



**JKWI**

Jurnal Kewirausahaan & Inovasi

Volume 1 Issue 1, 2023 (5-10)

ISSN (online) :

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

---

## Strategi Pemasaran Produk Tempe Melalui Digital Marketing

Via Nabila Rahmanda <sup>1</sup>

<sup>1</sup>Ekonomi/Manajemen, Universitas Dehasen Bengkulu, Indonesia

Email; [vianabila2020@gmail.com](mailto:vianabila2020@gmail.com)

### Abstract.

Tempe is a food that is very easy for us to find, both raw and tempeh which has been processed into various forms, such as fried foods, chips and so on. Tempe can be said to be one of the foods that is loved by all people, apart from being affordable, tempeh also has quite high vegetable protein, fat, carbohydrates, energy, calcium and minerals. Marketing is an organizational function and a set of processes for creating, communicating and delivering value to customers in order to manage customer relationships in ways that benefit the organization and those interested in the organization. Digital Marketing is a type of marketing that is widely used to promote products or services and to reach consumers using digital channels. Marketing strategy is a plan that outlines industry expectations that there will be an impact of various marketing activities or programs on the demand for a product or these products in a particular target market. Industry uses two or more marketing programs simultaneously.

**Keywords :** *Marketing, Digital Marketing, Marketing Strategy.*

### Abstrak.

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. Pemasaran adalah fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan bagi organisasi dan pihak pihak yang berkepentingan dengan organisasi. Digital Marketing adalah salah satu jenis pemasaran yang banyak digunakan untuk mempromosikan produk atau jasa dan untuk menjangkau konsumen menggunakan saluran digital. 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.

**Kata Kunci:** *Pemasaran, Digital Marketing, Strategi Pemasaran.*

## 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.

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.

Usaha mikro kecil dan menengah yang biasa disebut UMKM merupakan pelaku bisnis yang bergerak pada berbagai bidang usaha, yang mencakup kepentingan masyarakat. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan penopang perekonomian bangsa. Kita bahkan tidak dapat menafikkan betapa sangat besar peran UMKM dalam menekan angka pengangguran, menyediakan lapangan kerja, mengurangi angka kemiskinan, meningkatkan kesejahteraan dan membangun karakter bangsa melalui kewirausahaan. UMKM telah diatur secara hukum melalui Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

Usaha tempe ini merupakan salah satu bentuk dari UMKM, 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:

### **1. Metode Interview**

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

### Hasil

#### 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 mengangkat 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*. Disetiap 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 :

a. 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

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.

### **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 1 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.

## **SIMPULAN**

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.

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.

Menurut Dave Chaffey dan PR Smith 2017, digital marketing adalah penerapan teknologi digital dan media digital untuk menciptakan, dan mendistribusikan produk dan layanan yang memberikan nilai tambah.

Menurut Dibussi Tande 2018, digital marketing adalah teknik pemasaran produk atau jasa yang menggunakan media digital. Termasuk internet, perangkat seluler, dan perangkat lunak untuk mencapai tujuan pemasaran.

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.

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 WhatsApp.

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.

## **SARAN**

Kepada pemilik home industry tempe Bude Sum, agar dapat meningkatkan pendapatannya lebih baik memperluas jaringan pemasaran serta meningkatkan produksi yang selama ini terbatas.

Kepada peneliti selanjutnya, agar dapat meneliti lebih lanjut tentang bagaimana perilaku konsumen atau tentang kelayakan usaha pada home industry tempe Bude Sum di daerah penelitian.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2018. *Prinsip-prinsip Marketing*. Jakarta : Selemba Empat
- Stanton, William J. 2017. *Prinsip Pemasaran*. Edisi 7. Jakarta: Erlangga.
- Dave Chafeey dan PR Smith. 2017. *Digital Marketing Business And E-commersi Management, Strategy, Implementation, and Practice*, (England: person education limited)
- Dibussi Tande. 2018. "Digital Marketing". ( Jakarta: UNITOMO PRES)
- Rizal Achmad. 2020. *Manajemen pemasaran di era masyarakat industri 4.0*. Yogyakarta. CV Budi Utama.
- Hasanah, Muhtar, dan Muliasari Indah. 2020. *Mudah Memahami Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)*. Jawa Timur. Uwais Inspirasi Indonesia.