



PENGEMBANGAN PEMASARAN BAGI USAHA MIKRO KECIL MENEGAH PENERAJIN TEMPE DI PONPES MATHLA'UL HIDAYAH CISAUK

Retno Wulansari¹, Komarudin², Dira Karlina³

Universitas Pamulang

Email: dosen01553@unpam.ac.id, dosen00277@unpam.ac.id, dosen00568@unpam.ac.id

Kata kunci:

PKM, Tempe, Manajemen Pemasaran, UMKM

Abstrak

Tempe yang dikenal sejak zaman dahulu, terutama di Pulau Jawa adalah makanan pelengkap makanan pokok berupa makanan sumber protein tinggi yang rendah kolesterol. Harga jual tempe dan tahu masih rendah dibandingkan dengan makanan sumber protein lainnya, misalnya ikan dan daging ayam. Menurut penelitian pasar, sebagian besar produk tempe dan tahu masih merupakan konsumsi masyarakat kelas bawah, karena kualitas dan cara pengolahan serta penyalurannya masih tradisional, termasuk dalam sanitasi dan higienitasnya. UMKM Produk Tempe merupakan UMKM yang bergerak dalam bidang industri pangan yang memproduksi tempe dengan bahan dasar kedelai impor berkualitas. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini merupakan langsung ke lapangan di ketiga UMKM tempe di Ponpes Mathla'ul Hidayah, dengan melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk mendapatkan data yang dibutuhkan. Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menunjukkan bahwa penerapan manajemen pemasaran pada UMKM tempe di Ponpes Mathla'ul Hidayah ini, dengan menerapkan manajemen pemasaran yaitu perencanaan pemasaran, implementasi pemasaran, dan pengendalian atau evaluasi kegiatan pemasaran. Selama masa transisi setelah pandemi covid-19 ketiganya ada yang mengalami penurunan produksi dan kesulitan dalam pemasarannya namun ada juga yang mengalami kenaikan permintaan, namun ketiganya mampu bertahan saat pandemi covid-19. Alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan usaha tempe yakni meningkatkan kualitas, kuantitas dan kontinuitas produksi tempe, perbaikan sarana dan prasarana produksi, dan sumberdaya manusia serta penanaman modal swasta dengan dukungan dari pemerintah.

Pendahuluan

Latar Belakang Masalah

Tempe merupakan bahan makanan asli Indonesia, hasil fermentasi kacang kedelai atau jenis kacang-kacangan lainnya yang menggunakan jamur *Rhizopus oligosporus* dan *Rhizopus oryzae*. Tempe umumnya dibuat secara tradisional dan sudah menjadi industri rakyat Dewasa ini tempe tidak hanya digunakan sebagai sumber protein, tetapi juga sebagai pangan fungsional yang dapat mencegah timbulnya penyakit degeneratif seperti penuaan dini, jantung koroner, dan hipertensi. Senyawa isoflavin yang terdapat pada tempe ternyata berfungsi sebagai antioksidan. Protein yang tinggi pada tempe dapat membantu memenuhi kebutuhan protein dalam sehari. Hal ini dapat dilihat dari kebutuhan rata-rata protein untuk

orang dewasa adalah 63gr (BPS, 2009), sedangkan untuk 100gr tempe terdapat protein sebanyak 18,3gr. Selain itu protein tempe lebih mudah diserap oleh tubuh karena protein dalam kedelai telah melewati proses fermentasi oleh kapang sehingga memiliki bentuk yang lebih sederhana yang mudah untuk diserap tubuh. Menurut Widianarko (2002), secara kuantitatif, nilai gizi tempe sedikit lebih rendah dari pada nilai gizi kedelai. Namun, secara kualitatif nilai gizi tempe lebih tinggi karena tempe mempunyai nilai cerna yang lebih baik. UMKM Tempe di Ponpes Mathla'ul Hidayah dituntut untuk lebih jeli dalam hal pemasaran untuk mempertahankan eksistensinya. Untuk mengatasi kondisi tersebut diperlukan informasi yang lebih luas lagi agar masyarakat dapat mengetahui adanya hasil produk tempe yang merupakan hasil khas dari Kelurahan Kedaung, Kecamatan Pamulang. Penguasaan media promosi untuk UMKM Tempe kelurahan Kedaung yang bergerak di bidang pembuatan tempe ini hanya memasarkan produknya dari mulut ke mulut dan terbatas di sekitar kelurahan Kedaung saja, sehingga memerlukan cara atau metode promosi lain untuk memasarkan produknya, salah satunya adalah dengan pengemasan dan labeling produk agar menarik minat beli konsumen lebih luas lagi.

Metode

Adapun metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan usaha ini adalah pengumpulan data yang dilakukan secara langsung di lapangan (objek penelitian). Teknik ini digunakan beberapa instrumen:

1. Observasi (pengamatan)

Observasi yaitu cara menghimpun bahan-bahan keterangan yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena yang sedang dijadikan sebagai sasaran. Observasi yang dilakukan adalah observasi berstruktur yaitu pengamatan yang dilakukan setelah peneliti mengetahui aspek-aspek apa saja yang ada pada objek yang diteliti yang relevan dengan masalah dan tujuan penelitian, dalam hal ini peneliti terlebih dahulu merencanakan apa-apa saja yang akan diamati. Untuk menyempurnakan aktivitas pengamatan, peneliti harus mengikuti kegiatan keseharian yang dilakukan informan dalam waktu tertentu, memperhatikan apa yang terjadi, mendengarkan apa yang dikatakannya, mempertanyakan informasi yang menarik, dan mempelajari dokumen yang dimiliki.

2. Interview (wawancara)

Interview yaitu sebuah percakapan antara dua orang atau lebih yang pertanyaannya ditunjukkan oleh peneliti kepada subjek atau sekelompok subjek penelitian untuk dijawab. Metode yang dilakukan dalam wawancara ini adalah dengan menggunakan metode wawancara semiterstruktur yaitu peneliti menyiapkan pertanyaan-pertanyaan terlebih dahulu dengan pelaksanaan lebih bebas. Dalam arti tidak menutup kemungkinan untuk muncul pertanyaan baru yang masih relevan agar mendapatkan pendapat dan ide dari sumber secara lebih luas.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah proses pengumpulan data dengan cara membuka dokumen-dokumen yang ada pada objek penelitian dan kemudian mengambil data yang relevan.

Hasil dan Pembahasan

Pelatihan Cara membuat tempe

1. Cuci tampah, ayakan, dan sutil yang akan digunakan, kemudian keringkan
2. Bersihkan kacang kedelai dari bahan-bahan lain yang tercampur, kemudian cuci bersih.
3. Rendam kacang kedelai yang telah dicuci bersih selama 12-13 jam dengan air dingin biasa.
4. Lepaskan kulit kedelai yang telah lunak, kemudian cuci atau bilas menggunakan air bersih.
5. Kukus/rebus biji kedelai tersebut sampai empuk.

6. Setelah biji kedelai terasa empuk, tuang biji kedelai tersebut pada tampah yang telah dibersihkan, lalu diangin-angin dengan kipas angin sambil diaduk-aduk hingga biji-biji tersebut terasa hangat.

7. Taburkan ragi tempe yang telah disiapkan sedikit demi sedikit sambil diaduk-aduk agar merata. Siapkan kantong plastik atau daun pisang atau daun jati sebagai pembungkus. Jika menggunakan plastik sebagai pembungkus, berilah lubang-lubang kecil pada kantong plastik tersebut menggunakan lidi atau garpu.

8. Masukkan kedelai yang sudah diberi ragi ke dalam pembungkus dan ataur ketebalannya sesuai dengan selera.

9. Proses fermentasi kacang kedelai ini pada suhu kamar selama satu atau dua hari atau hingga seluruh permukaan kacang kedelai tertutupi oleh jamur.

Kesimpulan

Dari hasil pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat melalui pelatihan pengembangan pemasaran bagi usaha mikro kecil menengah pengerajin tempe di Ponpes Mathla'ul Hidayah dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Potensi usaha tempe di Ponpes Mathla'ul Hidayah

Di ketahui bahwa sebagian besar warga Jalan Ponpes Mathla'ul Hidayah bekerja sebagai pedagang dan industri rumahan salah satunya industri pembuatan tempe sedangkan bahan baku tempe yaitu kedelai.

2. Strategi pemasaran tempe dalam meningkatkan pendapatan masyarakat Ponpes Mathla'ul Hidayah adalah :

a. Strategi produk yang digunakan pada usaha tempe Bapak Masdikun yaitu dengan memproduksi produk yang berkualitas

b. Strategi harga yang ditawarkan pada usaha tempe Bapak Masdikun yaitu dengan menawarkan harga yang terjangkau dikalangan masyarakat.

c. Strategi distribusi yang diterapkan pada usaha tempe Bapak Masdikun yaitu dengan cara mengantarkan langsung tempe ke pelanggan dan ada juga dengan jasa mobil angkautan umum untuk pemesanan di luar kecamatan Pamulang.

d. Strategi promosi yang digunakan pada usaha tempe Bapak Masdikun yaitu dengan melakukan pendekatan langsung dengan masyarakat dan dari mulut ke mulut. Mereka tidak menggunakan media sosial dalam melakukan promosi. SDM mempunyai kemampuan dalam teknologi internet dan manajemen untuk mengelola usahanya.

3. Dampak strategi pemasaran tempe dalam meningkatkan pendapatan masyarakat Ponpes Mathla'ul Hidayah

Dalam melakukan penjualan dampak yang dihadapi, apabila melakukan pemasaran yang baik akan menjamin kelancaran pada penjualan sehingga mampu meningkatkan pendapatan. Tetapi jika sebaliknya apabila usaha menjalankan pemasaran yang kurang efektif dan efisien, maka dapat menimbulkan dampak yang fatal bagi usaha dengan kata lain akan gulung tikar atau bangkrut.

Daftar Pustaka

Agus Hermawan, “Komunikasi Pemasaran”, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2012)

Kurniati. 2008. Kedelai. IndoBook Citra Media : Bogor

Sari, R., Suryani, N. L., Setiawan, R., Susanto, N., & Darmadi. (2020). *MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS PADA UKM KELURAHAN PAGEDANGAN KABUPATEN TANGGERANG-BANTEN*. 1(3), 93–97.

Solihin, D., Susanto, N., Setiawan, R., Ahyani, & Darmadi. (2020). Penerapan Strategi Pemasaran Sebagai Upaya Kelurahan Paninggihan Utara Ciledug. *Abdi Laksana Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1 No. 3(September), 351–355.