

## RINGKASAN

**Produksi dan Pemasaran Tahu Bentuk Bulat dengan Variasi Rasa Soto**, Dhika Ayu Nur Anindya, Nim B32180072, Tahun 2021, 52 hlm., Teknologi Pertanian, Politeknik Negeri Jember, Mulia Winirsya Apriliyanti, S.Tp, MP (Pembimbing).

Di Indonesia kedelai merupakan komoditas tanaman pangan yang amat penting dan strategis dalam ekonomi nasional, karena memiliki peran pokok sebagai pemenuh kebutuhan pangan, pakan dan industri dalam negeri yang setiap tahunnya cenderung meningkat. Kedelai merupakan komoditas pertanian yang mempunyai kandungan unsur gizi yang tinggi sehingga layak untuk dikonsumsi manusia. Tahu merupakan makanan yang berbahan dasar kacang kedelai yang sehat, bergizi dan digemari masyarakat. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik, sekitar 38% kedelai di Indonesia dikonsumsi dalam bentuk produk tahu (Badan Pusat Statistik, 2017). Sejauh ini sudah terdapat berbagai macam produk tahu dipasaran diantaranya adalah tahu susu, tahu sutra, tahu sumedang, tahu pong, dan tahu kuning. Tahu dengan berbagai macam produk yang berbeda tentunya memiliki ciri khasnya masing-masing. Salah satu bentuk inovasi lain dalam perkembangan tahu di Indonesia adalah tahu bulat.

Tahu bulat adalah produk diversifikasi tahu yang merupakan makanan khas daerah Tasikmalaya, yaitu sejenis tahu yang bentuknya bulat seperti bola pingpong, hanya tahu ini telah ditambahkan dengan bumbu-bumbu dan bahan lainnya sehingga tahu ini memiliki rasa yang lebih gurih dan enak (Kustiawan, 2018). Tahu bulat ini adalah termasuk makanan yang cukup banyak diminati masyarakat, salah satunya karena produk ini praktis untuk disajikan. Oleh karena itu, untuk menambah minat masyarakat maka diperoleh satu inovasi baru dimana tahu bulat ini ditambah dengan rasa soto. Tujuan penambahan rasa soto ini adalah untuk mendorong munculnya variasi rasa yang lebih beragam.

Produk tahu bentuk bulat rasa soto menghasilkan 225 kemasan dalam 15 produksi. Setiap satu kali produksi menghasilkan 15 kemasan produk yang dijual

dengan harga Rp. 7000/kemasan. Metode pemasaran yang dilakukan menggunakan pemasaran langsung dan pemasaran tidak langsung secara konvensional dan online. Penjualan produk tahu bentuk bulat rasa soto mendapatkan keuntungan sebesar Rp 358.864,52 dengan laju keuntungan 31,12%. B/C rasio sebesar 1,31 dimana apabila nilai B/C rasio  $>1$  maka usaha ini layak untuk dijalankan.