

# Perancangan Sistem Produksi pada Industri Tahu Bandung Tono dengan Menggunakan Metode *SWOT*, Analisis *IFE-EFE* dan *TOWS Matriks*

## *Production System Design at Bandung Tono Tofu Industry Using SWOT Method, IFE-EFE Analysis, and TOWS Matrix*

Muhammad Daffa Syauqi<sup>1</sup>, Muhammad Ghani Ibrahim<sup>2</sup>, Mochamad Khadaffi<sup>3</sup>, Muhammad Bintang H.S<sup>4</sup>, Aprillia Tri Purwandari<sup>5</sup>, Sopian Maulana<sup>6</sup>

<sup>1</sup>Teknik Industri, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Al-Azhar Indonesia

<sup>1</sup>daffasyauqi007@gmail.com

### **Abstract**

*The tofu industry in Indonesia is a micro, small, and medium enterprise (MSME) sector that plays a strategic role as the main provider of plant-based protein for the community, but often faces classic challenges in terms of production system efficiency and environmental management. The methods used in this study include field observations, in-depth interviews, internal-external factor analysis (IFE-EFE), TOWS Matrix, and SWOT quadrant analysis to produce comprehensive recommendations. However, the study also identified fundamental weaknesses in the administrative and financial management systems, which are still manual in nature, a lack of innovation in product diversification, and inconsistent implementation of cleanliness standards (5S). Meanwhile, the main threats come from fierce competition from local producers and fluctuations in the price of imported soybean raw materials. Based on quantitative analysis, the weighted values on the IFE and EFE matrices place this business at the coordinates (0.36; 0.20) in the SWOT quadrant, indicating that the company is in a position of growth. Meanwhile, the results of mapping on the Internal-External (IE) Matrix place the company in Cell V with a Hold and Maintain strategy. This shows that the best strategy at this time is to focus on market penetration and product development without neglecting existing operational stability.*

**Keywords:** *Production System, SWOT Method, IFE-EFE Analysis, TOWS Matrix*

### **Abstrak**

Industri tahu di Indonesia merupakan sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang memiliki peran strategis sebagai penyedia sumber protein nabati utama bagi masyarakat, namun sering kali menghadapi tantangan klasik dalam aspek efisiensi sistem produksi dan manajemen lingkungan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini mencakup observasi lapangan, wawancara mendalam, analisis faktor internal-eksternal (IFE-EFE), Matriks TOWS, dan analisis kuadran SWOT untuk menghasilkan rekomendasi yang komprehensif. Namun, penelitian juga mengidentifikasi kelemahan mendasar pada sistem manajemen administrasi dan keuangan yang masih bersifat manual, kurangnya inovasi dalam diversifikasi produk, serta penerapan standar kebersihan (5S) yang belum konsisten. Sementara ancaman utama datang dari persaingan ketat produsen lokal dan fluktuasi harga bahan baku kedelai impor Berdasarkan analisis kuantitatif, nilai tertimbang pada matriks IFE dan EFE menempatkan bisnis ini pada titik koordinat (0,36; 0,20) dalam kuadran SWOT, yang mengindikasikan bahwa perusahaan berada pada posisi pertumbuhan (*Growth*). Sementara itu, hasil pemetaan pada Matriks Internal-Eksternal (IE) menempatkan perusahaan di Sel V dengan strategi *Hold and Maintain* (Pertahankan dan Pelihara). Hal ini menunjukkan bahwa strategi terbaik saat ini adalah fokus pada penetrasi pasar dan pengembangan produk tanpa mengabaikan stabilitas operasional yang sudah ada.

**Kata kunci:** Analisis IFE-EFE, Metode SWOT, Sistem Produksi, Tows Matrix

## Pendahuluan

Bagi orang Indonesia nama tahu tentulah tidak asing lagi untuk didengar, karena tahu sudah termasuk makanan pokok (pengganti ikan). Tahu merupakan salah satu jenis makanan yang asal mulanya dari negeri China namun sudah memasyarakat di Indonesia.[1] Industri rumah tangga termasuk dalam penggolongan industri kecil. Industri kecil seperti industri pembuatan tahu banyak berkembang di pedesaan dan perkotaan. Umumnya industri kecil memiliki peralatan dan pengolahan yang sederhana. Sayangnya ditinjau dari segi lingkungan, berkembangnya industri kecil pada tingkat rumah tangga sangat membahayakan kehidupan masyarakat, karena setiap industri rumah tangga ternyata tidak memperhatikan tata letak pabrik maupun sistem pembuangan limbah.[2] Beberapa industri yang ada di sentra industri tahu ini, mengolah bahan dasar pembuat tahu dengan menggunakan kedelai. Lingkungan kerja di industri ini berada pada lingkungan kerja yang panas.[3] Produksi tahu masih dilakukan dengan teknologi yang sederhana yang sebagian dibuat oleh para pengrajin sendiri maupun oleh industri kecil, dan dalam skala industri rumah tangga atau industri kecil, sehingga tingkat efisiensi penggunaan sumber daya yaitu air dan bahan kedelai dirasakan masih rendah dan tingkat produksi limbahnya sangat tinggi.[4] Kegiatan industri tahu di Indonesia didominasi oleh usaha-usaha skala kecil dengan modal yang terbatas. Dari segi lokasi, industri tahu tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Sumber daya manusia yang terlibat dalam proses produksi tahu pada umumnya bertaraf pendidikan yang rendah.[5]

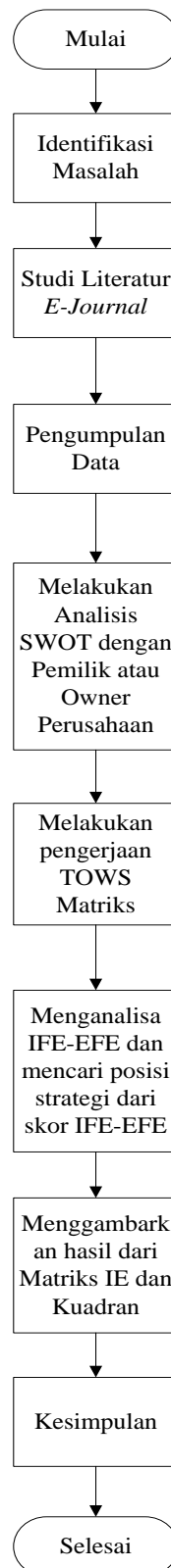
Sistem produksi merupakan suatu seperangkat hal yang berhubungan dengan semua keputusan, aktivitas, batasan, kontrol, dan rencana yang dimaksudkan untuk mengubah masukan menjadi keluaran.[6] Teknik pengumpulan data primer pada penelitian ini meliputi observasi dan wawancara. Observasi dilakukan untuk mengamati produksi tahu secara langsung dan memperoleh sebaran unit industri tahu. Wawancara dilakukan untuk memperoleh sistem produksi tahu secara umum.[7] Salah satu cara untuk menjaga keuntungan serta keberlanjutan industri tahu adalah dengan menciptakan efisiensi pada sistem produksi agar dapat menekan biaya yang dikeluarkan.[8]

Analisis SWOT yaitu identifikasi terhadap kekuatan dan kelemahan didalam suatu organisasi serta peluang dan ancaman didalam proses bisnis. Dalam analisis ini untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan di suatu usaha dan untuk membangun strategi bisnis yang dihadapi serta mengetahui peluang dan ancaman sehingga dapat mempertahankan usaha dari ancaman yang dihadapi.[9] Pada tahap analisis SWOT ini bertujuan untuk menggambarkan situasi dan kondisi yang sedang dihadapi dan bukan alat analisis yang dapat memberikan solusi terhadap masalah yang dihadapi.[10]

Analisis IFE (Internal Factor Evaluation) dan EFE (External Factor Evaluation) adalah dua alat analisis strategis yang digunakan untuk mengevaluasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja suatu organisasi.[11] Analisis matriks IFE dan EFE dilakukan terhadap faktor-faktor strategik lingkungan internal dan eksternal perusahaan, sehingga diperoleh faktor-faktor kunci yang termasuk ke dalam kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan.[12] Matriks IFE dan EFE tersusun atas bobot, rating, dan nilai tertimbang. Nilai tertimbang didapatkan dari hasil perkalian antara bobot dengan rating. Nilai tertimbang berkisar antara 1,0 (terendah) sampai dengan 4,0 (tertinggi).[13]

Matriks atau portofolio TOWS merupakan alat yang dapat membantu manager untuk mengembangkan 4 jenis strategi, yaitu strategi SO (*Strengths - Opportunities*), strategi WO (*Weaknesses - Opportunities*), strategi ST (*Strengths - Threats*), dan strategi WT (*Weaknesses - Threats*). Analisis TOWS dilakukan dengan melihat hasil analisis lingkungan eksternal dan internal.[14] Analisis TOWS dimulai dengan memeriksa faktor eksternal dengan melakukan analisis *threats opportunities*, kemudian diikuti dengan kajian kondisi internal perusahaan berupa *weaknesses-strengths*. ketiga matrik *threats opportunities-weaknesses-strengths*. [15]

## Metode Penelitian



Gambar 1 *Flowchart* Penelitian

## Hasil dan Pembahasan



Gambar 2 Pengambilan Data Tahu Bandung Tono

Pada Gambar 2 merupakan pengambilan data secara langsung ke tempat usaha Tahu Bandung Tono untuk melakukan sesi wawancara, setelah data yang didapatkan selanjutnya pengolahan data dengan metode SWOT, Analisis IFE-EFE dan TOWS Matriks.

Tabel 1 SWOT

Strengths (Kekuatan)	Weaknesses (Kelemahan)	Opportunities (Peluang)	Threats (Ancaman)
1. Kualitas produk terjaga – menggunakan bahan baku kedelai berkualitas.	1. Manajemen administrasi dan keuangan masih sederhana – pencatatan belum sepenuhnya terkomputerisasi.	1. Permintaan pasar yang terus meningkat – tahu merupakan makanan pokok yang dikonsumsi banyak kalangan.	1. Persaingan ketat antar produsen tahu lokal – banyak pabrik tahu kecil menengah di setiap daerah.
2. Harga produk terjangkau – cocok untuk berbagai lapisan masyarakat sehingga memiliki pasar yang luas.	2. Kurangnya inovasi produk – masih fokus pada tahu konvensional tanpa diversifikasi seperti tahu krispi, tahu bakso, tahu isi, dll.	2. Kesadaran masyarakat terhadap makanan sehat dan protein nabati meningkat, mendukung penjualan tahu.	2. Perubahan selera konsumen – munculnya makanan instan dan cepat saji dapat menurunkan minat pada tahu tradisional.
3. Tenaga kerja berpengalaman – karyawan sudah terbiasa dengan proses produksi tradisional maupun modern.	3. Kualitas produk bisa tidak konsisten – tergantung kondisi kedelai, cuaca, dan pengawasan pekerja.	3. Dukungan pemerintah terhadap UMKM pangan – peluang untuk mendapatkan pelatihan, peralatan, atau pembiayaan.	3. Masalah lingkungan – pengelolaan limbah cair yang tidak tepat dapat menyebabkan pencemaran dan teguran pemerintah.
4. Hubungan baik dengan pemasok dan pelanggan – menjaga kontinuitas pasokan bahan baku dan loyalitas pelanggan.	4. Kurangnya penerapan sistem 5S secara menyeluruh – kebersihan dan kerapian belum dijaga dengan standar yang sama setiap hari.	4. Teknologi produksi modern – memungkinkan efisiensi energi dan peningkatan kapasitas produksi.	4. Kurangnya regenerasi tenaga kerja muda – pekerjaan di pabrik tahu dianggap berat dan kurang menarik bagi generasi muda.
5. Produk ramah lingkungan – limbah padat dapat dimanfaatkan untuk pakan ternak.	5. Pemasaran masih bergantung pada penjualan lokal – belum ada strategi distribusi yang lebih luas atau digital marketing.	5. Potensi ekspansi pasar melalui online marketing atau kemasan modern – menarik segmen konsumen muda.	5. Kenaikan harga bahan baku – secara umum harga kedelai impor mengalami tren kenaikan karena pelemahan rupiah

Pada Tabel 1 Tahu Bandung Tono sangat bergantung pada baiknya barang serta hematnya biaya. Memilih bahan kedelai bermutu serta harga bersaing memberi produk ini nilai lebih di semua lapisan masyarakat. Hal itu didukung oleh pekerja ahli serta relasi baik dengan penjual dan pembeli. Uniknya, bisnis ini telah memakai cara yang menjaga alam dengan memakai sisa produksi jadi makanan hewan. Namun, ada hal kurang yang besar dalam hal pengaturan serta ide baru. Pengaturan uang masih pakai cara lama dan belum serba digital, yang bikin bahaya pada tepatnya informasi. Selain itu, pilihan produk masih fokus pada jenis tahu biasa tanpa ada macam lain seperti tahu krispi atau tahu bakso, serta memakai aturan kebersihan (5S) yang belum selalu sama. Hanya memakai cara promosi biasa di daerah yang tidak pakai alat digital juga menghalangi jauhnya pasar kini. Terdapat harapan besar saat kesadaran orang akan protein nabati dan makanan sehat makin tinggi. Bantuan pemerintah bagi UMKM pangan memberi jalan agar bisnis bisa memperoleh latihan juga pendanaan. Selain itu, memakai teknologi produksi baru dan memakai digital marketing serta bungkus yang lebih bagus adalah kesempatan baik untuk menarik kelompok konsumen muda dan menaikkan jumlah produksi. Di sisi lain, Tahu Bandung Tono punya masalah besar dari saingan kuat antara pembuat tahu lokal dan perubahan pilihan konsumen yang mulai pindah ke makanan cepat saji. Soal lingkungan soal mengurus sampah cair juga jadi masalah hukum jika tidak diurus secara benar. Selain itu, hal makroekonomi seperti naiknya harga kedelai yang diimpor karena rupiah melemah juga kurangnya minat anak muda untuk bekerja di pabrik tahu adalah tantangan lama yang harus cepat diselesaikan.

Tabel 2 TOWS Matriks

	Strengths (Kekuatan)	Weaknesses (Kelemahan)
	1. Kualitas produk terjaga 2. Harga produk terjangkau 3. Tenaga kerja berpengalaman 4. Hubungan baik dengan pemasok dan pelanggan 5. Proses produksi ramah lingkungan	1. Manajemen administrasi dan keuangan masih sederhana 2. Kurangnya inovasi produk 3. Kualitas produk bisa tidak konsisten 4. Kurangnya penerapan sistem 5S secara menyeluruh 5. Pemasaran masih bergantung pada penjualan lokal
Opportunities (Peluang)	Strategi S-O	Strategi W-O
1. Permintaan pasar yang terus meningkat 2. Kesadaran masyarakat terhadap makanan sehat dan protein nabati 3. Dukungan pemerintah terhadap UMKM pangan 4. Perkembangan teknologi informasi 5. Potensi ekspansi pasar melalui online marketing atau kemasan modern	1. Mempromosikan produk sebagai makanan sehat dengan harga terjangkau (S2-O2) 2. Mempromosikan melalui Media sosial bahwa produk melalui Proses produksi yang ramah lingkungan (S5-O4) 3. Menjual produk secara online melalui marketplace yang sudah ada (S1-O5).	1. Menjual produk secara online melalui marketplace yang sudah ada (W5-O5). 2. Membuat manajemen administrasi dan keuangan menggunakan Teknologi informasi (W1-O4)
Threats (Ancaman)	Strategi S-T	Strategi W-T
1. Persaingan ketat antar produsen tahu lokal 2. Perubahan selera konsumen 3. Kurangnya regenerasi tenaga kerja muda 4. Masalah lingkungan 5. Kenaikan harga bahan baku	1. Tenaga kerja yang berpengalaman melakukan pelatihan ke pekerja muda baru (S3-T3) 2. Menjaga kualitas agar tetap bagus untuk memperkuat persaingan (S1-T1)	1. Menjual produk melalui market place untuk meningkatkan persaingan (W5-O1)

Pada Tabel 2 TOWS Matriks Menunjukkan Tahu Bandung Tono mengoptimalkan sumber daya yang ada untuk meraih kesempatan pasar dengan memasarkan produk sebagai opsi makanan sehat yang harganya bersahabat. Selain soal harga, cara pembuatan yang menjaga lingkungan akan jadi bahan promosi utama di media sosial demi menarik pembeli yang peduli lingkungan. Untuk menambah luas jangkauan, perusahaan akan memakai kemajuan teknologi informasi dengan menjual produk secara online lewat marketplace yang sudah tersedia. Bersamaan dengan itu, masalah di bagian manajemen akan diatasi dengan membuat sistem administrasi serta keuangan berbasis teknologi informasi, juga menanggulangi kurangnya pemasaran lokal lewat perluasan ke platform digital. Dalam menghadapi masalah dari luar, Tahu bandung tono memakai cara menjaga diri agar usaha tetap jalan. Untuk atasi soal kurangnya orang baru, Tahu Bandung tono akan pakai pekerja lama yang ahli untuk ajari pekerja muda supaya kemampuan produksi terus ada. Kehebatan dalam jaga mutu barang juga akan terus dipakai sebagai cara utama untuk kuatkan posisi bisnis saat banyak saingan antar pembuat tahu lokal. Akhirnya, agar dampak hanya andalkan pasar lokal tidak besar dan hadapi bahaya saingan, bisnis akan mulai coba jualan lewat *marketplace* sebagai cara pintar untuk tingkatkan daya saing.

Tabel 3 IFE *Strengths*

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
1	Kualitas produk terjaga	0.1	4	0.4
2	Harga produk terjangkau	0.08	4	0.32
3	Tenaga kerja berpengalaman	0.07	3	0.21
4	Hubungan baik dengan pemasok dan pelanggan	0.06	3	0.18
5	Produk ramah lingkungan	0.05	3	0.15
Total		0.072		0.252

Pada Tabel 3 menunjukkan analisis internal, pemeliharaan kualitas produk muncul sebagai kekuatan paling signifikan bagi perusahaan dengan nilai bobot tertinggi mencapai 0.4. Ini menandakan bahwa keunggulan bersaing utama dari bisnis terletak pada konsistensi mutu produk. Di samping itu, harga produk yang wajar (nilai 0.32) berfungsi sebagai elemen penunjang yang sangat efektif dalam menarik perhatian pembeli.

Tabel 4 IFE *Weakness*

1	Manajemen administrasi dan keuangan masih sederhana	0.1	2	0.2
2	Kurangnya inovasi produk	0.09	2	0.18
3	Kualitas produk bisa tidak konsisten	0.08	2	0.16
4	Kurangnya penerapan sistem 5S secara menyeluruh	0.09	2	0.18
5	Mengembangkan pemasaran online	0.09	2	0.18
Total		0.09		0.18

Pada Tabel 4 ini terlihat dari nilai kekuatan yang tinggi, terutama karena kualitas produk yang baik (nilai 0.4) dan harga yang bersahabat (nilai 0.32). Karyawan yang ahli serta hubungan baik dengan pemasok dan pelanggan juga mendukung kekuatan ini. Tapi, perusahaan masih punya masalah, yaitu kelemahan di beberapa area. Yang utama adalah cara mengatur administrasi dan keuangan yang masih sederhana (nilai 0.2) dan kurangnya ide-ide baru untuk produk.

Tabel 5 EFE *Opportunities*

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
1	Permintaan pasar yang terus meningkat	0.1	4	0.4
2	Kesadaran masyarakat terhadap makanan sehat dan protein nabati	0.09	4	0.36
3	Dukungan pemerintah terhadap UMKM pangan	0.08	3	0.24
4	Teknologi produksi modern	0.07	3	0.21
5	Potensi ekspansi pasar melalui online marketing atau kemasan modern	0.06	3	0.18
Total		0.08		0.278

Pada Tabel 5 sisi eksternal, Tahu Bandung Tono menghadapi lingkungan pasar yang sangat potensial, terutama didorong oleh permintaan pasar yang terus meningkat (skor 0,4) dan kesadaran masyarakat terhadap makanan sehat (skor 0,36). Adanya dukungan pemerintah terhadap UMKM pangan serta kemajuan teknologi produksi modern memberikan ruang besar bagi perusahaan untuk melakukan ekspansi. Potensi pemasaran melalui jalur digital dan penggunaan kemasan modern juga menjadi peluang strategis untuk menjangkau segmen konsumen yang lebih luas dan meningkatkan daya saing merek.

Tabel 6 EFE *Threats*

1	Persaingan ketat antar produsen tahu lokal	0.12	2	0.24
2	Perubahan selera konsumen	0.1	2	0.2
3	Kurangnya regenerasi tenaga kerja muda	0.09	2	0.18
4	Masalah lingkungan	0.1	2	0.2
5	Kenaikan harga bahan baku	0.09	2	0.18
<b>Total</b>		<b>0.1</b>		<b>0.2</b>

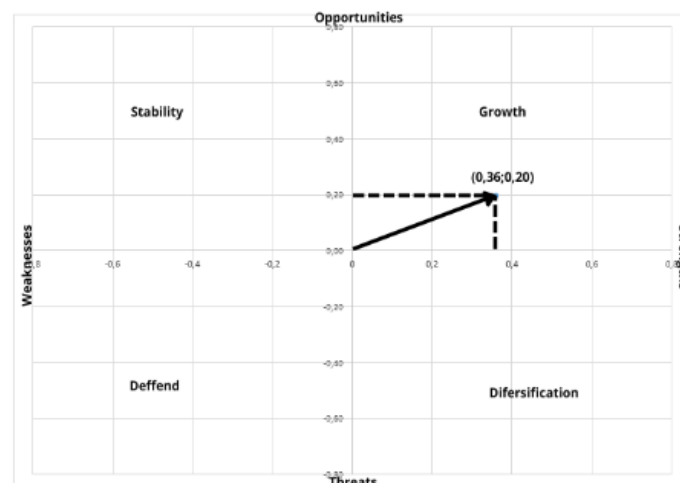
Pada Tabel 6 kondisi pasar menawarkan kesempatan besar. Hal ini didorong oleh permintaan pasar yang terus naik (skor 0,4). Selain itu, orang makin sadar akan makanan sehat (skor 0,36). Dukungan teknologi produksi yang modern dan pemasaran digital bisa jadi cara yang bagus untuk berkembang. Tapi, perusahaan juga harus hati-hati dengan persaingan yang ketat antar produsen lokal (skor 0,24). Masalah lingkungan dan harga bahan baku yang naik juga bisa mengurangi keuntungan.

### Matriks IE (Internal-External)

		Kuat (3.0–4.0)	Sedang (2.0–2.99)	Lemah (1.0–1.99)
EFE	Tinggi (3.0–4.0)	I – Grow and Build	II – Grow and Build	III – Hold and Maintain
	Sedang (2.0–2.99)	IV – Grow and Build	V – Hold and Maintain	VI – Harvest or Divest
	Rendah (1.0–1.99)	VII – Hold and Maintain	VIII – Harvest or Divest	IX – Harvest or Divest

Gambar 3 Matriks IE

Pada Gambar 3 menunjukkan total penghitungan skor IFE dan EFE, posisi Tahu Bandung Tono berada pada Sel V (*Hold and Maintain*). Posisi ini menandakan bahwa strategi yang paling tepat bagi perusahaan saat ini adalah mempertahankan dan memelihara stabilitas usaha yang sudah ada. Fokus utama dalam kuadran ini adalah menjaga pangsa pasar dan kualitas produk agar tetap relevan di tengah persaingan, sambil secara bertahap memperbaiki efisiensi internal agar tidak tergerus oleh ancaman eksternal.



Gambar 4 Kuadran SWOT

Pada Gambar 6 menunjukkan titik koordinat menunjukkan hasil di angka (0.36;0.20), yang menempatkan bisnis pada kuadran *Growth* (Pertumbuhan). Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan memiliki peluang dan kekuatan yang cukup untuk melakukan ekspansi bisnis secara terukur.

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis menggunakan metode SWOT, IFE-EFE, dan Matriks TOWS, dapat disimpulkan bahwa industri Tahu Bandung Tono memiliki posisi internal yang kuat, terutama pada aspek kualitas produk yang konsisten dan harga yang terjangkau. Meskipun menghadapi tantangan berupa manajemen administrasi yang masih manual dan kurangnya inovasi produk, perusahaan memiliki peluang besar seiring meningkatnya permintaan pasar terhadap makanan sehat berbasis protein nabati. Hasil penghitungan Matriks Internal-Eksternal (IE) menempatkan bisnis ini pada Sel V (*Hold and Maintain*), yang menunjukkan bahwa strategi terbaik saat ini adalah mempertahankan stabilitas usaha dan pangsa pasar yang sudah ada. Sementara itu, analisis kuadran SWOT menunjukkan titik koordinat (0.36; 0.20) yang berada pada area *Growth* (Pertumbuhan), mengindikasikan bahwa perusahaan memiliki kekuatan yang cukup untuk melakukan ekspansi bisnis secara terukur. Strategi pengembangan ke depan harus difokuskan pada digitalisasi manajemen keuangan, perluasan pemasaran melalui *marketplace* daring, serta penguatan regenerasi tenaga kerja melalui pelatihan terstruktur guna menjamin keberlanjutan usaha di tengah persaingan lokal yang ketat.

## Ucapan Terima Kasih

Saya menyampaikan apresiasi dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pemilik usaha Tahu Bandung Tono yang telah memberikan izin serta membantu dalam proses pengambilan data dan wawancara selama penelitian ini berlangsung. Terima kasih juga diucapkan kepada Kak April dan Bang Sopian atas bimbingan dan arahan teknis dalam penerapan metode penelitian.

## Daftar Rujukan

- [1] P. Studi *et al.*, “KAJIAN PROSES PENGOLAHAN TAHU : STUDI KASUS INDUSTRI TAHU,” vol. XXIV, no. 2, 2022.
- [2] D. I. Kelurahan, U. Kecamatan, K. Kabupaten, and K. D. Augustine, “Agri-SosioEkonomi Unsrat,” vol. 16, pp. 245–252, 2020.
- [3] J. Penelitian, D. A. N. Pengembangan, N. Asilah, and M. G. C. Yuantari, “Analisis Faktor Kejadian Kecelakaan Kerja pada Pekerja Industri Tahu,” vol. 1, no. 207, pp. 1–10, 2020.
- [4] I. Artikel, “Jurnal analisis kesehatan klinikal sains,” vol. 6, no. 1, pp. 24–29, 2018.
- [5] D. T. Lingkungan, F. Teknik, I. Teknologi, and S. Nopember, “Pengolahan Tipikal Instalasi Pengolahan Air Limbah Industri Tahu di Kota Surabaya,” vol. 6, no. 2, 2017.
- [6] L. A. Okatria and R. D. Kusumastuti, “Analisis kinerja sistem produksi pada industri produsen tahu bandung dengan pendekatan simulasi event diskrit : Studi kasus pada Tahu Bandung ALN,” vol. 1, no. 1, pp. 8–20, 2024.
- [7] P. S. Dewi, I. Rini, D. Ari, and C. Meidiana, “Proses produksi tahu di desa kalisari kecamatan cilongok kabupaten banyumas,” vol. 12, no. 0341, pp. 57–64, 2023.
- [8] K. Malang, B. I. Pradana, F. Ekonomi, and U. Brawijaya, “ANALYSIS ON THE EFFICIENCY OF TOFU PRODUCTION USING LINE BALANCING METHOD IN CV TIGA SAUDARA PRIMA IN THE Bayu Ilham Pradana , SE ., MM Economic and Business Faculty of Brawijaya University”.
- [9] A. Caswito, L. N. Octavia, T. M. Napitupulu, M. H. Baiquni, and A. Mahdi, “Strategi Pengembangan Bisnis UMKM Industri Makanan Tahu di Kota Bekasi Dengan Metode Analisis SWOT dan Business Model Canvas,” vol. 13, pp. 13–21, 2024.
- [10] R. H. A. Tanisri and S. Salima, “Jurnal teknik industri,” vol. 3, no. 2, pp. 49–58, 2022.
- [11] S. Kasus, D. I. Cv, and W. Utama, “DI KECAMATAN GUNUNG PUTRI KABUPATEN BOGOR,” vol. 16, no. 1, pp. 26–42, 2024.
- [12] M. D. Padang, “Industri Universitas Andalas Padang . Waktu penelitian dilakukan dari bulan Mei 2019 s / d,” no. 2007, 2018.

- [13] S. Rahmah and L. Fatah, “KECAMATAN MARTAPURA KABUPATEN BANJAR The Development Strategy of Tofu Industrial Production in Martapura District in Banjar Regency,” vol. 1, no. 2, pp. 23–31, 2017.
- [14] A. F. Aurellia *et al.*, “Formulasi Strategi Korporasi pada Usaha Mikro- Kecil dan Menengah Pengolahan Tahu,” vol. 2, no. 1, pp. 9–19, 2024.
- [15] I. Nasrudin, “Strategi pemasaran pabrik tahu hasan dimasa covid-19,” vol. 3, no. 2, pp. 53–62.