

ABSTRAK

Tahu merupakan salah satu produk makanan yang sudah populer di masyarakat Indonesia. Sudah sejak lama masyarakat Indonesia sudah terbiasa mengonsumsi tahu sebagai lauk pauk pendamping nasi atau sebagai makanan ringan. Tahu menjadi makanan yang sangat diminati karena rasanya enak dan harganya juga relatif murah. Di Sumatera Barat sendiri minat akan tahu ini pun cukup banyak diminati hal ini dapat dilihat konsumsi rata-rata perminggu makanan tahu mencapai 0,098 kg/minggu. Di kota Padang sendiri sudah berdiri 13 pabrik tahu salah satunya yaitu pabrik Tahu MTB. Semua proses produksi, distribusi dan pemasaran produk tahu dari hulu sampai hilir dijalankan oleh beberapa pelaku dengan kepentingannya masing-masing yaitu produsen pabrik tahu MTB, pedagang besar dan pedagang kecil. Kinerja rantai nilai yang dijalankan oleh setiap pelaku tidak terlepas dari permasalahan-permasalahan yang terjadi seperti biaya harga bahan baku yang tidak stabil, modal kerja pengrajin tahu yang minim, serta pengrajin tahu yang kadang tidak bisa menghasilkan produk dengan mutu yang sesuai dengan selera konsumen sehingga terjadinya penurunan harga jual tahu.

Pengelolaan usaha secara kemitraan dan mandiri yang akan merasakan dampak paling besar dari pengaruh hal tersebut. Salah satu cara yang digunakan untuk menggambarkan bagaimana kondisi rantai nilai industri tahu MTB ini adalah dengan menghitung nilai tambah masing-masing pelaku yang terlibat dalam aliran rantai nilai ini, menganalisis sensitivitas pengaruh perubahan nilai bahan baku dan penurunan harga jual tahu dari setiap pelaku terhadap nilai tambah yang didapatkan, kemudian mencari bagaimana distribusi nilai tambah dan sebaran tingkat keuntungan masing-masing pelaku terhadap setiap pola pemasaran rantai industri tahu MTB ini. Perhitungan nilai tambah menggunakan metode Hayami, yaitu nilai tambah merupakan selisih dari nilai output dengan nilai input yang dikeluarkan. Nilai tambah yang diperoleh tiap pelaku dalam rantai industri tahu MTB adalah produsen pabrik tahu MTB sebesar Rp 5.318/Kg, Pedagang besar sebesar Rp.1080/Kg dan pedagang kecil Rp.3.148/Kg dengan tingkat keuntungan untuk produsen pabrik MTB sebesar 84%, Pedagang Besar 35%, dan Pedagang Kecil 57%. Untuk distribusi nilai tambah yang paling tinggi terdapat pada pola ke 3 dengan total nilai tambah sebesar Rp.9.369/Kg dan paling kecil pada pola ke 1 sebesar Rp.6.378/Kg.

Kata kunci : Tahu, nilai tambah, dan rantai nilai

ABSTRACT

Tofu is one of the popular food products in Indonesian society. For a long time, Indonesian people have been accustomed to eating tofu as a side dish for rice or as a snack. Tofu is a very popular food because it tastes good and the price is also relatively cheap. In West Sumatra itself, the interest in tofu is also quite desirable, it can be seen that the average consumption of tofu foods per week reaches 0.098 kg / week. In the city of Padang alone, there have been 13 tofu factories, one of which is the MTB Tofu factory. All processes of production, distribution and marketing of tofu products from upstream to downstream are carried out by several actors with their respective interests, namely MTB tofu factory manufacturers, large traders and small traders. The performance of the value chain carried out by each actor is inseparable from the problems that occur such as the cost of raw material prices that are not stable, working capital of the tofu craftsman is minimal, as well as the tofu craftsman who sometimes cannot produce products that are in accordance with the tastes of consumers so that the occurrence tofu price reduction.

Partnership and independent business management that will feel the greatest impact of these effects. One method used to describe how the condition of the MTB tofu industry value chain is by calculating the added value of each actor involved in the flow of this value chain, analyzing the sensitivity of the effect of changes in the value of raw materials and the decline in the selling price of tofu from each actor to the added value obtained, then look for how the distribution of added value and the distribution of the level of profit of each actor to each of the marketing patterns of this MTB tofu industry chain. Calculation of added value using the Hayami method, namely value added is the difference between the value of output with the value of input issued. The added value obtained by each actor in the MTB tofu supply chain is the MTB tofu factory producer at Rp 5,318 / Kg, the large trader at Rp.1080 / Kg and the small trader Rp.3.148 / Kg with the profit rate for the MTB factory producer at 84%, the trader Big 35%, and Small Traders 57%. The highest value added distribution was recorded in the 3rd pattern with a total added value of Rp.9,369 / Kg and the smallest in the 1st pattern was Rp.6,378 / Kg.

Keywords: *Tofu, value added, and value chain*



**ANALISIS RANTAI NILAI INDUSTRI TAHU
PADA PABRIK MTB KOTA PADANG**

TUGAS AKHIR

*Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Sarjana pada Jurusan
Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Andalas*

Oleh:

UNIVERSITAS ANDALAS

PRIMALEON AGESTU

1510931007

Pembimbing:

Henmaidi, Ph.D



**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG**

2020