

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri merupakan sektor yang memiliki peranan penting dalam pengembangan suatu wilayah. Pandangan semua negara setuju akan pentingnya industrialisasi adalah suatu keharusan karena menjamin kelangsungan pembangunan ekonomi jangka panjang dengan laju pertumbuhan ekonomi yang tinggi dan berkelanjutan menghasilkan peningkatan pendapatan perkapita setiap tahun. Pembangunan ekonomi di suatu negara dalam periode jangka panjang akan membawa perubahan mendasar dalam struktur ekonomi negara tersebut, yaitu dari ekonomi tradisional yang dititikberatkan pada sektor pertanian ke ekonomi modern yang didominasi oleh sektor industri (Tambunan, 2001: 15).

Setiap wilayah memiliki kekhasannya sendiri dan sangat beragam jenisnya, kekhasan tersebut bisa dilihat dari berbagai sudut pandang, bagaimana kita melihat dan menafsirkan setiap fenomena yang ada. Kekhasan yang ada di setiap wilayah akan terus berkembang ketika banyak yang tetap memegang teguh kekhasan tersebut, tetapi akan berbanding terbalik ketika kekhasan yang ada mulai dilupakan dan ditinggalkan mungkin yang ada hanya tinggalah sebuah kenangan (Khairunisa, 2020). Kekhasan yang dimiliki oleh suatu wilayah bisa menjadi daya dukung wilayah tersebut dalam peningkatan, pembangunan bahkan pendapatan daerah. Tetapi selain itu faktor mengurangi tingkat pengangguran pun sangat memungkinkan terjadi di wilayah tersebut (Apriliani, F. 2016)

Usaha industri kecil yang ada di pedesaan maupun di tempat-tempat lain, biasanya mengalami berbagai hambatan dalam menghasilkan volume produksi, sehingga pendapatan dari industri kecil juga menjadi rendah. Disamping itu industri kecil harus bersaing dengan industri lainnya yang berskala besar maupun menengah. Kegiatan produksi tidak akan terwujud dan terlaksana tanpa adanya alat atau benda yang digunakan untuk memproduksi suatu barang. Dalam kegiatan produksi dibutuhkan tempat untuk produksi, peralatan produksi dan orang yang melakukan produksi. Benda-benda atau alat-alat yang digunakan untuk terselenggaranya proses produksi disebut faktor-faktor produksi. Jadi, faktor produksi adalah setiap benda atau alat yang digunakan untuk menciptakan, menghasilkan benda atau jasa (Kimbal, 2015). Faktor-faktor produksi disebut juga sumber daya

ekonomi, atau alat produksi yang meliputi faktor produksi alam, faktor produksi tenaga kerja, faktor produksi modal dan faktor produksi ketrampilan (Mintopurwo, 2000).

Dalam proses produksi, faktor-faktor produksi harus digabungkan, artinya antara faktor produksi yang satu dengan yang lainnya tidak dapat berdiri sendiri tetapi harus dikombinasikan. Faktor-faktor yang mempengaruhi berkembangnya suatu industri meliputi modal, tenaga kerja, bahan mentah / bahan baku, transportasi, sumber energi atau bahan bakar, tenaga kerja dan pemasaran (Godam, 2006). Keterkaitan usaha industri dilakukan untuk memenuhi kebutuhan input dan output industri. Menurut Canfei Hei dan Shengjun Zhu (2016) dibagi menjadi 3 macam, yaitu :

1. *Backward Linkage* (Keterkaitan yang terjadi dalam material bahan dalam aktifitas produksi)
2. *Forward Linkage* (Keterkaitan yang terjadi antara pengusaha industri kepada konsumen yang membeli barang produksi)
3. *Side Ways* (Persaingan antar pengusaha)

Selain itu kebutuhan akan keterkaitan industri juga dibagi menjadi 2 macam yaitu keterkaitan vertikal dan horizontal. Menurut Dijk dan Sverisson dalam Pertiwi (2006) dalam AD. Norzistya (2016), keterkaitan horizontal adalah adanya hubungan saling kerja sama dan bertukar informasi antar perusahaan industri. Sedangkan keterkaitan secara Vertikal yaitu adanya keterkaitan dalam kebutuhan pemesanan barang dalam kegiatan.

Menurut Hirschman (1958) dalam sektor produktif mekanisme pendorong pembangunan yang tercipta sebagai akibat dari adanya hubungan antara berbagai industri dalam menyediakan barang-barang yang digunakan sebagai bahan mentah dalam industri lainnya dibedakan menjadi dua macam yaitu pengaruh keterkaitan ke belakang (*backward linkage effects*) dan pengaruh keterkaitan ke depan (*forward linkage effects*). Pengaruh keterkaitan ke belakang maksudnya adalah tingkat rangsangan yang diciptakan oleh pembangunan suatu industri terhadap perkembangan industri-industri yang menyediakan input (bahan baku) bagi industri tersebut. Sedangkan pengaruh keterkaitan ke depan adalah tingkat rangsangan yang diciptakan oleh pembangunan suatu industri terhadap perkembangan industri-industri yang menggunakan produk industri pertama sebagai input (bahan baku).

Hirschman (1958) menganggap bahwa pengaruh kaitan ke belakang lebih penting peranannya dalam mendorong perkembangan industri dibandingkan dengan dorongan yang diciptakan oleh pengaruh kaitan ke depan. Oleh karena itu, Hirschman mendahulukan industri - industri yang mempunyai pengaruh kaitan ke belakang yang lebih tinggi. Sektor industri yang mempunyai kaitan ke belakang tinggi menurut Hirschman adalah sektor industri barang setengah jadi yang memiliki kemampuan paling besar mendorong investasi di sektor lain. Industri kecil memiliki peranan yang besar dalam mendorong pembangunan di daerah khususnya pedesaan. Dalam hal ini bisa dilihat bahwa pembangunan di daerah tidak terlepas dari pembangunan nasional dalam rangka pencapaian sasaran pembangunan yang disesuaikan dengan potensi daerah dan aspirasi daerah. Indonesia sebagai negara berkembang saat ini sedang giat-giatnya melakukan pembangunan untuk memajukan negaranya.

Pembangunan industri penghasil bahan baku atau industri material sangat berguna bagi masyarakat dan juga pemerintah, terlebih lagi jika pembangunan industri itu dimulai dari industri-industri kecil hingga menengah yang ditempatkan di lokasi jauh dari kota atau pada lokasi pedesaan karena itu sangat membantu perekonomian masyarakat dan pembangunan desa itu sendiri. Sama halnya dengan industri tahu yang merupakan industri khas yang ada di Indonesia yang sebagian besar pengrajinnya masih menggunakan alat produksi yang masih sederhana dan kebanyakan industri rumah tangga yang tentunya memberikan dampak positif perekonomian. Berikut tabel 1.1 perkembangan konsumsi tahu dan tempe serta prediksi tahun 2019-2021.

Tabel 1.1 Perkembangan Konsumsi Tahu dan Tempe Dalam Rumah Tangga di Indonesia Tahun 2002-2018 Serta Prediksi Tahun 2019-2021.

Tahun	Konsumsi tahu (kg/perkapita/tahun)	Konsumsi Tempe (kg/perkapita/tahun)
2002	7,72	8,29
2003	7,46	8,24
2004	6,73	7,30
2005	6,88	7,56
2006	7,20	8,71
2007	8,50	7,25
2008	7,14	7,04
2009	7,04	6,94

Lanjutan Tabel 1.1

Tahun	Konsumsi tahu (kg/perkapita/tahun)	Konsumsi Tempe (kg/perkapita/tahun)
2010	6,99	7,25
2011	7,40	7,30
2012	6,99	7,09
2013	7,04	7,09
2014	7,07	6,95
2015	7,49	6,98
2016	7,87	7,35
2017	8,16	7,68
2018	8,23	7,61
Rata-rata	7,41	7,49
2019	8,38	7,89
2021	8,52	7,95

Sumber : SUSENAS, BPS 2019

Berdasarkan tabel 1.1 Konsumsi tahu dan tempe berdasarkan rumah secara nasional per kapita per tahun menunjukkan daya konsumsi tahu lebih sedikit dari tempe tetapi tiap tahun terus mengalami peningkatan dari tahun 2002 sampai 2018. Perkembangan konsumsi tahu di tingkat rumah tangga di Indonesia selama tahun 2002-2018 berfluktuatif. Rata-rata konsumsi tahu tahun 2002-2018 adalah sebesar 7,41 kg/kapita/th. Sementara untuk konsumsi tempe sedikit lebih besar dari konsumsi tahu pada periode yang sama yaitu sebesar 7,49 kg/kapita/th. Prediksi konsumsi kedelai dalam wujud tahu tahun 2019 hingga 2021 diperkirakan meningkat rata-rata sebesar 1,78%. Konsumsi tahu diprediksikan sebesar 8,38 kg/kapita pada tahun 2019 dan terus meningkat sebesar 8,52 kg/kapita pada tahun 2021. Begitu pula untuk konsumsi tempe diprediksikan mengalami peningkatan dibandingkan tahun 2018. Konsumsi tempe diprediksikan sebesar 7,89 kg/kapita pada tahun 2019 dan terus meningkat menjadi sebesar 7,95 kg/kapita pada tahun 2021.

Kecamatan Adiwerna merupakan kecamatan berbatasan dengan kecamatan Dukuhturi di utara Talang dan Pangkah di timur, kecamatan Slawi dan Dukuhwaru di selatan dan kecamatan Jatibarang Brebes di sebelah Barat. Salah satu industri yang sampai saat ini terus berkembang dan bertahan ialah industri tahu. Sudah tidak asing lagi kecamatan Adiwerna merupakan sentranya industri tahu di Kabupaten Tegal. Berikut tabel 1.2 Jumlah industri di Kecamatan Adiwerna tahun 2017-2019.

Tabel 1.2 Jumlah Industri tahu di Kecamatan Adiwerna Tahun 2017-2019

Tahun	Jumlah
2017	814
2018	527
2019	513

Sumber : BPS Kecamatan Adiwerna tahun 2020

Berdasarkan Tabel 1.2 dari data tahun 2017 jumlah industri sebanyak 814 unit mengalami penurunan pada tahun berikutnya menjadi 527 dan kembali menurun pada 2019 sebanyak 513 unit. Tentunya ada beberapa faktor yang mempengaruhi penurunan tersebut diantaranya naiknya harga bahan baku kedelai karena kebanyakan mengandalkan kedelai impor. Peningkatan harga kedelai impor memberikan dampak yang besar terhadap industri tahu dan tempe dimana biaya bahan baku ini mengambil porsi sebanyak 82,99 persen dari total biaya produksi. Peningkatan harga kedelai impor mengakibatkan pengrajin tahu di beberapa wilayah tidak memproduksi lagi dan pindah ke usaha lain. Hal ini diduga terjadi karena modal yang dimiliki terbatas untuk membeli kedelai akibat fluktuasi harga kedelai(Dermawan, 1999). Berikut data kenaikan harga kedelai di tiap tahunnya.

Tabel 1.3 Harga kedelai impor dari tahun 2017-2019.

Tahun	Harga kedelai
2017	Rp 6.300-6.500
2018	Rp 7.000-7.200
2019	Rp 8.000-9000

Sumber : BPS Kecamatan Adiwerna tahun 2020.

Berdasarkan Tabel 1.3 dari data tahun 2017 dengan harga kedelai Rp 6.300-6.500 dan terus mengalami kenaikan di tiap tahunnya dengan data terakhir pada tahun 2019 Rp 8.000-9.000 (Sampai dengan sekarang). Salah satu faktor harga kedelai terus mengalami kenaikan ialah kedelai impor yang berasal dari China dan Amerika yang tentunya sangat berpengaruh terhadap dollar apabila dollar sedang menguat terhadap rupiah. Dengan terus naiknya harga kedelai akan sangat memberikan pengaruh terhadap keberlangsungan industri tahu mengingat bahan baku kedelai merupakan salah satu terpenting dalam proses produksi. Tentunya perlunya peranan pemerintah untuk menekan harga kedelai agar lebih stabil.

Menurut data Listing sensus ekonomi tahun 2018. Masalah yang dimiliki wilayah yang memiliki potensi ekonomi dengan produk unggulannya ialah sedikitnya pengusaha yang mengakses secara produktif (Modal, teknologi dan pasar) sehingga pelaku usaha belum optimal dalam pengembangan produk yang dimilikinya. Tak terkecuali dengan industri tahu yang ada di Kecamatan Adiwerna ini dirasa belum optimal dalam pengelolaan SDM serta pemasarannya. Industri tahu di Kecamatan Adiwerna kebanyakan masih berada pada level usaha kecil. Usaha kecil tentunya sangat bergantung pada nilai pasar yang terjadi terutama berkaitan dengan bahan baku kedelai yang masih mengandalkan kedelai impor. Berkaitan dengan bahan baku utamanya yang terus mengalami kenaikan tiap tahunnya serta jangkauan pemasaran yang belum optimal.

Kajian berkaitan dengan industri tahu tentunya perlu dilakukan mengingat industri tahu merupakan sektor unggulan di Kecamatan Adiwerna yang dapat menjadi sektor kunci dalam perkembangan ekonomi di wilayah di Kecamatan Adiwerna khususnya. Tinjauan geografi berkaitan dengan aspek keruangan salah satu caranya dengan kajian strategis industri yang menghubungkan keterkaitan industri backward linkage dan forward linkage. Keberadaan industri di Kecamatan Adiwerna secara umum menyebar hampir di setiap desa di kecamatan. Berdasarkan yang disebutkan diatas penelitian ini berusaha menelaah dengan pembatasan masalah distribusi spasial pemasaran serta keterkaitan backward linkage dan forward linkage.

Dari latar belakang di atas maka peneliti menentukan judul untuk penelitian ini yaitu **“ANALISIS KETERKAITAN USAHA INDUSTRI TAHU DI KECAMATAN ADIWERNA KABUPATEN TEGAL DI TAHUN 2019”**.

1.2 Perumusan Masalah

1. Bagaimana distribusi spasial pemasaran usaha industri Tahu di Kecamatan Adiwerna Kabupaten Tegal?
2. Bagaimana keterkaitan usaha industri Tahu di Kecamatan Adiwerna Kabupaten Tegal?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengkaji distribusi pemasaran usaha industri tahu di Kecamatan Adiwerna Kabupaten Tegal.
2. Mengkaji keterkaitan usaha industri Tahu di Kecamatan Adiwerna Kabupaten Tegal.

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Sebagai sumbangan pemikiran dan bahan pertimbangan serta masukan bagi penentu kebijakan dalam rangka pembinaan dan pengembangan industri pedesaan.
2. Hasil penelitian sebelumnya dan penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan yang akan datang dan dijadikan sumber referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya di bidang Produksi pada Usaha Mikro Kecil Menengah khususnya di industri tahu.

1.5 Telaah Pustaka dan Penelitian Sebelumnya

1.5.1 Telaah Pustaka

1.5.1.1 Definisi Industri

Industri adalah setiap unit produksi yang membuat suatu barang atau mengerjakan sesuatu di suatu tempat tertentu untuk keperluan masyarakat (Bintarto, 1997:87). Industri dapat didefinisikan sebagai usaha yang melakukan kegiatan merubah bahan mentah menjadi bahan jadi atau setengah jadi yang kurang bernilai menjadi barang yang lebih tinggi nilainya (BPS, 2002:8). Definisi lain mengatakan bahwa industri adalah suatu usaha yang memproduksi bahan mentah melalui proses penggarapan dalam jumlah besar sehingga bahan tersebut dapat diperoleh dengan harga serendah mungkin tetapi dengan mutu setinggi mungkin (Sandy, 1985:148).

Industri dari sudut pandang geografi adalah industri sebagai suatu sistem, yang merupakan perpaduan sub sistem fisis dan sub sistem manusia. Subsistem fisis meliputi lahan, bahan baku, energi, iklim dengan proses alamiahnya. Sedangkan subsistem manusia meliputi tenaga kerja, teknologi, tradisi, politik, pemerintahan, transportasi dan komunikasi, konsumen dan pasar. Relasi, asosiasi dan interaksi komponen tersebut dalam satu ruang merupakan bidang pengkajian geografi (Sumaatmaja, 1981:179).

1.5.1.2 Industri Tahu

Industri Tahu merupakan industri olahan makanan yang terbuat dari bahan baku kedelai, dan prosesnya masih sederhana dan terbatas pada skala rumah tangga. Suryanto (dalam Hartaty, 1994) menyatakan bahwa yang dimaksud dengan tahu adalah makanan padat yang dicetak dari sari kedelai (*Glycine spp*) dengan proses pengendapan protein pada titik isoelektriknya, tanpa atau dengan penambahan zat lain yang diizinkan.

1.5.1.3 Distribusi Spasial

Distribusi diartikan sebagai persebaran. Persebaran dalam hal ini adalah posisi lokasi yang terletak disuatu area/tempat dalam keadaan tertentu (Subekhan, 2007:15). Pengertian spasial dari pandangan geografi adalah pengertian yang bersifat rigid, yakni segala hal yang menyangkut lokasi atau tempat (Rustiadi dkk, 2009:50). Spasial berarti keruangan, istilah ruang (*space*) dapat diartikan sebagai bagian tertentu dari permukaan bumi yang mampu mengakomodasikan berbagai bentuk kegiatan manusia dalam memenuhi kebutuhan kehidupannya (Yunus, 2010:45). Lokasi merupakan letak dari suatu objek (Kamus Besar Bahasa Indonesia 1988:415). Dalam kajian geografi lokasi merupakan suatu konsep geografi yang dapat menunjukkan posisi suatu tempat, benda atau gejala di permukaan bumi. Lokasi dalam ruang atau spasial terdiri dari lokasi absolut dan lokasi relatif. Lokasi absolut adalah lokasi yang berkenaan dengan posisi menurut garis lintang dan garis bujur (letak astronomis). Sedangkan lokasi relatif adalah lokasi suatu tempat yang bersangkutan dengan hubungan tempat atau wilayah itu dengan faktor alam atau faktor budaya yang ada disekitarnya (Sumaatmaja, 1998:118).

1.5.1.4 Pemasaran Industri

Pemasaran dapat diartikan dengan menjual barang-barang tepat harga, tepat tempat dan dalam waktu yang tepat pula (Daveis, 1993:31). Daerah jangkauan pemasaran ini untuk mencukupi kebutuhan masyarakat atau konsumen di dalam suatu wilayah terhadap barang yang dibutuhkan (<http://id.wikipedia.org/wiki/Pemasaran>. 15 Desember 2012). Pemasaran berarti bekerja dengan pasar sasaran untuk mewujudkan pertukaran yang potensial dengan maksud memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia (Kotler, 2001:9). Pemasaran merupakan suatu sistem keseluruhan dari kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memerlukan kebutuhan baik pembeli yang ada maupun pembeli yang potensial (Stanton, 1996:5). Kotler (1997:8) mendefinisikan pemasaran adalah segala kegiatan yang berhubungan dengan penyampaian barang dan jasa, sejak dari produsen sampai ke konsumen yang terakhir. Menurut Stanton (2001:7) definisi pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Sedangkan menurut Wasis (1997:145) pemasaran adalah kegiatan yang berhubungan dengan penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen yang diselenggarakan dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen dan mencapai kebutuhan perusahaan.

1.5.1.5 Keterkaitan Industri

Porter (1994) menyatakan keterkaitan adalah hubungan antara cara satu aktivitas nilai dilaksanakan dan biaya/kinerja aktivitas lain. Keterkaitan dapat menghasilkan keunggulan bersaing dengan dua cara yaitu optimisasi dan koordinasi. Keterkaitan menyiratkan bahwa biaya perusahaan/meningkatkan diferensiasi bukan sekadar hasil dari upaya untuk mengurangi biaya atau meningkatkan kinerja dalam tiap aktivitas nilai secara individual. Keterkaitan di antara aktivitas-aktivitas nilai muncul dari beberapa sebab generik antara lain: Fungsi yang sama dapat dilaksanakan dengan cara yang berbeda, biaya/kinerja aktivitas langsung ditingkatkan melalui upaya yang lebih besar dalam aktivitas tak langsung, aktivitas yang dilaksanakan dalam perusahaan mengurangi kebutuhan

untuk melakukan peragaan, menjelaskan atau memperbaiki produk di lapangan, fungsi pemastian mutu dapat dilaksanakan dengan cara-cara yang berbeda. Selain itu keterkaitan antar industri dapat dilihat juga dari kebutuhan yang diperoleh dari industri hulu (upstream industry) dan penggunaan output suatu industri hilir (downstream industry). Keterkaitan usaha industri dilakukan untuk memenuhi kebutuhan input dan output industri. Menurut Canfei Hei dan Shengjun Zhu (2016) dibagi menjadi 3 macam, yaitu :

1. *Backward Linkage* (Keterkaitan yang terjadi dalam material bahan dalam aktifitas produksi)
2. *Forward Linkage* (Keterkaitan yang terjadi antara pengusaha industri kepada konsumen yang membeli barang produksi)
3. *Side Ways* (Persaingan antar pengusaha)

Selain itu kebutuhan akan keterkaitan industri juga dibagi menjadi 2 macam yaitu keterkaitan vertikal dan horizontal. Menurut Dijk dan Sverisson dalam Pertiwi (2006) dalam AD. Norzistya (2016), keterkaitan horizontal adalah adanya hubungan saling kerja sama dan bertukar informasi antar perusahaan industri. Sedangkan keterkaitan secara Vertikal yaitu adanya keterkaitan dalam kebutuhan pemesanan barang dalam kegiatan.

1.5.1.6 Karakteristik Industri

Karakteristik adalah suatu ciri-ciri yang dimiliki yang membedakan sesuatu dengan yang lainnya. Menurut Radjiman (1998) bahwa karakteristik utama industri yaitu a) Faktor Fisik, meliputi bahan baku dan tenaga, b) Faktor manusia dan ekonomi, meliputi penyediaan tenaga kerja, transportasi, pasar, pengaruh pemerintah dan faktor historis lainnya (<http://perencanaankota.blogspot.com> diakses 12 Januari 2018). Sedangkan Karakteristik industri menurut Alina dalam Robinson dalam Daldjoeni (2013) yaitu bahan mentah, sumberdaya tenaga meliputi tenaga air dan tenaga listrik, tenaga kerja, pemasaran dan transportasi. Dalam penelitian ini karakteristik industri yang digunakan meliputi modal, bahan baku, proses produksi, tenaga kerja dan pemasaran.

1.5.1.7 Faktor-faktor industri

Terdapat beberapa Faktor-faktor industri yang berpengaruh dalam menunjang produksi antara lain :

1. Modal

Modal dalam perusahaan persoalan yang tidak akan berakhir. Definisi modal menurut Muwanir menyatakan bahwa :Modal merupakan hak atau bagian yang dimiliki oleh pemilik perusahaan yang ditunjukkan dalam pos modal (modal saham), surplus dan laba yang ditahan, atau kelebihan nilai aktiva yang dimiliki oleh perusahaan terhadap seluruh hutang-hutangnya (Muwanir,2004: 19).Asal modal dapat dibagi menjadi dua macam yaitu.

- a. Modal sendiri, adalah modal yang berasal dari pemilik usaha dan tertanam untuk jangka waktu tidak tertentu.
- b. Modal pinjaman, adalah modal yang berasal dari luar, modal tersebut merupakan utang yang harus dibayar.Modal dalam hal ini adalah asal atau sumber biaya yang diperlukan dalam berdirinya atau dalam kegiatan industri untuk produksi produk lebih lanjut menggunakan modal sendiri atau modal pinjaman.

2. Tenaga kerja

Tenaga kerja merupakan penduduk usia kerja. Menurut Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 Bab I Pasal 1 ayat 2 mengungkapkan bahwa tenaga kerja ialah setiap orang yang dapat bekerja untuk menghasilkan barang atau jasa, baik untuk subsisten dan untuk masyarakat.Secara garis besar penduduk suatu negara bisa dibagi menjadi dua kelompok, yakni tenaga kerja. Populasi diklasifikasikan sebagai pekerja bila warga yang sudah memasuki usia kerja. Batas usia kerja yang berlaku di Indonesia yaitu 15 tahun – 64 tahun. Dalam hal ini, setiap orang yang dapat bekerja disebut dengan tenaga kerja.

3. Bahan Baku

Bahan Baku Bahan baku merupakan faktor produksi yang dibutuhkan dalam setiap proses produksi. Semakin besar jumlah bahan baku yang dimiliki, maka semakin besar pula kemungkinan jumlah produk yang dihasilkan, sehingga kemungkinan pendapatan yang diterima semakin besar dari hasil penjualan produksinya. Bahan baku merupakan jumlah bahan yang diperlukan untuk melaksanakan proses produksi dalam jangka waktu tertentu.

4. Transportasi

Nasution (2003:15) mengartikan transportasi sebagai pemindahan barang dan manusia dari tempat asal ke tempat tujuan. Terlihat tiga hal dalam hubungan ini yaitu ada muatan yang oleh sejumlah tujuan memiliki jumlah tertentu, komoditas yang dikirim atau diangkut dari sumber ke suatu tujuan, besarnya sesuai dengan permintaan dan kapasitas sumber, biaya pengangkutan komoditas dari suatu sumber tujuan jumlahnya pun juga tertentu sesuai dengan permintaan. Dalam prakteknya, menurut Nasution (2003:26)

5. Pemasaran

Pemasaran industri dikenal juga dengan pemasaran industrial, pemasaran bisnis, pemasaran antar-perusahaan, dan pemasaran organisasi. Pemasaran industri berbeda dengan pemasaran produk konsumsi terutama dalam hal penggunaan produk dan konsumen yang dituju, di mana pemasaran industri mengarahkan produknya kepada:

- a. Perusahaan yang akan menjual kembali produk tersebut,
- b. Perusahaan yang membeli produk tersebut untuk membantu proses produksinya, dan
- c. Lembaga atau organisasi yang membeli produk tersebut untuk membantu kegiatan operasionalnya.

Menurut Bingham yang dikutip oleh Subroto (2011:2) menyatakan bahwa, “pemasaran industri adalah kegiatan yang memfasilitasi terjadinya pertukaran produk dengan pelanggan dalam pasar industri, mencakup semua perusahaan yang membeli barang dan jasa industri, untuk digunakan dalam memproduksi barang dan jasa yang akan dijual, disewakan, atau dipasok kepada konsumen lain.”

1.5.1.8 Klasifikasi Industri Berdasarkan Tenaga Kerja

Berdasarkan jumlah tenaga kerja yang digunakan dalam sebuah industri , industri dapat dibedakan menjadi :

1. Industri Rumah Tangga, yaitu industri yang menggunakan tenaga kerja kurang dari empat orang. Ciri industri ini memiliki modal yang sangat terbatas, tenaga kerja berasal dari anggota keluarga, dan pemilik atau pengelola industri biasanya kepala rumah tangga.
2. Industri Kecil, yaitu industri yang tenaga kerjanya berjumlah sekitar 5 sampai 19 orang. Ciri industri kecil adalah memiliki modal yang relatif

kecil, tenaga kerjanya berasal dari lingkungan sekitar atau masih ada hubungan saudara.

3. Industri Sedang, yaitu industri yang menggunakan tenaga kerja sekitar 20 sampai 99 orang. Ciri industri sedang adalah memiliki modal yang cukup besar, tenaga kerja memiliki keterampilan tertentu, dan pimpinan perusahaan memiliki kemampuan manajerial tertentu.
4. Industri besar, industri yang menggunakan tenaga kerja > 100 orang.

1.5.1.9 Proses Produksi

Proses diartikan sebagai suatu cara, metode dan teknik bagaimana sesungguhnya sumber-sumber (tenaga kerja, mesin, bahan dan dana) yang ada diubah untuk memperoleh suatu hasil. Produksi adalah kegiatan untuk menciptakan atau menambah kegunaan barang atau jasa (Assauri, 1995). Proses juga diartikan sebagai cara, metode ataupun teknik bagaimana produksi itu dilaksanakan. Produksi adalah kegiatan untuk menciptakan dan menambah kegunaan (*Utility*) suatu barang dan jasa. Menurut Ahyari (2002) proses produksi adalah suatu cara, metode ataupun teknik menambah kegunaan suatu barang dan jasa dengan menggunakan faktor produksi yang ada.

1.5.2 Penelitian Sebelumnya

Vivit Zanuari (2016), dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Keterkaitan Usaha Industri Batik di Kabupaten Klaten Tahun 2016” dengan penggunaan metode survey yang bertujuan Menganalisis karakteristik usaha industri batik di daerah penelitian dan Menganalisis keterkaitan usaha industri Batik secara vertikal dan horizontal di daerah penelitian. Dengan hasil keterkaitan antara industri kecil serta industri rumah tangga batik, pada sebagian besar pengusaha berjenis kelamin laki-laki dan dalam usia produktif. Antara industri kecil dan rumah tangga lemah, karena dilakukan secara mandiri. Keterkaitan wilayah secara kuat terletak pada Bahan baku kebanyakan berasal dari luar. Keterkaitan secara kuat dengan sektor lainnya terletak di tenaga kerja, transportasi.

Khairunisa Z.A 2020, dalam penelitiannya yang berjudul “Kajian keterkaitan usaha dalam kluster industri kelom geulis di Kecamatan Tamansari Kota Tasikmalaya” dengan penggunaan metode survey yang bertujuan Menganalisis karakteristik usaha industri batik di daerah penelitian dan Menganalisis

keterkaitan usaha industri Batik secara vertikal dan horizontal di daerah penelitian dengan hasil penelitian.. Karakteristik usaha memiliki modal cukup, memiliki tenaga kerja yang berasal dari sekitar daerah penelitian, mengambil bahan baku dari daerah sekitar daerah penelitian, serta pemasaran produk yang sudah mencakup wilayah, lokal maupun mancanegara. Keterkaitan Usaha memiliki 2 keterkaitan yaitu keterkaitan horizontal meliputi menunjukan wilayah spasial asal bahan baku, asal tenaga kerja dan pemasaran. Keterkaitan vertikal menunjukan keterkaitan industri rumah tangga, kecil dan sedang berdasarkan alat, bahan baku, dan tenaga kerja

Ledy Putra Adhanyum 2013, dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Usaha Industri Tahu di Kecamatan Sragen Kabupaten Sragen” dengan penggunaan metode survey yang bertujuan Untuk mengetahui faktor produksi yang berpengaruh usaha industri tahu di daerah penelitian berdasarkan keterangan para pengusaha. Untuk mengetahui daerah asal tenaga kerja industri tahu di Kecamatan Sragen serta. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi besarnya pendapatan yang meliputi: Modal, tenaga kerja, dan pemasaran, untuk mengetahui sumbangan pendapatan. Dengan hasil penelitian Semakin tinggi besarnya produksi maka semakin tinggi pula besarnya pendapatan. Dengan demikian maka bisa dikatakan bahwa industri telah mengalami perkembangan. Setelah diketahui besarnya produksi maka kemudian dicari nilai hubungannya dengan faktor yang mempengaruhi industri tidak mengalami perkembangan antara lain : bahan baku, modal, dan jangkauan pemasaran.

Berdasarkan penelitian sebelumnya sebagai bahan referensi penelitian menekankan terhadap distribusi spasial pemasaran serta keterkaitan backward linkage dan forward linkage yang ada di industri tahu di Kecamatan Adiwerna pada tahun 2019 dengan tujuan Mengkaji distribusi pemasaran usaha industri tahu di Kecamatan Adiwerna Kabupaten Tegal dan Mengkaji keterkaitan usaha industri Tahu di Kecamatan Adiwerna Kabupaten Tegal. Serta persamaan dengan penelitian sebelumnya dengan penggunaan metode survey dengan analisis spasial dan deskriptif yang kemudian outputnya keterkaitan backward linkage dan forward linkage serta peta asal bahan baku serta peta jangkauan pemasaran.

Tabel 1.4 Penelitian Sebelumnya.

Nama Peneliti	Judul	Tujuan	Metode	Hasil
Ledy Putra Adnaniyum 2013	Analisis Usaha Industri Tahu di Kecamatan Sragen Kabupaten Sragen	1. Untuk mengetahui faktor produksi yang berpengaruh usaha industri tahu di daerah penelitian berdasarkan keterangan para pengusaha. 2. Untuk mengetahui daerah asal tenaga kerja industri tahu di Kecamatan Sragen. 3. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi besarnya pendapatan yang meliputi: Modal, tenaga kerja, dan pemasaran.	Survei	1) Semakin tinggi besarnya produksi maka semakin tinggi pula besarnya pendapatan. Dengan demikian maka bisa dikatakan bahwa industri telah mengalami perkembangan. Setelah diketahui besarnya produksi maka kemudian dicari nilai hubungannya dengan factor. 2) Faktor yang mempengaruhi industri tidak mengalami perkembangan antara lain : bahan baku, modal, dan jangkauan pemasaran.

Lanjutan Tabel 4.1

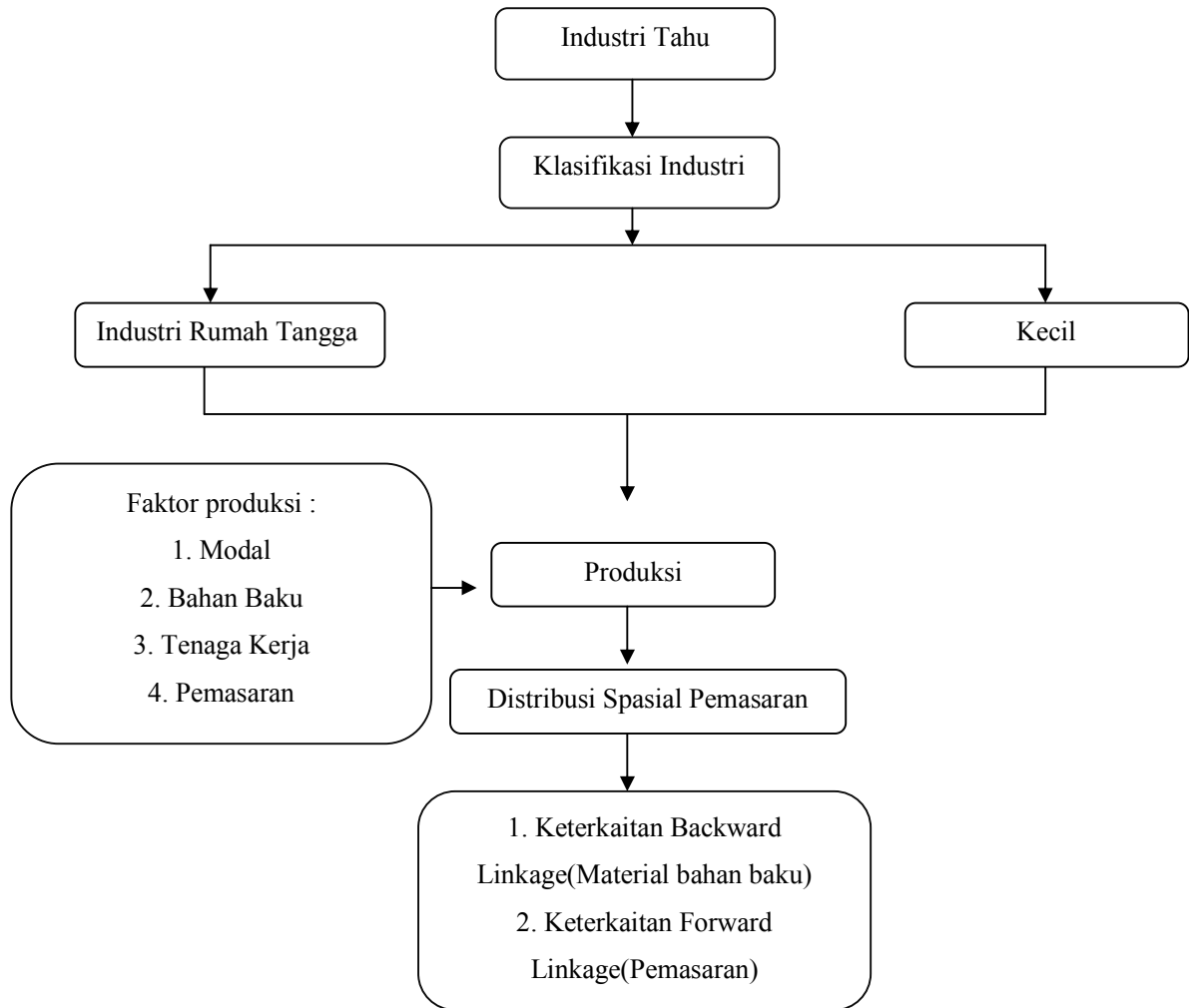
Nama Peneliti	Judul	Tujuan	Metode	Hasil
Vivit Zanuari 2016	Analisis Keterkaitan Usaha Industri Batik di Kabupaten Klaten Tahun 2016	1. Menganalisis karakteristik usaha industri batik di daerah penelitian. 2. Menganalisis keterkaitan usaha industri Batik secara vertikal dan horizontal di daerah penelitian	Survei	1. Keterkaitan antara industri kecil serta industri rumah tangga batik, pada sebagian besar pengusaha berjenis kelamin laki-laki dan dalam usia produktif. 2. Antara industri kecil dan rumah tangga lemah, karena dilakukan secara mandiri. Keterkaitan wilayah secara kuat terletak pada Bahan baku kebanyakan berasal dari luar. Keterkaitan secara kuat dengan sektor lainnya terletak di tenaga kerja, transportasi.
Mulyo Fajar Dwi Satrio (2020)	Analisis Keterkaitan Industri Tahu Di Kecamatan Adiwerna Kabupaten Tegal Tahun 2019	1. Mengkaji distribusi spasial pemasaran usaha industri tahu di Kecamatan Adiwerna Kabupaten Tegal. 2. Mengkaji keterkaitan usaha industri Tahu di Kecamatan Adiwerna Kabupaten Tegal.	Survei	1. Jangkauan pemasaran dianggap belum optimal mengingat pemasaran terbesar masih di lokasi penelitian perlu optimalisasi agar pengusaha mampu menjangkau keluar wilayah. 2. Keterkaitan forward linkage dan forward linkage bersifat seimbang dan penting mengingat jangkauan pemasaran serta bahan baku merupakan aspek penting dalam industri tahu di lokasi penelitian.

1.6 Kerangka Penelitian

Peningkatan harga kedelai impor memberikan dampak yang besar terhadap industri tahu dan tempe dimana biaya bahan baku ini mengambil porsi sebanyak 82,99 persen dari total biaya produksi. Peningkatan harga kedelai impor mengakibatkan pengrajin tahu di beberapa wilayah tidak berproduksi lagi dan pindah ke usaha lain. Hal ini diduga terjadi karena modal yang dimiliki terbatas untuk membeli kedelai akibat fluktuasi harga kedelai (Dermawan, 1999).

Penelitian yang dilakukan, peneliti ingin mengetahui keterkaitan backward linkage dan forward linkage serta distribusi spasial pemasaran industri tahu di Kecamatan Adiwerna Kabupaten Tegal. Industri merupakan salah satu penyumbang besar terhadap perekonomian nasional. Tahu merupakan produk olahan kacang kedelai yang memiliki kandungan protein nabati dan sangat digemari oleh masyarakat Indonesia. Tahu atau tofu berasal dari daratan Cina 164SM. Tahu biasanya dijadikan lauk pengganti daging sebagai sumber protein atau sebagai cemilan. Di Indonesia, tahu sangat mudah dijumpai mulai dari warung sayuran hingga rumah makan. Keberadaan industri tahu merupakan salah satu sektor unggulan di Kabupaten Tegal.

Penelitian bertujuan untuk mengetahui distribusi spasial pemasaran serta keterkaitan usaha industri. Faktor di masing-masing industri tahu berkaitan dengan jenis industri (Rumah tangga dan kecil), bahan baku, pemasaran. Keberadaan suatu industri di wilayah tersebut tentunya terdapat faktor pendorong terbukanya usaha industri tahu sehingga terdapat keterkaitan dalam usaha industri tahu. Hasil penelitian ini memberikan gambaran distribusi spasial pemasaran di daerah penelitian dan memberikan hubungan keterkaitan serta keruangan antar industri. Sehingga mampu memberikan solusi maupun penyelesain apabila daerah penelitian akan dikembangkan lebih lanjut.



Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran

Sumber : Penulis, 2020

1.7 Batasan Operasional

Industri

Industri Menurut Komaruddin adalah kegiatan berpikir untuk menguraikan suatu keseluruhan menjadi komponen sehingga dapat mengenal tanda-tanda komponen, hubungannya satu sama lain dan fungsi masing-masing dalam satu keseluruhan yang terpadu. (Komaruddin 2001).

Distribusi

Distribusi diartikan sebagai persebaran. Persebaran dalam hal ini adalah posisi lokasi yang terletak disuatu area/tempat dalam keadaan tertentu (Subekhan, 2007:15). Klasifikasi sebaran pada dasarnya dapat dibedakan menjadi tiga macam, diantaranya yaitu: 1) Mengelompok (Cluster), 2) Acak (Random), dan 3) Teratur (Reguler) (Yunus, 2010:52).

Bahan Baku

Menurut Sofjan Assauri (2008:241) bahan baku adalah: “Semua Bahan Baku meliputi semua bahan yang dipergunakan dalam perusahaan pabrik, kecuali terhadap bahan-bahan yang secara fisik akan digabungkan dengan produk yang dihasilkan oleh perusahaan pabrik tersebut”. Jadi Bahan Baku merupakan salah satu unsur yang paling aktif didalam perusahaan yang secara terus menerus diperoleh, diubah yang kemudian dijual kembali.

Tenaga Kerja

Menurut Pokok Ketenagakerjaan No. 14 Tahun 1969 menyatakan bahwa tenaga kerja ialah setiap orang yang dapat melakukan pekerjaan baik di dalam maupun di luar hubungan kerja guna menghasilkan barang atau jasa untuk memenuhi suatu kebutuhan masyarakat. Dalam hubungan ini maka pembinaan tenaga kerja adalah peningkatan kemampuan efektivitas tenaga kerja untuk melakukan pekerjaan.

Pemasaran

Menurut Kotler yang dikutip oleh Subroto (2011:1) Mendefinisikan pemasaran sebagai suatu proses sosial di mana setiap individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan mempertukarkan produk dan nilai dengan individu atau kelompok lainnya. Dengan kata lain pemasaran adalah kegiatan manusia untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia melalui proses pertukaran.

Dengan kata lain, pemasaran adalah proses penciptaan, pengkomunikasian, dan penyampaian nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan baik dengan pelanggan, dengan cara yang menguntungkan baik bagi perusahaan maupun bagi pelanggan.

Faktor Produksi

Faktor Produksi adalah sumber daya yang digunakan dalam sebuah proses produksi barang dan jasa. Pada awalnya, faktor produksi dibagi menjadi empat kelompok, yaitu tenaga kerja, modal, sumber daya alam, dan kewirausahaan. Namun pada perkembangannya, faktor sumber daya alam diperluas cakupannya menjadi seluruh benda tangible, baik langsung dari alam maupun tidak, yang digunakan oleh perusahaan, yang kemudian disebut sebagai faktor fisik (*physical resources*). Selain itu, beberapa ahli juga menganggap sumber daya informasi sebagai sebuah faktor produksi mengingat semakin pentingnya peran informasi di eraglobalisasi ini.(Griffin R: 2006)

Usaha

Usaha adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan secara tetap dan terus menerus agar mendapatkan keuntungan, baik yang dilakukan secara individu maupun kelompok yang berbentuk badan hukum maupun tidak yang didirikan dan berkedudukan disuatu tempat. (Harmaizar 2010).