

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN TEMPE DEMANG
HARBER DI KECAMATAN SEBERANG ULU 1
KOTA PALEMBANG**

**Oleh
IRA**



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

**PALEMBANG
2025**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN TEMPE DEMANG
HARBER DI KECAMATAN SEBERANG ULU 1
KOTA PALEMBANG**

**Oleh
IRA**

SKRIPSI

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian

**Pada
PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
PALEMBANG**

2025

MOTTO

"Usaha dan Do'a adalah kewajiban manusia, hasil adalah urusan Allah"

Skripsi ini ku persembahkan kepada:

- ❖ **Kedua orang tuaku tercinta, Ayahanda Agusnan dan Ibundaku Yutima, yang telah membesarkanku dengan penuh kasih sayang, atas segala kesabaran serta doa dan semangat yang senantiasa diberikan dalam setiap langkah perjuanganku menyelesaikan studi.**
- ❖ **Keluarga besarku yang selalu memberikan semangat dan dukungan dalam proses perkuliahan ini.**
- ❖ **Sahabatku Rahma, Neta, Silpi, Heri, apri, Hani yang selalu menyemangati untuk menyelesaikan skripsi ini**
- ❖ **Terimakasih kepada semua teman agribisnis angkatan 2020**

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN TEMPE DEMANG
HARBER DI KECAMATAN SEBERANG ULU 1
KOTA PALEMBANG**

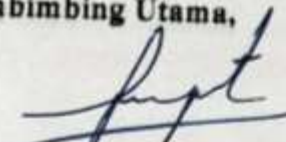
Oleh

Ira

412020031

Telah dipertahankan pada ujian tanggal 30 April 2025

Pembimbing Utama,


(Sisvaberti Afrivatna, SP. M.Si)

Pembimbing Pendamping


(Rahmat Kurniawan, S.P., M.Si)

Palembang, 8 Mei 2025

Dekan

Fakultas Pertanian

Universitas Muhammadiyah Palembang




(Dr. Helmizurvani, S. Pi., M.Si)

NIDN/NBM.0210066903/959874

RINGKASAN

IRA “Analisis Strategi Pemasaran Tempe Demang Harber Di Kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang”. (Di Bimbing Oleh Sisvaberti Afriyatna Dan Rahmat Kurniawan)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor internal eksternal dan bagaimana strategi pemasaran Tempe Demang Harber di Seberang Ulu 1 Kota Palembang. Melalui pendekatan analisis SWOT, penelitian ini dilaksanakan di Tempe Demang Harber di Seberang Ulu 1 Kota Palembang pada bulan Desember-Februari 2025. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif, sedangkan metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dokumentasi, metode pengolahan data *editing*, *coding*, *tabulating*, serta metode analisis data SWOT. Hasil dan pembahasan Tempe Demang Harber menunjukkan bahwa kekuatan utama perusahaan terletak pada kualitas produk yang baik, harga terjangkau, dan hubungan yang baik antara pemilik usaha dan pekerja. Di sisi kelemahan, terdapat ketergantungan pada bahan baku yang dapat terhambat. Di sisi eksternal, peluang yang dimiliki meliputi permintaan pasar yang meningkat untuk produk tempe berkualitas, pertumbuhan pasar, dan kesempatan untuk ekspansi ke luar kota. Di sisi ancaman, Tempe Demang Harber menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat serta ancaman cuaca buruk yang dapat mengganggu produksi. Strategi pemasaran Tempe Demang Harber dapat dikembangkan dengan memanfaatkan kekuatan internal dan peluang eksternal yang telah diidentifikasi. Menjaga kualitas produk dan harga yang terjangkau menjadi kunci untuk memenuhi permintaan pasar yang meningkat. Selain itu, pertumbuhan pasar yang semakin pesat memberikan peluang untuk memperluas jangkauan pangsa pasar. Penggunaan media sosial juga dapat membantu dalam menjangkau konsumen yang lebih luas.

SUMMARY

IRA "Analysis of Marketing Strategy of Tempe Demang Harber in Seberang Ulu 1 District, Palembang City". (Guided By **Sisvaberti Afriyatna And Rahmat Kurniawan)**

This study aims to analyze the internal and external factors and the marketing strategy of Tempe Demang Harber in Seberang Ulu 1, Palembang City through the SWOT analysis approach. This research was conducted at Tempe Demang Harber in Seberang Ulu 1, Palembang City, from December to February 2025. The research method used is a qualitative method, with the data collection methods including observation, interviews, and documentation. The data processing techniques employed are editing, coding, data transformation (loading), and tabulation (saving). The data analysis methods used for the first research question are qualitative descriptive analysis, while for the second research question, the SWOT analysis method is applied. The results of the study show that, based on the SWOT analysis, Tempe Demang Harber's main strengths include good product quality and harmonious working relationships between the owners and workers. On the external side, the opportunities available include increasing market demand and the availability of soybean raw material suppliers.

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ira
Tempat/Tanggal Lahir : Suka manis, 05 Agustus 2001
NIM : 412020031
Program Studi : Agribisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Palembang

Menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah hasil karya saya dan disusun sendiri dengan sungguh-sungguh serta bukan merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi pembatalan skripsi ini dan segala konsekuensinya.
2. Saya bersedia untuk menanggung segala bentuk tuntutan hukum yang mungkin timbul jika terdapat pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.
3. Memberikan hak kepada Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Palembang untuk menyimpan di media secara fulltext untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Dengan pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Palembang, 23 April 2025



(Ira)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena atas rahmat dan ridho-Nya lah penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini tepat waktu yang telah ditentukan dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Tempe Demang Harber di Kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang” yang merupakan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Pertanian.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Sisvaberti Afriyatna, SP. M.Si selaku pembimbing utama dan Bapak Rahmat Kurniawan, S.P.,M.Si selaku pembimbing pendamping yang telah banyak memberikan bimbingan, arahan, perhatian, motivasi, dan saran dalam skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan yang dikarenakan keterbatasan ilmu pengetahuan, pengalaman serta kekhilafan yang penulis miliki. Maka dari itu dengan ikhlas penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk kesempurnaan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas dan melimpahkan Rahmat serta Hidayahnya dan menjadikan sebagai amal jariyah, dan dapat bermanfaat bagi semua yang membacanya, Amin

Palembang, Mei 2025

Penulis

RIWAYAT HIDUP

IRA Lahir di desa suka manis, pada tanggal 05 Agustus 2001, merupakan anak kelima dari ayahanda Agusnan dan ibunda Yutima.

Pendidikan sekolah Dasar telah diselesaikan di SDN 17 Tanah Abang, Sekolah Menengah Pertama di SMP PGRI Tanah Abang dan sekolah Menengah Atas di SMA PGRI Tanah Abang, penulis terdaftar sebagai mahasiswa fakultas pertanian Universitas Muhamadiyah Palembang tahun 2020 program studi Agribisnis.

Pada bulan Januari 2023 sampai maret 2023 penulis melaksanakan praktik kerja lapangan di BPP Kecamatan Tanah Abang dan pada Juli 2023 sampai September 2023 penulis mengikuti program kuliah kerja nyata Angkatan ke -58 di desa menang raya kecamatan Pedamaran kabupaten Ogan komering Ilir Provinsi Sumatera Selatan.

Pada tahun September penulis melaksanakan penelitian Analisis Strategi Pemasaran Tempe Demang Harber Di Kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang.

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan dan Manfaat	10
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu Yang Sejenis	12
2.2 Landasan Teori	20
2.3 Model Pendekatan	34
2.4 Batasan Penelitian dan Operasionalisasi Variabel	35
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	36
3.1 Tempat dan Waktu	36
3.2 Metode Penelitian.....	36
3.3 Metode Penarikan Contoh.....	36
3.4 Metode Pengumpulan Data	37
3.5 Metode Pengolahan dan Analisa Data	39
BAB IV. HASIL PENELITIAN.....	41
4.1 Hasil	41
4.1.1 Gambaran Umum Usaha Tempe Demang Herber	41
4.1.2 Faktor Internal dan Eksternal Tempe Demang Herber	43
4.1.3 Strategi Pemasaran Tempe Demang Herber	59
4.2 Pembahasan.....	58
4.2.1 Faktor-Faktor Internal dan Eksternal dalam Pemasaran Tempe Demang Herber di Seberang Ulu I Kota Palembang	58
4.2.2 Strategi Pemasaran Tempe Demang Herber di Seberang Ulu I Kota Palembang	59
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	61
5.1 Kesimpulan	61
5.2 Saran.....	61

DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	64

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Tahun 2010-2019	1
2. Penurunan Penjualan UKM Imbas Pandemi Covid-19	2
3. Kontribusi UKM terhadap PDB, 2010-2020	3
4. Data UKM Kota Palembang 2019 – 2021.....	4
5. Model Pendekatan Strategi Pemasaran.....	33

DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Hasil Penelitian Terdahulu yang Sejenis	16
2. Penilaian SWOT	50
3. Matriks SWOT	53

DAFTAR LAMPIRAN

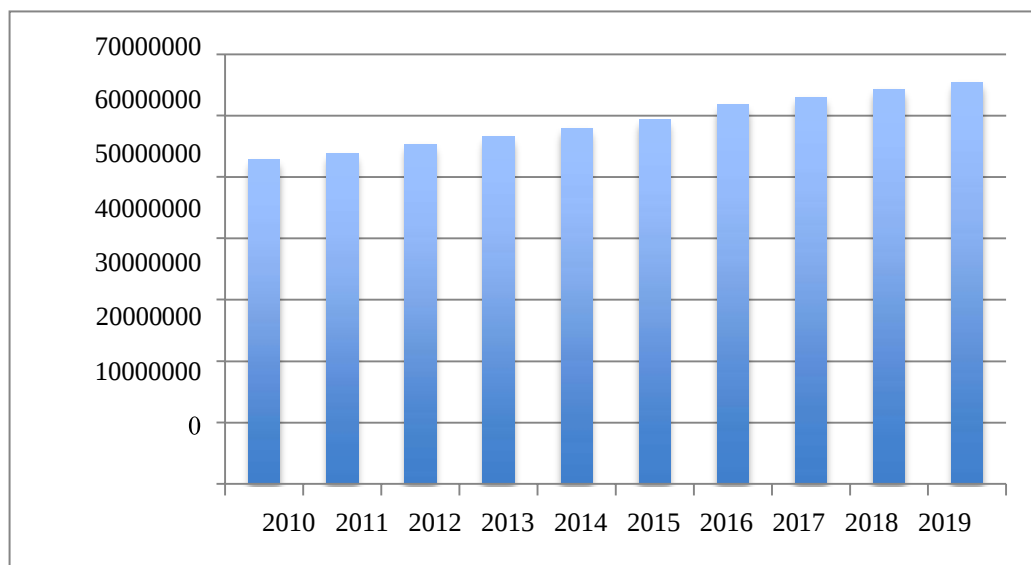
	Halaman
1. Peta Kelurahan 15 Ulu Kota Palembang	64
2. Identitas Responden.....	65
3. Proses Produksi Tempe pada Demang Herber	66
4. Penilaian SWOT	67
5. Matriks SWOT	68
6. Dokumentasi Penelitian di Tempe Demang Herber di Kecamatan Seberang Ulu I Kota Palembang.....	70
7. Surat Selesai Penelitian	73

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan sektor pertanian tidak hanya pada usahatani tetapi pada usaha kecil yang berperan dalam pengolahan hasil-hasil pertanian Khususnya pada Usaha Kecil Menengah (UKM) yang mulai berkembang pesat setelah terjadinya krisis ekonomi berkepanjangan di Indonesia pada tahun 1997. UKM dianggap sebagai penyelamat ekonomi karena pelaku ekonomi dapat berperan untuk mengurangi pengangguran dan mampu menyerap banyak tenaga kerja. Usaha kecil menengah juga banyak berkontribusi terhadap pendapatan daerah maupun negara (Novela & Hadi Mustofa, 2023). Berikut merupakan data jumlah UKM di Indonesia dalam sepuluh tahun terakhir.

Gambar 1. Jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Tahun 2010-2019



Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS), (2021)

Berdasarkan data yang disajikan dalam grafik mengenai Jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Tahun 2010-2019 yang bersumber dari Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2021, terlihat adanya peningkatan yang signifikan dalam jumlah UMKM di Indonesia selama satu dekade terakhir. Grafik menunjukkan tren yang cenderung naik secara konsisten, dimulai dari tahun 2010 hingga 2019, dengan angka yang terus bertambah setiap tahunnya. Hal ini

mengindikasikan perkembangan positif sektor UMKM sebagai salah satu pilar utama perekonomian Indonesia. Kenaikan jumlah UMKM ini kemungkinan dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti dukungan kebijakan pemerintah, kemudahan akses permodalan, serta meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap peluang usaha mikro dan kecil. Dengan jumlah yang semakin meningkat, sektor UMKM memiliki kontribusi yang besar dalam penciptaan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan masyarakat, sehingga berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi nasional.

Stabil dan pesatnya pertumbuhan ekonomi mampu memberikan dampak positif terhadap masyarakat. Pertumbuhan ekonomi menurut Sadono Sukirno dalam Sudiyarti et al., (2017) merupakan pengembangan kegiatan produksi barang dan jasa yang dominan secara nasional, seperti peningkatan produksi barang dan jasa, pembangunan infrastruktur, dan penambahan jumlah sekolah. Salah satu faktor yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi Indonesia adalah Usaha Mikro Kecil Menengah (UKM). UKM berperan penting dalam perekonomian Indonesia. Ketangguhan UKM secara nyata dapat dirasakan baik dalam kondisi ekonomi yang kondusif maupun kondisi krisis.

Gambar 2. Penurunan Penjualan UKM Imbas Pandemi *Covid-19* Seluruh Provinsi di Indonesia Tahun 2021

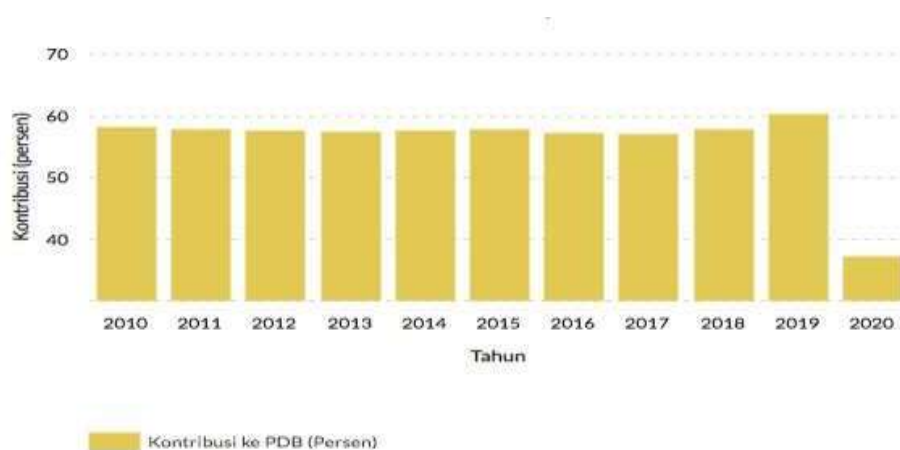


Sumber: (Katadata.co.id, 2021)

Berdasarkan data pada diagram terkait Penurunan Penjualan UKM Imbas Pandemi Covid-19 di Seluruh Provinsi di Indonesia Tahun 2021, terlihat bahwa sebagian besar Usaha Kecil dan Menengah (UKM) mengalami penurunan penjualan yang signifikan. Persentase terbesar, yaitu 36,7%, menunjukkan bahwa tidak ada penjualan sama sekali selama pandemi. Selain itu, sebanyak 26% UKM mengalami penurunan penjualan lebih dari 60%, sementara 15% UKM mengalami penurunan sebesar 31-60%. Sebanyak 14,2% UKM juga mengalami penurunan yang lebih ringan di kisaran 10-30%. Di sisi lain, hanya sebagian kecil UKM yang mengalami kondisi stabil atau tumbuh, di mana 4,5% UKM tidak mengalami perubahan penjualan (tetap) dan 3,6% mengalami peningkatan. Data ini mencerminkan dampak negatif pandemi Covid-19 terhadap sektor UKM di Indonesia, dengan mayoritas usaha mengalami penurunan pendapatan yang drastis akibat berkurangnya aktivitas ekonomi selama masa krisis kesehatan global.

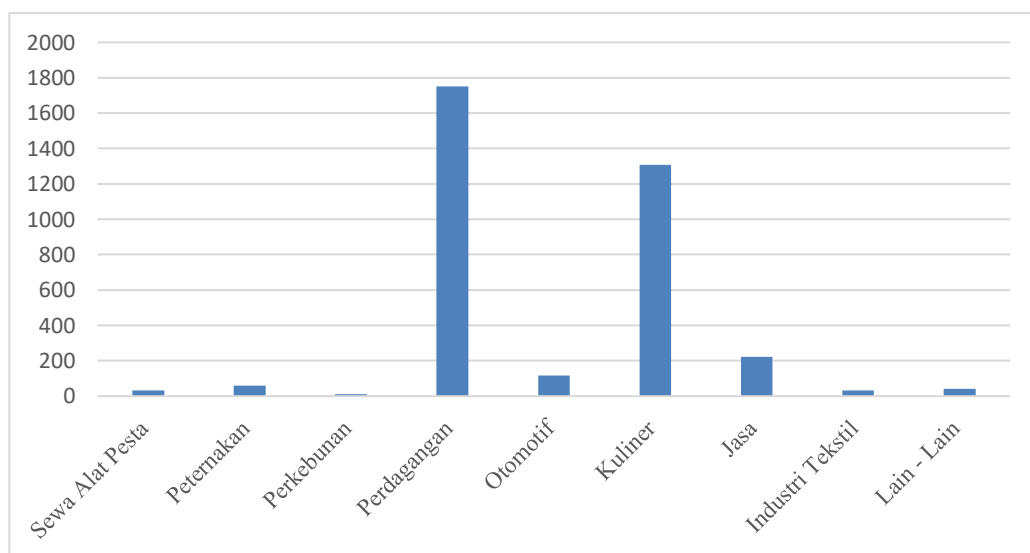
Di karenakan sumber banyak nya UKM yang tidak dapat bertahan imbas pandemi *Covid-19*. Pada awal tahun 2020 pandemi *Covid-19* telah menjadi masalah yang sangat serius bagi kesehatan dunia dan memberikan dampak bagi hampir seluruh sektor kehidupan. Selain berdampak pada masalah kesehatan. Pandemi *Covid-19* juga memberikan dampak negatif terhadap perekonomian, yaitu Usaha Mikro Kecil dan menengah (UKM). Namun pada tahun 2020 terjadi penurunan persentase kontribusi UKM terhadap PDB yang dapat dilihat pada gambar dibawah ini.

Gambar 3. Kontribusi UKM terhadap PDB, 2010-2020



Berdasarkan Gambar 3 mengenai Kontribusi UKM terhadap PDB selama periode 2010-2020, terlihat bahwa kontribusi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia secara konsisten berada di kisaran 55-60 persen dari tahun 2010 hingga 2019. Hal ini menunjukkan peran signifikan UKM dalam perekonomian nasional selama satu dekade tersebut. Namun, pada tahun 2020 terjadi penurunan drastis yang cukup signifikan, di mana kontribusi UKM terhadap PDB anjlok hingga di bawah 40 persen. Penurunan ini dapat dikaitkan dengan dampak pandemi Covid-19 yang menghambat aktivitas usaha dan ekonomi secara keseluruhan, menyebabkan banyak UKM mengalami keterpurukan. Kondisi ini mengindikasikan bahwa UKM sangat rentan terhadap krisis ekonomi global, meskipun sebelumnya berperan sebagai tulang punggung perekonomian Indonesia.

Gambar 4. Data UKM Kota Palembang 2019 – 2021



Gambar 4 menunjukkan data perkembangan UKM (Usaha Kecil dan Menengah) di Kota Palembang pada periode 2019–2021 berdasarkan kategori jenis usaha. Dari grafik tersebut, terlihat bahwa sektor Perdagangan memiliki jumlah UKM tertinggi dengan nilai lebih dari 1700 unit, diikuti oleh sektor Kuliner yang mencapai sekitar 1300 unit. Sektor Jasa berada di posisi ketiga dengan jumlah yang lebih rendah, sementara sektor lainnya seperti Peternakan, Otomotif, Industri Tekstil, dan Sewa Alat Pesta menunjukkan kontribusi yang jauh lebih kecil.

Kategori Lain-Lain juga memiliki jumlah UKM yang sangat rendah dibandingkan dengan sektor utama. Data ini menunjukkan dominasi sektor Perdagangan dan Kuliner sebagai motor utama perkembangan UKM di Kota Palembang selama periode tersebut.

UKM dapat menjadi salah satu alternatif untuk meningkatkan perekonomian masyarakat, mengurangi pengangguran di Indonesia dan memperbaiki pembagian pendapatan. UKM merupakan industri yang mengolah bahan baku hasil pertanian menjadi barang yang mempunyai nilai tambah yang dapat dikonsumsi oleh masyarakat. Berbeda dengan industri lain, UKM tidak harus mengimpor sebagian besar bahan bakunya dari luar negeri melainkan telah tersedia banyak di dalam negeri. Dengan mengembangkan UKM secara tidak langsung dapat membantu meningkatkan perekonomian para petani sebagai penyedia bahan baku untuk industri.

Sektor pertanian dalam wawasan agribisnis dengan perannya dalam perekonomian nasional memberikan beberapa hal yang menunjukkan keunggulan yang dapat dipertimbangkan. Keunggulan tersebut antara lain nilai tambah pada UKM pati sagu yang diolah menjadi berbagai produk makanan. Mengingat sifat produk pertanian yang tidak tahan lama maka peran UKM sangat diperlukan.

Pengembangan UKM di Sumatera Selatan didukung oleh berbagai program pemerintah dan kerjasama dengan sektor swasta untuk meningkatkan produktivitas dan kualitas produk. Provinsi Sumatera Selatan memiliki sejumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UKM) yang bergerak dalam produksi tempe. Berdasarkan data yang tersedia, berikut beberapa informasi terkait UKM tempe di Provinsi Sumatera Selatan jumlah UKM Tempe di Provinsi Sumatera Selatan Pada tahun 2019, tercatat lebih dari 37.351 UKM yang berfokus pada produksi tempe di Provinsi Sumatera Selatan .

UKM tempe di Kota Palembang memiliki sejarah panjang dan penting dalam perekonomian lokal. Berikut adalah beberapa poin utama terkait UKM tempe di Palembang. Produksi tempe di Palembang mengalami penurunan signifikan selama pandemi COVID-19. Sebelum pandemi, beberapa pabrik tempe mampu memproduksi hingga 220 kilogram tempe per hari. Namun, produksi menurun

hingga 30% selama pandemi. Pengrajin tempe di Palembang sebagian besar mengandalkan kedelai impor. Kenaikan harga kedelai impor berdampak pada biaya produksi dan keuntungan pengrajin tempe. Di Palembang terdapat kampung tempe tertua yang telah ada sejak tahun 1952. Kampung ini menjadi pusat produksi tempe dengan berbagai metode pembuatan yang diwariskan dari generasi ke generasi.

Tempe merupakan salah satu makanan masyarakat, selain harganya yang murah dan dapat diolah menjadi beberapa masakan yang nikmat, tempe juga mengandung beberapa protein nabati yang cukup tinggi dan baik untuk kesehatan, diantaranya seperti, Protein, Lemak, Karbohidrat, Energi, Kalsium dan Mineral. Umumnya, masyarakat Indonesia mengkonsumsi tempe sebagai makanan pendamping nasi. Tempe banyak dikonsumsi oleh anak-anak hingga orang tua, di pedesaan hingga di restoran, walaupun dulu pernah diremehkan sebagai bahan makanan untuk kaum miskin. Selain itu tempe juga mempunyai rasa yang khas, tekstur, penampilan dan aroma yang menarik. Tempe menjadi makanan khas Indonesia yang masih bertahan hingga saat ini, bahkan sudah menjadi lauk andalan keluarga Indonesia (Oktaviani, 2018).

Makanan tempe memiliki banyak manfaat, dan ini adalah beberapa di antaranya tempe memiliki banyak protein, serat, dan vitamin dan mineral seperti vitamin B, zat besi, kalsium, dan fosfor. Selain itu, tempe memiliki kandungan protein yang sama dengan daging tanpa lemak, sehingga cocok untuk vegetarian dan vegan. Probiotik alami dibuat melalui proses fermentasi saat tempe dibuat. Probiotik ini membantu menjaga kesehatan saluran pencernaan dan sistem kekebalan tubuh. Tempe memiliki semua asam amino esensial yang tubuh butuhkan. Ini sangat penting untuk pertumbuhan dan perkembangan sel tubuh. Tempe memiliki lemak sehat dan rendah lemak jenuh yang baik untuk jantung dan mengurangi risiko penyakit jantung.

Beberapa UKM yang bergerak dalam produksi tempe di Kota Palembang, baik di wilayah Ulu. Kampung ini memiliki sejarah panjang dalam pembuatan tempe. Para pengrajin di sini telah berusaha mempertahankan tradisi dan menghasilkan tempe berkualitas. Aktivitas pengrajin melibatkan proses membersihkan, merebus, dan mencuci ulang kacang kedelai. Meskipun ada

beberapa metode pembuatan tempe yang berbeda, limbah cair yang dihasilkan tetap sama dan berbau menyengat. Kampung ini berada di Kelurahan Plaju Ulu, Kecamatan Plaju, dan telah berdiri sejak tahun 1952. Tempe di Palembang menghadapi tantangan selama pandemi COVID-19. Produksi tempe mengalami penurunan hingga 30% karena pengaruh ekonomi yang tidak stabil. Harga kedelai juga turun dari Rp8.000 per kilogram menjadi Rp7.300. Meskipun demikian, mereka terus berusaha bertahan dan memasarkan produk tempe.

Pembuatan tempe tidak sulit dan dapat dilakukan dengan menggunakan alat-alat yang biasa dipergunakan di rumah, untuk usaha kecil sangat di anjurkan menggunakan alat-alat mekanis. Pembuatan tempe secara tradisional biasanya menggunakan tepung tempe yang dikeringkan dibawah sinar matahari sebagai pengganti ragi. Tetapi pembuatan tempe banyak yang menggunakan ragi tempe. Proses pembuatan tempe selain membutuhkan bahan baku, juga dibutuhkan ragi tempe untuk proses fermentasinya (Arnold et al., 2020).

Ragi tempe juga dikenal sebagai laru atau usar merupakan kumpulan spora kapang yang digunakan untuk bahan pembibitan dalam pembuatan tempe, mikroba yang sering dijumpai pada laru tempe adalah kapang jenis *Rhizopus oligosporus* atau kapang dari jenis *Rhizopus oryzae*. Sedangkan pada laru murni campuran selain kapang *Rhizopus oligosporus*, dapat dijumpai pula kultur murni *Klebsiella* (Rusmiyati & Bustomi, 2019).

Tempe merupakan salah satu sumber pangan nabati yang terbuat dari kacang kedelai serta kaya akan protein. Tempe mempunyai kandungan gizi yang sangat baik, terdiri dari protein sekitar 19,5%, lemak 4%, karbohidrat 9,4%, vitamin B12 antara 3,9-5 mg per 100 gram tempe (Santi & Giovanni, 2023). Beberapa penelitian menunjukkan bahwa zat gizi tempe lebih mudah dicerna, diserap dan dimanfaatkan oleh tubuh. Hal ini dikarenakan kapang yang tumbuh pada kedelai menghidrolisis senyawa-senyawa kompleks menjadi senyawa sederhana yang mudah dicerna oleh manusia (Firmansyah & Yuliarty, 2020). Menurut, (Santi & Giovanni, 2023). Pada tahun 1991, Departemen Kesehatan Republik Indonesia (sekarang kementerian kesehatan) juga melakukan penelitian terhadap kandungan gizi tempe.

Pabrik Tempe Demang Harber yang berada di Seberang Ulu Kota Palembang adalah usaha yang bergerak dalam industri tempe, dengan menggunakan kedelai sebagai bahan baku produksinya. Industri Demang Harber melayani permintaan di sekitar wilayah Seberang Ulu Kota Palembang. Tempe Demang Harber yang berada di Seberang Ulu Kota Palembang pada bulan Mei 2017. Industri tempe memiliki peran penting dalam industri makanan dan gizi. Berikut adalah beberapa kegiatan yang biasanya dilakukan oleh industri tempe: Industri tempe memproduksi tempe dengan mengolah kacang kedelai yang difermentasi. Proses ini melibatkan pembersihan, fermentasi, dan pengemasan tempe. Pemenuhan kebutuhan permintaan yang semakin besar maka industri Demang Harber biasanya dalam sekali memesan bahan baku kedelai sejumlah dua ton, yang dipergunakan kurang lebih selama tiga minggu. Dalam sekali produksi biasanya perusahaan menggunakan kurang lebih 100 kg kedelai yang nantinya diolah menjadi tempe.

Struktur organisasi usaha Tempe Demang Harber dirancang untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam proses produksi dan pemasaran tempe. Pemilik usaha tempe Alrizal, yang bertanggung jawab atas keseluruhan pengelolaan, sementara wakil Luqman membantu dalam pengambilan keputusan dan pelaksanaan strategi. Bagian keuangan, yang dipimpin oleh Lana, bertugas mengelola transaksi, penganggaran, dan laporan keuangan. Dalam produksi, terdapat dua divisi: produksi basah, yang dikepalai oleh Panji dan melibatkan Riki, Dimas, serta Dayat dalam pembuatan tempe segar, dan produksi kering, yang dipimpin oleh Jana dengan anggota seperti Desi, Meli, Eli, Putri, Ilham, dan Raja, yang mengolah tempe kering. Bagian pemasaran, terdiri dari Agus dan Lutpi, berperan penting dalam mempromosikan produk dan menjalin hubungan dengan pelanggan untuk meningkatkan visibilitas merek. Dengan pembagian tugas yang jelas, diharapkan usaha ini dapat beroperasi secara optimal dan memenuhi permintaan pasar dengan baik.

Beberapa industri tempe berinovasi dengan menciptakan varian rasa tempe yang unik atau menawarkan tempe organik. industri produk ini membantu mereka bersaing di pasar yang semakin ketat. Industri tempe harus memikirkan strategi pemasaran dan distribusi produk mereka. Ini termasuk memasarkan tempe ke

konsumen melalui toko-toko, pasar, atau platform online. Dalam produksi tempe, perusahaan harus memperhatikan kualitas dan kebersihan bahan baku yang digunakan. Proses fermentasi juga memerlukan pengawasan ketat untuk menjaga konsistensi dan rasa tempe yang dihasilkan. Pengeluaran biaya produksi dan operasional harus dikelola dengan baik. Beberapa industri tempe dapat memulai usaha dengan modal yang relatif terjangkau, bahkan dari rumah. Industri tempe perlu menjalin kerjasama dengan pemasok kacang kedelai dan bahan baku lainnya. Kualitas bahan baku sangat memengaruhi hasil akhir tempe.

Kebutuhan tempe di Seberang Ulu Kota Palembang masih kurang aman dan masyarakat Seberang Ulu Kota Palembang sangat khawatir mengenai kenaikan harga kedelai yang melambung tinggi yang berhimbis pada pasokan tempe. Menurut pemilik tempe mengatakan di tahun 2015 harga kedelai Rp 9.000,- dan hari ini harga kedelai mencapai Rp 11.000,-. Masih bisa mencukupi kebutuhan masyarakat Seberang Ulu Kota Palembang. Selain itu, bahwa pangsa pasar dalam negeri akan terus tumbuh seiring dengan peningkatan permintaan akan konsumsi penduduk. Harga kedelai yang antraktif menjadi perangsang bagi petani untuk berproduksi, disisi lain menjadi kendala bagi industri berbahan baku kedelai.

Menurut Alrizal, pemilik industri tempe Demang Harber yang berlokasi di Seberang Ulu, Kota Palembang, strategi pemasaran yang diterapkan cukup beragam, sehingga mampu mencapai total penjualan bulanan sebesar 25.000 kg. Penjualan ini didistribusikan melalui beberapa saluran, yaitu pasar tradisional, supermarket, penjualan keliling, dan katering. Dari total penjualan tersebut, pasar tradisional menyumbang 300 kg, sementara supermarket berkontribusi sebesar 100 kg. Penjualan keliling dan katering masing-masing menyumbang 50 kg.

Meskipun penjualan bulanan cukup signifikan, total produksi tempe selama satu tahun mencapai 300 kg. Hal ini menunjukkan bahwa Demang Harber mampu memenuhi permintaan pasar dengan baik. Diversifikasi saluran penjualan ini tidak hanya meningkatkan aksesibilitas produk tempe kepada konsumen, tetapi juga membantu dalam memperluas jangkauan pasar. Dengan memanfaatkan berbagai pasar, Demang Harber dapat menjangkau berbagai segmen pelanggan, dari masyarakat di pasar tradisional hingga konsumen yang berbelanja di supermarket

atau memanfaatkan layanan katering. Dengan demikian, strategi pemasaran yang diterapkan tidak hanya efektif dalam meningkatkan volume penjualan, tetapi juga memperkuat posisi merek tempe Demang Harber di pasar lokal.

Peluang pasar tempe yang prospektif dapat mendorong dan memacu pengrajin tempe untuk lebih dapat memanfaatkan peluang pasar, tidak menutup kemungkinan kesempatan bertempe ini mengundang orang-orang lain yang selama ini belum memahami dunia pertempean, dapat menyadari dan memahami bahwa tempe kedelai ini akan menjanjikan keuntungan (Simangunsong et al., 2022).

Berdasarkan dari uraian diatas maka penulis tertarik melakukan suatu penelitian tentang “ **Analisis Strategi Pemasaran Tempe Demang Harber di Seberang Ulu 1 Kota Palembang**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di latar belakang maka rumusan masalah yang diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apa saja faktor-faktor internal dan eksternal yang menjadi kekuatan, kelemahan peluang dan ancaman bagi pemasaran tempe Demang Harber Di Sebrang Ulu 1 Kota Palembang?
2. Bagaimana strategi pemasaran tempe Demang Harber Di Sebrang Ulu 1 Kota Palembang?

1.3 Tujuan dan Manfaat

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui faktor-faktor internal dan eksternal yang menjadi kekuatan, kelemahan peluang dan ancaman bagi pemasaran tempe Demang Harber Di Sebrang Ulu 1 Kota Palembang
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran tempe Demang Harber Di Sebrang Ulu 1 Kota Palembang

Adapun manfaat dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagi peneliti, untuk menambah wawasan dan pengetahuan, serta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarja pertanian di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bagi pembaca, untuk menambah wawasan dan pengetahuan sebagai bahan rujukan mengenai tempe

DAFTAR PUSTAKA

- Alqifari, M., & Sulaeman, S. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Usaha Tempe Di Desa Jelantik (Studi Di Home Industri Tempe “Batur). *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 5(4). <https://doi.org/10.58258/jisip.v5i4.2645>
- Angga Zeptiawan Sastal¹, Yuspian Gunawan², B. S. (2018). Pengaruh Kecepatan Potong Terhadap Perubahan Temperatur Pahat Dan Keausan Pahat Bubut Pada Proses Pembubutan Baja Karbon Sedang. *Enthalpy*, 3(1), 1–11. http://karyailmiah.uho.ac.id/karya_ilmiah/Yuspian/15.PENGARUH_KECEPATAN_POTONG.pdf
- Ariyanti, E., & Zahran, W. S. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Usaha Tempe Di Bekasi. *JAMBIS: Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Arnold, P. W., Nainggolan, P., & Damanik, D. (2020). Analisis Kelayakan Usaha dan Strategi Pengembangan Industri Kecil Tempe di Kelurahan Setia Negara Kecamatan Siantar Sitalasari. *Jurnal Ekuilnomi*. <https://jurnal.usi.ac.id/index.php/ekuilnomi/article/download/104/93>
- Elyarni, R. (2016). Analisis SWOT Terhadap Strategi Pemasaran Layanan SAP Express pada PT. SAP. *Jurnal Metris*, 17, 81–88.
- Febriani, I. S. (2022). Upaya Pelestarian Lingkungan Melalui Penguatan Ekologi Keluarga Berbasis Al-Quran. *Jurnal Studi Gender Dan Anak*, 9(01), 55. <https://doi.org/10.32678/jsga.v9i01.5942>
- Firmansyah, R., & Yuliarty, P. (2020). Implementasi Metode DMAIC pada Pengendalian Kualitas Sole Plate di PT Kencana Gemilang. *Jurnal PASTI*, 14(2), 167. <https://doi.org/10.22441/pasti.2020.v14i2.007>
- Hendra Saputra & M. Robby Kaharudin. (2022). *Strategi Pemasaran Agroindustri Tempe di Kecamatan Sangatta Utara Kabupaten Kutai Timur*.
- Indriani, I., Relawati, R., & Windiana, L. (2020). Strategi Pemasaran Keripik Tempe Sanan Di Kota Malang Berdasarkan Metode Analytical Hierarchy Process (Ahp). *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 16(1), 37. <https://doi.org/10.20956/jsep.v16i2.9316>
- Kusdarwati, R., Sudarno, S., & Hapsari, A. (2016). Isolasi dan Identifikasi Fungi pada Ikan Maskoki (*Carassius auratus*) di Bursa Ikan Hias Gunung Sari Surabaya, Jawa Timur
<i>[Isolation and Indentification of Fungi on the Gold Fish (*Carassius auratus*) in the Fish Market Gunung Sari Surabaya East Java]. *Jurnal Ilmiah Perikanan Dan Kelautan*, 8(1), 1–15. <https://doi.org/10.20473/jipk.v8i1.11185>

- Novela, P., & Hadi Mustofa, R. (2023). *Strategi Pemasaran Pada Umkm Kelompok Usaha Keripik Tempe Di Desa Sadang Kabupaten Ngawi*.
- Oktaviani, T. K. (2018). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN USAHA KECIL PENGRAJIN TEMPE (Studi Kasus : Kecamatan Galang Kabupaten Deli Serdang). *Universitas Medan Area*, 1–81.
- Pido, R. (2019). Analisa Pengaruh Kenaikan Temperatur Permukaan Solar Cell Terhadap Daya Output. *Gorontalo Journal of Infrastructure and Science Engineering*, 2(2), 24. <https://doi.org/10.32662/gojise.v2i2.683>
- Prastyo, R. I., Sukanata, I. K., & Dwirayani, D. (2020). STRATEGI PEMASARAN TEMPE “ALI ONCOM” (Kasus di Home Industri Tempe “Ali Oncom”). *Paradigma Agribisnis*, 3(1). <https://doi.org/10.33603/v3i1.3549>
- Rusmiyati, R., & Bustomi, M. Y. (2019). Strategi Pemasaran Agroindustri Tempe di Kecamatan Sangatta Utara Kabupaten Kutai Timur. *Jurnal Pertanian Terpadu*, 7(2), 216–227. <https://doi.org/10.36084/jpt..v7i2.201>
- Santi, D., & Giovanni, A. (2023). Analisis Swot Terhadap Strategi Pemasaran Usaha Home Industry Kripik Tempe. *Journal of Economics and Business Management*, 2(2), 217–224. <https://doi.org/10.56444/transformasi.v1i2>
- Simangunsong, K., Ahmad, U. A., & Saputra, R. E. (2022). Desain Dan Implementasi Dashboard Monitoring Sistem Pendeteksi Kebakaran Hutan Berbasis Lora Dan Web. *E-Proceeding of Engineering*, 9(3), 974–987.
- Tumanggor, O. S. P., Purba, H. H., & Jaqin, C. (2023). Analysis Of Quality Control And Improvement Using D-MA-I-C Method In The Manufacturing Industry. *AIP Conference Proceedings*, 2680(1). <https://doi.org/10.1063/5.0126983>
- Yanis,Mardiana, & A. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Tempe Kelompok Usaha Kecil Menengah (UKM) di Desa Sei Mencirim Kecamatan Sunggal Kabupaten Deli Serdang. *Jurnal Agrica*, 11(2), 93–111.
- Yuliana, D. (2017). Strategi Pengembangan Pelayanan Publik di Bandar Udara Internasional Soekarno Hatta - Cengkareng. *Warta Ardhia*, 41(4), 181–200. <https://doi.org/10.25104/wa.v41i4.155.181-200>