

SKRIPSI

STRATEGI PEMASARAN USAHA TAHU DAN TEMPE DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PRODUK UNTUK PENINGKATAN *NET PROFIT* USAHA TAHU DAN TEMPE KARYA MANDIRI DESA SUKO HARJO 2B

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.



OLEH:

NURNA TASYA

NIM: 2125133

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PASIR PENGARAIAN
2025**

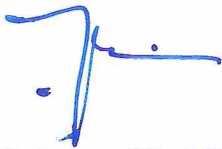
HALAMAN PENGESAHAN

Nama : Nurna Tasya
Nim : 2125133
Judul Penelitian : Strategi Pemasaran Usaha Tahu Dan Tempe Dalam Meningkatkan Kualitas Produk Untuk Peningkatan Net Profit Usaha Tahu Dan Tempe Karya Mandiri Desa Suko Harjo 2B

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan pada Ujian Akhir Komprehensif Program Studi Manajemen pada Selasa, 22 Juli 2025 dan telah dilakukan perbaikan sesuai dengan simpulan dan saran Tim Penguji.

Pasir Pengaraian, 30 Juli 2025

Pembimbing I



Arrafiqur Rahman, SE., MM., Ph.D
NIDN. 1018108502

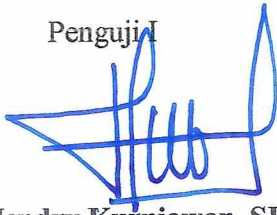
Pembimbing II



Dr. H. Afrijal, SE., MM.Ak.CA
NIDN. 1027076902

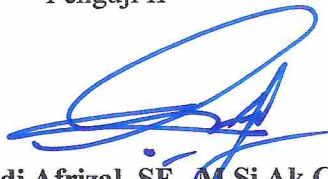
Penguji Ujian Akhir Komprehensif,

Penguji I



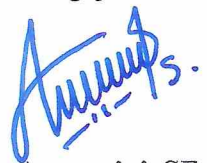
Dr. Hendry Kurniawan, SE., MM
NIDN. 1003078701

Penguji II



Andi Afrizal, SE., M.Si, Ak.CA
NIDN. 1014118301

Penguji III



Sherliyana Anggraini, SE, M.Si
NIDN. 1028069201

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian



Nurhayati, SE., M.Si
NIDN. 1026068605

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Nurna Tasya

Nomor Mahasiswa : 2125133

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Usaha Tahu Dan Tempe dalam meningkatkan Kualitas Produk untuk peningkatan *Net Profit* usaha tahu dan tempe karya mandiri desa suko Harjo 2B

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan serta juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila dikemudian hari ditemukan unsur plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena skripsi saya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Pasir Pengaraian, 2025

Yang membuat pernyataan,



Nurna Tasya

ABSTRAK

Nurna Tasya. 2125133. 2025. Strategi Pemasaran Usaha Tahu Dan Tempe Dalam Meningkatkan Kualitas Produk Untuk Peningkatan *Net Profit* Usaha Tahu Dan Tempe Karya Mandiri Desa Suko Harjo 2B

Usaha tahu dan tempe "Karya Mandiri" di Desa Suko Harjo 2B menghadapi tantangan dalam keberlanjutannya, seperti fluktuasi harga kedelai, kualitas bahan baku, keterbatasan sumber daya, serta persaingan usaha yang semakin ketat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan, mengevaluasi keunggulan dan kelemahannya, serta merumuskan solusi yang efektif guna meningkatkan daya saing usaha. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan pendekatan mixed-method, menggunakan analisis cash flow dan SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha ini memperoleh *Net Profit* sebesar Rp. 6.150.000 per minggu, Rp. 24.600.000 per bulan, dan Rp. 295.200.000 per tahun setelah dikurangi biaya produksi. Berdasarkan analisis SWOT, usaha ini berada dalam kategori "Tumbuh dan Kembangkan," dengan kekuatan utama berupa kualitas produk dan loyalitas pelanggan, namun masih menghadapi kendala dalam inovasi dan biaya produksi. Strategi yang direkomendasikan meliputi peningkatan pemasaran digital, inovasi produk, kerja sama dengan mitra usaha, serta efisiensi dalam pengelolaan biaya produksi guna meningkatkan keberlanjutan dan daya saing usaha.

Kata Kunci: Kualitas, Produk, Usaha, *Net Profit*, SWOT

ABSTRACT

Nurna Tasya. 2125133. 2025. Marketing Strategy for Tofu and Tempeh Business in Improving Product Quality to Increase Net Profit of karya mandiri tofu and tempeh Business in Suko Harjo 2B viliage

This research aims to examine the influence of Emotional Intelligence, Spiritual The "Karya Mandiri" tofu and tempeh business in Suko Harjo 2B Village faces sustainability challenges, including fluctuating soybean prices, inconsistent raw material quality, resource limitations, and increasing competition. This study aims to analyze the marketing strategies applied, evaluate their strengths and weaknesses, and formulate effective solutions to enhance business competitiveness. The research employs a case study method with a mixed-method approach, utilizing cash flow and SWOT analysis. Findings indicate that the business generates a weekly income of Rp. 6,150,000, a monthly income of Rp. 24,600,000, and an annual profit of Rp. 295,200,000 after deducting production costs. SWOT analysis classifies the business as "Grow and Develop," with key strengths in product quality and customer loyalty, but challenges remain in innovation and production costs. Recommended strategies include enhancing digital marketing, product innovation, partnerships with business collaborators, and optimizing production cost management to ensure business sustainability and competitiveness.

Keywords: Quality, Product, Business, Income, SWOT

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, petunjuk dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Strategi Pemasaran Usaha Tahu Dan Tempe Dalam Meningkatkan Kualitas Produk Untuk Peningkatan *Net Profit* Usaha Tahu Dan Tempe Karya Mandiri Desa Suko Harjo 2B” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana S1 di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pasir Pengaraian. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan dan motivasi selama penelitian ini berlangsung. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Hardianto, S.Pd., M. Pd sebagai Rektor Universitas Pasir Pengaraian yang telah memberikan peluang kepada penulis untuk menimba ilmu di kampus tersebut.
2. Ibu Nurhayati, S.E., M.Si sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.
3. Ibu Arfianti Novita Anwar, S.IP., MM sebagai Ketua Program Studi Manajemen di Universitas Pasir Pengaraian
4. Bapak Arraffiqur Rahman, SE, MM, Ph.D selaku pembimbing pertama yang telah membina dan mengarahkan dalam proses penulisan proposal penelitian ini
5. Bapak Dr. Afrijal, SE, MM, Ak.CA selaku pembimbing kedua yang telah memotivasi dan memberikan masukan.
6. Informan, yang dengan sabar hati menjawab segala pertanyaan penulis selama melakukan riset.
7. Kedua orang tua penulis, Jusmeri dan Ermida yang selalu memberikan kasih sayang, doa, nasehat, dukungan serta atas kesabarannya yang luar biasa dalam setiap langkah penulis yang merupakan anugrah terbesar dalam hidup.
8. Kakak penulis, ayum zahera dan amatulloh terima kasih atas doa dan segala dukungan yang diberikan.
9. Seluruh keluarga besar dan teman-teman penulis yang tidak dapat di sebut satu per satu, yang telah dengan tulus dan ikhlas memberikan doa, motivasi dan dukungan.

Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi usaha karya mandiri Suko Harjo 2B, peneliti lain dan pihak yang berkepentingan dalam mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya di bidang manajemen.

Pasir Pengaraian, 2025

Nurna Tasya
NIM: 2125133

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Penulisan	9
BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA KONSEPTUAL	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Strategi Pemasaran	11
2.1.1.1 Pengertian Strategi Pemasaran	11
2.1.1.2 Komponen Strategi Pemasaran	12
2.1.1.3 Klasifikasi Pemasaran Produk.....	13
2.1.2 Kualitas Produk.....	14
2.1.2.1 Pengertian Kualitas Produk.....	14
2.1.2.3 Cara Meningkatkan Kualitas Produk	16
2.1.2.4 Strategi Pemasaran Produk	17
2.1.3 <i>Net Profit</i>	19
2.1.3.1 Konsep <i>Net Profit (Income)</i>	19
2.2.2.1 Alat Ukur <i>Net Profit (Income)</i>	20
2.1.3.2 Strategi Meningkatkan <i>Net Profit</i> Produk.....	22
2.2 Penelitian Terdahulu	25

2.3 Kerangka Pemikiran.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	28
3.2 Jenis dan Sumber Data	28
3.3 Teknik Pengambilan Data	29
3.4 Definisi Operasional.....	30
3.5 Instrumen Penelitian.....	31
3.6 Teknik Analisis Data.....	32
3.6.1 Analisis <i>Net Profit</i>	32
3.6.2 Analisis SWOT	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	34
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	34
4.2 Analisis <i>Cash Flow</i>	35
4.2.1 Biaya	35
4.2.2 Pendapatan	36
4.2.3 <i>Net Profit</i>	39
4.3 Analisis Strategi Meningkatkan <i>Net Profit</i> Produk.....	41
4.4 Strategi Pemasaran Kualitas Produk	43
4.5 Analisis <i>Strength, Weaknesses, Opportunities, Treatments</i> (SWOT).....	46
BAB V PENUTUP	64
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Saran.....	65

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3. 1 Definisi Operasional	30
Tabel 3. 2 Kesimpulan Analisis Faktor Internal (IFE).....	31
Tabel 3. 3 Kesimpulan Analisis Faktor Eksternal (EFE).....	31
Tabel 3. 4 Matriks SWOT (Matriks KAFI VS KAFE).....	33
Tabel 4. 1 Biaya Produksi Tahu dan Tempe	35
Tabel 4. 2 Pendapatan Produksi Tahu Tahun 2024	36
Tabel 4. 3 Pendapatan Produksi Tempe Tahun 2024.....	38
Tabel 4. 4 <i>Net Profit</i> Usaha Tahu dan Tempe.....	40
Tabel 4. 5 Faktor Internal Usaha Tahu dan Tempe Karya Mandiri	43
Tabel 4. 6 Faktor Eksternal Usaha Tahu dan Tempe Karya Mandiri	45
Tabel 4. 7 Evaluasi Faktor Internal Usaha Tahu dan Tempe Karya Mandiri	46
Tabel 4. 8 Evaluasi Faktor Eksternal Usaha Tahu dan Tempe Karya Mandiri.....	49
Tabel 4. 9 Matrix SWOT Usaha Tahu dan Tempe Karya Mandiri.....	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pikir.....	27
---------------------------------	----