

**STRATEGI PENGEMBANGAN AGROINDUSTRI TAHU GORENG**  
(Studi Kasus pada Perusahaan Tahu Goreng De Rifa di Desa Cisadap Kecamatan Ciamis  
Kabupaten Ciamis)

Oleh :  
**<sup>1</sup>Irwan Sandyansah, <sup>2</sup>Yus Rusman, <sup>3</sup>Cecep Pardani**

<sup>1</sup>Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Galuh

<sup>2</sup>Dosen Fakultas Pertanian Universitas Padjajaran

<sup>3</sup>Dosen Fakultas Pertanian Universitas Galuh

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : 1) Faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan dalam pengembangan perusahaan tahu goreng De Rifa. 2) Faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman dalam pengembangan perusahaan tahu goreng De Rifa. 3) Alternatif strategi dalam pengembangan perusahaan tahu goreng De Rifa.

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus, dengan mengambil kasus pada perusahaan tahu goreng De Rifa di Desa Cisadap Kecamatan Ciamis Kabupaten Ciamis. Responden pada penelitian ini adalah pemilik tahu goreng De Rifa yaitu Bapak Dusep. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Analisis yang digunakan adalah analisis SWOT. Total nilai yang diperoleh Tabel IFAS yaitu 3,00 dengan skor kekuatan 2,40 dan skor kelemahan 0,60. Hal ini menunjukkan bahwa faktor kekuatan tahu goreng De Rifa lebih besar dari faktor kelemahan, sedangkan total nilai yang diperoleh Tabel EFAS yaitu sebesar 2,85 dengan skor peluang 2,60 dan skor ancaman 0,25. Hal ini menunjukkan faktor peluang yang dimiliki oleh tahu goreng De Rifa lebih besar dari faktor ancaman.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa :

1. Faktor kekuatan (*Strengths*), dalam pengembangan perusahaan tahu goreng De Rifa yaitu memiliki lokasi yang strategis yang mudah dijangkau konsumen, pengalaman perusahaan, kapasitas produksi, ketersediaan bahan baku, kemampuan dalam mengakses modal, dan memiliki merek yang sudah terkenal. Sedangkan yang menjadi Faktor kelemahan (*Weaknesses*) diantaranya jumlah alat transportasi milik sendiri sedikit, keterbatasan sumber daya/kapabilitas perusahaan, pembuangan limbah perusahaan, pemasaran yang masih terbatas, dan belum adanya riset mendalam terhadap pasar dan pesaing.
2. Faktor peluang (*Opportunity*) berupa : kemajuan teknologi, komunikasi, dan informasi, permintaan pasar, memiliki pelanggan tetap, penetapan lokasi perusahaan strategis, tersedianya sarana transportasi yang baik meliputi jalan dan kendaraan, dan juga daya beli masyarakat. Sedangkan Faktor Ancaman (*Threats*) berupa adanya persaingan dengan industri sejenis, limbah yang berpengaruh terhadap lingkungan, nilai tukar rupiah yang fluktuatif, dan melemahnya daya beli masyarakat.
3. Alternatif strategi yang tepat untuk diterapkan dalam pengembangan usaha agroindustri tahu goreng De Rifa yaitu dengan menggunakan strategi SO dimana perusahaan dapat menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Strategi SO yang telah dirumuskan yaitu menjaga dan meningkatkan mutu produk, memperluas pasar, dan, memanfaatkan reputasi merek untuk masuk ke pasar modern.

**Kata Kunci** : Strategi, Agroindustri, Tahu Goreng

**PENDAHULUAN**

Dalam menghadapi era persaingan global tidak ada pilihan selain meningkatkan daya saing nasional. Untuk mempertahankan dan meningkatkan daya saing nasional dalam rangka mewujudkan pembangunan yang berkesinambungan diperlukan suatu arah kebijakan pembangunan nasional dengan paradigma baru. Era reformasi yang berkembang sejak 1998 telah membawa banyak perubahan di berbagai bidang.

Pemusatan kekuatan ekonomi nasional pada sekelompok tertentu telah surut seiring dengan terjadinya krisis ekonomi dan moneter. Paradigma pembangunan ekonomi yang semula lebih berorientasi pada pertumbuhan industri berskala besar telah bergeser kepada pembangunan ekonomi yang lebih ditekankan pada ekonomi kerakyatan. Perubahan paradigma tersebut telah berpengaruh terhadap proses pemulihan ekonomi yang tercermin dari

beberapa indikator ekonomi (Kementerian Perindustrian, 2012).

Tahu merupakan hasil olahan dari kedelai yang disenangi oleh manusia karena harganya terjangkau dan juga merupakan 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 (Siregar, 2014).

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus pada perusahaan tahu goreng De Rifa milik Bapak Dusep di Desa Cisadap Kecamatan Ciamis Kabupaten Ciamis. Menurut Nazir (2011) studi kasus adalah penelitian tentang status subjek penelitian berkenaan dengan suatu fase spesifik atau khas dari keseluruhan personalitas. Subjek penelitian dapat saja individu, kelompok, lembaga maupun masyarakat.

### Operasionalisasi Variabel

Variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini meliputi:

1. Perusahaan Tahu Goreng De Rifa merupakan perusahaan milik bapak Dusep yang telah berjalan kurang lebih 8 tahun dan berlokasi di Desa Cisadap Kecamatan Ciamis Kabupaten Ciamis.
2. Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu.
3. Pengembangan adalah suatu proses perubahan secara bertahap kearah tingkat yang berkecenderungan lebih tinggi dan meluas dan mendalam yang secara menyeluruh dapat tercipta suatu kesempurnaan atau kematangan.
4. Strategi pengembangan adalah langkah yang dirumuskan bersama berupa gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam jangka waktu tertentu untuk mencapai perubahan kearah yang lebih baik.
5. 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 dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*). Proses pengambilan keputusan strategi berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan. Hal itu disebut dengan analisis situasi model, yang paling populer untuk analisis ini adalah analisis SWOT (Rangkuti, 2010).

6. Faktor internal adalah faktor-faktor yang mempengaruhi strategi pengembangan usaha yang berasal dari dalam perusahaan. Semua informasi dan kondisi lingkungan internal ini sangat penting ditelaah agar *home industry* mampu mengerti dan mengidentifikasi semua kekuatan yang dimiliki serta kelemahan dari internal usaha itu sendiri. Faktor Internal terdiri dari:

#### a. Kekuatan (*strength*)

1. Lokasi yang strategis, merupakan lokasi yang mudah diakses oleh pembeli/konsumen
2. Pengalaman perusahaan, merupakan pengalaman dalam menjalankan perusahaan yang dimiliki.
3. Kapasitas produksi, jumlah produksi perhari dengan kapasitas terbesar dibanding perusahaan sejenis.
4. Ketersediaan bahan baku, bahan baku untuk proses produksi yang selalu tersedia.
5. Kemampuan dalam mengakses modal, perusahaan mempunyai kemampuan untuk mendapatkan akses modal melalui pinjaman atau kemungkinan-kemungkinan lainnya.
6. Mempunyai merek terkenal, merek dagang sudah dikenal karena perusahaan telah berlangsung lama dengan nama merek dagang De Rifa.

#### b. Kelemahan (*weakness*)

1. Jumlah alat transportasi milik sendiri sedikit, belum adanya tambahan alat transportasi untuk proses pemasaran.
2. Keterbatasan sumberdaya/kapabilitas perusahaan, terbatasnya kemampuan sumberdaya pekerja mengenai teknologi produksi modern.

## STRATEGI PENGEMBANGAN AGROINDUSTRI TAHU GORENG

(Studi Kasus pada Perusahaan Tahu Goreng De Rifa di Desa Cisadap Kecamatan Ciamis Kabupaten Ciamis)

IRWAN SANDYANSAH, YUS RUSMAN, CECEP PARDANI

3. Pembuangan limbah yang belum ramah terhadap lingkungan sekitar, belum adanya penampungan limbah yang cukup dan aman bagi lingkungan.
  4. Pemasaran masih terbatas, pemasaran produk masih terbatas dan belum adanya perluasan pasar.
  5. Belum adanya riset pasar dan pesaing, belum adanya pengamatan secara serius mengenai keadaan peluang pasar dan juga kekuatan dan kelemahan pesaing.
7. Faktor eksternal adalah faktor-faktor yang mempengaruhi strategi pengembangan yang berasal dari luar perusahaan.  
Faktor eksternal terdiri dari :
- a. Peluang (*opportunities*)
    1. Kemajuan teknologi produksi, komunikasi, dan informasi.
    2. Permintaan pasar, permintaan pasar akan produk tahu goreng terus meningkat seiring dengan peningkatan jumlah penduduk.
    3. Memiliki pelanggan/pembeli tetap, perusahaan telah memiliki pembeli/konsumen tetap.
    4. Penetapan lokasi perusahaan yang strategis, penetapan lokasi perusahaan yang tepat dan memungkinkan semakin banyaknya konsumen karena didukung dengan akses jalan yang mudah dijangkau.
    5. Tersedianya sarana transportasi yang baik meliputi jalan dan kendaraan.
    6. Daya beli masyarakat, yaitu adanya peningkatan daya beli masyarakat karena adanya kesadaran untuk memilih makanan yang memiliki nilai gizi.
  - b. Ancaman (*Threats*)
    1. Persaingan dengan industri sejenis, yaitu adanya pesaing dari perusahaan sejenis.
    2. Limbah yang berpengaruh terhadap lingkungan sekitar, limbah yang semakin meningkat ditakutkan dapat berpengaruh terhadap kelangsungan lingkungan
    3. Nilai tukar rupiah yang fluktuatif, hal ini berimbas pada naik turunnya harga bahan baku.
    4. Lemahnya daya beli masyarakat, yaitu penurunan kemampuan daya beli masyarakat karena naik turunnya pendapatan dan harga bahan-bahan pokok..

### Teknik Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini meliputi:

1. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan perajin tahu goreng menggunakan bantuan kuesioner yang telah disiapkan.
2. Data sekunder diperoleh melalui studi pustaka dan data dari Dinas/Instansi terkait dengan penelitian yang dilakukan.

### Teknik Penarikan Sampel

Teknik penarikan sampel dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*), dengan pertimbangan bahwa Kecamatan Ciamis merupakan sentra agroindustri tahu, Menurut Sugiono (2009) *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu.

Dari kecamatan tersebut diambil satu desa secara purposive (*purposive sampling*) dengan pertimbangan bahwa Desa Cisadap merupakan produsen terbesar tahu di Kecamatan Ciamis. Dari desa tersebut, perusahaan tahu goreng De Rifa milik bapak Dusep ditentukan secara purposive untuk dijadikan responden dengan pertimbangan karena mempunyai kapasitas produksi paling besar dibanding yang lainnya.

### Rancangan Analisis Data

Untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari faktor internal serta peluang dan ancaman dari faktor eksternal dalam pengembangan agroindustri tahu goreng De Rifa di Desa Cisadap Kecamatan Ciamis akan digunakan analisis SWOT.

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 dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*). Proses pengambilan keputusan strategi berkaitan

dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan. Hal itu disebut dengan analisis situasi model, yang paling populer untuk analisis ini adalah analisis SWOT (Rangkuti, 2010). Penentuan strategi pengembangan agroindustri tahu goreng dengan menggunakan analisis SWOT, terlebih dahulu dihimpun data melalui daftar pertanyaan yang telah dirancang sesuai dengan dimensi dan variabel untuk masing-masing faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Setelah semua informasi yang berpengaruh terhadap kelangsungan

kegiatan, tahap selanjutnya adalah memanfaatkan semua informasi tersebut dalam model kuantitatif perumusan strategi, dalam hal ini digunakan Matrix SWOT.

#### Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini telah dilaksanakan pada perusahaan agroindustri tahu goreng De Rifa di Desa Cisadap Kecamatan Ciamis Kabupaten Ciamis atau dapat dijelaskan menggunakan Tabel sebagai berikut :

**Tabel 1. Jadwal Penelitian**

No	Uraian	Bulan			
		Maret	April	Mei	Juni
1	Persiapan				
2	Pelaksanaan penelitian				
3	Tahapan pengolahan data				
4	Tahapan persentasi hasil penelitian				

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Identitas Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pemilik perusahaan tahu goreng De Rifa yaitu Bapak Dusep yang berada di Desa Cisadap Kecamatan Ciamis Kabupaten Ciamis. Identitas responden meliputi : umur, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan keluarga dan pengalaman berusaha.

#### a) Umur Responden

Umur adalah faktor yang mempengaruhi terhadap keberhasilan dalam melakukan suatu kegiatan usaha dan juga akan berpengaruh terhadap fisik dalam bekerja dan cara berfikir. Responden perajin tahu goreng De Rifa di Desa Cisadap yaitu berumur 41 tahun. Dengan demikian responden berada pada kisaran umur produktif.

#### b) Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan peranannya cukup tinggi terhadap seseorang dalam melakukan kegiatan usaha, tapi pengalaman berusaha juga sangat tinggi peranannya, karena tingkat pendidikan dan pengalaman berusaha dapat mempengaruhi seseorang dalam menerima dan melaksanakan inovasi baru. Pada umumnya tingkat pendidikan formal yang dicapai oleh perajin usaha agroindustri tahu goreng di Desa Cisadap sebagian besar tamatan SMP. Begitu juga dengan

responden penelitian ini yaitu Bapak Dusep yang juga merupakan tamatan SMP.

#### c) Pengalaman Berusaha Responden

Pengalaman berusaha adalah faktor yang sangat menentukan keberhasilan dalam usaha agroindustri tahu goreng, semakin lama pengalaman usaha maka akan semakin tinggi keterampilan yang dimiliki dalam melakukan proses produksi dan juga menghadapi permasalahan-permasalahan yang timbul dalam usaha. Pengalaman responden dalam mengusahakan agroindustri tahu goreng ini yaitu telah berlangsung selama kurang lebih 8 tahun.

#### d) Tanggungan Keluarga Responden

Responden yaitu Pemilik usaha agroindustri tahu goreng De Rifa di Desa Cisadap Kecamatan Ciamis telah berkeluarga dengan jumlah tanggungan keluarga yang dimiliki sebanyak 4 orang.

## Strategi Pengembangan Agroindustri Tahu Goreng

### a) Identifikasi Faktor Internal

Berdasarkan hasil penelitian pada responden Perusahaan tahu goreng De Rifa, maka diperoleh faktor-faktor internal kekuatan dan kelemahan yang mempengaruhi pengembangan usaha tahu goreng De Rifa di Desa Cisadap. Hasil analisis diperoleh bobot

**STRATEGI PENGEMBANGAN AGROINDUSTRI TAHU GORENG**  
(Studi Kasus pada Perusahaan Tahu Goreng De Rifa di Desa Cisadap Kecamatan Ciamis  
Kabupaten Ciamis)  
**IRWAN SANDYANSAH, YUS RUSMAN, CECEP PARDANI**

dikali nilai untuk total faktor internal sebesar kelemahan 0,60. Selengkapnya dapat dilihat 3,00 dengan skor kekuatan 2,40 dan faktor pada Tabel 2.

**Tabel 2. IFAS (Internal Factors Analysis Summary)**

<b>EFAS</b>	<b>IFAS</b>	<b>Strength (S)</b>	<b>Weakness (W)</b>
		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lokasi yang strategis</li> <li>2. Pengalaman perusahaan</li> <li>3. Kapasitas produksi</li> <li>4. Ketersediaan bahan baku</li> <li>5. Kemampuan dalam mengakses modal</li> <li>6. Mempunyai merek terkenal</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Jumlah alat transportasi sedikit</li> <li>2. Keterbatasan sumberdaya perusahaan</li> <li>3. Pembuangan limbah perusahaan</li> <li>4. Pemasaran masih terbatas</li> <li>5. Belum adanya riset pasar dan pesaing</li> </ol>
	<b>Opportunities (O)</b>	<b>Strategi S-O</b>	<b>Strategi W-O</b>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemajuan teknologi produksi, komunikasi, dan informasi</li> <li>2. Permintaan pasar</li> <li>3. Memiliki pelanggan tetap</li> <li>4. Penetapan lokasi perusahaan strategis</li> <li>5. Tersedianya sarana transportasi yang baik meliputi jalan dan kendaraan</li> <li>6. Daya beli masyarakat</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menjaga dan meningkatkan mutu produk</li> <li>2. Memperluas pasar</li> <li>3. Memanfaatkan reputasi merek untuk masuk ke pasar modern</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memperluas pasar dengan memanfaatkan sarana transportasi yang tersedia</li> <li>2. Bersikap terbuka terhadap adanya pembaharuan teknologi dan informasi</li> </ol>
	<b>Threats (T)</b>	<b>Strategi S-T</b>	<b>Strategi W-T</b>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persaingan dengan industri sejenis</li> <li>2. Limbah yang berpengaruh terhadap lingkungan</li> <li>3. Nilai tukar rupiah yang fluktuatif</li> <li>4. Lemahnya daya beli masyarakat</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mempertahankan reputasi merek guna menarik minat konsumen</li> <li>2. Meningkatkan pelayanan dan pemasaran tepat waktu</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bersikap cepat tanggap terhadap keadaan pasar dan pesaing</li> <li>2. Membuka kerja sama dengan outlet di daerah target pemasaran baru</li> </ol>

Tabel 2 menunjukkan bahwa berdasarkan hasil perhitungan dari nilai rating dan bobot faktor internal strategi pengembangan agroindustri tahu goreng De Rifa diperoleh dari hasil pengurangan faktor kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weakness*) yaitu  $2,40 - 0,60 = 1,80$  yang dijadikan sebagai sumbu horizontal atau sumbu X, maka sumbu X dalam diagram SWOT adalah 1,80.

**b) Identifikasi Faktor Eksternal**

Faktor-faktor eksternal yang berpengaruh dalam strategi pengembangan agroindustri tahu goreng De Rifa di Desa Cisadap Kecamatan Ciamis. Hasil analisis faktor eksternal diperoleh jumlah bobot dikali nilai sebesar 2,85 yang terdiri dari faktor peluang sebesar 2,60 dan faktor ancaman sebesar 0,25. Seperti tersaji pada Tabel 3

**Tabel 3. EFAS (Eksternal Factors Analysis Summary)**

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
<b>PELUANG:</b>			
1. Kemajuan Teknologi produksi, informasi, dan komunikasi	0,15	3	0,45
2. Permintaan pasar	0,15	3	0,45
3. Memiliki pelanggan/pembeli tetap	0,20	4	0,80
4. Penetapan lokasi perusahaan strategis	0,10	3	0,30
5. Tersedianya sarana transportasi yang baik meliputi jalan dan kendaraan	0,10	3	0,30
6. Daya beli masyarakat	0,10	3	0,30
<b>Jumlah</b>	0,80		2,60
<b>ANCAMAN :</b>			
1. Persaingan dengan industri sejenis	0,05	1	0,05
2. Limbah yang berpengaruh terhadap lingkungan	0,03	2	0,06
3. Nilai tukar rupiah yang fluktuatif	0,10	1	0,10
4. Lemahnya daya beli masyarakat	0,02	2	0,04
<b>Jumlah</b>	0,20		0,25
<b>Jumlah (A+B)</b>	1,00		2,85

Hasil perhitungan dari nilai rating dan bobot faktor eksternal strategi pengembangan agroindustri tahu goreng De Rifa diperoleh dari

hasil pengurangan antara faktor peluang (*opportunities*) dan ancaman (*Threats*) yaitu  $2,60 - 0,25 = 2,35$  yang dijadikan sebagai

sumbu vertikal atau sumbu Y, maka sumbu Y dalam diagram SWOT adalah 2,35.

#### Penentuan Posisi Perusahaan

Berdasarkan hasil perhitungan Diagram analisis SWOT, menunjukkan bahwa posisi perusahaan tahu goreng De Rifa di Desa Cisadap berada pada kuadran I, dimana pada posisi ini sebuah usaha maupun industri memiliki posisi yang kuat dan berpeluang

untuk berkembang. Pada posisi ini juga perusahaan berada pada situasi yang menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*). Untuk selengkapnya dapat dilihat pada diagram analisis SWOT berikut :

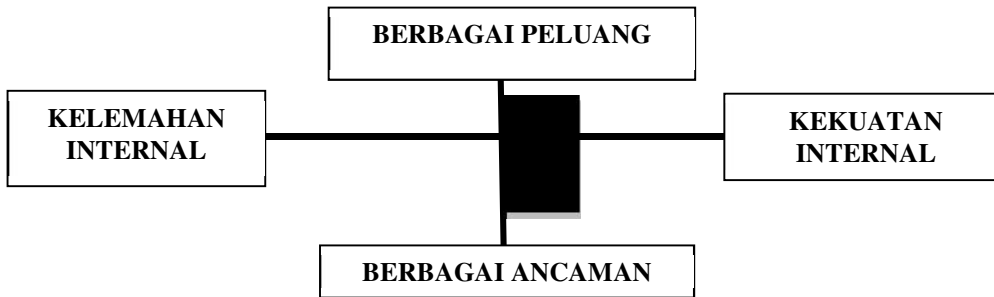


Diagram Matrik SWOT Pengembangan Agroindustri Tahu Goreng

#### Diagram Analisis SWOT

##### Penentuan Strategi Perusahaan

Setelah semua informasi yang berpengaruh terhadap kegiatan strategi pengembangan tahu goreng De Rifa di Desa Cisadap Kecamatan Ciamis Kabupaten Ciamis, tahap selanjutnya adalah memanfaatkan semua informasi tersebut dalam model kuantitatif perumusan strategi, dalam hal ini digunakan Matrik SWOT. Perusahaan berada pada kuadran I maka penerapan strategi yang dapat digunakan oleh agroindustri tahu goreng De Rifa yaitu strategi SO. Strategi SO merupakan strategi yang dapat digunakan karena usaha/industri memiliki kekuatan dan peluang sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi ini dapat dikatakan sebagai strategi yang menggunakan kekuatan perusahaan untuk memanfaatkan peluang yang ada seperti tersaji pada Tabel 3 diatas. Strategi S-O yang telah dirumuskan yaitu:

1. Menjaga dan meningkatkan mutu produk  
Untuk menjaga kepercayaan pelanggan yang ada dan menarik minat konsumen baru, perusahaan perlu mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk.
2. Memperluas pasar  
Untuk lebih meningkatkan pendapatan agar perusahaan lebih berkembang, perluasan jaringan pemasaran mutlak perlu dilakukan. Bisa dengan

membuka kerjasama baru dengan pedagang atau outlet.

3. Memanfaatkan reputasi merek untuk masuk ke pasar modern  
Merek dagang perusahaan yaitu "De Rifa" telah banyak dikenal terutama dikalangan penikmat tahu goreng. Sebagai perusahaan yang memiliki tujuan untuk berkembang kearah yang lebih baik, merek yang cukup dikenal ini bisa dimanfaatkan untuk masuk ke pasar swalayan modern tentunya dengan terus memperbaiki kualitas produknya.

#### KESIMPULAN DAN SARAN

##### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Faktor internal yang dapat diidentifikasi pada pengembangan tahu goreng adalah : Faktor kekuatan (*Strengths*), memiliki lokasi yang strategis yang mudah dijangkau konsumen, pengalaman perusahaan, kapasitas produksi, ketersediaan bahan baku, kemampuan dalam mengakses modal, dan memiliki merek yang sudah terkenal. Sedangkan yang menjadi Faktor kelemahan (*Weaknesses*) diantaranya jumlah alat transportasi milik sendiri sedikit, keterbatasan sumber daya/kapabilitas perusahaan, pembuangan limbah

# STRATEGI PENGEMBANGAN AGROINDUSTRI TAHU GORENG

(Studi Kasus pada Perusahaan Tahu Goreng De Rifa di Desa Cisadap Kecamatan Ciamis Kabupaten Ciamis)

IRWAN SANDYANSAH, YUS RUSMAN, CECEP PARDANI

- perusahaan, pemasaran yang masih terbatas, dan belum adanya riset mendalam terhadap pasar dan pesaing. Total skor yang diperoleh sebesar 3,00 dengan skor kekuatan 2,40 dan skor kelemahan sebesar 0,60. Hal ini menunjukkan bahwa faktor kekuatan yang dimiliki perusahaan tahu goreng De Rifa lebih besar dari faktor kelemahan.
2. Faktor peluang (*Opportunity*) eksternal berupa : kemajuan teknologi, komunikasi, dan informasi, permintaan pasar, memiliki pelanggan tetap, penetapan lokasi perusahaan strategis, tersedianya sarana transportasi yang baik meliputi jalan dan kendaraan, dan juga daya beli masyarakat. Sedangkan Faktor Ancaman (*Threats*) eksternal berupa adanya persaingan dengan industri sejenis, limbah yang berpengaruh terhadap lingkungan, nilai tukar rupiah yang fluktuatif, dan melemahnya daya beli masyarakat. Total skor eksternal yang diperoleh sebesar 2,85 dengan skor peluang 2,60 dan skor ancaman sebesar 0,25. Hal ini menunjukkan bahwa faktor peluang yang dimiliki perusahaan tahu goreng De Rifa lebih besar dari faktor ancaman.
  3. Alternatif strategi yang tepat untuk diterapkan dalam pengembangan usaha agroindustri tahu goreng De Rifa yaitu dengan menggunakan strategi SO dimana perusahaan dapat menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Strategi SO yang telah dirumuskan yaitu menjaga dan meningkatkan mutu produk, memperluas pasar, dan, memanfaatkan reputasi merek untuk masuk ke pasar modern.

## Saran

Saran yang diberikan penulis yaitu:

1. Perusahaan hendaknya lebih meningkatkan mutu produk baik itu cita rasa maupun pelayanan terhadap konsumen. Hal ini perlu dilakukan mengingat semakin banyaknya usaha sejenis dengan berbagai inovasi baru sehingga perusahaan harus mampu menjaga daya saingnya.
2. Prioritas strategi pengembangan yang perlu dilakukan oleh perusahaan tahu goreng De Rifa adalah melakukan penetrasi perluasan pasar dengan tetap memperkuat pasar yang telah tersedia sebelumnya. Dengan cara menjalin kerja

sama dengan outlet-outlet baru yang tersebar di daerah.

3. Perusahaan hendaknya memiliki orientasi pemikiran pasar yang berfikir jauh kedepan. Dengan memanfaatkan reputasi merek dan juga pengalaman berusaha yang dimiliki, dan dengan memperbaiki berbagai aspek yang telah ada hal ini bisa dimanfaatkan untuk perlahan masuk ke pasar modern.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adisarwanto. 2008. *Budidaya Kedelai Tropika*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Cahyadi, W. 2007. *Kedelai Khasiat dan Teknologi*. PT. Bumi aksara. Jakarta.
- Departemen Pertanian Republik Indonesia, 2005. *Prospek dan Arah Pengembangan Agribisnis Kedelai*. Jakarta
- Desa Cisadap. 2016 *Data Pengrajin Tahu di Desa Cisadap Tahun 2015*. Desa Cisadap.
- Disperindag Kabupaten Ciamis. 2016. *Data Sentra Agroindustri Tahu di Kabupaten Ciamis Tahun 2015*. Ciamis.
- \_\_\_\_\_. 2011. <http://id.wikipedia.org/wiki/Tahu> (diakses tanggal : 19 Maret 2016)
- Kementrian Perindustrian Republik Indonesia, 2012. *Rencana Kinerja Tahunan Kementerian Pertanian Tahun 2013*. Jakarta.
- Kurniati. 2008. *Kedelai*. Indo Book Citra Media. Bogor.
- Kusnandar, T. Mardikanto dan A. Wibowo, 2010. *Manajemen agroindustri, Kajian Teori dan Model Kelembagaan Agroindustri Skala Kecil Pedesaan*. Cetakan 1. Surakarta. UNS Press.
- Muchtadi, D. 2009. *Prinsip Teknologi Pengolahan Pangan Sumber Protein*. Alfabeta. Bandung.
- Nazir, M. 2011. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia. Cetakan 6. Bogor.
- Pearce, A. J. and B. R. Robinson. 2008. *Manajemen Strategis Edisi 10*. Salemba Empat. Jakarta

- Rangkuti, F. 2010. Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis, Reorientasi, konsep, perencanaan strategis untuk Menghadapi Abad 21. Cetakan 16. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Siregar, G. 2014. Strategi Pengembangan Usaha Tahu Rumah Tangga. Jurnal Agrium Volume 19 No 1. Universitas Muhamadiyah Sumatra Utara. Sumatra Utara.
- Sugiono. 2009. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. CV. ALFABETA. Bandung.
- Tjasyono, Bayong. 2004. Klimatologi. ITB. Bandung.