultural products into finished goods is called the agro-industry. Agro-industry is able to process agricultural products and provide value added services such as soybeans into tofu are consumed everyday people.

One of the agro-industry engaged in the processing of RDS Tofu Agro-Industry tofu is precisely in the area Singosari Malang. Tofu that produced in the different agro-industry with other agro-industry. Because of RDS Organic Tofu Agroindustry produce is the brand "Tahu Pelangi Organik". RDS tofu Agroindustri is the only area in Malang. Tofu that produces Organic and already have the certification. Products are sold for Rp 2,500 per pack. This price is quite affordable for this type of organic products in the community. Originally producers wanted to organic tofu products are not only enjoyed by the upper middle class but also the lower classes. So when the idea of organic sales are at traditional markets.

The potential of the product that the product durability longer than ordinary tofu, the quality of the idea is also different in terms of taste and texture. Allegedly organic tofu processing has high added value and increase revenue as well as strategies that should be waged company is diversified products, expand market share, and workforce training. To analyze the existence of the above problems researchers took the title of value-added analysis and strategy development to Tahu pelangi Organik RDS. The analytical tool used is the cost analysis, revenue analysis, feasibility analysis, value analysis, the analysis of the internal environment and the external environment, IE matrix, grand strategy matrix, the matrix SWOT and Balanced Scorecard.

From the cost analysis showed that the fixed cost of Rp 96,438.52 per day of production and variable costs of Rp 893,000 per day of production. So the total cost of Rp 989,938.52 per day of production. The total revenue of Rp 1,750,000 and profit of Rp 760,061.48 per day of production. In 1 700 the company manufactures packaging knew the result of 1400 cut out. Each one packs know that there are two pieces each measuring 3.5 cm x 10 cm and is priced at Rp 2,500 per pack. Feasibility Analysis of R / C ratio of 1.77, which means that if the results of the R / C ratio > 1 then it feasible to develop agro-industry enterprises. Results of BEP (Q) is 395 units and BEP (Rp), Rp 1414.20. While the analysis of the added value of Rp 9824.18 with added value ratio of 51%. This means added value for high Organic meihat know the ratio of added value if > 40% including a high added value. For the analysis of the internal environment is the availability of

resources, business experience, availability of raw materials, the supplier has a permanent, organic certification, product durability, reasonable price, scoop known to the public, high added value, have a label / brand packaging, the legality of the business, employee capability, lack of water resources during the dry season, there is one supplier, complicated licensing certification, there are labels / brands similar packaging, marketing location limited, perishable products, low ROI, simple technology, and the cycle effectiveness. While in the external environment, namely the expansion of the market, steady demand, technology development efforts, availability of labor, waste management, market competition, and product substitution. Of some internal environment variables into a force to the Tahu Pelangi Organic RDS is the availability of raw materials with a score of 0.388 because of tofu rds agroindustry already has suppliers remains that demand for raw materials, namely organic soybeans remain unfulfilled. While the drawback is the limited marketing location with a score of 0.159. Current location marketing of Tahu pelangi Organic is sales there are five traditional markets in Malang that Singosari Market, Blimbing Market, Kepanjen Market, Kedungkandang Market and Sumberpucung Market. While external factors are the main opportunities is expanding into the market with a score of 0.96. The strategy is done by adding distribution channels and product quality improvement. While the main threat is a steady demand.

The results of the analysis of the matrix IE, the position of the Tahu Pelangi Organic RDS Agroindustry is cell 2, which is the position of Growth. As for Grand strategy matrix that is contained in quadrant I, which is an aggressive position. From these two analyzes, the strategy used is an aggressive growth strategy and strategy. Then formulated with a balance scorecard analysis focuses on four perspectives: increase revenues, improve sales, efficiency and improvement of production quality and increase the production capacity and labor.

Suggestions from this study is that companies should create the right strategy in the face of outside threats that companies product diversification, quality improvement and utilization of waste treatment Tofu product to be used as fertilizer, and so forth. The strategy for maintaining the company's position and maximize profits. To further study using a new method of analysis or the implementation of a more appropriate strategy for development strategy analysis.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis bisa menyelesaikan laporan hasil penelitian skripsi dengan judul Analisis Nilai Tambah dan Strategi Pengembangan Agroindustri Tahu Pelangi Organik RDS di Desa Klampok RW II/RT IV Kecamatan Singosari, Kabupaten Malang.

Penyusunan hasil penelitian skripsi ini disusun untuk memenuhi tugas akhir perkuliahan yaitu skripsi. Diharapkan penyusunan laporan hasil penelitian skripsi ini akan bermanfaat untuk kelancaraan saat ujian skripsi berlangsung.

Dalam penyusunan proposal skripsi ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Abdul Wahib Muhaimin, MS sebagai dosen pembimbing utama.
2. Ibu Fitria Dina Riana, SP., MP sebagai dosen pembimbing kedua.
3. Ayahanda dan Ibunda yang selama ini telah membimbing, memberi motivasi, inspirasi dan memberikan doa yang tulus selama ini dan tak tergantikan oleh apapun.
4. Kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung hingga terselesainya laporan hasil penelitian skripsi ini.

Penulis berharap semoga hasil dari laporan hasil penelitian skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak, dan memberikan sumbangan pemikiran dalam kemajuan ilmu pengetahuan.

Malang, Agustus 2014

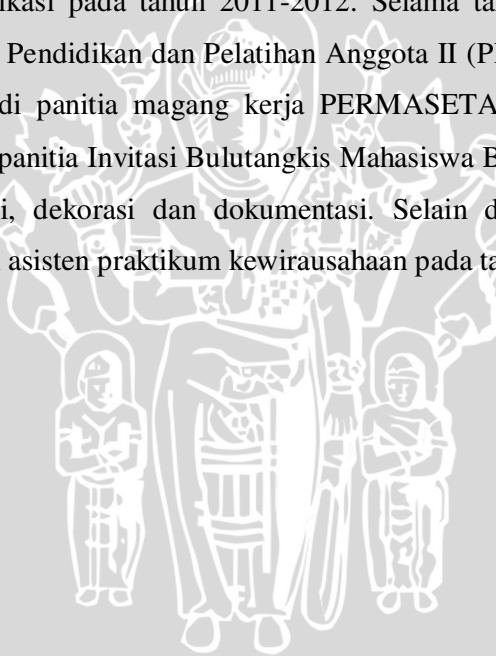
Penulis

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Mojokerto pada tanggal 9 Februari 1992 sebagai putri pertama dari dua bersaudara dari Bapak Yuliadi, SE dan Ibu Isro' Asih.

Penulis menempuh pendidikan dasar di SDN Mojokusumo Kemlagi Mojokerto pada tahun 1998 sampai tahun 2004, kemudian penulis melanjutkan ke SMPN 1 Kemlagi pada tahun 2004 dan selesai pada tahun 2007. Pada tahun 2007 sampai tahun 2010 penulis studi di SMAN 2 Mojokerto. Pada tahun 2010 penulis terdaftar sebagai mahasiswa Strata 1 Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya Malang, Jawa Timur, melalui jalur SNMPTN.

Selama menjadi mahasiswa penulis pernah menjadi Dewan Pengurus PERMASETA staf divisi pers, informasi, dan publikasi pada Departemen Informasi dan Komunikasi pada tahun 2011-2012. Selama tahun 2012 penulis pernah menjadi panitia Pendidikan dan Pelatihan Anggota II (PLA II) sebagai sie kesekretariatan, menjadi panitia magang kerja PERMASETA sebagai steering commite, dan menjadi panitia Invitasi Bulutangkis Mahasiswa Brawijaya Cup VII sebagai staff publikasi, dekorasi dan dokumentasi. Selain dalam kepanitiaan penulis pernah menjadi asisten praktikum kewirausahaan pada tahun 2013.



DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
SUMMARY	iii
KATA PENGANTAR	v
RIWAYAT HIDUP	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan.....	6
1.4. Manfaat.....	6
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	7
2.2. Tinjauan Tentang Kedelai.....	8
2.2.1. Pengertian Kedelai.....	9
2.2.2. Komposisi Zat Kedelai.....	9
2.3. Tinjauan Tentang Tahu.....	10
2.3.1. Pengertian Tahu.....	10
2.3.2. Jenis-Jenis Tahu.....	11
2.4. Tinjauan Tentang Organik.....	12
2.4.1. Definisi Pertanian Organik.....	12
2.5. Tinjauan Agroindustri.....	14
2.5.1. Pengertian Agroindustri.....	14
2.5.2. Skala Agroindustri.....	16
2.5.3. Permasalahan Agroindustri.....	17
2.6. Konsep Biaya.....	18
2.6.1. Pengertian Biaya.....	18
2.6.2. Klasifikasi Biaya.....	18
2.7. Konsep Nilai Tambah.....	20
2.7.1. Pengertian Nilai Tambah.....	20
2.7.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Tambah.....	21
2.8. Konsep Strategi.....	22
2.8.1. Pengertian Strategi.....	22
2.8.2. Manajemen Strategi.....	22
2.8.3. Perumusan Strategi.....	24
2.9. Konsep Analisis <i>Balance Scorecard</i>	26
2.9.1. Pengertian <i>Balance Scorecard</i>	26
2.9.2. Empat Perspektif <i>Balance Scorecard</i>	28
2.9.3. Keunggulan <i>Balance Scorecard</i>	31

III. KERANGKA TEORITIS

3.1. Kerangka Pemikiran.....	34
3.2. Hipotesis Penelitian.....	38
3.3. Batasan Masalah.....	38
3.4. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	38

IV. METODOLOGI

4.1. Metode Penentuan Lokasi.....	41
4.2. Metode Penentuan Responden.....	41
4.3. Metode Pengumpulan Data.....	41
4.4. Metode Analisa Data.....	42
4.4.1. Analisis Biaya.....	42
4.4.2. Analisis Nilai Tambah.....	45
4.4.3. Analisis Lingkungan.....	46
4.4.4. Kriteria Pemberian Bobot.....	48
4.4.5. Kriteria Pemberian Rating.....	48
4.4.6. Penyusunan Matriks.....	49

V. PEMBAHASAN

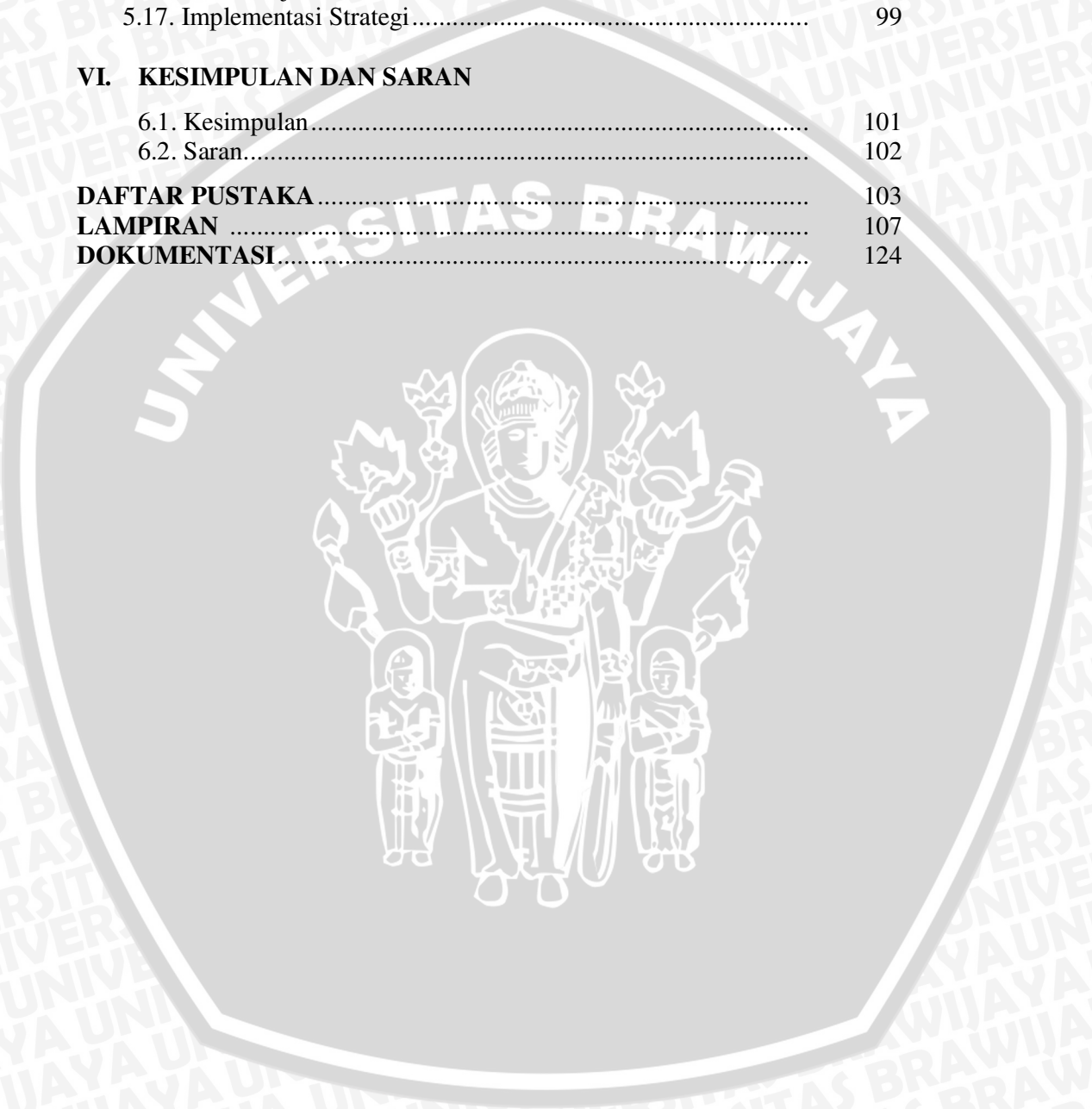
5.1. Kondisi Umum Daerah Singosari.....	56
5.2. Letak Geografis.....	56
5.3. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
5.4. Jumlah Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian.....	57
5.5. Kondisi Umum Agroindustri.....	58
5.6. Karakteristik Produsen.....	59
5.7. Proses Produksi Tahu Pelangi Organik RDS.....	60
5.7.1. Bahan Pembuatan Tahu Pelangi Organik RDS.....	60
5.7.2. Alat Pembuatan Tahu Pelangi Organik RDS.....	61
5.7.3. Proses Produksi.....	62
5.8. Karakteristik Konsumen.....	65
5.8.1. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia.....	65
5.9. Analisis Biaya.....	66
5.9.1. Biaya Variabel.....	66
5.9.2. Biaya Tetap.....	67
5.9.3. Biaya Total.....	67
5.9.4. Analisis Penerimaan.....	68
5.9.5. Analisis Pendapatan.....	68
5.9.6. Analisis Kelayakan Usaha.....	69
5.10. Analisis Nilai Tambah.....	70
5.11. Anaisis Lingkungan.....	74
5.11.1. Analisis Lingkungan Internal.....	74
5.11.2. Analisis Lingkungan Eksternal.....	83
5.12. Penyusunan Matriks IFAS dan EFAS.....	86
5.13. Analisis Matriks Internal-Eksternal (IE).....	88
5.14. Matriks <i>Grand Strategy</i>	90

	Halaman
5.15. Matriks SWOT	91
5.16. Analisis <i>Balance Scorecard</i>	94
5.16.1. Identifikasi Visi dan Misi Agroindustri	94
5.16.2. Terjemahan Analisis <i>Balance Scorecard</i>	96
5.17. Implementasi Strategi.....	99

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan.....	101
6.2. Saran.....	102

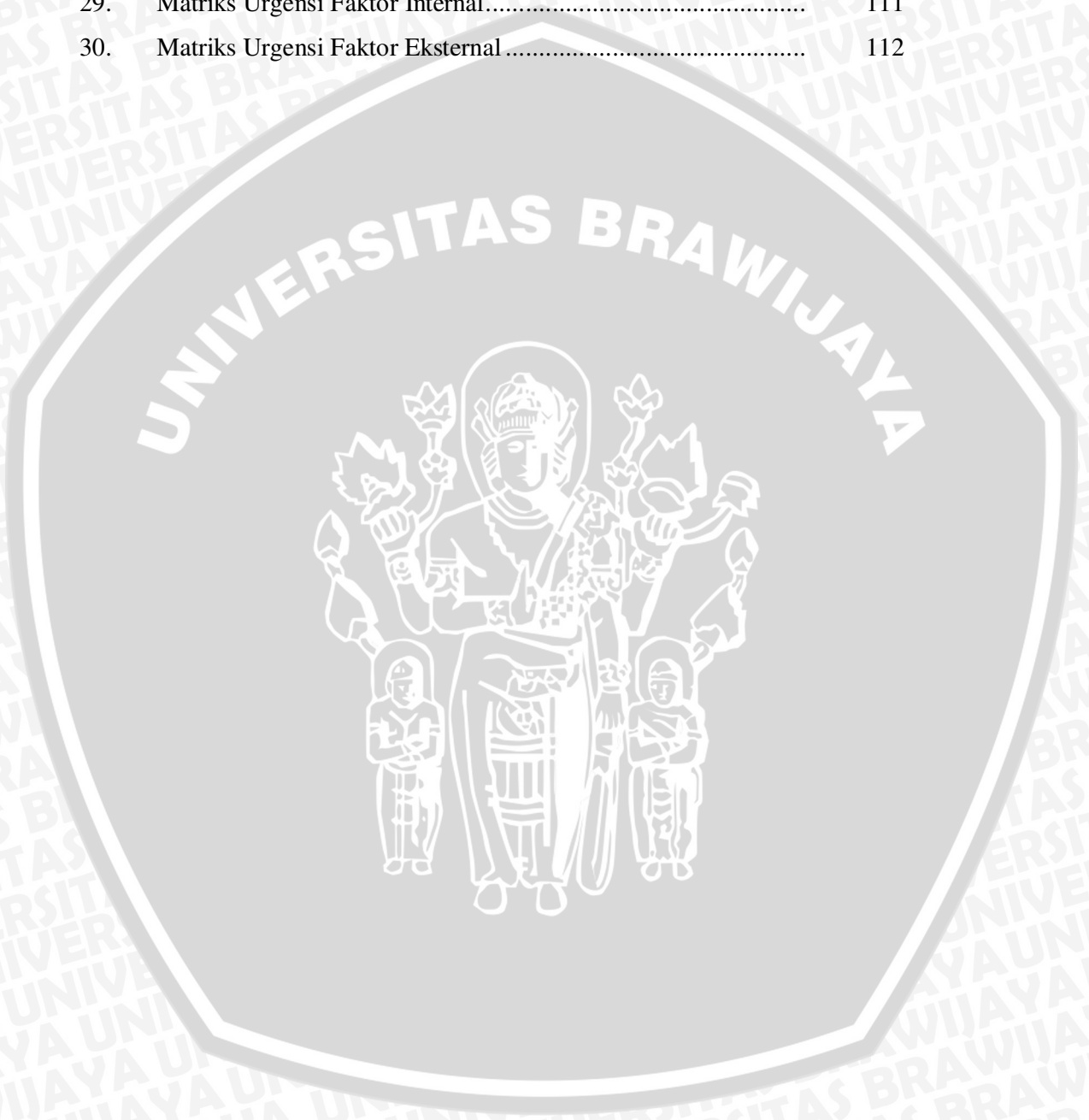
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN	107
DOKUMENTASI	124



DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1.	Kandungan Zat Gizi Kedelai dan Produk Olahan Kedelai	10
2.	Perbedaan Pertanian Organik dan Pertanian Non Organik.....	14
3.	Prosedur Perhitungan Nilai Tambah Metode Hayami.....	46
4.	Matriks IFAS.....	50
5.	Matriks EFAS.....	51
6.	Matriks IE	52
7.	Model Matriks SWOT	53
8.	Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin	57
9.	Jumlah Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian.....	57
10.	Presentase Pembagian Divisi TK Agroindustri Tahu RDS	59
11.	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia	65
12.	Total Biaya Variabel dalam Satu Hari Produksi	66
13.	Biaya Tetap dalam Satu Hari Produksi.....	67
14.	Biaya Total dalam Satu Hari Produksi	67
15.	Analisis Nilai Tambah dalam Satu Hari Produksi	71
16.	Data <i>Cycle Time</i>	76
17.	Produk Tahu Pelangi Organik RDS Dikenal Masyarakat	81
18.	Alasan Masyarakat Mengonsumsi Tahu Organik	82
19.	Jumlah Rata-Rata Permintaan Tahu Pelangi Organik per Hari Dari Tahun 2011-2013.....	83
20.	Presentase Jumlah Rata-Rata Permintaan Tahu Pelangi Organik Per Hari dari Tahun 2011-2013.....	83
21.	Penyusunan Matriks IFAS	87
22.	Penyusunan Matriks EFAS	88
23.	Analisis Matriks IE.....	89
24.	Hasil Matriks SWOT	92
25.	Biaya Penyusutan Alat Agroindustri.....	107
26.	Biaya Tetap Agroindustri.....	108
27.	Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Produk	109

Nomor	Teks	Halaman
28.	Tingkat Konsumsi Konsumen Terhadap Produk.....	110
29.	Matriks Urgensi Faktor Internal.....	111
30.	Matriks Urgensi Faktor Eksternal.....	112



DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
1.	Hubungan <i>Balance Scorecard</i> dengan Visi dan Misi Perusahaan.....	27
2.	Kerangka Pemikiran Analisis Nilai Tambah dan Pengembangan Agroindustri Tahu Pelangi Organik RDS	37
3.	Penentuan Matriks <i>Grand Strategy</i>	53
4.	Alur Proses Produksi Tahu Pelangi Organik RDS.....	63
5.	Distribusi Nilai Tambah.....	72
6.	Grafik Jumlah Rata-Rata Permintaan Tahu Pelangi Organik RDS per Hari dari Tahun 2011-2013.....	84
7.	Matriks <i>Grand Strategy</i>	90
8.	Hubungan Antara Visi, Misi dan Strategi Agroindustri.....	95



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Teks	Halaman
1.	Biaya Penyusutan.....	117
2.	Biaya Tetap.....	118
3.	Kepuasan Pelanggan.....	119
4.	Tingkat Konsumsi Konsumen.....	120
5.	Matriks Urgensi Faktor Internal.....	121
6.	Matriks Urgensi Faktor Eksternal.....	122

