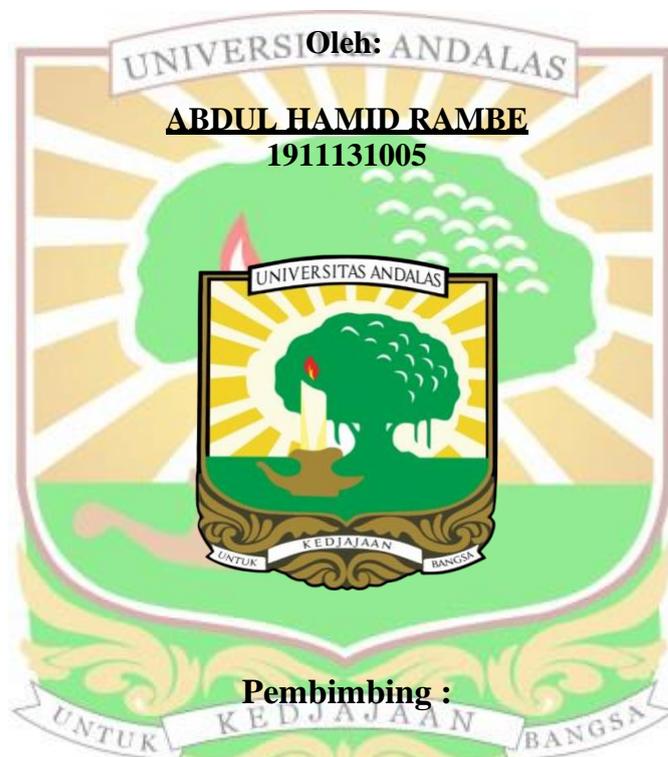


**STRATEGI MITIGASI RISIKO PEMASARAN TEMPE
MENGUNAKAN *Analytical Hierarchy Process* (Studi Kasus di
Tempe Asli HB Padang)**

*Diusulkan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Teknologi Pertanian*



- 1. Prof. Dr. Ir. Santosa, MP**
- 2. Dr. Azrifirwan, S.TP, M.Eng**

FAKULTAS TEKNOLOGI PERTANIAN

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

2023

**STRATEGI MITIGASI RISIKO PEMASARAN TEMPE
MENGUNAKAN Analytical Hierarchy Process (Studi Kasus di
Tempe Asli HB Padang)**

ABDUL HAMID RAMBE
1911131005



Skripsi

*Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Teknologi Pertanian*

**FAKULTAS TEKNOLOGI PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG**

2023

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

STRATEGI MITIGASI RISIKO PEMASARAN TEMPE MENGGUNAKAN *Analytical Hierarchy Process* (Studi Kasus di Tempe Asli HB Padang)

Abdul Hamid Rambe, Santosa, Azrifirwan

ABSTRAK

Penelitian ini telah dilakukan tentang strategi mitigasi risiko pemasaran tempe menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process*. Tempe merupakan makanan tradisional Indonesia yang terbuat dari kedelai fermentasi menggunakan *Rhizopus sp.* Proses pemasaran tempe terdapat banyak sekali risiko mulai dari produk, harga, promosi dan tempat. Strategi penerapan tempe Asli HB Padang untuk mengurangi risiko yang terkait dalam pemasaran. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah *Likelihood* dan *Impact* yang bertujuan untuk menganalisis risiko apa saja yang muncul pada pemasaran. Setelah itu menentukan strategi mitigasi risiko yang perlu diterapkan Tempe Asli HB Padang guna mengurangi risiko yang timbul menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP). Hasil Penelitian Menggunakan *Likelihood Impact* dilakukan penilaian risiko yang terdapat 14 risiko dalam pemasaran tempe. 2 risiko yang dikategorikan dapat diterima (Sedang), kemudian terdapat 8 risiko yang termasuk kategori tidak diharapkan (Tinggi) dan 4 risiko dengan katagori tidak dapat diterima (*Ekstrim*) sehingga perlu dilakukan mitigasi. Dari hasil metode AHP prioritas yang mempunyai nilai tertinggi adalah kriteria produk dengan nilai 0.36, prioritas kedua adalah promosi dengan nilai 0.27, prioritas ketiga adalah kriteria harga yang bernilai 0.2, yang terakhir adalah kriteria harga yang bernilai 0.17. Priorita strategi mitigasi pemasaran di Tempe Asli HB Padang terdiri dari 3 alternatif, yaitu strategi intensif, strategi integrasi, dan strategi defensif. Prioritas yang mempunyai nilai tertinggi adalah alternatif tertinggi strategi intensif yang bernilai 77%. Prioritas kedua adalah alternatif strategi defensif yang bernilai 13%. Prioritas ketiga adalah alternatif strategi integrasi yang bernilai 10%. Saran untuk UMKM menerapkan strategi intensif untuk sistem pemasaran yang efektif dan mengurangidampak risiko.

Kata Kunci: Tempe, Risiko, *Analytical Hierarchy Proses*