

ABSTRAK

Defit Yunika, Strategi Pemasaran Produk Tempe di Kota Jambi (Studi Kasus pada Agroindustri “Tempe Asli HB Jambi”). Dibimbing oleh **Prof. Dr. Ir Suandi, M. Si. IPU** dan **Dr. Endy Effran, S.P, M.Si.**

Penelitian ini bertujuan (1) Mendeskripsikan gambaran umum agroindustri tempe asli HB Jambi (2) Mengidentifikasi elemen bauran pemasaran (*marketing mix*) yang diterapkan agroindustri tempe asli HB Jambi. (3) Mengetahui strategi pemasaran berdasarkan analisis SWOT pada agroindustri tempe asli HB Jambi. Metode penelitian ini adalah deskriptif menggunakan *snowball sampling*. Responden ini berjumlah 60 konsumen tempe asli HB Jambi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Agroindustri tempe asli HB Jambi merupakan industri yang memproduksi tempe terletak di Kecamatan Danau Sipin, Kota Jambi. Kegiatan produksi telah menggunakan teknologi mesin penggiling dan pencuci kedelai dengan jumlah tenaga kerja sebanyak 12 orang. Produksi tempe dilakukan setiap hari dan produk disalurkan kepada distributor dan *reseller*, 2) Penerapan elemen bauran pemasaran (*marketing mix*) 11P agroindustri tempe asli HB Jambi berkategori baik, namun masih memiliki aspek yang masuk dalam kategori kurang baik yaitu promosi dari perspektif konsumen, dan 3) Strategi pemasaran berdasarkan analisis SWOT yang dapat diterapkan oleh agroindustri tempe asli HB Jambi adalah strategi SO (*Strength-Opportunities*) yang mendukung kebijakan pertumbuhan agresif (*growth oriented strategy*).

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Produk, Tempe dan Agroindustri