

**PENDAMPINGAN STRATEGI PEMASARAN UMKM  
“TEMPE ASLI MERPATI” GUNA MENINGKATKAN OMSET  
PENJUALAN DI DESA CAKRING KECAMATAN PATRANG  
KABUPATEN JEMBER**

**Hayatul Maspufah<sup>1</sup>, Agustin HP<sup>2</sup>, Mustofa<sup>3</sup>, Ihrom Caesar Ananta Putra<sup>4</sup>,  
Haifah<sup>5</sup>**

<sup>1,5</sup>Program Studi Manajemen, Institut Teknologi dan Sains Mandala

<sup>2</sup>Program Studi Magister Manajemen, Institut Teknologi dan Sains Mandala

<sup>4</sup>Program Studi Akuntansi, Institut Teknologi dan Sains Mandala

<sup>3</sup>Program Studi Keuangan dan Perbankan, Institut Teknologi dan Sains Mandala

e-mail: [ulfa@itsm.ac.id](mailto:ulfa@itsm.ac.id), [agustin@itsm.ac.id](mailto:agustin@itsm.ac.id), [mustofa@itsm.ac.id](mailto:mustofa@itsm.ac.id), [ihrom@itsm.ac.id](mailto:ihrom@itsm.ac.id),  
[haifa@itsm.ac.id](mailto:haifa@itsm.ac.id)

**Abstract**

UMKM Tempe Asli Merpati merupakan salah satu UMKM yang memulai usahanya sejak tahun 2015 berada di Jl. Merpati desa cangkring Kecamatan Patrang Kabupaten Jember, UMKM tempe mempunyai keterbatasan pengetahuan tentang strategi pemasaran serta keterbatasan pengetahuan tentang pencatatan keuangan serta laporan keuangan, sehingga kurang mampu menjawab berapa laba yang didapatkan dari hasil usahanya, oleh karena itu untuk menjawab permasalahan yang dihadapi UMKM dilakukan kegiatan pendampingan strategi di bidang pemasaran dengan cara melakukan pendampingan dalam hal ini memberikan bantuan kemasan plastik tempe serta membuat label dan nama UMKM menjadi UMKM tempe asli merpati dengan tujuan agar setiap konsumen yang membeli produk tempe akan lebih mudah mendapatkan kembali produk tempe yang diproduksi oleh UMKM. Kegiatan lain yang dilakukan dengan memberikan pendampingan pencatatan laporan keuangan sederhana.

**Keywords :** UMKM, Strategi Pemasaran, Pendampingan Keuangan.

**PENDAHULUAN**

Dalam era globalisasi merupakan perwujudan yang nyata dalam perdagangan bebas, hal ini menjadi tuntutan pasar terhadap produk-produk berkualitas tinggi dan sehat yang sangat diharapkan terlebih lagi yang mampu bersaing dengan produk-produk dari dalam dan luar daerah. Dan tidak kalah pentingnya ialah proses pemasaran untuk setiap produk.

Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup

usahanya. Hal tersebut disebabkan karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan, dimana secara langsung berhubungan dengan konsumen. Maka kegiatan pemasaran dapat diartikan sebagai kegiatan manusia yang berlangsung dalam kaitannya dengan pasar. Dalam era persaingan usaha yang semakin kompetitif sekarang ini, setiap pelaku bisnis yang ingin memenangkan kompetisi dalam persaingan pasar akan memberikan perhatian penuh pada strategi pemasaran yang dijalankannya. Produk-produk yang dipasarkan dibuat melalui suatu proses yang berkualitas akan memiliki sejumlah keistimewaan yang mampu meningkatkan kepuasan konsumen atas penggunaan produk tersebut. Dengan demikian pelanggan mau dan rela untuk kembali menikmati apa yang ditawarkan oleh perusahaan dan menjadi pelanggan yang setia bagi perusahaan. Sedangkan untuk dapat mendistribusikan kualitas dibidang jasa merupakan hal yang tidak mudah. Oleh karena itu, dalam proses pendistribusian barang kepada konsumen harus ada perhatian penuh dari manajemen pemasaran paling atas hingga karyawan level bawah.

Salah satu masalah pokok yang menjadi kendala dalam pemasaran adalah banyaknya saingan didalam pasar itu sendiri baik dari produk sejenis maupun dari produk lain. Hal tersebut merupakan tanggung jawab besar yang harus dimenangkan oleh suatu perusahaan jika ingin tetap eksis didalam persaingan bisnis. Persaingan yang semakin tajam dan perubahan-perubahan yang terus terjadi harus dapat dijadikan pelajaran oleh manajemen pemasaran agar dapat secara proaktif mengantisipasi perubahan-perubahan yang terjadi baik masa sekarang dan akan datang.

Penjelasan tentang pengertian UMKM adalah usaha perdagangan yang dikelola oleh badan usaha atau perorangan yang merujuk pada usaha ekonomi produktif sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008.

Tempe merupakan makanan yang terbuat biji kedelai atau beberapa bahan lain yang diproses melalui fermentasi dari apa yang secara umum dikenal sebagai “ragi tempe”.

Lewat proses fermentasi ini, biji kedelai mengalami proses penguraian menjadi senyawa sederhana sehingga mudah dicerna.

### **Analisis Situasi**

Industri rumah tangga adalah industri dengan jumlah tenaga kerja 1 sampai 4 orang. Industri ini memiliki modal yang sangat terbatas. Pemilik atau pengelola industri biasanya kepala rumah tangga atau anggota keluarganya. Karena skalanya yang kecil, kegiatan produksi bisa dilakukan di rumah, contoh industri tempe. Tempe sebagai makanan yang dibuat dari proses fermentasi dari kedelai dan bahan lain yang menggunakan ragi.

Berdasarkan informasi salah satu pengrajin bernama Ibu Ika berusia 55 tahun, yang memulai membuat tempe sudah sekitar 7 tahun lebih menuturkan bahwa awal mula suami ibu nipa mempelajari cara produksi tempe dari pengalaman bekerja dengan orang lain di daerah pagah. Setelah bekerja disana sekitar 2 tahun barulah ibu ika dan bapak madi memutuskan untuk memulai usahanya sendiri yang berada di wilayah kecamatan patrang, tepatnya di Jl. Merpati desa cangkring, Patrang.

Ibu ika pertama kali membuka usaha dimulai dari tahun 2015, harga kedelai saat itu hanya Rp 250.000,. per kwintalnya. Sekarang ini, harga kedelai per kwintalnya mencapai Rp 1.200.000,. Para pengrajin tempe lebih memilih kedelai impor. Karena ukuran kedelai impor lebih besar dari kedelai lokal dan untuk dibuat tempe, kedelai impor dapat berkembang lebih besar. Kedelai lokal hanya cocok dan lebih bagus dibuat menjadi tahu, kecap dan susu.

Produk tempe yang dihasilkan dari ibu nipa biasanya dipasarkan di pasar tanjung jember dan juga biasa mendapat pesanan langsung dari warga sekitar. Produksi rata-rata per hari antara 0,5 kwintal hingga 1 kwintal, guna memenuhi permintaan pasar. Sedangkan untuk limbah tempe dimanfaatkan sebagai penggemukan binatang ternak seperti sapi dan kambing.

Ibu Ika menuturkan bahwa tempe yang paling enak biasanya dibungkus dengan daun jati, daun pisang, daun kirut dan ganyong. Namun dirasa bahan tersebut sekarang ini sulit, maka para pengrajin kini memilih menggunakan plastik. Jika dibungkus dengan plastik, tempe dapat dibuat dengan berbagai ukuran. Harga dimulai dari Rp2000, hingga Rp5000, per bungkus.

Dalam perkembangannya dan sampai saat ini pengrajin tempe di wilayah desa Cangkring terjadi penurunan produksi bahkan ada yang menutup usahanya, hal ini disebabkan beberapa hal, antara lain :

- 1) tidak ada inovasi dalam proses produksi maupun pengembangan produk.
- 2) Pengrajin tempe belum menerapkan manajemen mutu produk.
- 3) Pengrajin tempe belum memahami tentang strategi pemasaran.
- 4) Pengrajin tempe belum menerapkan manajemen keuangan sehingga banyak pengrajin yang kehabisan modal, mengalami kerugian.
- 5) Pengrajin tempe belum mengembangkan produknya (diversifikasi produk). Semua permasalahan terus berlanjut dan belum ada upaya untuk mengatasi masalah-masalah tersebut, disamping itu belum ada transfer pengetahuan tentang manajemen usaha tempe yang baik dan juga rendahnya tingkat pendidikan pengrajin tempe.

Berdasarkan hasil survey di atas maka kami akan mengadakan program pengabdian masyarakat dengan materi Manajemen Usaha Tempe untuk aspek manajemen produksi, manajemen pemasaran dan manajemen keuangan dengan bekerja sama dengan pengrajin tempe di wilayah Kecamatan Patrang khususnya desa Cangkring. Dari hasil konsultasi, yang akan dilakukan dengan memfokuskan hal-hal sebagai berikut : (1) Solusi keterbatasan pengetahuan pengrajin tempe tentang Strategi Pemasaran. Hal ini akan dilaksanakan dengan memberikan penyuluhan, pelatihan dan pendampingan mengenai strategi pemasaran; (2) Solusi keterbatasan pengetahuan tentang Manajemen

Keuangan. Hal ini akan dilaksanakan dengan memberikan penyuluhan, pelatihan dan pendampingan dalam aplikasi manajemen keuangan dalam usaha tempe.

### **Permasalahan Mitra**

Permasalahan yang dihadapi oleh pengrajin tempe di wilayah kecamatan patrang, diantaranya :

1. Di bidang Manajemen Pemasaran, keterbatasan pengetahuan tentang strategi pemasaran.
2. Di bidang Manajemen Keuangan, keterbatasan pengetahuan tentang pencatatan keuangan serta laporan keuangan.

### **Solusi Yang Ditawarkan**

Meninjau dari beberapa permasalahan yang dihadapi oleh pengrajin tempe di wilayah desa cangkring, maka solusi yang ditawarkan antara lain :

Di bidang Manajemen Pemasaran, memberikan penyuluhan (tawaran untuk memberi branding), pelatihan dan pendampingan mengenai strategi pemasaran serta memberikan alat bantu untuk peningkatan produksi

Di bidang keuangan, memberikan pelatihan terkait laporan keuangan sederhana.

### **Target dan Luaran**

Target yang ditetapkan dalam Program Pengabdian Masyarakat UMKM tempe meliputi antara lain : UMKM tempe meliputi mampu memahami dan mengaplikasikan strategi pemasaran tempe. UMKM tempe meliputi mampu memahami dan

mengaplikasikan Marketing Mix dalam menjalankan usahanya. UMKM tempe merpati mampu melakukan pencatatan laporan keuangan sederhana.

Luaran dari program Pengabdian Masyarakat adalah Pemilik UMKM tempe merpati diharapkan mampu memahami strategi pemasaran produk tempe dan buku pencatatan laporan keuangan.

## **METODE**

Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat pada UMKM tempe merpat dengan menggunakan metode penyuluhan dan pendampingan tentang materi pemasaran dan keuangan.

### **Prosedur Pelaksanaan**

#### 1. Persiapan.

Tahap persiapan merupakan tahap awal sebelum pelaksanaan kegiatan. Dalam tahap ini ada beberapa hal yang dilakukan, yaitu:

2. Pra survei yakni melakukan identifikasi permasalahan dan kebutuhan mitra, melakukan wawancara dengan UMKM tempe merpati.

Menerima tanggapan dari UMKM tempe merpati atas kesediaannya dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat. Menyiapkan materi kegiatan pengabdian masyarakat, dalam hal ini pelaksanaan pengabdian serta evaluasi terhadap kegiatan pengabdian.

### **Partisipasi Mitra**

Mitra adalah hubungan kerja antara dua pihak, pihak pertama selaku pemberi kerja dan pihak kedua selaku penerima kerja dalam satu ikatan perjanjian. Dalam hal ini, sebagai mitra tim pengabdian masyarakat Institut Teknologi dan Sains Mandala adalah Pemilik UMKM Tempe di wilayah Kelurahan Patrang Kecamatan Patrang. Adapun peran aktif mitra adalah sebagai berikut:

Sebagai penyedia tempat untuk seluruh kegiatan pengabdian.

Berperan aktif dalam praktek penyedia fasilitas yang akan digunakan untuk kegiatan pengabdian.

Mitra akan dilibatkan dalam merencanakan program, penjadwalan kegiatan, ikut serta dalam penyuluhan maupun pendampingan sampai pada tahap uji coba dan evaluasi program.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Kegiatan Program Pengabdian kepada Masyarakat dilaksanakan dengan menggunakan metode penyuluhan. Kegiatan penyuluhan bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan tentang pemasaran. Materi penyuluhan mengenai pemasaran dengan tema “Strategi Pemasaran Bagi UMKM”. Program kegiatan pengabdian diselenggarakan mulai tanggal 27 Juli 2022 – 28 Agustus 2022. Pelaksanaan kegiatan pengabdian di rumah produksi UMKM tempe Ibu Ika, Kelurahan Patrang Kecamatan Patrang.

### Jadwal Kegiatan

NO	TANGGAL	KEGIATAN	KETERANGAN
1.	27 Juli 2022	Pengenalan Lingkungan UMKM.	Pertemuan dengan pemilik UMKM Tempe
			Survei lokasi UMKM
			Penjelasan bahan baku untuk produksi tempe
2.	1 Agustus 2022	Pengenalan Sistematika Proses Produksi	Pertemuan dengan pemilik UMKM
			Membantu bagian produksi
			Membantu proses packing

3.	6+7 Agustus 2022	Pendampingan Proses Produksi & Packing	Menyiapkan bahan untuk pembuatan tempe
			Mulai membantu proses pembuatan tempe
			Membantu packing
4.	13+14 Agustus 2022	Penyiapan Label dan Stiker Untuk Tempe Bu Ika	Diskusi dengan pemilik UMKM mengenai label baru dan nama baru
			Penyiapan label
5.	20 Agustus 2022	Membantu Proses Produksi, Diskusi terkait label, alat bantu peralatan peningkatan produksi	Rapat rutin dengan kelompok
			Diskusi dengan pemilik UMKM
6.	21 Agustus 2022	Pendampingan Pemasaran Menggunakan Marketing Mix, Menyerahkan banner rumah produksi sebagai tanda strategi pemasaran offline	Penyuluhan Strategi Pemasaran terkait Penjualan Offline & Online
7.	28 Agustus 2022	Membantu Proses	Membantu proses produksi dan



		packing label baru, meyerahkan peralatan peningkatan produksi ( Label baru dengan nama tempe asli merpati, kipas angin)	packing Penataan layout UMKM
--	--	--	---------------------------------

#### Tempat Kegiatan

No	RT/RW	Dusun	Desa	Kecamatan	Kabupaten
1	02/01	Cangkring	Patrang	Patrang	Jember

#### Analisa Hasil Yang Diperoleh

Berdasarkan hasil analisa yang diperoleh dari kegiatan ini adalah antusiasnya tim dari pihak pemilik UMKM tempe saat merespon kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan. UMKM tempe dapat menerima dan memahami materi penyuluhan tentang konsep pemasaran dan keuangan yang diberikan oleh tim pengabdian masyarakat Institut Teknologi dan Sains Mandala.

Pihak UMKM mengusulkan untuk dibuatkan solusi, agar dapat memanfaatkan limbah dari kotoran hewan ternak yang ada disekitar lokasi agar dapat dimanfaatkan sebagai biogas untuk pengganti bahan bakar saat perebusan kedelai. Sedang pihak tim pengabdian masyarakat, akan berusaha menindaklanjuti dari usulan tersebut pada kegiatan selanjutnya.

Foto Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat





## KESIMPULAN

### Simpulan

Program kegiatan pengabdian diselenggarakan mulai tanggal 27 Juli 2022 – 28 Agustus 2022. Pelaksanaan kegiatan pengabdian di rumah produksi tempe Ibu Ika, Kelurahan Patrang Kecamatan Patrang. Kegiatan Program Pengabdian kepada Masyarakat dilaksanakan dengan menggunakan metode penyuluhan yang

terdiri dari dua sesi, yang pertama sesi penyampaian materi dan kedua sesi tanya jawab. Kegiatan penyuluhan bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan tentang pemasaran dan pembuatan pembukuan sederhana. Materi penyuluhan mengenai pemasaran dengan tema “Strategi Pemasaran Bagi UMKM”. Sedangkan materi penyuluhan tentang laporan keuangan dengan tema “Praktek Pembukuan Sederhana Bagi UMKM Industri”. Selain penyuluhan tim pengabdian masyarakat memberikan bantuan peralatan bidang pemasaran dengan membuat nama baru menjadi “ Tempe Asli Merpati “ pada kemasan plastik, dalam peningkatan produksi memberikan bantuan kipas angin guna mempercepat proses pendinginan tempe sebelum dimasukkan ke dalam kantong plastik. Tim pengabdian masyarakat akan berusaha menindaklanjuti dari usulan pemilik UMKM tempe agar dapat memanfaatkan limbah dari kotoran hewan ternak yang ada disekitar lokasi dapat dimanfaatkan sebagai biogas untuk pengganti bahan bakar saat perebusan kedelai pada kegiatan selanjutnya.

### **Saran**

Mitra UMKM tempe asli merpati harus terus berupaya untuk meng-*upgrade* diri mereka dalam memaksimalkan penggunaan strategi pemasaran seperti tetap konsisten menggunakan label dengan brand yang sudah ada serta berupaya menggunakan pemasaran digital, hal ini akan mempercepat peningkatan penjualan produk melalui media-media promosi yang digunakan, selain itu dengan pencatatan keuangan mitra dapat lebih rapi dan terorganisir kegiatan bisnis dan keuangannya.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Kotler, Philip. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi 13 Jilid 2 . Edisi Terjemahan  
Oleh Bob Sabran. Erlangga. Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran. Edisi 3. Andi Offset. Yogyakarta

[https://www.bsn.go.id/uploads/download/Booklet\\_tempe-printed21.pdf](https://www.bsn.go.id/uploads/download/Booklet_tempe-printed21.pdf)

<https://www.jurnal.id/id/blog/apa-itu-arti-yang-dimaksud-pengertian-UMKM-artinya-adalah/>

<https://smesta.kemenkopukm.go.id/apa-itu-marketing-mix-mengenal-konsep-4p-dan-7p/>