



JKB

Jurnal Kewirausahaan & Bisnis
Volume 5 Issue 2, Year 2023 (47-52)

Homepage : <https://jurnalunived.com/index.php/JKB>

STRATEGI PEMASARAN PRODUK TEMPE MELALUI DIGITAL MARKETING

Julianti Br.Hutagaol¹, Karona Cahya Susena², Nenden Restu Hidayah³

^{1,2} Program Studi Manajemen, Universitas Dehasen Bengkulu, Indonesia

³ Program Studi Akuntansi, Universitas Dehasen Bengkulu, Indonesia

e-mail : juliantibrhutagaol@gmail.com

Abstract. Industry is a central point to help and prosper the economy society to always exist and survive with all existing conditions. Because the industry is a planned effort to realize marketing strategies and marketing processes so that this industry continues to run and exist in its marketing. Likewise with the tempe industry in the Mampang Prapatan area, in its operational activities the obstacle faced by tempe industry players is access to marketing, therefore a marketing strategy is needed or efforts to market and introduce a product or service to the community, using a plan and mature tactics, that way, the number of sales can increase. In marketing, a brand or brand is needed that functions to build an image of the product or place of business. By using offline and online promotion methods. The purpose of this Community Service activity is expected to be tempe industry players able to increase sales in order to achieve economic prosperity in the village.

Keywords: *Industry, Marketing Strategy, Online Promotion, Offline*

Abstrak. Industri merupakan titik sentral untuk membantu dan mensejahterakan perekonomian masyarakat agar selalu eksis dan bertahan dengan segala kondisi yang ada. Karena industri merupakan usaha terencana untuk mewujudkan strategi pemasaran dan proses pemasaran agar industri ini tetap berjalan dan eksis di pemasarannya. Begitupun dengan Industri tempe di daerah Mampang Prapatan dalam kegiatan operasionalnya kendala yang dihadapi oleh pelaku industri tempe adalah akses pemasaran maka dari itu diperlukan Strategi pemasaran atau upaya untuk memasarkan serta mengenalkan suatu produk maupun jasa pada masyarakat, dengan menggunakan rencana dan taktik matang, dengan begitu, jumlah penjualan dapat meningkat. Dalam pemasaran dibutuhkan brand atau merek yang berfungsi untuk membangun sebuah citra dari produk atau tempat usaha tersebut. Dengan menggunakan metode promosi offline dan promosi online. Tujuan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini diharapkan para pelaku industri tempe mampu meningkatkan penjualan guna mencapai kesejahteraan ekonomi di desa.

Kata Kunci: *Industri, Strategi Pemasaran, Promosi online, Offline*

PENDAHULUAN

Seiring dengan berjalannya waktu perkembangan teknologi semakin berkembang pesat, terkhususnya di bidang teknologi informasi yang semakin menjadi kebutuhan masyarakat sehari-hari. Teknologi informasi juga sangat berpengaruh pada usaha industri salah satunya pemasaran produk usaha secara online melalui digital marketing untuk mengembangkan pangsa pasar menurut UU cipta kerja UU No. 20/2008 Tentang usaha mikro, kecil, dan menengah.

Tempe adalah salah satu makanan yang sangat mudah kita jumpai baik mentah maupun tempe yang sudah diolah menjadi berbagai macam bentuk, seperti gorengan, keripik dan lain sebagainya. Tempe dapat dikatakan sebagai salah satu makanan yang

digemari oleh semua kalangan, selain dengan harga yang terjangkau tempe juga memiliki protein nabati yang cukup tinggi, lemak, karbohidrat, energy, kalsium dan mineral. Umumnya, masyarakat Indonesia mengkonsumsi tempe sebagai makanan pendamping nasi.

Salah satu home industri yang memproduksi tempe di kabupaten Mukomuko yaitu pabrik tempe milik bude Sum pabrik yang beralamatkan di Sp5 Tirta Muiya Air Majunto Dusun 2 Rt 3. Pabrik tempe ini memproduksi tempe plastik, adapun aktivitas produksi yang dilakukan oleh pabrik ini setiap hari, produksi yang dilakukan setiap hari nya dikarenakan masih banyak permintaan dari masyarakat mengenai tempe.

Tempe merupakan salah satu makanan yang khas dari Indonesia, dengan proses fermentasi dari kacang kedelai atau jenis kacang-kacangan lainnya dengan menggunakan (ragi tempe) dengan waktu fermentasi 36-48 jam. Setelah tempe melewati masa fermentasi, tempe siap dipasarkan, hal ini ditandai dengan pertumbuhan kapang yang hamper merata di setiap struktur nya .

Dalam memproduksi tempe setiap harinya, pabrik tempe Bude Sum belum melakukan secara rinci mengenai perencanaan untuk kapasitas produksi yang harus dihasilkan. Padahal, home industri tempe Bude Sum ini cukup banyak dalam memproduksi tempe yang dihasilkan setiap hari nya tersebut. Untuk itu sebaiknya home industri tempe Bude Sum harus merencanakan kapasitas produksi supaya home industri tempe tersebut dapat mencapai tujuannya yaitu mendapatkan laba dan mempertahankan kan perusahaan.

Industri sangat berperan penting untuk membantu dan mensejahterakan perekonomian masyarakat agar selalu eksis dan bertahan dengan kondisi yang ada. Karena industri merupakan usaha terencana untuk mewujudkan strategi pemasaran dan proses pemasaran agar industri ini tetap berjalan.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan Pengabdian Masyarakat menggunakan 2 metode yaitu:

Metode Interview

1. Interview yaitu penulis menanyakan secara langsung kepada pemilik usaha tempe maupun dengan karyawan-karyawan pada usaha tempe Bude Sum tersebut.
2. Sedangkan metode observasi dilakukan dengan cara mengamati langsung proses pembuatan produk tempe.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengertian Pemasaran Dan Digital Marketing

Dari penelitian yang telah dilakukan penulis terhadap pemasaran melalui Digital Marketing di home industri tempe Bude Sum Sp5 kabupaten Mukomuko adalah sebagai berikut :

1. Menurut William J.Stanton 2017 Pemasaran sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga ,mempromosikan, dan mendistribusikan barang-barang yang memuaskan keinginan dan jasa, baik kepada konsumen saat ini maupun konsumen potensial.

2. Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong 2018 Pemasaran sebagai proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan dengan hubungan yang kuat untuk menangkat nilai dari konsumen sebagai imbalan. Pemasaran(Marketing) adalah suatu sistem untuk melakukan kegiatan pemasaran secara keseluruhan mulai dari merencanakan produk, penetapan harga, promosi hingga merancang strategi pendistribusian produk untuk memuaskan para konsumen. Adapun pengertian Digital Marketing adalah salah satu jenis pemasaran yang banyak digunakan untuk mempromosikan produk atau jasa dan untuk menjangkau konsumen menggunakan saluran digital.
3. Pengelolaan home industri tempe Bude Sum yang berada di Mukomuko telah menjalankan fungsi manajemen yang terdiri dari *planning, organizing, actuating, dan controlling*. Di setiap komponen lingkungan internal industri yang terdiri dari sumber daya manusia, kegiatan pemasaran, keuangan, dan kegiatan produksi atau operasional senantiasa menjalankan fungsi tersebut. Namun, untuk komponen kegiatan pemasaran, pelaksanaan fungsi manajemen masih belum terlaksana dengan baik. Hal ini dikarenakan selama ini kegiatan pemasaran dilakukan oleh pemilik usaha sendiri, sehingga fungsi manajemen dalam industri belum terlaksana dengan baik.

Pembahasan

Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah rencana yang menjabarkan ekspektasi industri akan ada dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau ini produk di pasar sasaran tertentu. Industri menggunakan dua program atau lebih pemasaran secara bersamaan. Sebab setiap jenis program promosi penjualan, layanan pelanggan, atau pengembangan produk memiliki pengaruh yang berbeda-beda terhadap permintaan.

Berdasarkan sosialisasi di home industri, kami membantu pemilik usaha tempe agar usaha yang dijalankan lebih dikenal oleh banyak orang dan mendapatkan lebih banyak keuntungan yaitu dengan mengenalkan digital marketing atau sosial media untuk melakukan promosi seperti melalui aplikasi Facebook dan WhatsApp Bisnis.

Berikut strategi yang kami jelaskan ke pemilik usaha tempe yaitu:

1. Memperkenalkan kegunaan aplikasi Facebook dan WhatsApp bisnis untuk memasarkan produk.
2. Membantu membuat akun Facebook dan WhatsApp Bisnis dengan nama akun Facebook "Home Industri Bude Sum"
3. Membantu mendaftarkan nomor telepon yang bersangkutan untuk membuat akun WhatsApp Bisnis "Home Industri Bude Sum"
4. Memposting produk tempe di platform jual beli di Facebook dan memasang katalog di WhatsApp Bisnis.

Dengan promosi melalui digital marketing yang baik maka akan mendatangkan konsumen untuk membeli produk kita. Cara promosi yang bisa kita pakai untuk mempromosikan tempe Bude Sum melalui promosi online yaitu :

Facebook

Ada 2 cara mempromosikan produk melalui facebook yaitu :

1. Berbayarnya yaitu dengan facebook ads, dan

2. Tidak berbayar atau gratis melalui status facebook, story facebook, streaming facebook dan marketplace

Whatsapp Bisnis

Promosi dilakukan dengan menggunakan whatsapp bisnis melalui story broadcast ke kontak atau ke grup whatsapp bisnis

Dengan menggunakan kedua media sosial tersebut maka akan lebih mudah memasarkan produk yang akan kita jual karena masyarakat sudah banyak menggunakan Facebook dan WhatsAap.

Prosedur Pemasaran

Online marketing atau pemasaran digital merupakan cara pemasaran pada sebuah perusahaan yang menjadi andalan pada saat ini. hampir sebagian perusahaan memanfaatkan keunggulan dan kemudahan-kemudahan yang ditawarkan oleh media sosial internet yang jangkauannya sangat luas. Dalam Home industri Bude Sum di Kabupaten Mukomuko ini menerapkan prosedur pemasaran melalui dua jenis media online yang digunakan WhatsApp dan facebook dan media sosial yang mempengaruhi variabel terikat yaitu minat beli konsumen online.

Penulisan pengabdian masyarakat ini dilakukan untuk mengetahui apakah kedua jenis media tersebut memiliki pengaruh terhadap minat beli konsumen online dengan objek penelitian.

Salah satu upaya lainnya untuk memperkenalkan produk kepada konsumen yang dilakukan oleh Home industri Bude Sum Sp5 Mukomuko melalui kegiatan pemasaran. pemasaran yang dilakukan tidak hanya sebatas memperkenalkan produk kepada konsumen saja, akan tetapi dilanjutkan dengan upaya untuk mempengaruhi konsumen agar tersebut menjadi senang dan kemudian membeli produk yang ada di Home industri Bude Sum.

Pemasaran yang dilakukan Home industri Bude Sum Sp5 Mukomuko sangat berdampak positif terhadap kemajuan usaha tempe. hal ini terlihat dari hasil volume penjualan yang diperoleh Home industri tempe Bude Sum Sp5 Mukomuko.

Pengelolaan Stok Produk

Mendirikan sebuah usaha pasti akrab dengan proses mengelola stok produk baik bahan baku maupun produk yang dihasilkan. mengelola stok produk dalam jumlah yang kecil mungkin mudah dilakukan. Namun lain halnya apabila jumlah produk semakin meningkat hingga mencapai angka ribuan, ditambah untuk mengelola produk di gudang. Jika sudah menyentuh angka yang rumit dibutuhkan cara mengelola stok produk yang lebih baik dan lebih serius lagi.

Karena jika tidak, kemungkinan hal-hal seperti kelebihan atau kekurangan produk, lebih sulit untuk diatasi. Mengelola stok produk yang tidak baik akan menghasilkan keuntungan yang tidak baik, anda dapat memperkirakan jumlah produk yang harus dibuat untuk diproduksi penjualan selanjutnya serta menekan resiko adanya kelebihan barang sehingga anda tidak mengalami kerugian. Adapun data jumlah stok produk yang ada di Home industri tempe Bude Sum di Kabupaten Mukomuko dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1. Harga, berat dan jumlah produksi rata-rata setiap harinya dengan kemasan plastik.

NO	HARGA	BERAT (ONS)	JUMLAH KEMASAN
1	RP. 5000	6	100
2	RP. 4000	5	100
3	RP. 3000	3,5	200
4	RP. 2000	3	300
5	RP. 1000	2	500
	JUMLAH		1.200

Sumber: Home industri Tempe Bude Sum Sp5 Mukomuko, 2023

Pada tabel 2, dapat kita lihat bahwa produksi rata-rata tempe dengan kemasan plastik memiliki total jumlah kemasan sebanyak 1.200 pcs, dengan jumlah kemasan dan berat yang berbeda pada setiap harganya. Adapun variasi harga dari produksi tempe dengan kemasan plastik tersebut mulai dari Rp. 1000 sampai Rp. 5000 perbungkus nya.

KESIMPULAN

Home industri tempe Bude Sum Sp5 yang bergerak di bidang pengolahan pangan dari bahan baku kedelai. Salah satu tujuan dari home industri adalah untuk mendapatkan profit atau laba. Dengan laba tersebut home industri bisa tumbuh dan berkembang dengan kemampuan lebih besar. Sebenarnya laba merupakan tujuan umum dari sebuah home industri.

Berdasarkan sosialisasi di home industri, kami membantu pemilik usaha tempe agar usaha yang dijalankan lebih dikenal oleh banyak orang dan mendapatkan lebih banyak keuntungan yaitu dengan mengenalkan digital marketing atau sosial media untuk melakukan promosi seperti melalui aplikasi Facebook dan WhatsApp Bisnis.

Tidak berbayar atau gratis melalui status facebook, story facebook, streaming facebook dan marketplace B. Whatsapp Bisnis Promosi dilakukan dengan menggunakan whatsapp bisnis melalui story broadcast ke kontak atau ke grup whatsapp bisnis Dengan menggunakan kedua media sosial tersebut maka akan lebih mudah memasarkan produk yang akan kita jual karena masyarakat sudah banyak menggunakan Facebook dan WhatsAap.

Dalam Home industri Bude Sum di Kabupaten Mukomuko ini menerapkan prosedur pemasaran melalui dua jenis media online yang digunakan WhatsApp dan facebook dan media sosial yang mempengaruhi variabel terikat yaitu minat beli konsumen online. Dalam pemasaran produk tempe ini juga pun menggunakan metode multi level marketing.

Mengelola stok produk yang tidak baik akan menghasilkan keuntungan yang tidak baik, anda dapat memperkirakan jumlah produk yang harus dibuat untuk diproduksi penjualan selanjutnya serta menekan resiko adanya kelebihan barang sehingga anda tidak mengalami kerugian. Produksi rata-rata tempe dengan kemasan plastik memiliki total jumlah kemasan sebanyak 1.200 pcs, dengan jumlah kemasan dan berat yang berbeda pada setiap harganya.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2018. *Prinsip-prinsip Marketing*. Jakarta : Salemba Empat
- Stanton, William J. 2017. *Prinsip Pemasaran*. Edisi 7. Jakarta: Erlangga.
- Dave Chafeey dan PR Smith. 2017. *Digital Marketing Business And E-commerci Management, Strategy, Implementation, and Practice*, (England: person education limited) Dibussi Tande. 2018. "Digital Marketing". (Jakarta: UNITOMO PRES)
- Andriani, L. (2019). "Strategi Pemasaran Usaha Tahu/Tempe Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Sukamaju Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara". (Doctoral Dissertation, Institut Agama Islam Negeri Palopo).
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Hasanah, H. N. (2021). "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Pada Pabrik Tempe Pak Harjo Kabupaten Tanah Bumbu". Doctoral Dissertation, Universitas Islam Kalimantan Mab.
- Kompas. (2020, Mei). Awal Maret, Ahli: Virus Corona. Retrieved April 2021, From Kompas: <https://www.kompas.com/>
- Kotler, P. D. (2018). *Principles Of Marketing*. Global Edition. Pearson
- Mavilinda, H. F., Nazaruddin, A., Daud, I., & Siregar, M. I. (2022). Peningkatan Daya Saing UMKM di Era New Normal Melalui Strategi Pembuatan Konten Promosi Digital. *Jurnal Abdimas Musi Charitas*, 5(2). <https://doi.org/10.32524/jamc.v5i2.299>
- Nursalam. (2017). *Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan Pendekatan Praktis*. (Peni Puji Lestari, Ed.) (Edisi 4). Jakarta: Salemba Medika.
- Nikmatullah, M., & Haes, P. E. (2020). PARTA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat PEDAGANG IKAN DIMASA PANDEMI Pendahuluan. 1, 64–68.
- Oktaviani, F., & Rustandi, D. (2018). Implementasi Digital Marketing dalam Membangun Brand Awareness. *Profesi Humas : Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.24198/prh.v3i1.15878>
- Pandrianto, N., & Sukendro, G. G. (2018). Analisis Strategi Pesan Content Marketing Untuk Mempertahankan Brand Engagement. *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 167. <https://doi.org/10.24912/jk.v10i2.2619>
- UU Cipta Kerja UU No. 20/2008 tentang usaha mikro, kecil dan menengah