

STRATEGI PEMASARAN ONLINE PADA USAHA KERIPIK TEMPE DAN TAHU DI DESA CANDIREJO KECAMATAN TUNTANG

Rr. Hawik Ervina Indiworo¹, AB. Prabowo KA², Heri Prabowo³

¹Universitas PGRI Semarang, ²Universitas PGRI Semarang, ³Universitas PGRI Semarang
indiworo1983@gmail.com, prabowoka2609@gmail.com, heriprabowo.se.mm@gmail.com

ABSTRACT

One of the most popular traditional foods is temped chips and tofu chips. There are many producers of temped chips and tofu chips. One of the temped and tofu chips making areas is Candi Rejo Village, Tuntang District, Semarang Regency. The products produced have high economic value and become an economic driver in the iwlayah. The problems that arise, among others, are in the marketing aspect which is still simple so that business turnover does not grow or does not meet the desired target. The solutions offered for problems that arise in partners include providing several marketing strategies, which were originally with conventional marketing, by increasing online-based marketing knowledge and skills, so that consumers will find it easier to find out about products, ordering and obtaining goods that have been purchased. The impact of the various marketing strategies that have been implemented is expected to increase sales turnover

Keywords: *Tempeh and Tofu Chips, Marketing Strategy, Online Marketing*

ABSTRAK

Makanan tradisional yang selalu digemari salah satunya adalah keripik temped an keripik tahu. Banyak pengarajin keripik temped an keripik tahu salah satu wilayah pengarajin keripik temped dan tahu adala Desa Candi Rejo Kecamatan Tuntang Kabupaten Semarang.. Produk yang dihasilkan memiliki nilai ekonomis yang tinggi dan menjadi penggerak ekonomi di iwlayah tersebut. Permasalahan yang muncul antara lain pada aspek pemasaran yang masih sederhana sehingga omset usaha tidak berkembang atau tidak sesuai target yang diinginkan. Solusi yang ditawarkan bagi permasalahan yang muncul pada mitra antara lain memberikan beberapa strategi pemasaran, yang semula dengan pemasaran konvensional, dengan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pemasaran berbasis online, sehingga konsumen akan lebih mudah mencari tahu tentang produk, pemesanan dan pemerolehan barang yang telah dibeli. Dampak dari beraneka macamnya strategi pemasaran yang telah dilakukan diharapkan mampu meningkatkan omset penjualan.

Kata Kunci: Keripik Tempe dan Tahu, Strategi Pemasaran, Pemasaran Online

PENDAHULUAN

Candirejo merupakan sebuah nama salah satu desa yang terletak di kecamatan Tuntang, kabupaten Semarang, Provinsi Jawa Tengah. [1] Desa ini berbatasan dengan desa Pulutan di sebelah timur, desa Kesongo, Tuntang, Semarang di sebelah utara, Rawa Pening di sebelah barat, dan desa Jombor, Tuntang, Semarang di sebelah selatan. Salah satu potensi penggerak ekonomi di

desa Candirejo adalah pengrajin keripik tempe dan tahu. Keripik tempe dan tahu merupakan makanan yang dibuat dari tempe kedelai yang diiris secara tipis, dan dimasak dengan cara digoreng dengan diberi tepung yang sudah dibumbui sebelumnya. Ciri khas keripik tempe dan tahu ini adalah memiliki cita rasa yang gurih dengan aroma bawangnya. Saat ini keripik tempe telah menjadi primadona bagi masyarakat sebagai peluang usaha yang sangat baik untuk dimanfaatkan. Di pasaran sendiri permintaan keripik tempe dan tahu dari waktu ke waktu selalu mengalami peningkatan. Banyak masyarakat yang membeli keripik tempe tahu untuk dijadikan oleh-oleh untuk keluarga ataupun untuk rekan terdekat mereka.

Menjalankan bisnis keripik tempe dan tahu merupakan salah satu bisnis yang bisa memberi manfaat ekonomi untuk produsennya. Usaha keripik tempe dan tahu bisa dibilang sebuah bisnis yang menjanjikan karena keuntungan yang diperoleh dari usaha keripik tempe ini sangat memuaskan, namun hal ini dirasakan masih berbeda bagi produsen keripik tempe dan tahu di desa Candirejo, Kecamatan Tuntang Kabupaten Semarang. Hal yang membedakan karena omset yang masih tergolong rendah dan dirasa perlu dilakukan inovasi dalam pemasaran sehingga dapat meningkatkan omset usaha.

Permasalahan yang diidentifikasi di lingkungan wilayah kecamatan Tuntang Kabupaten Semarang adalah Omset yang masih rendah, kurangnya inovasi dalam pemasaran hasil produksi dan urangnya pengetahuan tentang pemasaran berbasis online.

PELAKSANAAN DAN METODE

Bentuk dari Program Pengabdian Masyarakat ini adalah Pelatihan Strategi Pemasaran Online yang Efektif bagi UMKM, yang dilaksanakan di Desa Candirejo, Kecamatan Tuntang Kabupaten Semarang. Metode program PkM ini akan dilaksanakan dengan metode pendekatan partisipatif, artinya mitra binaan akan secara aktif dilibatkan dalam setiap tahapan dan kegiatan pembinaan yang akan dilakukan melalui penyuluhan, diskusi dan praktik bersama.



Gambar 1. Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan penyuluhan dan pelatihan pariwisata dapat dikatakan berhasil. Pada tahap awal tim pelaksana melakukan penjajakan di Desa Candirejo, tuntang, Kabupaten Semarang dan Desa Candirejo memberikan respon positif kepada tim pelaksana. Mereka bersedia menjadikan desanya sebagai tempat pelaksanaan Pelatihan Strategi Pemasaran Online yang Efektif bagi UMKM. Selain itu, pihak Pemerintah Desa Candirejo juga bersedia menyiapkan tempat serta warga yang akan menjadi peserta kegiatan Respon positif tersebut kemudian ditindaklanjuti dengan pembicaraan teknis terkait pelaksanaan kegiatan. Tim pelaksana dan pihak desa menyepakati waktu pelaksanaan pelatihan Strategi Pemasaran Online yang Efektif bagi UMKM untuk dilaksanakan mulai pertengahan Januari dan berakhir dengan kegiatan pelatihan pada minggu ke-4 Februari 2020. Setelah kesepakatan terkait waktu pelaksanaan, selanjutnya kedua belah pihak melakukan pembagian tugas. Pihak Desa Candirejo, tuntang, Kabupaten Semarang bertugas menyiapkan ruangan dan kelengkapan yang dibutuhkan untuk menunjang pelaksanaan kegiatan serta menyiapkan warga yang berminat untuk mengikuti kegiatan, sedangkan tim pelaksana menyiapkan pemateri, moderator, materi pelatihan, dokumentasi, seminar kit, spanduk dan konsumsi. Pelaksanaan Pelatihan Strategi Pemasaran Online yang Efektif bagi UMKM berlangsung sesuai jadwal yang direncanakan yaitu pada minggu keempat di Februari 2020. Pelaksanaan kegiatannya berlangsung menarik. Sebanyak 20 orang ibu –ibu anggota PKK, desa Candirejo terlibat sebagai peserta kegiatan. Bertindak selaku pembicara atau pemberi materi pada kegiatan pelatihan tersebut yaitu Dr. Heri Prabowo, SE, MM, Dr. AB. Prabowo dan Rr. Hawik Ervina Indiworo, SE, MM yang merupakan praktisi dalam bidang Digital Marketing. Sesi workshop dibagi 11 menjadi dua sesi yaitu sesi pemberian presentasi kelompok serta sesi praktek dari beberapa kelompok yang telah dibagi sebelumnya dengan menggunakan platform market place dan sosial media. 6 Semua ibu –ibu kelompok PKK yang terlibat sebagai peserta begitu antusias mengikuti pelatihan tersebut. Hal

ini dapat dilihat dari keaktifan peserta dalam setiap sesi yang berlangsung. Antusiasme yang tinggi ini juga dikarenakan materi dan metode praktik yang digunakan merupakan sesuatu yang sangat erat dengan keseharian ibu – ibu saat ini, yaitu sosial media. Dalam sesi pemaparan materi terkait Digital Marketing, para peserta terlihat serius memerhatikan pemateri. Begitu pula saat melakukan praktik langsung dengan memanfaatkan market place dan sosial media, terlihat semua peserta turut terlibat dalam diskusi yang dilaksanakan secara berkelompok ini.

PENUTUP

Simpulan

Dari kegiatan atau program pengabdian pada masyarakat yang diselenggarakan oleh tim dari Universitas PGRI Semarang dapat diambil beberapa kesimpulan yaitu; (1) Warga Desa Candirejo, Kec Tuntang, Kabupaten Semarang sebelum mengikuti pelatihan ini, belum memahami konsep pemasaran digital berbasis market place dan sosial media, sehingga belum mampu mengoptimalkan pemanfaatan sosial media dari potensi desa yang mereka miliki. (2) Setelah mereka mengikuti Pelatihan Strategi Pemasaran Online yang Efektif bagi UMKM ini pengetahuan dan wawasan merekapun bertambah, para ibu – ibu anggota PKK terutama yang terlibat dalam pengelolaan Desa Candirejo mampu memahami konsep pemasaran berbasis digital dan mereka mampu lebih jauh mengoptimalkan pemanfaatan media sosial dalam memasarkan produk yang ada di Desa Candirejo, tuntang, Kabupaten Semarang. (3) Kegiatan program pengabdian pada masyarakat yang diselenggarakan oleh Universitas PGRI Semarang menjadi sarana terjalinnya hubungan yang erat antara Universitas PGRI Semarang dan Desa Candirejo, Tuntang, Kabupaten Semarang.

Saran

Berdasarkan hasil dari pengamatan terhadap pelaksanaan program pengabdian pada masyarakat berupa Pelatihan Strategi Pemasaran Online yang Efektif bagi UMKM, ini disarankan:

Pertama, program serupa lebih sering dilaksanakan sehingga dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat umum. Kedua, pelaksanaan kegiatan ini diperluas atau tidak hanya di wilayah desa Candirejo melainkan di lebih banyak Desa lagi di seluruh wilayah Kabupaten Semarang agar lebih banyak masyarakat yang merasakan manfaatnya terutama untuk desa berbasis desa wisata.

DAFTAR PUSTAKA

Chandra, B. 2007. Pengantar Kesehatan Lingkungan. EGC: Jakarta

Data Monografi Desa Candirejo Kecamatan Tuntang Kabupaten Semarang

Nitisusastro, M. 2010. Kewirausahaan dan manajemen usaha kecil. Alfabeta: Bandung

Kotler, Philip dan Lane Keller, Kevin. 2016, Manajemen Pemasaran, Edisi Kelima Belas. Jakarta: Erlangga.

Rozak, A. 2015. Usaha Kecil dan Kewirausahaan. Diunduh tanggal 4 April 2017. <http://bangkubisnis.blogspot.co.id/2015/03/usaha-kecil-dan-kewirausahaan.html>.