

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN TEMPE SEBAGAI UPAYA  
UNTUK MEMPERBAIKI PEMASARAN HASIL INDUSTRI  
RUMAH TANGGA DI MACAN LINDUNGAN PALEMBANG**

**Oleh  
ADI SETIAWAN**



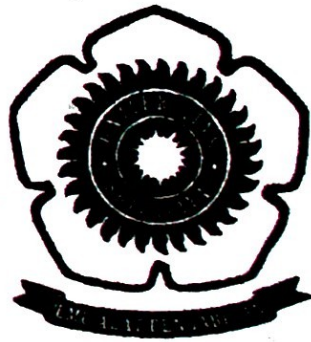
**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**INDRALAYA  
2014**

20308/2796

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN TEMPE SEBAGAI UPAYA  
UNTUK MEMPERBAIKI PEMASARAN HASIL INDUSTRI  
RUMAH TANGGA DI MACAN LINDUNGAN PALEMBANG**

Oleh  
**ADI SETIAWAN**



**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**INDRALAYA  
2014**

## SUMMARY

**ADI SETIAWAN.** The Analysis Of Tempe Marketing Strategy As Effort To Reclaim Home Industry Result In Macan Lindungan (Supervised by **MARYADI** dan **EKA MULYANA** ).

The purpose of this research were to : 1) ) Analyzing marketing strategy which used by the entrepreneur member of PRIMKOPTI Macan Lindungan Unit, 2) Analyzing obstacle that happened by the entrepreneur member of PRIMKOPTI Macan Lindungan Unit, 3) Analyzing the effort to reclaim tempe marketing strategies which are using by enterprenuer as member of PRIMKOPTI Macan Lindungan Unit Palembang City. 4) Analyzing the income by enterprenuer as member of PRIMKOPTI Macan Lindungan Unit Palembang City.

This research performed in KOPTI Macan Lindungan Street, Palembang City. The choice of this location did purposively with the thinking that this location is biggest unit in produce tempe and it had variation scale for small scale until big scale. Data gathered in this research is data primer and data secondary

The result of this research showed that marketing strategy used by the enterprenuer member of PRIMKOPTI in Macan Lindungan Unit is through mixed strategy (4P) and SWOT analysis. Mixed strategy through product strategy is the enterprenuer watching for the amount of goods/service, quality (design), packing, size, brand name, and special service which is offering by the enterprenuer to support goods and service. Price strategy, the enterprenuer is watching for the price so that it is still stable and the determination of price is based on cost plus pricing. Gutter

distribution strategy is doing by gutter distribution direct to consumer and gutter distribution to seller and than sell to consumer. Promotion strategy which is used by the enterprenuer personal selling and direct marketing.

The obstacles that happened in production process and tempe marketing is, the rise of soya price, transportation, technology, and the minimum of enterprenuer skill. The result of SWOT analysis which got to fix marketing strategy tempe in Macan Lindungan unit is, increasing tempe production, increasing the total of employe, making wider tempe production marketing, maintaining the quality of tempe, changing of packing, making benefit to technology progression, communication, and transportation, strengthening the modal, and doing innovation od product. The income of the enterprenuer member of PRIMKOPTI in Macan Lindungan is Rp3.574.687 per moon for small scale, Rp6.985.192 per moon for moderate scale, and Rp16.328.642 per moon for big scale.

## RINGKASAN

**ADI SETIAWAN.** Analisis Strategi Pemasaran Tempe Sebagai Upaya Untuk Memperbaiki Pemasaran Hasil Industri Rumah Tangga Di Macan Lindungan Palembang (Dibimbing oleh **MARYADI** dan **EKA MULYANA**).

Tujuan penelitian ini adalah 1) Menganalisis strategi pemasaran yang digunakan pengusaha tempe anggota PRIMKOPTI Unit Macan Lindungan. 2) Menganalisis kendala yang dialami pengusaha tempe anggota PRIMKOPTI Unit Macan Lindungan. 3) Menganalisis upaya untuk memperbaiki strategi pemasaran tempe yang ada saat ini oleh pengusaha tempe anggota PRIMKOPTI di Macan Lindungan Kota Palembang. 4) Menganalisis pendapatan yang diterima pengusaha tempe anggota PRIMKOPTI di Macan Lindungan Palembang

Penelitian ini dilaksanakan di perumahan KOPTI di Jln. Macan Lindungan Kota Palembang. Pemilihan lokasi ini dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa lokasi ini merupakan unit terbesar dalam memproduksi tempe dan skala usaha pengusaha tempnya bervariasi dari skala kecil hingga besar. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan oleh pengusaha tempe anggota PRIMKOPTI Unit Macan Lindungan melalui bauran pemasaran (4P) dan analisis SWOT. Bauran pemasaran melalui strategi produk berupa pengusaha tempe menjaga jumlah barang/jasa, kualitas (*desain*), kemasan (*packing*), ukuran (*size*), merek (*brand name*), dan pelayanan khusus yang ditawarkan perusahaan guna mendukung barang dan jasa. Strategi harga, pengusaha

menjaga harga agar tetap stabil dan penetapan harga berdasarkan *Cost plus pricing*. Strategi saluran distribusi dengan melakukan saluran distribusi secara langsung ke konsumen dan saluran distribusi ke pedagang pengecer yang kemudian dijual ke konsumen. Strategi promosi yang digunakan yaitu, penjualan pribadi (*personal selling*), dan pemasaran langsung (*direct marketing*).

Kendala yang dihadapi dalam proses produksi dan pemasaran tempe adalah : Kenaikan harga kedelai, Transportasi, Teknologi, dan Rendahnya ketrampilan pengusaha. Hasil analisis SWOT yang diperoleh untuk memperbaiki strategi pemasaran tempe di Unit Macan Lindungan adalah : Meningkatkan produksi tempe, meningkatkan jumlah tenaga kerja, memperluas pemasaran produksi tempe, mempertahankan kualitas produksi tempe, melakukan perubahan kemasan, memanfaatkan kemajuan teknologi, komunikasi dan transportasi, memperkuat modal, dan melakukan inovasi produk. Pendapatan yang diterima oleh pengusaha tempe anggota PRIMKOPTI di Macan Lindungan untuk tiap skala yaitu, skala kecil sebesar Rp3.574.687 per bulan, skala sedang Rp6.985.192 per bulan, dan skala besar Rp16.328.642 per bulan.

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN TEMPE SEBAGAI UPAYA  
UNTUK MEMPERBAIKI PEMASARAN HASIL INDUSTRI  
RUMAH TANGGA DI MACAN LINDUNGAN  
PALEMBANG**

**Oleh  
ADI SETIAWAN**

**SKRIPSI  
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Pertanian**

**pada**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**INDRALAYA  
2014**

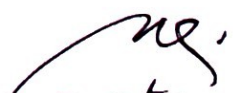
Skripsi

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN TEMPE SEBAGAI UPAYA  
UNTUK MEMPERBAIKI PEMASARAN HASIL INDUSTRI  
RUMAH TANGGA DI MACAN LINDUNGAN  
PALEMBANG**


Oleh  
**ADI SETIAWAN**  
**05101001050**

telah diterima sebagai salah satu syarat  
untuk memperoleh gelar  
Sarjana Pertanian

Pembimbing I,

  
**Dr. Ir. Maryadi, M.Si.**


Pembimbing II,

  
**Eka Mulyana, S.P., M.Si.**

Indralaya, Juli 2014

Fakultas Pertanian  
Universitas Sriwijaya

Dekan,

  
**Dr. Ir. Erizal Sodikin**  
**NIP.1960211 198503 1002**

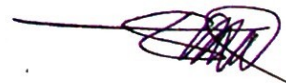


Skripsi berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Tempe Sebagai Upaya Untuk Memperbaiki Pemasaran Hasil Industri Rumah Tangga di Macan Lindungan Palembang” oleh Adi Setiawan telah diperiksa dan dipertahankan di depan Komisi Penguji pada tanggal 30 Juni 2014

**Komisi Penguji**

- |                                  |            |   |
|----------------------------------|------------|---|
| 1. Dr. Ir. Maryadi, M.Si         | Ketua      |    |
| 2. Eka Mulyana, S.P., M.Si       | Sekretaris |    |
| 3. Ir. Hj. Maryanah Hamzah, M.S. | Anggota    |    |
| 4. Dr. Ir. Hj. Lifianthy, M.Si   | Anggota    |   |
| 5. Indri Januarti, S.P., M.Sc    | Anggota    |  |

**Mengetahui,  
Ketua Program Studi Agribisnis**



**Ir. Muhammad Yazid, M.Sc., Ph.D.**  
NIP. 19620510 198803 1 002

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa sesungguhnya seluruh data dan informasi yang disajikan dalam skripsi ini, kecuali yang disebutkan dengan jelas sumbernya adalah hasil penelitian dan investigasi saya sendiri dan belum pernah atau tidak sedang diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar kesarjanaan lain atau gelar yang sama ditempat lain.

Indralaya, Juni 2014

Yang membuat pernyataan,



Adi Setiawan

## RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan pada tanggal 2 Oktober 1991, di Kota Palembang merupakan anak kelima dari enam bersaudara. Orang tua, Ayah bernama Ir. Amiruddin dan Ibu bernama Rusdianah S.pd.

Penulis menyelesaikan pendidikan sekolah dasar di SD Negeri 498 Palembang, Kemudian melanjutkan Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama di SMP Negeri 18 pada tahun 2003. Pendidikan Sekolah Menengah Atas penulis di tempuh di SMA Srijaya Negara Palembang pada tahun 2006.

Penulis diterima sebagai mahasiswa Fakultas Pertanian Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Program studi Agribisnis melalui jalur SNMPTN pada tahun 2010.

Penulis telah menyelesaikan Praktek Lapangan dengan judul “Teknik Budidaya Tanaman Selada (*Lactuca Sativa L.*) pada Media Aquaponik di Lahan Rusunwa Universitas Sriwijaya”. Penulis juga telah menyelesaikan magang dengan judul “Manajemen Rantai Pasok pada Pendistribusian Pupuk di Departemen Logistik Pemasaran PT. Pupuk Sriwidjaja Palembang”.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas rahmat Allah, SWT yang telah memberikan hidayahnya untuk menyusun skripsi yang berjudul **“Analisis Strategi Pemasaran Tempe Sebagai Upaya Untuk Memperbaiki Pemasaran Hasil Industri Rumah Tangga di Macan Lindungan Palembang”**. Tujuan penyusunan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pertanian Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya.

Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan baik berupa doa, semangat, tenaga, dan dana. Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada:

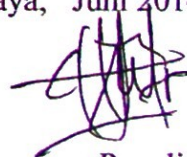
1. Bapak Dr. Ir. Maryadi, M.Si, selaku dosen pembimbing I dan Ibu Eka Mulyana, S.P., M.Si., selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan wejangan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Ir. Hj. Maryanah Hamzah, M.S., Ibu Dr. Ir. Hj. Lifianthy M.Si, dan Ibu Indri Januarti, S.P, M.Si., selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan skripsi ini.
3. Bapak Siswo waluyo selaku ketua PRIMKOPTI di Palembang sekaligus ketua RT di lokasi penelitian di Macan Lindungan.
4. Bapak Hamid selaku pengusaha tempe yang banyak memberikan informasi dan pengetahuan untuk penulisan skripsi ini.
5. Kedua orangtuaku, Ir. Amiruddin dan Rusdiannah, S.pd serta saudara dan saudari saya yaitu, Lili Triani, Roby Gusran, Dian Saputra, Deby Indriani, dan

Ezsya Irvando yang selalu mendoakanku dan selalu memberikan dukungan, semangat, motivasi, dan nasihat yang sangat luar biasa.

6. Kepada teman dekat Listiana yang telah membantu dalam penulisan ini.
7. Kepada Yogi Ananda dan Bram Suwandi yang telah membantu dalam melakukan penelitian di lokasi.
8. Kepada sahabat karib seperjuangan dalam perkuliahan Muhammad Fadhli, Hadika Sambara, Genta Septiawan, Puja Al-Baroqah, dan Richad Pramana, trimakasih telah membantu, dan trimakasih mau berjuang bersama. “Solidaritas Tanpa Batas”
9. Kepada Maranggi, Bagus, Novan, Nurul, Rosa, Novia, Risky, Mayang, Yani, Endah, Benny, Mutia, Restu, Devryansah, Soleh, Hairudin, Sendy prayoga, deki, Rony, sandry, anggie, yayak, amik, anin, widi, iwan, tio, adit, tedi, dean, arif h, arif pade, fuad, keke, trisnawati, daniel, bram, junita, anita, yuniarti, dewi, yuli, lufita, Tj, lainun, sari, siti, ricardo, aar, sendy, anggie busu, sinta, else, nindi, rika, silvi, dan teman-teman lain yang telah mau memberikan semangat dan doa.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan, untuk itu penulis sangat mengharapkan segala kritik dan saran yang membangun dalam penyempurnaan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukannya. Amin.

Indralaya, Juni 2014



Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI .....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DARTAR LAMPIRAN.....	xvii
I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan dan Kegunaan.....	7
II. KERANGKA PEMIKIRAN.....	8
A. Tinjauan Pustaka .....	8
1. Konsepsi Produk Tempe.....	8
2. Konsepsi Biaya Produksi.....	19
3. Konsepsi Biaya Oprasional .....	20
4. Konsepsi Keuntungan.....	21
5. Konsepsi Strategi Pemasaran .....	24
6. Analisi SWOT .....	30
B. Model Pendekatan.....	32
C. Hipotesis.....	34

	Halaman
D. Batasan-batasan Operasional .....	35
III. PELAKSANAAN PENELITIAN .....	38
A. Tempat dan Waktu .....	38
B. Metode Penelitian .....	38
C. Metode Penarikan Contoh .....	38
D. Metode Pengumpulan Data .....	39
E. Metode Pengolahan Data .....	40
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN .....	43
A. Keadaan Umum Koperasi .....	43
1. Gambaran Umum Kota Palembang .....	43
2. Sejarah PRIMKOPTI .....	43
3. Struktur Organisasi .....	46
B. Karakteristik Pengusaha Tempe .....	52
C. Proses Pembuatan Tempe .....	55
D. Strategi Pemasaran .....	64
E. Kendala dalam Pemasaran .....	73
F. Analisis SWOT .....	77
1. Faktor Internal .....	77
2. Faktor Eksternal .....	80
3. Hasil SWOT .....	83
G. Biaya dan Pendapatan .....	88
1. Biaya Produksi Total .....	88
1.1. Biaya Tetap .....	89

	Halaman
1.2. Biaya Variabel.....	90
1.3. Biaya Pemasaran .....	93
2. Penerimaan.....	94
3. Pendapatan .....	96
V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	98
A. Kesimpulan.....	98
B. Saran .....	99
DAFTAR PUSATAKA .....	101



## DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Perkembangan Harga Kedelai Lokal Tahun 2008-2012 .....	3
2. Komposisi Zat Gizi Tempe .....	11
3. Metode Penarikan Contoh .....	39
4. Matriks SWOT .....	41
5. Sebaran Responden Menurut Usia .....	52
6. Keadaan Produsen Contoh Menurut Tingkat Pendidikan .....	54
7. Matrik SWOT dan Perumusan Strategi Pemasaran .....	82
8. Rata-rata Biaya Produksi Total Pengusaha Tempe .....	89
9. Rata-rata Biaya Tetap Pengusaha Tempe .....	90
10. Rata-rata Biaya Variabel Pengusaha Tempe .....	91
11. Rata-rata Biaya Pemasaran Pengusaha Tempe .....	93
12. Rata-rata Jumlah Produksi Tempe Tiap Skala .....	95
13. Rata-rata Penerimaan Total Pengusaha Tempe .....	95
14. Rata-rata Penerimaan Total Pengusaha Tempe .....	96
15. Rata-rata Pendapatan Pengusaha Tempe .....	97

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Proses Pembuatan Tempe .....	18
2. Model Pendekatan Diagramatis .....	33
3. Bagan Struktur Organisasi PRIMKOPTI.....	45
4. Komplek Perumahan PRIMKOPTI Macan Lindungan .....	53
5. Kedelai .....	55
6. Rendaman Kedelai .....	56
7. Perebusan Kedelai .....	57
8. Kedelai Telah Terkupas .....	58
9. Tempat Peletakan Tempe .....	61
10. Tempe Yang Tersusun di Rak.....	62
11. Tempe Yang Tersusun di Rak.....	62
12. Tahapan Proses Pembuatan Tempe Anggota PRIMKOPTI .....	63
13. Jalur Penjualan Tempe .....	70

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Denah Kota Palembang.....	104
2. Identitas Pengusaha Tempe Skala besar .....	105
3. Identitas Pengusaha Tempe Skala Sedang .....	105
4. Identitas Pengusaha Tempe Skala Kecil .....	106
5. Jumlah Sarana Produksi Tempe Skala Besar .....	107
6. Jumlah Sarana Produksi Tempe Skala Sedang .....	108
7. Jumlah Sarana Produksi Tempe Skala Kecil .....	109
8. Rincian Biaya Variabel Pengusaha Skala Besar .....	110
9. Rincian Biaya Variabel Pengusaha Skala Sedang .....	111
10. Rincian Biaya Variabel Pengusaha Skala Kecil.....	112
11. Rincian Biaya Tetap Pengusaha Skala Besar.....	113
12. Rincian Biaya Tetap Pengusaha Skala Sedang .....	114
13. Rincian Biaya Tetap Pengusaha Skala Kecil .....	115
14. Rincian Alat Produksi Pengusaha Skala Besar .....	116
15. Rincian Alat Produksi Pengusaha Skala Sedang .....	119
16. Rincian Alat Produksi Pengusaha Skala Kecil.....	122
17. Rincian Biaya Pemasaran Pengusaha Skala Besar.....	125
18. Rincian Biaya Pemasaran Pengusaha Skala Sedang.....	126
19. Rincian Biaya Pemasaran Pengusaha Skala Kecil .....	127

	Halaman
20. Rincian Penerimaan Pengusaha Skala Besar .....	128
21. Rincian Penerimaan Pengusaha Skala Sedang.....	130
22. Rincian Penerimaan Pengusaha Skala Kecil .....	132
23. Biaya Total Pengusaha Tempe Skala Besar.....	134
24. Biaya Total Pengusaha Tempe Skala Sedang .....	135
25. Biaya Total Pengusaha Tempe Skala Kecil .....	136
26. Pendapatan Pengusaha Tempe Skala Besar .....	137
27. Pendapatan Pengusaha Tempe Skala Sedang .....	138
28. Pendapatan Pengusaha Tempe Skala Kecil.....	139

## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Sekarang ini dalam kondisi perekonomian dimana sektor industri harus dikembangkan secara berimbang dengan pengembangan sektor lain dan juga sektor industri yang didukung oleh sektor pertanian, maka pertumbuhan sektor industri yang menggunakan bahan baku pertanian menjadi berkembang dengan pesat. Usaha untuk menunjang keberhasilan agribisnis dan mengimbangi pertumbuhan sektor industri yang menggunakan bahan baku pertanian, sehingga diperlukan ketersediaan bahan baku pertanian secara kontinyu dalam jumlah yang tepat (Soekartawi, 2010).

Di Indonesia usaha kecil telah mendapatkan perhatian yang menggembirakan dari pemerintah dan masyarakat. Berbagai keringanan dan kemudahan disediakan pemerintah Indonesia untuk merangsang dan membina usaha kecil. Keringanan pajak, kemudahan dalam perizinan, dan kemudahan mendapatkan kredit khusus telah disediakan pemerintah (Wibowo, 2007).

Kedudukan usaha kecil di tengah-tengah kehidupan berusaha telah mendapatkan tempat yang mantap, banyak menyerap tenaga kerja, ikut melancarkan peredaran perekonomian negara, dan mampu hidup berdampingan dengan perusahaan-perusahaan besar. Diakui bahwa usaha kecil dapat memegang peranan penting dan menompang usaha besar. Mereka dapat menyediakan bahan-bahan mentah, suku cadang, pembungkus, bahan pembantu, dan sebagainya. Usaha kecil juga dapat berfungsi sebagai ujung tombak bagi usaha besar dengan menyalurkan dan menjual hasil usaha kepada konsumen (Wibowo, 2007).

Program pembangunan usaha sektor pertanian, pemerintah telah menetapkan kebijaksanaan, antara lain agar diutamakan penanaman jenis tanaman yang mempunyai nilai ekonomis tinggi, mempunyai kandungan nilai gizi yang sangat tinggi, serta mempunyai prospek pemasaran yang baik. Kacang kedelai sebagai salah satu komoditi tanaman pangan yang sangat tinggi nilai gizinya sehingga baik kalau usaha penanaman komoditi tersebut diperluas dan lebih diintensifkan, agar produksi bisa ditingkatkan dan diharapkan untuk mencukupi kebutuhan sendiri tidak perlu mengimpor dari luar (Rukmana, 2004).

Kedelai merupakan komoditas strategis di Indonesia karena kedelai merupakan salah satu tanaman pangan penting di Indonesia. Komoditas ini mendapatkan perhatian yang lebih dari pemerintah dalam kebijakan pangan nasional. Menurut Astawan (2008), kedelai mengandung protein 30-50 persen, dan lemak 15-25 persen serta beberapa bahan gizi penting lain, misalnya vitamin (asam fitat) dan lesitin. Tanaman kedelai dapat digunakan sebagai bahan baku berbagai industri makanan, minuman, pupuk hijau dan pakan ternak serta untuk diambil minyaknya.

Kedelai merupakan salah satu pangan strategis bagi bangsa Indonesia. Dari lima komoditas pangan utama yaitu beras, jagung, kedelai, gula dan daging sapi. Kedelai merupakan komoditas dengan proyeksi pertumbuhan produksi paling kecil, yaitu hanya 0,19 persen per tahun. Sebaliknya konsumsi diproyeksikan akan naik jauh lebih cepat yaitu 2,36 persen per tahun (15 kali lebih cepat dibanding produksi) (Balitbangtan, 2005).

Kedelai telah beratus-ratus tahun dibudayakan di Indonesia dan prospek pengembangannya masih tetap amat cerah. Hal ini memberikan isyarat bahwa kedelai mempunyai nilai ekonomi sosial yang tinggi dan peranannya makin strategis

dalam tatanan kehidupan manusia. Kedelai merupakan komoditas pertanian yang sangat dibutuhkan di Indonesia, baik sebagai bahan makanan manusia, pakan ternak, bahan baku industri maupun bahan penyegar. Bahkan dalam tatanan perdagangan pasar internasional, kedelai merupakan komoditas ekspor berupa minyak nabati, pakan ternak dan lain-lain di berbagai negara di dunia (Rukmana, 2004).

Tabel 1. Perkembangan Harga Kedelai lokal Tahun 2008-2012

Tahun	Harga Kedelai Lokal (Rp/100 kg)
2008	621.193
2009	590.682
2010	571.402
2011	610.515
2012	630.907

Sumber : Badan Pusat Statistik 2012

Produksi kedelai tahun 2010 (Angka Sementara) sebesar 11,66 ribu ton biji kering, turun sebesar 2,04 ribu ton (14,87 persen) dibandingkan tahun 2009. Penurunan produksi disebabkan oleh penurunan luas panen sebesar 1,64 ribu hektar (17,84 persen), sedangkan produktivitas mengalami peningkatan sebesar 0,54 kuintal/hektar (3,61 persen). Produksi kedelai tahun 2011 (Angka Ramalan I) sebesar 14,17 ribu ton biji kering, naik 2,51 ribu ton (21,48 persen) dibandingkan tahun 2010. Peningkatan produksi disebabkan luas panen naik seluas 1,22 ribu hektar (16,18 persen) dan produktivitas naik 0,70 kuintal/hektar (4,52 persen) (BPS, 2011).

Kedelai merupakan salah satu tanaman penyedia bahan baku untuk pengembangan industri. Kedelai merupakan bahan makanan penting sebagai sumber protein nabati yang dikonsumsi dalam bentuk olahan dan kedelai banyak mengandung unsur dan zat-zat makanan penting bagi tubuh manusia seperti air, protein, lemak, karbohidrat, serta mineral. Tempe merupakan jenis makanan yang

bahan utamanya terbuat dari kacang kedelai, oleh karena itu tempe mempunyai nilai gizi yang cukup tinggi (Sarwono, 2010).

Manfaat kedelai yang terkenal adalah dapat dibuat bahan makanan sehat untuk sehari-hari, salah satunya adalah tempe. Cara pemanfaatan tempe cukup luas, hanya digoreng saja sudah dapat dinikmati rasanya gurih. Selain digoreng untuk lauk, tempe dapat juga dijadikan makanan seperti, disayur lodeh, oseng-oseng ataupun dimasak lebih modern untuk dijadikan tempe burger, pergedel tempe, stick tempe dan sebagainya. Tempe semakin digemari orang bukan hanya rasanya yang gurih dan lezat juga karena memang sarat gizi. Kadar protein dalam tempe 18,3 gram per 100 gram tempe merupakan alternatif sumber protein nabati yang kini semakin populer dalam gaya hidup manusia moderen (Santoso, 2008).

Tempe merupakan makanan tradisional yang telah dikenal masyarakat Indonesia sejak dulu terutama dalam tatanan budaya makan masyarakat Jawa, khususnya di Yogyakarta dan Surakarta. Produk ini berbahan baku utama kedelai dan merupakan hasil dari proses fermentasi. Terdapat tiga faktor pendukung dalam proses pembuatan tempe yaitu bahan baku yang diurai, mikroorganisme, dan keadaan lingkungan tumbuh. Bahan baku yang dimaksud yaitu keping-keping biji kedelai yang telah direbus, mikroorganisme berupa kapang tempe *Rhizopus oligosporus*, *Rhizopus oryzae*, *Rhizopus stolonifer*, dan yang terakhir yaitu keadaan lingkungan tumbuh seperti suhu 30° C, pH awal 6,8 serta kelembapan nisbi 70-80 persen (Sarwono, 2010).

Tempe memiliki beberapa keunggulan dibandingkan kacang kedelai. Pada tempe, terdapat enzim-enzim pencernaan yang dihasilkan oleh kapang tempe selama proses fermentasi, sehingga protein, lemak dan karbohidrat menjadi lebih mudah



dicerna. Kapang yang tumbuh pada tempe mampu menghasilkan enzim protease untuk menguraikan protein menjadi peptida dan asam amino bebas (Astawan, 2008).

Salah satu produk industri pangan yang menggunakan bahan baku kedelai tertinggi adalah produk tempe. Tempe merupakan makanan yang digemari masyarakat, baik masyarakat kalangan bawah hingga atas. Keberadaannya sudah lama diakui sebagai makanan yang sehat, bergizi dan harganya murah. Hampir di tiap kota di Indonesia dijumpai industri tempe. Umumnya industri tempe termasuk ke dalam industri kecil yang dikelola oleh rakyat dan beberapa diantaranya masuk dalam wadah Koperasi Pengusaha Tahu dan Tempe (KOPTI). Primer Koperasi Produsen Tahu Tempe Indonesia (PRIMKOPTI) Palembang berkedudukan di Jalan D.I Panjaitan No. 1633 16 Ulu Palembang. PRIMKOPTI yang berdiri pada tanggal 07 November 1981 ini bertujuan untuk mengembangkan kesejahteraan anggota dan kemajuan Daerah Kerja dalam rangka mewujudkan masyarakat adil dan makmur berdasarkan Pancasila.

PRIMKOPTI merupakan Koperasi bagi pengusaha tahu tempe di Kota Palembang yang berstatus sangat mantap. PRIMKOPTI sendiri terbagi menjadi 4 Unit, yaitu Unit Plaju, Unit Cinde, Unit Macan Lindungan dan Unit Tanjung sari. Dari keempat unit ini Unit Macan Lindungan merupakan unit terbesar, karena di unit ini terdapat 65 anggota dari 229 anggota total PRIMKOPTI Kota Palembang. Selain itu di Unit Macan Lindungan, skala usaha para pengusaha tempennya pun bervariasi dari skala kecil hingga skala besar serta sebagai lokasi pemasok terbesar dalam memproduksi tempe di Kota Palembang.

Pengusaha tempe di Unit Macan Lindungan dalam pembuatan tempe masih dilakukan secara tradisional yang umumnya masih industri rumah tangga. Tenaga

kerja yang terlibat berasal sebagian besar dari dalam keluarga. Dalam melakukan pemasaran biasanya pengusaha tempe langsung menjual tempe ke pasar yang ada di Palembang yaitu: Pasar Macan Lindungan, Pasar Ogan, Pasar Jakabaring, dan Pasar Kenten.

Pengusaha tempe dalam melakukan pemasaran dibutuhkan strategi pemasaran agar dapat meningkatkan keuntungan yang meliputi, strategi produk, strategi harga, strategi tempat, dan strategi promosi. Dalam hal ini pengusaha tempe anggota PRIMKOPTI harus menerapkan strategi pemasaran untuk meminimalisir kendala-kendala dalam pemasaran serta mengoptimalkan pendapatan demi meningkatnya keuntungan, maka dari itu peneliti tertarik untuk meneliti strategi pemasaran apa dipakai pengusaha tempe anggota PRIMKOPTI di Unit Macan Lindungan Kota Palembang.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan rincian permasalahan yang diteliti sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pemasaran yang digunakan pengusaha tempe anggota PRIMKOPTI di Macan Lindungan Kota Palembang ?
2. Apa kendala dalam pemasaran tempe khususnya anggota PRIMKOPTI di Macan Lindungan Kota Palembang ?
3. Bagaimana upaya untuk memperbaiki strategi pemasaran tempe yang ada saat ini oleh pengusaha tempe anggota PRIMKOPTI di Macan Lindungan Kota Palembang ?
4. Berapa besar pendapatan yang diterima pengusaha tempe anggota PRIMKOPTI di Macan Lindungan Palembang ?

### C. Tujuan dan Kegunaan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Menganalisis strategi pemasaran yang digunakan pengusaha tempe anggota PRIMKOPTI Unit Macan Lindungan Kota Palembang.
2. Menganalisis kendala yang dialami pengusaha tempe anggota PRIMKOPTI Unit Macan Lindungan Kota Palembang.
3. Menganalisis upaya untuk memperbaiki strategi pemasaran tempe yang ada saat ini oleh pengusaha tempe anggota PRIMKOPTI di Macan Lindungan Kota Palembang.
4. Menganalisis pendapatan yang diterima pengusaha tempe anggota PRIMKOPTI di Macan Lindungan Palembang.

Hasil penelitian ini yang akan dilaksanakan secara umum diharapkan dapat memiliki kegunaan untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat dalam penjualan tempe anggota PRIMKOPTI di Macan Lindungan kota Palembang serta menjadi bahan informasi bagi pihak-pihak berkepentingan dalam pengembangan industri kecil tempe. Hasil ini juga diharapkan dapat menjadi sumber kepustakaan bagi penelitian selanjutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, K. 2000. Akuntansi Manajemen : Dasar-dasar Konsep Biaya dan Pengambilan Keputusan. Rajawali Pers. Jakarta.
- Arif, S. 2012. Pengaruh Biaya Bauran Promosi Terhadap Volume Penjualan (Online). (<http://repository.gunadarma.ac.id>, diakses pada 15 Desember 2013)
- Arlina, N. 2004. Strategi Pemasaran Dalam Persaingan Bisnis (Online). (<http://library.usu.ac.id>, diakses pada 15 Desember 2013)
- Angipora, M. P. 2002. Dasar-Dasar Pemasaran. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Assauri, S. 2008. Manajemen Pemasaran. Rajawali Pers. Jakarta.
- Astawan, M., 2008. Sehat Dengan Tempe. Panduan Lengkap Menjaga Kesehatan dengan Tempe. PT Dian Rakyat, Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2012. Indikator Pertanian 2011/2012. Badan Pusat Statistik. Jakarta
- Badan Standardisasi Nasional. 2012. Tempe : Persembahan Indonesia untuk Dunia. Jakarta
- Balai Penelitian dan Pengembangan Pertanian. 2005. Analisis Penawaran dan Permintaan Komoditas Pangan Utama. Departemen Pertanian. Jakarta.
- Cahyadi, W. 2006. Kedelai Khasiat dan Teknologi. Bumi Aksara. Bandung.
- Eriansyah, Chaidir. 2008. Pengaruh Kenaikan Harga Kedelai Terhadap Biaya dan Keuntungan Pengusaha Tempe Anggota Primkopti di Kota Palembang. Skripsi pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya. Indralaya. (Tidak Dipublikasikan).
- Husin, L dan Lifianthi. 2008. Ekonomi Produksi Pertanian. Fakultas Pertanian. Universitas Sriwijaya. Indralaya.
- Indra B, 2007. Akuntansi untuk LSM dan partai politik. Erlangga. Yogyakarta.
- Kotler, P. 2005. Manajemen Pemasaran Edisi Kesebelas Jilid 1. Perhallindo. Jakarta.
- Narbuko dan Achamdi. 2010. Metodologi Penelitian. Bumi Aksara. Jakarta.
- Primer Koperasi Produsen Tempe Tahu Indonesia. 2012. Laporan Tahunan Pengurus Tahun 2012. Palembang.

- Rangkuti, F. 2008. Analisis SWOT teknik membenah kasus bisnis. Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Rukmana, R. 2004. Budidaya Kedelai. Kasinus. Yogyakarta.
- Safitri, Restu. 2013. Analisis Pengaruh Kenaikan Harga Kedelai Terhadap Biaya dan Keuntungan Produsen Tempe Anggota Koperasi Primkopti Kota Palembang. Skripsi pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya. Indralaya. (Tidak Dipublikasikan).
- Santoso, H.B. 2008. Pembuatan Tempe dan Tahu Kedelai. Kanisus, Yogyakarta
- Sarwono, B. 2010. Membuat Tempe dan Oncom. Penebar Swadaya. Yogyakarta.
- Soekartawi. 2010. Agribisnis, Teori dan Aplikasinya. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Soeproyono. 2000. Pemasaran Produk Pertanian. Fakultas Pertanian. IPB. Bogor.
- Sugiharto, 2001. Teknik Sampling. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Wibowo, S. 2007. Petunjuk Mendirikan Perusahaan Kecil. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Yamit. 2002. Manajemen Kualitas Produk dan Jasa. Elonisisa. Jakarta.