

**BAURAN PEMASARAN *TAPAI* SINGKONG PADA MASYARAKAT
PEMATANG PANJANG KECAMATAN GAMBUT**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan dalam Menyelesaikan Program Strata-1
Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial



Oleh:

**NURKAMILAH
NIM 2010128220017**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN
2024**

**BAURAN PEMASARAN *TAPAI* SINGKONG PADA MASYARAKAT
PEMATANG PANJANG KECAMATAN GAMBUT**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan dalam Menyelesaikan Program Strata-1
Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

Oleh:

NURKAMILAH

2010128220017

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN**

2024

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Lembar ini untuk menyatakan bahwa skripsi Nurkamilah NIM 2010128220017 dengan judul “Bauran Pemasaran *Tapai* Singkong pada Masyarakat Pematang Panjang Kecamatan Gambut” telah disetujui oleh dosen pembimbing dan dosen penguji sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Pendidikan Sarjana pada Program Studi Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial.

Menyetujui,

Pembimbing I



Dr. Syaharuddin, S. Pd., M.A
NIP. 197403012002121004

Pembimbing II



Raihanah Sari, M. Pd
NIP. 198906182023212031

Penguji I



Dr. Mutiani, M. Pd
NIP. 198909072018032001

Penguji II



M. Ridha Ilhami, M. Pd
NIP. 199404082022031014

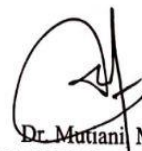
Mengetahui,

Ketua Jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial



Dr. H. Sidharta Adyatna, M.Si
NIP. 196710032002121001

Koordinator Program Studi Pendidikan IPS



Dr. Mutiani, M. Pd
NIP. 198909072018032001

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nurkamilah

NIM : 2010128220017

Program Studi : Pendidikan IPS

Jurusan : Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS)

Fakultas : Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri, bukan merupakan pengambil alihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Hal-hal yang berkaitan dengan teknik penulisan, telah sesuai dengan Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Program Studi Pendidikan IPS FKIP ULM.

Banjarmasin, Juni 2024

Yang membuat pernyataan



Nurkamilah

NIM 2010128220017

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur panjatkan kehadirat Allah SWT atas nikmat dan karunia-Nya. Sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian dan penyusunan Skripsi yang berjudul “Bauran Pemasaran *Tapai* Singkong pada Masyarakat Pematang Panjang Kecamatan Gambut”. Penyusunan Skripsi ini sebagai satu diantara syarat kelulusan di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lambung Mangkurat. Skripsi ini adalah hasil usaha maksimal penulis melakukan penelitian. Tidak ada yang sempurna. Oleh karena itu, diperlukan kritik yang membangun sebagai masukan untuk perbaikan skripsi dimasa yang akan datang. Semoga penelitian ini bermanfaat bagi penulis dan pembaca. Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih.

Banjarmasin, 12 Juni 2024

Nurkamilah

UCAPAN TERIMA KASIH

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dukungan dari berbagai pihak. Peneliti secara khusus mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu. Peneliti banyak menerima bimbingan, petunjuk dan bantuan serta dorongan dari berbagai pihak, baik yang bersifat moral maupun material. Skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan berbagai pihak. Sehubungan dengan hal itu maka penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar besarnya kepada:

1. Dr. Mutiani, M. Pd selaku koordinator Program Studi Pendidikan IPS FKIP ULM serta selaku dosen penguji 1 yang telah memberikan saran dan masukan untuk perbaikan skripsi ini.
2. Dr. Syaharuddin, S. Pd., M.A selaku dosen pembimbing 1 yang telah memberikan bimbingan, mengarahkan dan masukan saat proses penulisan skripsi
3. Raihanah Sari, S. Pd., M. Pd selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan dan masukan serta motivasi selama penelitian dan penulisan skripsi.
4. M. Ridha Ilhami, S. Pd., M. Pd selaku dosen penguji 2 yang telah memberikan saran dan masukan untuk perbaikan skripsi ini.
5. Seluruh dosen pada Program Studi Pendidikan IPS FKIP ULM yang telah membantu dan bersedia meluangkan waktu, tenaga, pikiran serta memberikan ilmu dalam pembelajaran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

6. Akhmad Syauckani, S.E selaku Lurah Gambut yang telah memberikan izin dan informasi yang terkait dengan penelitian skripsi ini.
7. Para informan perajin *tapai* di Jl. Pematang Panjang yang telah bersedia memberikan informasi dan data kepada penulis dalam penelitian ini.
8. Keluarga besar yang selalu memberikan dukungan baik, Alm. Abah Taufik Hidayat yang tidak sempat melihat anak nya berproses sampai di titik ini. Namun ada sosok Abah sambung yang luar biasa Johansyah, beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau dapat mendidik, mendoakan, memberikan semangat dan motivasi tiada henti kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikannya sampai sarjana. Mama tersayang Maria Ulpah, terimakasih atas segala bantuan, dukungan, semangat, dan doa yang diberikan selama ini.
9. Kepada cinta kasih kedua adik penulis, Rahmat dan Jaya Aditya yang memberikan semangat dan dukungan.
10. Kepada sahabat-sahabat yaitu Salsa Aprilia, Silva Felthia Hernanda, Syifa Evania Farin, dan Mulyati. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup, berkontribusi baik tenaga maupun waktu kepada penulis. Telah mendukung, menghibur, mendengarkan keluh kesah, dan memberikan semangat untuk pantang menyerah.
11. Rekan-rekan mahasiswa Pendidikan IPS Angkatan 2020 dan semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini

Penulis sadar bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, namun besar harapan semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk menambah ilmu

pengetahuan, khususnya bagi penulis dan umumnya bagi pembaca. Akhir kata, semoga allah SWT membalas budi baik semua pihak yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Banjarmasin, 12 Juni 2024

Nurkamilah

ABSTRAK

Nurkamilah. 2024. “*Bauran Pemasaran Tapai Singkong pada Masyarakat Pematang Panjang Kecamatan Gambut*”. Skripsi Program Studi Pendidikan IPS. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. Pembimbing I: Dr. Syaharuddin, S. Pd., M.A dan Pembimbing II: Raihanah Sari, S.Pd., M. Pd.

Kampung *Tapai* Jl. Pematang Panjang Gambut Kabupaten Banjar terkenal sebagai penghasil *tapai*. Hal ini terlihat dari banyaknya perajin *tapai* yang berasal disana dan membuat persaingan yang cukup ketat diantara perajin tersebut. Konteks persaingan seperti sekarang ini seiring dengan pertumbuhan ekonomi dan perubahan lingkungan yang begitu cepat mengharuskan setiap pelaku usaha untuk berbenah diri dengan merancang strategi pemasaran yang kuat untuk melihat setiap perubahan- perubahan atau peluang pasar terutama mereka yang tergolong dalam pelaku usaha makanan tradisional. Berdasarkan latar belakang tersebutlah peneliti ingin melakukan penelitian ini dengan judul Bauran Pemasaran *Tapai* Singkong pada Masyarakat Pematang Panjang Kecamatan Gambut. Tujuan penelitian ini: 1) Mendeskripsikan strategi produk pada pemasaran *tapai* singkong. 2) Mendeskripsikan strategi harga pada pemasaran *tapai* singkong. 3) Mendeskripsikan strategi tempat pada pemasaran *tapai* singkong. 4) Mendeskripsikan strategi promosi pada pemasaran *tapai* singkong.

Pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif digunakan dalam penelitian ini untuk mendeskripsikan Bauran pemasaran *tapai* singkong pada masyarakat Pematang Panjang Kecamatan Gambut. Subjek dalam penelitian ini adalah perajin *tapai*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi ke lokasi tempat perajin *tapai* gambut di Jl. Pematang Panjang, wawancara dan dokumentasi dalam bentuk rekaman dan gambar. Analisis data menggunakan reduksi data berdasarkan dengan tujuan penelitian, penyajian data berdasarkan deskripsi serta penarikan kesimpulan. Uji keabsahan data dan triangulasi.

Hasil penelitian: Konsep yang digunakan dalam pembauran dari pemasaran untuk *tapai* singkong adalah model 4P karena sudah cukup baik sehingga keefektifan pada empat modelnya yang dimana bisa meningkatkan dan terus dapat berkembang di dalam pemasaran terutama jumlah konsumen. Untuk konsep pembauran dalam pemasaran (*marketing mix*) digunakan sebagai sebuah konsep yang menyusun strategi yang nantinya menjadi patokan terhadap perusahaan dalam pemasaran sehingga akan mendapatkan target yang diinginkan.

Simpulan dalam penelitian ini adalah untuk mengembangkan strategi pemasaran dari bauran (*marketing mix*) para pedagang *tapai* singkong setempat menerapkan sebuah konsep yang sudah cukup baik terkait konsep konsep 4P sehingga mereka tetap terus bisa melanjutkan usahanya hingga sekarang. Hasil usaha dari penjualan *tapai* singkong di Kampung *Tapai* Jl. Pematang Panjang Kecamatan Gambut, ditunjang dari hasil kegiatan ekonomi dalam berjualan *tapai* singkong, sebagian besar usaha *tapai* ini merupakan pekerjaan dan juga sumber penghasilan utama dalam memenuhi kebutuhan hidup mereka sehari-hari.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, *Tapai* Singkong, Pematang Panjang

ABSTRACT

Nurkamilah. 2024. "Marketing Mix for Cassava Tapai in the Pematang Panjang Community, Gambut District". Social Sciences Education Study Program Thesis. Faculty of Teacher Training and Education. Supervisor I: Dr. Syaharuddin, S. Pd., M.A and Supervisor II: Raihanah Sari, S.Pd., M. Pd.

Tapai Village Jl. Pematang Panjang Gambut Banjar Regency is famous as a tapai producer. This can be seen from the large number of tapai craftsmen who originate there and create quite tight competition among these craftsmen. The current competitive context, along with rapid economic growth and environmental changes, requires every business actor to improve themselves by designing a strong marketing strategy to see any changes or market opportunities, especially those who are classified as traditional food business actors. Based on this background, the researcher wants to conduct this research with the title Marketing Strategy for Cassava Tapai in the Pematang Panjang Community, Gambut District. The objectives of this research: 1) Describe product strategies for marketing cassava tapai. 2) Describe the pricing strategy for marketing cassava tapai. 3) Describe the marketing strategy for cassava tapai. 4) Describe promotional strategies for marketing cassava tapai.

A qualitative approach with descriptive methods was used in this research to describe the marketing strategy for cassava tapai in the Pematang Panjang community, Gambut District. The subjects in this research were tapai craftsmen. The data collection technique was carried out by observing the location of the peat tapai craftsmen on Jl. Pematang Panjang, interviews and documentation in the form of recordings and pictures. Data analysis uses data reduction based on research objectives, presenting data based on descriptions and drawing conclusions. Test data validity and triangulation.

Research results: The concept used in the marketing mix for cassava tapai is the 4P model because it is good enough so that the effectiveness of the four models can increase and continue to grow in marketing, especially the number of consumers. The marketing mix concept is used as a concept that develops a strategy that will later become a benchmark for the company in marketing so that it will get the desired target.

The conclusion of this research is to develop a marketing strategy from the marketing mix of local cassava tapai traders implementing a concept that is good enough related to the 4P concept so that they can continue their business until now. Business results from selling cassava tapai in Kampung Tapai Jl. Pematang Panjang, Gambut District, is supported by the results of economic activities in selling cassava tapai. Most of these tapai businesses are jobs and also the main source of income in meeting their daily living needs.

Keywords: Marketing Mix, Tapai Cassava, Pematang Panjang

DAFTAR ISI

	Hlm
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMAKASIH.....	iv
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	2
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
A. Strategi Pemasaran.....	5
B. Tujuan dan Fungsi Strategi Pemasaran.....	9
C. Bauran Pemasaran.....	10
D. <i>Tapai</i>	18
E. Penelitian Relevan.....	19
F. Kerangka Berfikir.....	21
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	23
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	24
C. Subjek Penelitian.....	25
D. Instrumen Penelitian.....	26
E. Data dan Sumber Data.....	28
F. Teknik Pengumpulan Data.....	29
G. Teknik Analisis Data.....	32

H. Uji Keabsahan Data.....	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	37
A. Hasil Penelitian.....	37
1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	37
2. Gambaran Penduduk.....	38
3. Gambaran Mata Pencarian.....	39
4. Gambaran Usaha <i>Tapai</i>	39
B. Pembahasan.....	41
1. Strategi Produk pada Pemasaran <i>Tapai</i> Singkong.....	41
2. Strategi Harga pada Pemasaran <i>Tapai</i> Singkong.....	51
3. Strategi Tempat pada Pemasaran <i>Tapai</i> Singkong.....	55
4. Strategi Promosi pada Pemasaran <i>Tapai</i> Singkong.....	60
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	67
A. Simpulan.....	67
B. Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA.....	70
LAMPIRAN.....	74

DAFTAR TABEL

Tabel	Hlm
3.1 Subjek Penelitian.....	26
3.2 Pedoman Wawancara.....	31
4.1 Data Jumlah Warga Jl. Pematang Panjang.....	39

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hlm
2.1 Kerangka Berpikir.....	22
4.1 Peta Lokasi Penelitian.....	38
4.2 Produk Tapai Ibu Tasmiah.....	43
4.3 Proses Pembuatan Produk <i>Tapai</i> Singkong Ibu Jumiati.....	44
4.4 Produk <i>Tapai</i> Ibu Jumiati “Mama Ghina”.....	46
4.5 Proses Pembuatan Produk <i>Tapai</i> Gambut Mama Daffa.....	47
4.6 Produk <i>Tapai</i> Gambut “ANNA”.....	48
4.7 Penetapan Harga pada <i>Tapai</i> Gambut “ANNA”.....	53
4.8 Lokasi Penjualan <i>Tapai</i> Jl. Pematang Panjang.....	56
4.9 Tempat Penjualan <i>Tapai</i> Gambut Rajwa.....	57
4.10 Tempat Penjualan <i>Tapai</i> Mama Ghina.....	59
4.11 Promosi Melalui Instagram.....	61
4.12 Sepeda yang digunakan untuk Berjualan <i>Tapai</i>	62