

**ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN TEMPE  
(Studi Kasus di Sentra Produksi Tempe Sanan, Kelurahan Purwantoro,  
Kecamatan Blimbing, Kota Malang)**

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Memenuhi Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Pertanian  
Jurusan Agribisnis  
Universitas Katolik Widya Karya Malang



DISUSUN OLEH:  
MARIA CHRISTINA SARKOL  
NIM: 201220006

JURUSAN AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA KARYA  
MALANG  
2019

# SKRIPSI

**ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN TEMPE**  
**(Studi Kasus di Sentra Produksi Tempe Sanan, Kelurahan**  
**Purwantoro, Kecamatan Blimbing, Kota Malang)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Maria Christina Sarkol**

telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji

pada tanggal **5 Januari 2019**

dan dinyatakan telah memenuhi syarat  
untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian

Susunan Tim Penguji

Pembimbing Utama



**Ir. Lisa Kunniawati, M.S.**

Anggota Tim Penguji Lain



**Maria Puri Nurani, S.P., M.Si**

Pembimbing Pendamping



**Ir. Sari Perwita, MSIE.**

**12 Januari 2019**

Malang, .....  
Universitas Katolik Widya Karya  
Fakultas Pertanian  
Dekan,



**Dr. Ir. Kukuk Yudiono, M.S.**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : Maria Christina Sarkol  
NIM : 201220006  
Jurusan : Agribisnis  
Judul : Analisis Efisiensi Pemasaran Tempe (Studi Kasus di **Sentra Industri**  
Tempe Sanan, Kelurahan Purwantoro, Kecamatan **Blimbing**,  
Malang)

Malang, 12 Januari 2019

DITERIMA DAN DISETUJUI:

Pembimbing I



Ir. Lisa Kurniawati, M.S.  
NIDN: 8850040017

Pembimbing II



Ir. Sari Perwita, MSIE.  
NIDN: 0713016802



Mengetahui,  
Ketua Jurusan Agribisnis

Marta Puri Nurani, S.P., M.Si.  
NIDN: 0726057802

**HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI**

Skripsi yang berjudul:  
**ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN TEMPE (Studi Kasus di Sentra Produksi  
Tempe Sanan, Kelurahan Purwantoro, Kecamatan Blimbing, Kota Malang)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Maria Christina Sarkol

NIM : 201220006

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian, Universitas Katolik Widya Karya Malang, pada tanggal: **5 Januari 2019** dan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Pertanian Strata Satu (S-1).

Disahkan oleh:

Ketua Jurusan Agribisnis

Fakultas Pertanian

Universitas Katolik Widya Karya Malang



Maria Puri Nurani, SP., MSi

NIDN. 0725057802

**DEWAN PENGUJI**

1. Ir. Lisa Kurniawati, MS
2. Ir. Sari Perwita, MSIE
3. Maria Puri Nurani, SP., Msi

**TANDA TANGAN**

**SURAT PERNYATAAN KEASLIAN  
SKRIPSI**

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Maria Christina Sarkol  
NIM : 201220006  
Jurusan : Agribisnis  
Fakultas : Pertanian

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya saya sendiri dan bukan merupakan duplikasi atau plagiasi (jiplakan) dari hasil penelitian orang lain. Sepengetahuan saya, topik/judul dari skripsi ini belum pernah ditulis oleh orang lain. Apabila skripsi ini terbukti merupakan hasil duplikasi atau plagiasi (jiplakan) dari hasil penelitian orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi yang diberikan oleh Institusi.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Malang, 12 Januari 2019  
Yang Menyatakan



Maria Christina Sarkol

## MOTTO HIDUP DAN LEMBAR PERSEMBAHAN

### MOTTO HIDUP

Tetapi kamu ini, kuatkanlah hatimu, jangan lemah semangatmu, karena ada upah bagi usahamu – 2 Tawarikh : 15:7 TB

### *KUPERSEMBAHKAN KEPADA*

- Mama terkasih yang sudah pergi ke tempat yang baik, beristirahat dalam damai kristus Ma.
- Yang selalu sabar dan menyemangati saya dalam keadaan apapun, Bapa, Andre, Tino dan Keni, maaf dan terimakasih.
- Keluarga besar Sarkol, Mayaubun, dan Leftungun. Terimakasih buat kasih dan semangat yang selalu diberikan.
- Fakultas Pertanian Universitas Katolik Widya Karya, teruslah memberikan yang terbaik
- Rekan-rekan Jurusan Agribisnis angkatan 2012, teristimewa buat Mas Riawan, Yulius, dan Edwin. Semangat, sukses di jalan masing-masing.
- Teman-teman Agribisnis dan THP serta adik-adik tingkat yang sudah banyak membantu dan selalu mendukung memberi semangat, terimakasih.
- Untuk Skwad SAKA 2012 Yelinda, Elsa, Lun, Vona, Butet, Edmon, Tina Bom, Rita, Putra dan Yun patbes, terimakasih buat waktu dan semangat yang selalu diberikan.
- Untuk Kakak dan sahabat-sahabat terkasih selama di Malang: Ka Putri, Mimi, ade Tita, Lia, Rey, Mba Ninda, Mba Ina, Dita, Nana, Ka Eca, Kos Klampok Kasri IID, Kos Halimun no. 8, dan OMK Santo Andreas Tidar.
- Kel. Bpk Argibapa Wally di Jayapura dan Kel. Opa Timisela di Swajajar Malang, yang selalu memberikan doa dan semangat, Terima kasih.
- Kelurga dari sahabat baik saya Yelinda Balubun yang selalu senantiasa memberi doa dan dukungan, terima kasih.
- Kakak saya terkasih Toni Sarkol yang sudah membantu menjaga Keni, Makasi Aa Toton.
- Untuk perempuan-perempuan haus yang tarabisa: Armyd, Busak dan Lili, yang selalu jadi *moodbaster*.
- Untuk sahabat saya terkasi semenjak 9 tahun yang lalu Yelinda Meirosa Balubun.

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Nama : Maria Christina Sarkol  
NIM : 201220006  
Jurusan : Agribisnis  
Sekolah Tinggi : Universitas Katolik Widya Karya Malang  
Tempat, tanggal lahir : Langgur, 14 Januari 1994  
Alamat : Jalan Stia Langgur, Lingkunga Carol Waytila  
Nama orangtua (ibu) : Antoneta Telyoarubun  
(ayah) : Djoni Felix Sarkol  
Riwayat Pendidikan : -SDNK Mathias IIIA Langgur, Kecamatan Kei Kecil,  
Kabupaten Maluku Tenggara  
- SMP Buhi Mulia Langgur, Kecamatan Kei Kecil,  
Kabupaten, Maluku Tenggara  
- SMAK Sanata Karya Langgur, Kecamatan Kei Kecil,  
Kabupaten Maluku Tenggara  
- Universitas Katolik Widya Karya Malang



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Kuasa, atas berkat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Analisis Efisiensi Pemasaran Tempe di Sentra Industri Tempe Sanan, Kelurahan Purwantoro, Kecamatan Blimbing, Kota Malang” dengan baik. Skripsi ini merupakan tugas akhir yang menjadi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Pertanian (SP) bagi mahasiswa program S-1 pada Program Studi Agribisnis di Universitas Katolik Widya Karya Malang.

Atas tersusunnya skripsi ini, Penulis menyampaikan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah berperan, diantaranya:

1. Universitas Katolik Widya Karya Malang, yang sudah menjadi wadah untuk penulis menyelesaikan studi.
2. Ir. Lisa Kurniawati, MS selaku Pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan masukan serta pengarahan yang baik dalam pengerjaan skripsi ini
3. Ir. Sari Perwita, MSIE selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia berbagi ilmu dan saran-saran yang sangat berguna dalam pengerjaan skripsi ini.
4. Maria Puri Nurani, SP., MSi selaku Dosen Penguji yang telah memberikan banyak koreksi serta saran perbaikan yang sangat bermanfaat dalam terselesaikannya skripsi ini.

## PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

5. Ibu/ Bapak Dosen serta staff di lingkungan Fakultas Pertanian Universitas Katolik Widya Karya Malang, khususnya Program Studi Agribisnis yang telah banyak membantu Penulis untuk dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Orang tua, adik-adik dan teman-teman terkasih yang selalu mendoakan dan memberikan motivasi bagi Penulis.
7. Kepada semua pihak yang telah banyak membantu dalam proses pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam penulisan tugas akhir ini, oleh sebab itu Penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun agar karya tulis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak di masa mendatang.

Malang, 12 Januari 2019

Penulis

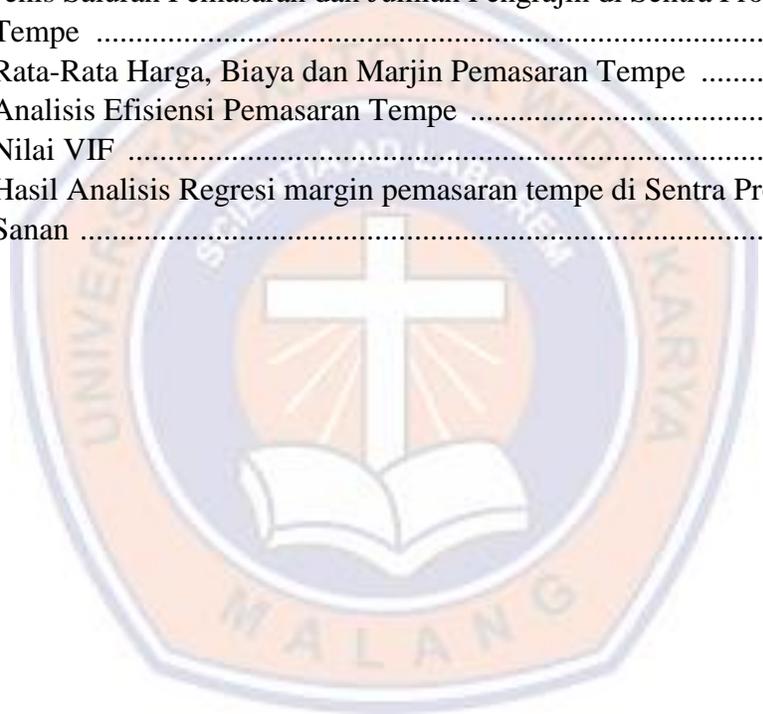
**DAFTAR ISI**

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
INTISARI .....	xiv
<i>ABSTRACT</i> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan Penelitian .....	3
1.4 Kegunaan Penelitian .....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>5</b>
2.1 Pemasaran .....	6
2.1.1 Fungsi Pemasaran .....	6
2.1.2 Saluran Pemasaran .....	8
2.1.3 Bentuk-Bentuk Saluran Pemasaran .....	9
2.1.4 Lembaga Pemasaran .....	11
2.1.5 Marjin Pemasaran .....	14
2.1.6 Fatkor-Faktor Yang Mempengaruhi Marjin Pemasaran.....	16
2.1.7 Biaya Pemasaran.....	18
2.2 Efisiensi Pemasaran .....	20
2.3 <i>Farmer's Share</i> .....	21
2.4 Tempe .....	21
2.5 Penelitian Terdahulu .....	23
2.6 Hipotesis Penelitian .....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
3.1 Metode dan Lokasi Penelitian .....	26
3.2 Pembatasan Masalah .....	26
3.3 Teknik Sampling, Populasi dan Sampel .....	27
3.4 Jenis dan Sumber Data .....	28
3.5 Metode Pengumpulan Data .....	29

3.6 Variabel Penelitian .....	30
3.7 Definisi Operasional Variabel .....	30
3.8 Metod Analisis Data .....	31
3.8.1 Uji Hipotesis 1 .....	31
3.8.2 Uji Hipotesis 2 .....	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	41
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	41
4.2 Karakteristik Sampel .....	42
4.2.1 Karakteristik Pengrajin Tempe .....	43
A. Karakteristik Pengrajin Tempe Berdasarkan Umur .....	43
B. Karakteristik Pengrajin Tempe Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	44
C. Karakteristik Pengrajin Tempe berdasarkan Lama Usaha .....	45
D. Karakteristik Kapasitas Produksi Pengrajin Tempe Dalam Sekali Produksi .....	46
4.2.2 Karakteristik Responden Pedagang Tempe .....	47
4.3 Uji Hipotesis I .....	49
4.3.1 Analisis Margin Pemasaran dan <i>Farmer's Share</i> untuk Mengetahui Efisiensi Pemasaran di Tiap-Tiap Saluran Pemasaran .....	52
4.4 Uj Hipotesis II .....	55
4.4.1 Analisis Pengaruh Faktor-faktor yang Mempengaruhi Margin Pemasaran Tempe .....	59
BA V PENUTUP .....	64
5.1 Kesimpulan .....	64
5.2 Saran .....	65
DAFTAR PUSTAKA .....	66
LAMPIRAN .....	68
RINGKASAN .....	

**DAFTAR TABEL**

No	Judul	Halaman
1.	Komposisi Kimia Tempe Dalam 100 gr Tempe Kedelai .....	23
2.	Karakteristik Sampel Pengrajin Tempe Berdasarkan Umur .....	43
3.	Karakteristik Responden Pengrajin Tempe Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	44
4.	Karakteristik Sampel Pengrajin Tempe Berdasarkan Lama Usaha .....	45
5.	Karakteristik Kapasitas Produksi Pengrajin Tempe dalam sekali Produksi .....	46
6.	Karakteristik Pedagang Tempe .....	48
7.	Jenis Saluran Pemasaran dan Jumlah Pengrajin di Sentra Produksi Tempe .....	50
8.	Rata-Rata Harga, Biaya dan Margin Pemasaran Tempe .....	52
9.	Analisis Efisiensi Pemasaran Tempe .....	53
10.	Nilai VIF .....	58
11.	Hasil Analisis Regresi margin pemasaran tempe di Sentra Produksi Tempe Sanan .....	60



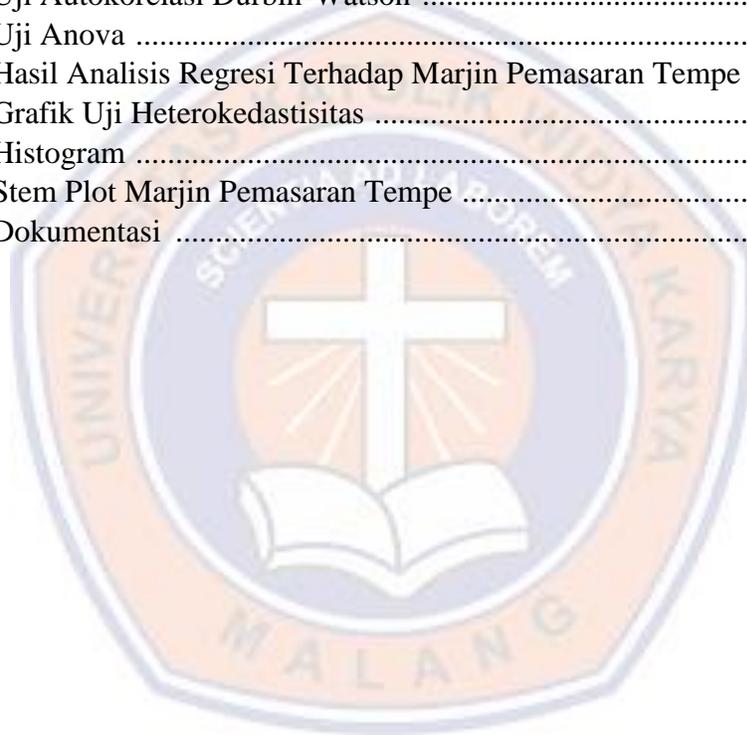
**DAFTAR GAMBAR**

No	Judul	Halaman
1.	Peta Kecamatan Blimbing, Kota Malang .....	41
2.	Hasil Analisis Grafik Menggunakan Uji Normalitas Data .....	56
3.	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	57



**DAFTAR LAMPIRAN**

No	Judul	Halaman
1.	Kuisisioner Pengrajin dan Pedagang Tempe .....	68
2.	Tabel Kapasitas Produksi, Jumlah Potong dan Harga Beli Tempe Saluran I .....	73
3.	Tabel Kapasitas Produksi, Jumlah Potong dan Harga Pada Saluran II ....	73
4.	Tabel Kapasitas Produksi, Jumlah Potong dan Harga Pada Saluran III ..	74
5.	Input SSPS .....	76
6.	Output Variabel .....	77
7.	Uji Autokorelasi Durbin-Watson .....	78
8.	Uji Anova .....	79
9.	Hasil Analisis Regresi Terhadap Marjin Pemasaran Tempe .....	79
10.	Grafik Uji Heterokedastisitas .....	80
11.	Histogram .....	80
12.	Stem Plot Marjin Pemasaran Tempe .....	80
13.	Dokumentasi .....	81



**Analisis Efisiensi Pemasaran Tempe  
(Studi Kasus di Sentra Produksi Tempe Sanan, Kelurahan Purwantoro,  
Kecamatan Blimbing, Kota Malang)**

Oleh: Maria Christina Sarkol

201220006

**INTISARI**

Industri tempe merupakan jenis usaha yang umumnya berupa industri rumah tangga, dengan investasi tidak terlalu besar dan jumlah karyawan sedikit. Pemasaran yang efisien dapat memberikan keuntungan maksimal bagi pengrajin tempe. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui efisiensi pemasaran dan faktor-faktor yang mempengaruhi margin pemasaran tempe di daerah penelitian. Dalam penelitian ini, efisiensi pemasaran dilihat dari nilai *farmer's share* yang diterima oleh pengrajin, serta margin pemasaran tempe itu sendiri. Sampel penelitian adalah pengrajin tempe dan pedagang. Sebanyak 58 pengrajin tempe dijadikan sampel dan ditentukan dengan menggunakan metode *simple random sampling*, dan para pedagang yang ditentukan dengan metode *sampling snowball sampling*, yaitu menelusuri saluran pemasaran tempe tersebut. Variabel-variabel yang diamati dalam penelitian ini adalah: 1) harga jual ditingkat pengrajin tempe, 2) harga jual ditingkat lembaga pemasaran, 3) biaya pemasaran, 4) Nilai produk yang dipasarkan, 5) jumlah lembaga pemasaran yang dilalui, 6) margin pemasaran, 7) *farmer's share* dan 8) efisiensi pemasaran.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 3 (tiga) saluran pemasaran di tempat penelitian, yaitu pada saluran pertama pengrajin – konsumen, saluran kedua pengrajin- pedagang pengecer- konsumen, dan pada saluran ketiga pengrajin-pedagang keliling-konsumen. Dari hasil perhitungan efisiensi pemasaran dengan menggunakan *farmers share*, diketahui bahwa pada saluran pemasaran yang pertama terjadi efisinesi pemasaran sebesar 100%, dikarenakan pada saluran tersebut tidak melalui perantara. Berdasarkan hasil analisis regresi berganda untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi margin pemasaran tempe di daerah penelitian, diketahui bahwa faktor harga jual ditingkat pedagang (X4) berpengaruh secara dominan terhadap margin pemasaran tempe.

Kata Kunci: Efisiensi pemasaran, Margin Pemasaran, *Farmer's Share*, dan Saluran pemasaran

**Abstract**

**Analysis of Tempe Marketing Efficiency**

**(Case Study in Sanan Tempeh Production Center, Purwantoro, Blimbing,  
Malang)**

By: Maria Christina Sarkol

NIM: 201220006

**SUMMARY**

*Tempeh industry is a typical household business that requires little investment and has few workers. Efficient marketing could optimize the income of tempeh's producers. This research aims to understand the marketing efficiency and factors that affect the purchasing margin of tempeh in selected areas. This research will study the value of farmer's share and the marketing margin of tempeh to evaluate the commerce efficiency. The sampels are the producers and sellers. 58 tempeh's producers are selected by the simple random sampling method. The sellers, on the other hand, are chosen using the snowball sampling, a technique that tracks down the marketing process. The variable studied in the research are as follows: 1) producer's tempeh's selling cost, 2) tempeh's selling price on commercial institution, 3) marketing cost, 4) total amount of sold products, 5) numbers of marketing institution where the product passes, 6) the marketing margin, 7) the farmer's share, and 8) marketing efficiency.*

*The research finds three marketing channels on the case study areas. The first channel is from the producers to tempeh. The second channel is form producers to retailers to consumers. The third channel is from producers to peddlers to consumers. By using the farmer's share, the calculation of commerce efficiency. The leading cause is the lack of middlemen. Moreover, the double regression analysis show the retailers tempeh selling cost (X4) to be the dominant factor in the marketing margin of tempeh.*

*Keywords: Marketing Efficiency, Marketing Margin, Farmer's Share, Commerce Channels*

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dewasa ini pembangunan sektor pertanian tidak hanya berpusat kepada sektor produksi, namun sekarang pembangunan pertanian diharuskan untuk berorientasi agribisnis, dimana tidak hanya berorientasikan produksi saja tetapi juga berorientasi pasar. Salah satu pembangunan berbasis agribisnis adalah pengembangan sektor-sektor usaha kecil menengah dimana bahan baku dari usaha-usaha kecil menengah tersebut adalah berbahan baku hasil pertanian. Salah satu usaha kecil menengah yang berbahan baku pertanian dan banyak di tekuni adalah usaha kecil menengah pembuatan tempe berbahan baku kedelai.

Tempe banyak digemari karena sudah menjadi pemenuhan gizi yang murah, yang harganya dapat dijangkau oleh masyarakat dari berbagai kalangan. Tempe juga dapat menjadi menu alternatif untuk mengganti kebutuhan protein yang berasal dari daging, yang harganya cenderung mahal. Seiring dengan jumlah pertumbuhan penduduk Indonesia yang terus meningkat, dan permintaan akan produk tempe semakin meningkat, maka usaha industri tempe, baik yang sudah berskala besar maupun kecil semakin menjamur, hal ini menunjukkan bahwa potensi pasar produk tempe semakin besar dan merupakan peluang untuk mengembangkan bisnis tempe.

Industri tempe merupakan jenis usaha yang umumnya berupa industri rumah tangga dengan investasi tidak terlalu besar dan jumlah karyawan sedikit. Tempe merupakan produk pangan yang tidak tahan lama, yang mempengaruhi

umur simpan sangat singkat, kurang lebih dua hari setelah produksi, setelah itu tempe akan membusuk. Oleh sebab itu, produk tempe harus dipasarkan setelah diproduksi, daya tahannya yang terlalu singkat menyebabkan pemasarannya sangat terbatas (Salim, 2012).

Sanan merupakan salah satu sentra produksi tempe yang berada di Kota Malang. Saluran pemasaran yang dipilih oleh pengrajin tempe di Sentra Produksi Tempe Sanan terdiri dari beberapa jenis saluran pemasaran, mulai dari pemilihan saluran pemasaran langsung sampai saluran pemasaran yang memerlukan perantara atau tidak langsung. Pemilihan saluran pemasaran dapat mempengaruhi jumlah pendapatan yang diterima oleh pengrajin dan efisiensi pemasaran. Efisiensi pemasaran sangat penting dalam kegiatan pemasaran, begitupun bagi pengrajin tempe maupun pelaku pemasaran dari tempe itu sendiri, agar mampu mencapai keuntungan yang maksimal. Selain pemilihan saluran pemasaran, peran penting dari lembaga pemasaran dalam rangka menyampaikan hasil produksi dari pengrajin tempe kepada konsumen, mengingat tempe merupakan bahan makanan yang dikonsumsi sehari-hari.

Mubyarto (1980), menyatakan bahwa efisiensi pemasaran dapat terjadi apabila, pertama, jika biaya pemasaran dapat ditekankan sehingga keuntungan pemasaran menjadi lebih tinggi, kedua, persentase perbedaan harga yang dibayarkan konsumen dan produsen tidak terlalu tinggi, ketiga, tersedia fasilitas fisik pemasaran, keempat, adanya kompetisi pasar yang sehat. Saluran pemasaran dikatakan efisien bila mampu mendistribusikan hasil produksi kepada konsumen

dengan biaya semurah-murahnya dan mampu membagi keuntungan yang adil kepada semua pihak yang ikut serta didalam kegiatan produksi dan pemasaran.

## 1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah efisiensi pemasaran tempe di sentra industri tempe Sanan, Kecamatan Blimbing, Kota Malang ?
2. Faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi margin pemasaran tempe di sentra industri tempe Sanan, Kecamatan Blimbing, Kota Malang?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah :

1. Untuk mengetahui efisiensi pemasaran tempe di sentra industri tempe Sanan, Kecamatan Blimbing, Kota Malang ?
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi margin pemasaran tempe di sentra industri tempe Sanan, Kecamatan Blimbing, Kota Malang ?

## 1.4 Kegunaan Penelitian

1. Bagi penulis, penelitian ini bertujuan untuk mengaplikasikan dan menerapkan ilmu pengetahuan sebagai pengalaman yang dapat dijadikan referensi dan acuan untuk penelitian selanjutnya.
2. Bagi pembaca, penelitian ini dapat dijadikan bahan kajian untuk penelitian lebih lanjut.
3. Bagi pelaku usaha atau pengrajin tempe, penelitian dapat dijadikan pengetahuan dan acuan dalam berusaha.