

ABSTRAK

Tempe merupakan jenis makanan yang mudah dalam hal pengolahannya, tidak heran makanan ini memiliki kontribusi besar bagi masyarakat baik itu produsen maupun konsumen dengan penghasilan sedikit, hal ini dapat membantu masyarakat dalam hal pemenuhan kebutuhan hidup.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran tempe di Kecamatan Aikmel Kabupaten Lombok Timur. Penentuan daerah penelitian dilakukan dengan cara *purposive sampling* (sengaja) dengan pertimbangan bahwa di Kecamatan Aikmel adalah salah satu sentra usaha agroindustri tempe di Kabupaten Lombok Timur. Metode penelitian yang digunakan adalah *metode sensus*, dan metode analisis yang digunakan adalah metode SWOT.

Hasil penelitian diperoleh factor-faktor yang terdapat dalam pemasaran tempe di kecamatan Aikmel Kabupaten Lombok Timur yaitu: 1) Kekuatan dalam pemasaran tempe di Kecamatan Aikmel adalah tempe sangat diminati masyarakat, pengalaman usaha tempe yang sudah lama, proses produksi setiap hari, hubungan kerjasama yang baik dengan distributor, lokasi usaha yang dekat dengan pasar. 2) Kelemahan dalam pemasaran tempe di Kecamatan Aikmel adalah ketergantungan usaha kepada penyedia bahan baku, produk tempe mudah rusak, menggunakan teknologi sederhana, kemasan produk masih tradisional, promosi yang masih terbatas. 3) Peluang dalam pemasaran tempe di Kecamatan Aikmel adalah adanya Harga kedelai terjangkau, membuka pasar baru, bahan baku yang selalu tersedia. 4) Ancaman dalam pemasaran tempe di Kecamatan Aikmel adalah fluktuasi harga bahan baku, pesaing cukup banyak, adanya tempe dari daerahlain, cuaca, fluktuasi permintaan pasar.

Kata Kunci: Pemasaran, Tempe, Strategi