

Pendampingan Pemanfaatan Media Sosial Untuk Promosi Dan Pemasaran Tahu Tempe Di Kota Manna

1) Dita Ramahdani ;²⁾ Silke Sachanovrissa ;³⁾ Ramadan Subhi ;⁴⁾ Nurzam ;⁵⁾ Dennis Rydarto Tambunan

^{1,2,3,4,5)} Universitas Dehasen Bengkulu

Email: ¹ ramadanidita989@gmail.com ;² silkesacha05665@gmail.com ;³ ramadan@gmail.com ;⁴ nurzam@unived.ac.id ;⁵ tambunandennis376@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received [03 Juni 2024]

Revised [30 Juni 2024]

Accepted [02 Juli 2024]

KEYWORDS

Media Sosial, Promosi Dan Pemasaran, Tahu Tempe

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Dunia pemasaran pasti akan dipengaruhi oleh kemajuan pesat dalam teknologi, dunia digital, dan internet. Dunia sedang mengalami pergeseran dari strategi pemasaran konvensional (offline) ke digital (online). Strategi pemasaran digital ini memiliki lebih banyak pemasaran digital adalah promosi dan pencarian pasar produk melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana, seperti jejaring sosial, dan memungkinkan para calon konsumen potensial untuk memperoleh berbagai informasi tentang produk dan melakukan transaksi melalui internet. Pak Yuli adalah seorang pengusaha Tahu dan tempe di kota Manna Bengkulu selatan, usaha ini berdiri sejak tahun 80 dan sudah kurang lebih 44 tahun beliau menekuni usaha ini. Memberikan pelatihan pemasaran secara onlin menggunakan media sosial agar usaha ini dapat berkembang. Dengan menggunakan metode inovasi produk dan distribusi.

ABSTRACT

The world of marketing will definitely be influenced by rapid advances in technology, the digital world and the internet. The world is experiencing a shift from conventional (offline) to digital (online) marketing strategies. This digital marketing strategy has more. Digital marketing is the promotion and search for product markets through digital media online by utilizing various means, such as social networks, and allows potential consumers to obtain various information about products and carry out transactions via the internet. Mr. Yuli is a tofu and tempeh entrepreneur in the city of Manna, southern Bengkulu. This business was founded in 80 and he has been in this business for approximately 44 years. Providing online marketing training using social media so that this business can develop. By using product and distribution innovation methods.

PENDAHULUAN

Dunia pemasaran pasti akan dipengaruhi oleh kemajuan pesat dalam teknologi, dunia digital, dan internet. Dunia sedang mengalami pergeseran dari strategi pemasaran konvensional (offline) ke digital (online). Strategi pemasaran digital ini memiliki lebih banyak pemasaran digital adalah promosi dan pencarian pasar produk melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana, seperti jejaring sosial, dan memungkinkan para calon konsumen potensial untuk memperoleh berbagai informasi tentang produk dan melakukan transaksi melalui internet. Tahu dan tempe tidak hanya sekadar produk pangan, tetapi juga bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari masyarakat di seluruh Indonesia. Di tengah kemajuan teknologi dan perubahan pola makan, produksi serta konsumsi tahu dan tempe tetap memegang peran penting dalam menjaga keberagaman pangan serta kearifan lokal dalam pengolahan bahan pangan. Salah satu tokoh yang telah memberikan kontribusi besar dalam pengembangan tahu dan tempe, terutama di wilayah Kabupaten Bengkulu Selatan, adalah Bapak Yulianto. Berlokasi di Jalan Tripkastalani, Kelurahan Ketapang Besar, Kota Manna, Kabupaten Bengkulu Selatan, provinsi Bengkulu, usahanya tidak hanya menjadi pusat produksi, tetapi juga pusat penelitian dan pengembangan untuk meningkatkan kualitas dan nilai gizi dari kedua produk tersebut. Harganya yang murah dan terjangkau membuat Tahu dan tempe diminati oleh masyarakat, tidak perlu membeli ayam atau pun ikan Tahu dan tempe sudah nikmat untuk dijadikan lauk makanan pendamping nasi. Tahu dan tempe Bapak Yulianto ini terbilang yang tertua di kota Manna karena beliau mendirikan usaha ini sejak tahun 1989 sampai saat ini. Beliau tidak sendiri dalam menekuni usaha ini sang istri Ibu Marsini pun ikut membantu dalam usaha Tahu dan tempe ini. Pak Yulianto yang berusia 65 Tahun dan Ibu Marsini yang berusia 59 Tahun, mereka masih sangat kuat dan semangat dalam menekuni usaha mereka yaitu Tahu dan tempe. Di era teknologi yang semakin canggih dan persaingan usaha Tahu tempe sudah semakin banyak tidak

METODE

Pendampingan Usaha

Kewirausahaan : memberikan bimbingan cara untuk mengelola usaha Tahu dan tempe, mulai dari manajemen keuangan, perencanaan, dan strategi pemasarannya.

Ikubator bisnis : membantu pengusaha Tahu dan tempe menyediakan fasilitas bimbingan dan akses ke pasar

Studi dan Pengembangan

Riset Pasar: Melakukan penelitian untuk mengetahui apa yang diinginkan dan diinginkan konsumen tentang produk tahu tempe. Teknologi Produksi: Mengembangkan metode baru untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas produksi tahu tempe.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Aktivitas

Dengan pengenalan sistem pemasaran digital ini, para pelaku UMKM diharapkan dapat lebih memahami dan mengoptimalkan sistem pemasaran digital atau sistem pemasaran online. Ini karena melalui Sistem pemasaran digital atau sistem pemasaran online akan membuat produk UMKM lebih dikenal oleh masyarakat. Karena produk dapat dipesan secara online, pembeli dan pelaku UMKM dapat lebih mudah bertransaksi.

1. Pendampingan pemanfaatan media sosial untuk promosi :Pemasaran online memiliki banyak keuntungan, seperti: murah dan efektif, tidak terbatas oleh waktu, menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan persepsi konsumen tentang perusahaan, dan memberikan nilai tambahan untuk mengatasi persaingan bisnis yang ketat. ada, mengurangi biaya pemasaran, lebih tertarget, dan lebih murah daripada pemasaran offline, memudahkan bisnis untuk berhubungan dengan pelanggan melalui ruang komentar atau kotak saran, dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Pemasaran secara langsung, Penjuala adalah bisnis menjual barang atau jasa. Ini sangat penting bagi bisnis, terutama untuk mencapai keuntungan. Penjualan ini dilakukan oleh dua belah pihak atau lebih dengan menggunakan alat pembayaran yang sah. Ini dapat terjadi dengan berbagai cara, seperti dengan agen penjualan atau penjualan langsung. Mendapatkan keuntungan adalah tujuan utama penjualan. Menyediakan situs, untuk memasarkan seperti membuat instagram, Facebook, dan whatsApp "Tahu Tempe Manna".
2. Proses Produksi Tahu Tempe : Proses pembuatan Tahu yaitu Kacang kedelai yang di timbang seberat 7 Kg di rendam selama 4 jam lalu di giling setelah itu di rebus lalu di saring kemudia di beri cuka tahu lalu di tuang ke cetakan kotak lalu di pres menggunakan 2 balok batu besal selama setengah jam lalu jadi lah tahu putih. Proses pembuatan Tempe Kacang kedelai di rebus sampai matang lalu di rendam menggunakan air cuka tempe selama 1 malam lalu di pecah belah 2 denganmesin setelah itu di cuci bersih di tiriskan selama kurang lebih 3 jam baru bisa di beri ragi tempe setelah itu di bungkus menggunakan pelastik dan di necis lalu di susun di bidai tempe atau di rak-rak tempat tempe di diamkan selama 2 hari 2 malam baru menjadi tempe.



Gambar 1 Foto Bersama Pemilik Tahu Dan Tempe



Gambar 2 Proses Penggorengan Tahu



Gambar 3. Proses Membungkus Tempe



Gambar 4. Tahu Putih



Gambar 5 Tahu Pong / Kering



Gambar 6 Tahu Setengah Masak / Padat



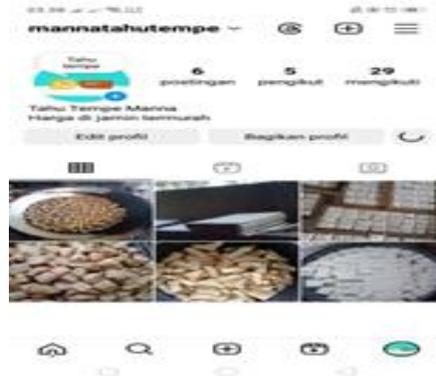
Gambar 7 Proses Perebusan Tahu



Gambar 8 Kacang Kedelai Yang Di Rendam

Metode pemasaran yang di gunakan masi sangat tradisonal di Rumah aja yan di mana belum menggunakan aplikasi apaun untuk pemasaran karna keterbatasan ilmu dan kami mengajarkan

pemasaran secara onlin menggunakan media sosial seperti Instagram, WhatsApp, Facebook, dll. Dengan cara ini konsumen lebih mudah mengakses untuk membeli Tahu dan tempe lebih mudah.



Gambar 9 Media Sosial Promosi Tahu Dan Tempe

Penyelesaian Masalah

Dalam pengabdian masyarakat Tahu dan tempe milik Pak Yulianto yang beralamat di jalan Tripkastallani simpang 4 Tahu dan tempe Ketapang, besar Manna Bengkulu Selatan. Untuk peyelesaian masalah yang terjadi yaitu :

1. Inovasi Produk

- Mengembangkan produk olahan tahu dan tempe yang lebih bervariasi dan menarik untuk meningkatkan daya tarik konsumen dan pasar.
- Membangun merek yang kuat agar konsumen percaya akan produk yang kita jual jelas berkualitas .

2. Distribusi

- Pengembangan Rantai Pasok: Membangun sistem logistik yang efisien untuk memastikan distribusi yang cepat dan biaya yang lebih rendah.
- Kemitraan dengan Retail: Menjalin kerja sama dengan jaringan distribusi dan retail untuk memperluas pasar.
- Pemasaran Digital: Memanfaatkan platform online untuk menjangkau konsumen lebih luas dan memudahkan konsumen untuk berbelanja.

KESIMPULAN DAN SARAN

Tahu dan tempe adalah makanan yang sudah lejen di indonesia karna makanan ini sudah ada sejak 2000 tahun yang lalu Usaha Tahu dan tempe pak Yulianto adalah usaha yang sudah berdiri sejak tahun 1980 di mana saat itu di kota Manna masyarat nya belum terlalu mengenal Tahu dan tempe karna pada saat itu yang memproduksi Tahu dan tempe baru satu dua orang saja karna belum banyak orang bisa membuat Tahu dan modal untuk membuat pabrik nya pun cukup besar

.Dari dahulu pertama pembuatan Tahu dan tempe pak Yulianto hanya memproduksi 50Kg kacang kedelai sampai sat ini memproduksi kacang kedelai untukTahu dan tempe 150Kg perhari nya, usaha ini masih di tekuni pak Yuli sampai saat ini beliau berusia 75 tahun dan beliau sudah hampir 44 tahun beliau menekuni usaha ini. Permasalahan usaha milik pak Yuliatio ini adalah penjualan secara online karna beliau kurang paham akan perkembangan zaman media soaial yang membuat usaha nya susah berkembang dan konsumen nya susah mengakses secara online, Pak Yuli tidak bisa menggunakan hand phone itu lah sebab nya usaha nya susah berkembang secara onlin.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan Terimakasih kepada :

1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Ibu Dr. Suwarni, S.Kom, M.M.
2. Bapak/Ibu Dosen selingkup Universitas Dehasen yang terlibat dalam kegiatan pengabdian masyarakat.
3. Bapak Yulianto dan Ibu Marsini selaku pemilik pabrik tahu dan tempe yang telah mengizinkan kami untuk pengabdian masyarakat di kota manna.

4. Teman-teman yang ikut mensupport dan berpartisipasi dalam kegiatan pengabdian masyarakat terutama kepada Tiara Elma Fira, Shofi Rahmadannia Putri dan Septi.

DAFTAR PUSTAKA

- Veranita, M., Almamalik, L., & Ikhsan, S. (2022). Pemanfaatan Pemasaran Melalui Media Sosial oleh UMKM Di Era Pandemi: Studi Kasus pada Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah di Kabupaten Bandung. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(1), 89-96.
- Achmad, Zainal Abidin, et al. "Pemanfaatan media sosial dalam pemasaran produk UMKM di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 10.1 (2020): 17-31.
- Veranita, Mira, Lukmanulhakim Almamalik, and Sugiyanto Ikhsan. "Pemanfaatan Pemasaran Melalui Media Sosial oleh UMKM Di Era Pandemi: Studi Kasus pada Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah di Kabupaten Bandung." *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen* 13.1 (2022): 89-96.