

**STRATEGI PENGEMBANGAN AGRIBISNIS PRODUK TEMPE
DIKOTA SURABAYA PROVINSI JAWA TIMUR**

SKRIPSI



Oleh :

RIZQA ZALSABILA MULYADI

NPM : 17024010036

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
SURABAYA
2023**

**STRATEGI PENGEMBANGAN AGRIBISNIS PRODUK TEMPE
DIKOTA SURABAYA PROVINSI JAWA TIMUR**

Oleh:

RIZQA ZALSABILA MULYADI
NPM : 17024010036

Telah diterima pada tanggal
Jumat, 25 Mei 2023

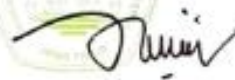
Telah disetujui oleh:

Dosen Pembimbing Pendamping



Dr. Dona Wahyuning Laily SP.,MP
NIP. 1960122719910320

Dosen Pembimbing Utama



Dr. Ir. Hamidah Hendrarini, Msi. -
NIP. 196012271991032001

Mengetahui:

Koordinator Program Studi Agribisnis



Dr. Ir. Nuriah Yulianti, MP
NIP. 1962071121991032001

**STRATEGI PENGEMBANGAN AGRIBISNIS PRODUK TEMPE
DIKOTA SURABAYA PROVINSI JAWA TIMUR**

Oleh:

RIZQA ZALSABILA MULYADI
NPM : 17024010036

Telah dipertahankan diharapkan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Selasa, 31 Mei 2023

Telah disetujui oleh:

Dosen Pembimbing Pendamping

Dr. Dona Wahyuning Laily SP.,MP
NIP. 1960122719910320

Dosen Pembimbing Utama

Dr. Ir. Hamidah Hendrarini, Msi
NIP. 196012271991032001

Mengetahui:

Dekan Fakultas Pertanian

Dr. Ir. Wanti Mindari, MP
NIP. 19631208 199003 2001

Koordinator Program Studi
Agribisnis

Dr. Ir. Nuriah Yuliati, MP
NIP. 1962071121991032001

SURAT PERNYATAAN

Berdasarkan Undang-Undang No.19 tahun 2002 tentang Hak Cipta dan Permendiknas No.17 Tahun 2010, Pasal 1 Ayat 1 tentang plagiarism Maka, saya sebagai Penulis Skripsi dengan judul:

**Strategi Pengembangan Agribisnis Produk Tempe Dikota Surabaya
Provinsi Jawa Timur.**

Menyatakan bahwa Skripsi tersebut diatas bebas dari plagiarism.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 31 Mei 2023

Yang Membuat Pernyataan,



Rizqa Zalsabila Mulyadi

NPM. 17024010036

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, taufik dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi, yang dilaksanakan di Surabaya, dengan judul **“Strategi Pengembangan Pemasaran Agribisnis Produk Tempe di Kota Surabaya Provinsi Jawa Timur”**. Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Pertanian Program Studi Agribisnis di Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa dalam ini segala keberhasilan dan kesuksesan tidak terlepas dari bantuan Sang Khaliq dan juga tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Penulis mengucapkan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada : Dr. Ir. Hamidah Hendrarini, M.Si selaku dosen pembimbing utama dan Dr. Dona Wahyuning Laily SP.,MP selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang telah banyak memberikan pengarahan, motivasi, masukan dan meluangkan waktu serta tenaga dengan penuh kesabaran dan keikhlasan untuk membimbing penulis.

Penulis juga menyampaikan terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Ir. Wanti Mindari, MP. Selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional ”Veteran” Jawa Timur.
2. Dr. Ir. Hamidah Hendrarini, M.Si. selaku Ketua Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional ”Veteran” Jawa Timur.
4. Pemilik UMKM Tempe Bang Jarwo pengerajin tempe yang telah membantu informasi penelitian skripsi.
5. Kedua orang tua dan adik saya yang telah memberikan banyak dukungan do’a, semangat dan kasih sayang yang tak terhingga.

6. Teman-teman terdekat serta teman angkatan Agribisnis 2017 yang selalu memotivasi agar cepat menyelesaikan skripsi dan lulus bersama.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, namun demikian semoga laporan ini dapat mencapai kadar keilmuan dan mampu menjadi acuan generasi penerus dalam proses penelitian skripsi kedepannya serta bermanfaat bagi penulis khususnya dan umumnya kepada semua pihak yang memerlukannya.

Surabaya, 31 Mei 2023

Penulis

**STRATEGI PENGEMBANGAN AGRIBISNIS PRODUK TEMPE
DIKOTA SURABAYA, PROVINSI JAWA TIMUR**

**AGRIBUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY ON TEMPE PRODUCTS
IN SURABAYA CITY, EAST JAVA PROVINCE**

Rizqa Zalsabila Mulyadi^{1*}, Hamidah Hendrarini², Dona Wahyuning Laily³

ABSTRAK

Tempe merupakan salah satu produk yang digemari masyarakat Indonesia. Permasalahan dalam pemasaran tempe yaitu para pesaing. Hal ini menyebabkan dibutuhkan kreativitas Pemasaran, tidak hanya memasarkan secara tradisional tapi juga secara modern dengan menggunakan teknologi. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi karakteristik konsumen, menganalisis faktor Internal, Eksternal dan alternatif strategi pemasaran yang tepat. Metode penentuan sampel pada penelitian menggunakan *purposive sampling* dengan 55 orang responden. Metode analisis data penelitian ini menggunakan analisis SWOT, dan analisis QSPM. Hasil penelitian pada analisis SWOT menunjukkan bahwa strategi terletak pada kudran I, menjelaskan kekuatan internal dapat menciptakan peluang strategi pemasaran produk tempe. Analisis QSPM menunjukkan hasil TAS tertinggi yaitu strategi alternatif, pengembangan kegiatan produksi dan pemasaran produk tempe menggunakan teknologi, sarana dan prasarana.

Kata Kunci : Tempe, Strategi, Pemasaran, Teknologi

ABSTRACT

Tempe is a product that is popular with Indonesian people. The problem in marketing tempeh is competitors. This has led to the need for creativity in marketing, not only market traditionally but also modernly using technology. This research aims to identify consumer characteristics, analyze Internal, External factors and appropriate marketing strategy alternative. The method of determining the sample in the study using purposive sampling with 55 respondents. This research data analysis method uses SWOT analysis, and QSPM analysis. The results of the research on SWOT analysis show that the strategy is located in kudran I, explained that internal strengths can create opportunities for tempeh product marketing strategies. QSPM analysis shows the highest TAS results, namely alternative strategies, developing production and marketing activities for tempeh products using technology, facilities and infrastructure.

Keywords: *Tempeh, Strategy, Marketing, Technology*

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined. 7
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terhadulu.....	10
2.2 Landasan Teori	23
2.2.1 Definisi Kedelai	23
2.2.2 Produksi Kedelai	24
2.2.3 Definisi Tempe.....	32
2.2.4 Pemasaran	37
2.2.5 Strategi Pemasaran.....	39
2.2.6 SWOT	45
2.2.7 Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal.....	48

2.3 Kerangka Pemikiran	52
III. METODE PENELITIAN	56
3.1 Lokasi Penelitian	56
3.2 Metode Penentuan Sample Responden	56
3.3 Jenis dan Sumber Data	58
3.3.1 Jenis Data.....	58
3.3.2 Sumber Data	58
3.4 Metode Pengumpulan Data	59
3.5 Definisi Operasional.....	60
3.6 Analisa Data.....	63
3.6.1 Analisis Deskriptif	64
3.6.2 Analisis Faktor Internal dan Faktor Eksternal	64
3.6.3 Analisis Matriks Internal (IFAS) dan Eksternal (EFAS)	65
3.6.4 Analisis Matriks SWOT.....	67
3.6.5 Analisis <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> (QSPM).....	71
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	74
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	74
4.1.1 Sejarah UMKM Tempe Bang Jarwo.....	74
4.1.2 Profil UMKM Tempe Bang Jarwo.....	75
4.1.3 Struktur Organisasi Tempa Bang Jarwo	76
4.2 Karakteristik Konsumen.....	77
4.2.1 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin	78
4.2.2 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia.....	78
4.2.3 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan.....	80

4.2.4 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendidikan.....	81
4.2.5 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Penghasilan	83
4.2.6 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Frekuensi dan Pembelian ..	84
4.3 Faktor Internal dan Eksternal	86
4.3.1 Faktor Internal.....	86
4.3.2 Faktor Eksternal.....	90
4.4 Analisis Alternatif Strategi Pengembangan Produk Tempe.....	94
4.4.1 Analisis Matriks IFAS (<i>Internal Factor Analysis Strategy</i>).....	94
4.4.2 Analisis Matriks EFAS (<i>Eksternal Factor Analysis Strategy</i>)	97
4.4.3 Analisis SWOT	99
4.4.4 Analisis QSPM	105
V. KESIMPULAN DAN SARAN	109
5.1 Kesimpulan.....	109
5.2 Saran	110
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN.....	114

DAFTAR TABEL

No	Judul	Halaman
2.1	Kandungan Gizi Kacang Kedelai.....	24
3.2	Variabel Penelitian.....	62
3.3	Matriks IFAS dan Matriks EFAS.....	67
3.4	Lanjutan Matriks IFAS dan Matriks EFAS.....	67
3.5	Matriks SWOT.....	69
3.6	Matriks QSPM.....	72
4.1	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin.....	78
4.2	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia	79
4.3	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan.....	80
4.4	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendidikan.....	81
4.5	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Penghasilan	83
4.6	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Penghasilan	84
4.7	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	85
4.8	Matriks IFAS (Internal Factor Analysis Strategy).....	95
4.9	Matriks EFAS (Eksternal Factor Analysis Strategy).....	97
4.10	Matriks SWOT	100
4.11	Peringkat Prioritas Strategi Berdasarkan Matriks QSPM.....	106

DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Halaman
2.1	Perkembangan Harga Kedelai Lokal (Rp/Kg)	24
2.2	Koefisien Keragaman Harga Kedelai Lokal (%)	26
2.3	Perkembangan Harga Kedelai Impor (Rp/Kg).....	27
2.4	Koefisien Keragaman Harga Kedelai Impor (%).....	28
2.5	Perkembangan Harga Kedelai Lokal vs Impor (Rp/Kg).....	28
2.6	Kerangka Pemikiran.....	55
3.1	Kuadran SWOT	70
4.1	Struktur Organisasi UMKM Tempe Bang Jarwo.....	76
4.2	Diagram SWOT.....	104

DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Halaman
1.	Data Karakteristik Konsumen	114
2.	Data Karakteristik Konsumen	115
3.	Data Karakteristik Konsumen	115
4.	Data Karakteristik Responden.....	116
5.	Pengolahan Data Kuisisioner Faktor Internal	117
6.	Pengolahan Data Kuisisioner Faktor Eksternal	117
7.	Perhitungan Bobot Matriks IFAS dan EFAS	118
8.	Matriks QSPM Internal	119
9.	Matriks QSPM Eksternal	120
10.	Hasil Kuesioner	121
11.	Gambar Penelitian.....	129