

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN TEMPE DEMANG HARBER DI
KECAMATAN SEBRANG ULU I KOTA PALEMBANG**

**ANALYSIS OF MARKETING STRATEGY OF TEMPE DEMANG HARBER IN
SEBRANG ULU I DISTRICT PALEMBANG CITY**

Ira¹⁾, Novi Apriani¹⁾

¹Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Palembang
Jalan Jendral A Yani 10 Ulu Kota Palembang
e-mail koresponden : noviapriani003@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze internal and external factors and the marketing strategy of Tempe Demang Harber in Seberang Ulu 1, Palembang City. Using a 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 qualitative, while data collection methods include observation, interviews, documentation, and data processing methods such as editing, coding, tabulating, as well as SWOT data analysis methods. The results and discussion of Tempe Demang Harber show that the company's main strengths lie in its good product quality, affordable prices, and strong relationships between the business owner and employees. On the weakness side, there is a dependence on raw materials that may face supply disruptions. Externally, the opportunities include increasing market demand for quality tempeh products, market growth, and the chance to expand to other cities. On the threat side, Tempe Demang Harber faces intensifying business competition and the risk of adverse weather that could disrupt production. The marketing strategy of Tempe Demang Harber can be developed by leveraging the identified internal strengths and external opportunities. Maintaining product quality and affordable pricing is key to meeting the rising market demand. Additionally, rapid market growth offers opportunities to expand market share reach. The use of social media can also assist in reaching a broader consumer base.

Key word: *Small and Medium Enterprises (SMEs), SWOT Analysis, Marketing Strategy, Tempe*

ABSTRAK

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.

Kata Kunci: *Usaha Kecil dan Menengah (UKM), Analisis SWOT, Strategi Pemasaran, Tempe*

PENDAHULUAN

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).

Unit Kecil Menengah 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.

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.

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.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Tempe Demang Harber Di Kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang. Pemilihan lokasi ini karena Tempe Demang Harber Di Kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang memiliki segmentasi pasar yang luas mulai dari pasar tradisional seperti pasar induk jakabaring, pasar 16 ilir, dan pasar pagi, adapun supermarket diamond, catering, dan pedagang pengecer keliling. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Desember 2024- februari 2025. Metode penelitian yang dilakukan dengan metode kualitatif. Data yang dikumpulkan berupa data primer dan data sekunder. Penelitian ini menggunakan metode penarikan sampel *non probability sampling* dengan teknik purposive sampling. Teknik ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menentukan sampel yang dianggap paling sesuai dan representatif untuk tujuan penelitian. Penelitian ini melibatkan empat responden yang terdiri dari pemilik usaha tempe, bagian produksi,

bagian pemasaran, dan bagian administrasi di Pabrik Tempe Demang Harber, Kecamatan Seberang Ulu 1, Kota Palembang.

Peneliti menggunakan tiga metode utama untuk mengumpulkan data: 1) Observasi, Pengamatan langsung terhadap objek penelitian, dalam hal ini untuk melihat fakta lapangan terkait analisis pendapatan produk tempe Demang Harber Palembang. 2) Wawancara, Percakapan terarah dengan responden untuk menggali informasi dan makna subjektif terkait topik penelitian. Metode ini dilakukan untuk eksplorasi yang lebih dalam. 3) Dokumentasi, Pengumpulan data melalui dokumen, arsip, buku, foto, atau laporan yang mendukung keaslian dan keabsahan penelitian.

Jenis data yang dikumpulkan: a) Data Primer: Data yang diperoleh langsung melalui observasi dan wawancara. b) Data Sekunder: Data yang berasal dari sumber yang sudah ada seperti dokumen dan buku. Pengolahan data dilakukan agar data lebih mudah dibaca, diinterpretasikan, dan dianalisis. Prosesnya meliputi: 1) *Editing* (Pengeditan Data), Pemeriksaan data yang dikumpulkan untuk memastikan kelengkapan, kejelasan, dan konsistensi sebelum dianalisis. 2) *Coding* (Pengkodean Data), Memberikan kode atau simbol pada data untuk mengelompokkan dan mengubah data kualitatif menjadi data kuantitatif, menggunakan skala nominal atau ordinal. 3) *Tabulasi* (Tabulating), Penyajian data dalam bentuk tabel yang ringkas dan sederhana, untuk memudahkan proses analisis dan pelaporan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Usaha Tempe Demang Harber

Usaha Tempe Demang Harber berdiri pada 29 Mei 2017 dengan tujuan menjadi sumber mata pencaharian pendirinya sekaligus membantu perekonomian masyarakat sekitar. Usaha ini dimulai dengan modal sekitar Rp2.500.000,- dan komitmen kuat terhadap kualitas produk. Bahan baku utama berupa kedelai diimpor dari Amerika melalui suplier, sementara bahan pendukung seperti ragi dan plastik disiapkan secara rutin. Proses produksi meliputi pencucian, perendaman, perebusan, pengupasan kulit, fermentasi dengan ragi, dan penyimpanan selama 1–2 hari. Proses ini melibatkan tenaga kerja lokal dengan standar kebersihan dan kualitas yang dijaga ketat.

Tempe Demang Harber telah berhasil menembus pasar mikro dan menengah,

dipasarkan di warung sekitar, pasar tradisional besar di Palembang (Pasar Induk Jakabaring, Pasar 16 Ilir, Pasar Pagi), hingga supermarket seperti Diamond dan minimarket di kota tersebut. Selain fokus pada keuntungan, usaha ini juga mendorong kesejahteraan masyarakat dengan membuka peluang kerja. Pemiliknya, Nur Khaliq Alrizal, dibantu oleh M. Luqman Hakim (produksi), Nouval Luthfi (pemasaran), dan Nadlin Lana Altsa (administrasi), memastikan operasional berjalan lancar. Dengan visi menjadi produsen tempe terpercaya di Palembang, Tempe Demang Harber menjalankan misi menghasilkan tempe berkualitas tinggi, memperluas pasar, dan memberdayakan masyarakat sekitar, sehingga berperan sebagai penggerak ekonomi mikro di lingkungannya.

Faktor Internal dan Eksternal Tempe Demang Harber

1. Faktor Internal

a. Kekuatan (*Strengths*)

Kualitas Produk Unggul, Tempe Demang Harber dikenal dengan kualitas tinggi karena memakai kedelai pilihan, proses fermentasi yang tepat, dan sanitasi yang terjaga. Teksturnya padat, rasa konsisten, tidak mudah asam, dan tampilannya menarik. Harga Terjangkau Dibanding pesaing, harga Tempe Demang Harber lebih kompetitif (Rp5.000–6.250 per bungkus), sehingga bisa dijangkau berbagai kalangan. Hubungan Kerja yang Baik yaitu Suasana kerja harmonis antara pemilik dan pekerja, ditunjukkan dengan bonus, makan bersama, bantuan pribadi, serta fleksibilitas waktu kerja, yang mendorong loyalitas dan produktivitas.

b. Kelemahan (*Weaknesses*)

Ketergantungan Bahan Baku Impor dimana Usaha sangat bergantung pada kedelai impor yang harganya fluktuatif dan pasokannya rawan terganggu. Ketergantungan pada Tenaga Kerja Manual Proses produksi manual menyebabkan ketergantungan tinggi pada pekerja terampil, sehingga produktivitas mudah terganggu saat ada absensi atau kekurangan pekerja baru. Produksi Manual Membatasi Kapasitas produksi terbatas karena alat masih tradisional dan proses manual, sehingga sulit memenuhi lonjakan permintaan saat musim ramai.

2. Faktor Eksternal

a. Peluang (*Opportunities*)

Permintaan Meningkat yakni Masyarakat makin sadar pentingnya makanan

sehat, sehingga permintaan tempe berkualitas naik, baik di pasar lokal maupun internasional. Peluang Ekspansi Potensi besar untuk ekspansi ke luar kota, luar provinsi, bahkan ekspor. Bisa memanfaatkan kerja sama dengan reseller, distributor, *e-commerce*, dan komunitas makanan sehat.

b. Ancaman (*Threats*)

Persaingan Ketat banyaknya produsen tempe baru di wilayah Palembang menimbulkan persaingan yang bisa menurunkan pangsa pasar Tempe Demang Harber. Harga Bahan Baku Naik Fluktuasi harga kedelai dapat menaikkan biaya produksi, sementara pasar tradisional sensitif terhadap kenaikan harga, yang bisa menggerus keuntungan. Ancaman Cuaca Buruk Produksi tempe Tempe Demang Harber rentan terhadap cuaca ekstrem, terutama musim hujan panjang yang dapat mengganggu proses fermentasi kedelai. Kelembaban tinggi dan suhu tidak stabil bisa menurunkan kualitas atau bahkan menyebabkan kegagalan produksi. Cuaca buruk juga menyulitkan proses pengeringan kedelai dan pengangkutan bahan baku. Selain itu, perubahan iklim global berisiko menyebabkan kelangkaan kedelai akibat gagal panen di negara produsen utama, yang bisa mengguncang kelancaran produksi, apalagi bagi usaha kecil yang tidak memiliki kontrak pasokan tetap atau fasilitas penyimpanan besar.

Strategi Pemasaran Tempe Demang Harber

Tempe Demang Harber menerapkan strategi pemasaran dengan memanfaatkan media sosial untuk memperluas pasar dan memperkenalkan produknya. Harga yang ditetapkan kompetitif agar tetap terjangkau oleh konsumen dengan daya beli sensitif. Kualitas produk dijaga melalui penggunaan kedelai terbaik dan proses produksi yang higienis. Promosi menarik, seperti diskon dan penawaran khusus, digunakan untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan yang lama, sehingga usaha tetap relevan dan bersaing di pasar.

Tempe Demang Harber di Seberang Ulu 1, Palembang memiliki kekuatan internal berupa kualitas produk yang baik, harga terjangkau, hubungan kerja yang harmonis, dan proses produksi yang sederhana. Namun, usaha ini juga menghadapi kelemahan seperti ketergantungan pada pasokan kedelai, tenaga kerja manual yang butuh pelatihan, dan

peralatan produksi yang belum modern. Secara eksternal, peluangnya meliputi permintaan pasar yang meningkat, harga bahan baku yang stabil, dan peluang ekspansi pasar. Ancaman yang dihadapi adalah persaingan yang ketat, gangguan pasokan, fluktuasi harga, dan cuaca buruk.

Strategi pemasaran yang dianjurkan adalah memadukan pendekatan door-to-door dengan promosi digital melalui media sosial seperti Instagram dan TikTok. Penggunaan konten kreatif dapat meningkatkan visibilitas produk. Untuk meningkatkan daya saing, usaha ini juga disarankan untuk melatih tenaga kerja, memodernisasi peralatan, menjalin kemitraan dengan pemasok, serta melakukan diversifikasi produk seperti varian rasa atau kemasan menarik. Penelitian sebelumnya mendukung langkah ini, dengan menekankan pentingnya promosi yang tepat, peningkatan kualitas, dan inovasi produk untuk memperkuat posisi di pasar lokal maupun ekspansi.

KESIMPULAN

Tempe Demang Harber unggul dalam kualitas produk, harga terjangkau, dan hubungan kerja yang baik, namun masih menghadapi kelemahan seperti ketergantungan pada pasokan bahan baku dan peralatan yang belum modern. Peluang besar datang dari permintaan pasar yang meningkat dan peluang ekspansi, tetapi harus waspada terhadap persaingan ketat dan fluktuasi harga. Strategi yang dijalankan adalah memanfaatkan kekuatan untuk menangkap peluang dan mengurangi kelemahan agar ancaman bisa dihindari, misalnya dengan kemitraan pemasok yang stabil dan penguatan manajerial usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- 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.
- 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