

**STRATEGI PEMASARAN TEMPE DI KECAMATAN PAMULANG KOTA
TANGERANG SELATAN**

SKRIPSI



**DISUSUN OLEH
ARFAH BAIHAQI
20/21874/EP**

**JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
INSTITUT PERTANIAN STIPER
YOGYAKARTA
2025**

**STRATEGI PEMASARAN TEMPE DI KECAMATAN PAMULANG KOTA
TANGERANG SELATAN**

SKRIPSI



**DISUSUN OLEH
ARFAH BAIHAQI
20/21874/EP**

**JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
INSTITUT PERTANIAN STIPER
YOGYAKARTA
2025**

HALAMAN PENGESAHAN
STRATEGI PEMASARAN TEMPE DI KECAMATAN PAMULANG KOTA
TANGERANG SELATAN

Disusun oleh:

ARFAH BAIHAQI

20/21874/EP

Telah dipertanggungjawabkan di depan Dosen Penguji Program Studi Agribisnis,
Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Stiper Yogyakarta

Pada tanggal 27 Mei 2025

Dosen Pembimbing : Dr. Ir. Danang Manumono, M.S.

Dosen Penguji : Amallia Ferhat, SP. M.Sc.

Ketua Jurusan

Dekan Fakultas Pertanian



(Ir. Samsuri Tarmadja, MP.)

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar keserjanaan di suatu perguruan tinggi terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh pihak atau orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar Pustaka.

Yogyakarta, 24 Juni 2025

Yang menyatakan

(Arfah Baihaqi)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan YME atas berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian ini dengan baik. Penulisan proposal ini disusun sebagai pedoman dalam melakukan penelitian tentang “Strategi Pemasaran Pengolahan Tempe di Kecamatan Pamulang Kota Tangerang Selatan”.

Penyusunan menyadari bahwa penyusunan proposal ini dapat selesai atas bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penyusun menyampaikan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa
2. Kedua orang tua saya yang selalu memberikan semangat, doa, bimbingan, dan dukungan kepada penyusun.
3. Dr.Ir. Danang Manumono, M.S. selaku dosen pembimbing pertama.
4. Amallia Ferhat, SP. M.Sc. selaku dosen pembimbing kedua.
5. Saudara dan teman-teman semua yang selalu memberikan dukungan.
6. Semua pihak yang membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.

Penyusun berharap proposal penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi kemajuan ilmu pengetahuan di bidang pertanian. Kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan demi perbaikan dalam penyusunan skripsi yang akan datang.

Yogyakarta, 24 Juni 2025

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
INTISARI	ix
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	3
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	4
A. Tinjauan Pustaka	4
1. Tempe	4
B. Penelitian Terdahulu	5
C. Landasan Teori	9
1. Teori Pemasaran	9
2. Bauran Pemasaran	10
D. Kerangka Berpikir	13
III. METODOLOGI PENELITIAN	14
A. Metode Dasar Penelitian	14
B. Metode Penentuan Lokasi dan Waktu Pelaksanaan Penelitian	14
C. Metode Penentuan Sampel	14
D. Metode Pengambilan dan Pengumpulan Data	14
E. Konseptualisasi dan Pengukuran Variabel	15
F. Analisis Data dan Pembentukan Model	16
IV. KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN	18
A. Sejarah Kampung Tempe	18
B. Keadaan Geografis Kecamatan Pamulang	19
C. Iklim dan Cuaca Kecamatan Pamulang	20
D. Keadaan Demografi Kecamatan Pamulang	20

V. HASIL DAN PEMBAHASAN	23
A. Identitas Responden Secara Umum	23
B. Profil usaha	25
1. Jenis Bahan Baku	25
2. Kapasitas Produksi	25
3. Biaya Produksi	26
4. Harga Produk	26
5. Jumlah Tenaga Kerja	27
6. Omset	27
C. Indikator yang Mempengaruhi Penjualan Produk Tempe	28
1. Respon Pengerajin Tempe Terhadap Indikator yang Mempengaruhi Penjualan Tempe.	29
D. Strategi Pemasaran	33
1. Produk	33
2. Harga	35
3. Tempat	36
4. Promosi	37
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	38
A. Kesimpulan	38
B. Saran	38
DAFTAR PUSTAKA	39
LAMPIRAN	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Karangka Berpikir	13
Gambar 4. 1 Peta Wilayah Kecamatan Pamulang.....	19

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Curah Hujan dan Hari Hujan Di Kecamatan Pamulang, 2023	20
Tabel 4. 2 Luas Daerah Menurut Desa/Kelurahan di Kecamatan, 2023	21
Tabel 4. 3 Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Usia dan Jenis Kelamin di Kecamatan Pamulang, 2023	21
Tabel 4. 4 Distribusi UMKM Menurut Jenis Usaha Kecamatan Pamulang	22
Tabel 5. 1 Identitas Responden Berdasarkan Usia	23
Tabel 5. 2 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	24
Tabel 5. 3 Identitas Responden Berdasarkan Lama Usaha	24
Tabel 5. 4 Profil Usaha Berdasarkan Kapasitas Produksi	25
Tabel 5. 5 Profil Usaha Berdasarkan Biaya Produksi	26
Tabel 5. 6. Profil Usaha Berdasarkan Harga Produk.....	26
Tabel 5. 7 Profil Usaha Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja	27
Tabel 5. 8 Profil Usaha Berdasarkan Omset	27
Tabel 5. 9 Saluran Pemasaran	28
Tabel 5. 10 Memiliki Sertifikasi Halal	29
Tabel 5. 11 Produk Tanpa Bahan Pengawet	29
Tabel 5. 12 Variasi Ukuran Kemasan	30
Tabel 5. 13 Umpan Balik Produk untuk Peningkatan Kualitas.....	30
Tabel 5. 14 Harga Produk Bersaing	30
Tabel 5. 15 Harga Produk Fluktuatif.....	31
Tabel 5. 16 Harga Khusus untuk Pelanggan Grosir	31
Tabel 5. 17 Harga Khusus untuk Pelanggan Tetap.....	31
Tabel 5. 18 Memiliki Kios Sendiri	32
Tabel 5. 19 Penjualan dari Tempat Produksi.....	32

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran produk tempe di Kecamatan Pamulang, Kota Tangerang Selatan, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi penjualan tempe di wilayah tersebut. Latar belakang penelitian ini didasari oleh tingginya persaingan antar pengrajin tempe di Kampung Tempe, Kelurahan Kedaung, serta pentingnya penerapan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan daya saing dan memperluas pangsa pasar, termasuk peluang ekspor ke luar negeri. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif, dengan teknik purposive sampling terhadap 30 responden pelaku usaha tempe. Analisis data dilakukan secara deskriptif untuk menggambarkan karakteristik usaha dan penerapan strategi pemasaran berdasarkan pendekatan bauran pemasaran (4P): produk, harga, tempat, dan promosi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh pengrajin telah menerapkan beberapa indikator strategis, sertifikasi halal, produk tanpa bahan pengawet, variasi ukuran kemasan, serta pemberian harga khusus bagi pelanggan grosir dan tetap. Meskipun promosi masih dilakukan dengan penjualan dan penawaran langsung ke konsumen, pengrajin telah memanfaatkan keunggulan seperti kepemilikan kios dan penjualan langsung dari tempat produksi. Strategi pemasaran yang direkomendasikan meliputi inovasi produk, peningkatan pelayanan, serta perluasan distribusi ke supermarket untuk meningkatkan volume penjualan dan daya saing usaha.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Tempe, Bauran Pemasaran, UMKM, Pamulang.