



INOVASI PEMASARAN UMKM TAHU DI DESA KALIREJO LAMPUNG TENGAH MENGUNAKAN E-COMMERCE

Oleh

Indra Jaya¹, Nisar²

^{1,2}Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya

E-mail : ¹indrajaya@darmajaya.ac.id, ²nisar@darmajaya.ac.id

Article History:

Received: 04-11-2022

Revised: 14-12-2022

Accepted: 26-12-2022

Keywords:

E-Commerce, Marketplace,
UMKM

Abstract: Saat ini, e-commerce memang menjadi salah satu bisnis yang menjanjikan dan kerap digeluti oleh masyarakat di Indonesia. Peminatnya yang banyak membuat bisnis ini sebagai salah satu ladang untuk mendapatkan keuntungan yang menjanjikan. Sarana yang bisa digunakan untuk berjualan secara daring, yaitu marketplace online seperti media sosial salah satunya. Marketplace dan media sosial tentunya adalah cara yang lebih gampang. Untuk memulainya hanya perlu membuat akun dan mengatur lapak. Bahkan tidak ada biaya operasional yang perlu dikeluarkan di awal. Pemasaran produk melalui e-commerce dapat dikatakan sangat menjanjikan karena jangkauannya yang sangat luas dan mudah diakses oleh siapapun. UMKM Tahu Mbah Sul berdiri sejak tahun 1984 di Kalirejo, Dusun V RT. 020 RW 005, Tejosari, Kalirejo, Lampung Tengah. Kapasitas produksi yang dilakukan oleh UMKM Tahu Mbah sul setiap harinya ialah sebanyak 120 liter air kedelai sebagai bahan bakunya yang diolah sehingga menghasilkan sekitar 1000 pcs tahu putih. UMKM Tahu Mbah Sul memproduksi berbagai jenis tahu tetapi hanya tahu putih yang diproduksi setiap harinya.

PENDAHULUAN

Tahu adalah bahan pangan yang melimpah ditemukan dan disenangi oleh orang Indonesia. Gizi yang dikandung cukup besar dengan harga yang murah mengakibatkan tahu lebih digemari. Oleh sebab itu perkembangan pengrajin tahu dipelosok Indonesia berkembang untuk memenuhi permintaan kebutuhan masyarakat. Kedelai mengandung sumber protein non hewani paling terkenal di masyarakat khususnya Indonesia. Dimengerti atau tidak hasil olahan kacang kedelai, tahu adalah bahan pangan andalan yang digunakan untuk memperbaiki gizi karena tahu mengandung kualitas protein non hewani paling baik karena mengandung komposisi asam amino sangat komplek dan diyakini mempunyai kekuatan cerna yang besar. Gizi yang dikandung dalam tahu masih kalah kalau dibandingkan dengan lauk pauk hewani contoh: ikan, telur dan daging. Akan tetapi, dengan harga yang sangat murah, masyarakat cenderung pilih tahu untuk dikonsumsi sebagai bahan pangan sebagai pengganti protein hewani dalam pemenuhan kebutuhan gizi. Indonesia sumber protein dan kalori kemungkinan besar didapat pada biji-bijian. Tumbuh-tumbuhan



mengandung protein yang lebih besar yaitu dari jenis kacang-kacangan antara lain kacang polong, kacang kedelai, kacang tanah dan masih banyak lagi. Protein nabati mengandung asam amino yang berfungsi dalam menjaga kestabilan metabolisme tubuh. Kacang-kacangan khususnya kacang kedelai bisa diproses menjadi bahan pangan antara lain tahu dan tempe. Kacang kedelai memiliki keunggulan seperti memuat asam amino esensial yang selalu dibutuhkan didalam tubuh manusia. Pada pembuatan tahu sekarang ini dalam mengkonsumsi energi membutuhkan asupan yang sangat besar. Energi yang digunakan dalam pembuatan tahu antara lain waktu perendaman dan lama penggilingan. Sehingga penelitian harus bisa memilih penggunaan energi seminimal mungkin dalam proses pembuatan tahu. Tahu mempunyai kekuatan simpan yang pendek dan cepat membusuk. Tahu membutuhkan perendaman, oleh sebab itu mudah terkontaminasi oleh udara dan air rendaman. Tujuan dari perendaman tersebut agar memudahkan dalam proses penggilingan yang dapat menghasilkan kedelai yang kental. Tidak itu saja, dilakukan perendaman juga dapat mengurangi zat anti gizi yang ada dalam kedelai.

UMKM Tahu Mbah Sul merupakan salah satu badan usaha yang bergerak di bidang penjualan. UMKM Tahu Mbah Sul berdiri sejak tahun 1984 di Kalirejo, Dusun V RT. 020 RW 005, Kalirejo, Kalirejo, Lampung Tengah. Kapasitas produksi yang dilakukan oleh UMKM Tahu Mbah sul setiap harinya ialah sebanyak 120 liter air kedelai sebagai bahan bakunya yang diolah sehingga menghasilkan sekitar 1000 pcs tahu putih. UMKM Tahu Mbah Sul memproduksi berbagai jenis tahu tetapi hanya tahu putih yang diproduksi setiap harinya.

Proses penjualan yang dilakukan oleh UMKM Tahu Mbah Sul saat ini dengan menjualnya langsung ke pasar tradisional yaitu tepatnya diwilayah Pasar Kalirejo. Dengan sistem penjualan tersebut masih kurang maksimal karna banyaknya pesaing dan hanya mengandalkan langganan/konsumen tetap. Pekerja masih menggunakan cara konvensional terutama dalam branding produk dan pemasarannya maka sangat diperlukan teknologi modern agar memberikan inovasi secara keberlanjutan. Oleh karena itu, saya berinovasi untuk membantu proses pemasaran produk di UMKM Tahu Mbah Sul menggunakan e-commerce.

METODE

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bersifat alamiah, penelitian yang tidak menggunakan model-model matematik, statistik atau komputer. Penelitian deskriptif membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antarfenomena yang diselidiki.

Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer. Data primer adalah data yang diperoleh dengan survey lapangan yang menggunakan semua metode pengumpulan data original (Sugiyono, 2009, p.216). Data primer dalam penelitian ini berupa hasil jawaban wawancara dengan informan tentang profil perusahaan, keadaan lingkungan internal dan eksternal perusahaan.

Sumber informan utama dalam penelitian ini adalah pemilik dari Pabrik Tahu Mbah Sul. Penulis memilih pemilik sebagai sumber informan karena pemilik mengetahui dan mengelola semua hal yang berkaitan dengan pabrik.

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti akan mengumpulkan data dengan melakukan wawancara. Jenis wawancara yang dilakukan adalah wawancara semi terstruktur, dimana



wawancara tersebut termasuk dalam kategori in-depth interview. Tujuan dari wawancara jenis semi terstruktur adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat serta ideidenya. Dalam melakukan wawancara, peneliti perlu mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan (Sugiyono, 2009, p.233).

Metode yang digunakan pada saat pelatihan antara lain ceramah, tanya jawab, dan penugasan. Tahap pendampingan dilakukan dalam semua kegiatan baik dari segi *packaging* dan *branding*, pembuatan akun media sosial dan *marketplace*, pengambilan dokumentasi produk, posting produk di media sosial dan *marketplace*, serta menerima pesanan dan mengirim barang. Bentuk pendampingan yang dilakukan adalah memberikan kesempatan kepada pemilik UMKM melakukan ujicoba dari hasil pelatihan untuk mendapatkan penilaian awal dari hasil pelatihan yang sudah dilaksanakan. Pada tahap monitoring evaluasi tim PKM akan penilaian lanjutan dari pendampingan yaitu dengan menguji secara praktik pemilik UMKM dimulai dari pengambilan dokumentasi produk, posting produk di media sosial dan *marketplace*, menerima pesanan, dan terakhir adalah mengirimkan barang pesanan konsumen. Monitoring evaluasi perlu dilakukan untuk mengetahui kesiapan pemilik UMKM dalam memanfaatkan *e-commerce* setelah pelatihan yang dilakukan. Dari pelaksanaan tahap monitoring evaluasi diharapkan dapat memberikan data terkait kesiapan pemilik UMKM dalam menerapkan *e-commerce*.

HASIL

Deskripsi Usaha dan Pengelolaan Internal Pabrik Tahu Mbah Sul

Pabrik Tahu Mbah Sul bergerak pada bidang manufaktur, yaitu pabrik yang mengolah kedelai menjadi tahu putih yang siap jual. Pabrik ini belum memiliki karyawan me;ainkan anak dari pemilik Pabrik Tahu Mbah Sul yang mengolahnya. Proses produksi diawali dengan mengeluarkan kacang kedelai dari dalam gudang penyimpanan. Kacang kedelai ini akan diperiksa apakah setelah disimpan masih memenuhi standar kualitas. Jika memenuhi standar kualitas, maka kacang kedelai akan dicuci dan direndam selama 3 jam. Kacang kedelai yang telah direndam, diangkat lalu dimasukkan ke dalam mesin penggilingan dan digiling hingga halus. Gilingan kacang kedelai dimasak dengan menggunakan mesin uap. Proses memasak berlangsung sekitar 15-20 menit. Gilingan kacang kedelai setelah dimasak akan berubah menjadi bubur kedelai. Bubur kedelai disaring menggunakan kain belacu. Proses penyaringan dilakukan dengan menggoyangkan kain agar air jatuh ke bawah. Air tersebut ditampung dalam wadah yang besar. Air hasil proses penyaringan akan digunakan untuk membuat tahu. Air tersebut dicampur dengan asam cuka agar menggumpal. Gumpalan tahu tersebut masih bercampur dengan air, sehingga perlu dipisah terlebih dahulu. Gumpalan tahu yang sudah dipisahkan dengan air asam diletakkan di dalam cetakan kayu yang sebelumnya dilapisi dengan kain belacu. Setelah itu cetakan ditutup dan ditindih agar air yang masih tercampur pada gumpalan tahu dapat dibuang. Setelah tidak ada air lagi, maka tahu dikeluarkan dari cetakan lalu dipotong-potong dan diletakkan di dalam tong bercampur dengan air asam. Maka proses pengolahan selesai dan tahu siap dijual. Sebelum dikirim, tahu akan diperiksa kualitasnya. Tahu Mbah sul setiap harinya ialah sebanyak 120 liter air kedelai sebagai bahan bakunya yang diolah sehingga menghasilkan sekitar 1000 pcs tahu putih. UMKM Tahu Mbah Sul memproduksi berbagai jenis tahu tetapi hanya tahu putih yang diproduksi setiap harinya.



Lingkungan Eksternal

Lingkungan eksternal terdiri dari pesaing, pemasok, customer, pesaing baru, dan produk pengganti. Dimana pada aspek pesaing perusahaan memiliki sekitar 30 pesaing yang menarget pasar yang sama yaitu Surabaya, kecepatan pertumbuhan industri yang lambat karena terkendala ketidakstabilan harga bahan baku, dan tidak banyak perbedaan pada produk yang ditawarkan. Sedangkan pada aspek pemasok, perusahaan tidak memiliki pemasok tetap karena tergantung keadaan panen, harga, dan kualitas sehingga tidak ada biaya peralihan, pemasok memiliki cukup banyak pilihan untuk menjual ke pabrik lain. Pada aspek customer, komposisi customer perusahaan tidak didominasi customer tertentu sehingga tidak ada ketergantungan, dan customer memiliki cukup banyak pilihan untuk membeli produk dari pabrik lain.

Pada aspek pesaing baru, berkaitan dengan barriers of entry tidak ada peraturan pemerintah yang terlalu berpengaruh, modal yang dibutuhkan relatif besar, tidak ada merk yang menguasai pasar, saluran distribusi yang dapat digunakan semua pihak, sehingga barriers of entry relatif lemah karena hanya dari kebutuhan modal. Sedangkan pada aspek produk pengganti, tahu memiliki posisi yang kuat karena sedikitnya pilihan produk pengganti dan kecilnya kemungkinan muncul produk pengganti.

DISKUSI

Program pengabdian masyarakat pada UMKM Tahu Mbah Sul memiliki luaran yaitu adanya *e-commerce* yang menarik dan informatif kepada masyarakat. Adapun akun instagram baru dari UMKM Tahu Mbah Sul adalah [umkmtahu.id](https://www.instagram.com/umkmtahu.id) dan akun facebooknya adalah UMKM Tahu Mbah Sul. Harapannya dengan adanya dua media sosial yang sudah ditata secara menarik dan dapat memberikan banyak varian mengenai tahu dapat menarik pembeli dari bandar lampung khususnya maupun nasional dan internasional. Dengan adanya *e-commerce* sebagai media pemasaran *e-commerce* dapat meningkatkan penjualan tahu dan membangkitkan perekonomian umkm.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan rangkaian kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilakukan di UMKM Tahu Mbah Sul dapat disimpulkan bahwa UMKM Tahu Mbah Sul sudah cukup baik untuk mengembangkan usahanya, namun dikarenakan belum adanya kartu nama serta jenis produk yang tidak bervariasi dan juga tidak menggunakan pemasaran digital. Maka dari itu penulis bermaksud untuk melakukan pemanfaatan *e-commerce* untuk melakukan promosi serta juga menjangkau lebih banyak pelanggan karena dengan melakukan promosi melalui sosial media dapat memperkenalkan produk-produk yang kita miliki agar lebih banyak diketahui oleh masyarakat dan dapat meningkatkan penjualan. Diharapkan dengan adanya program kegiatan yang telah diimplementasikan UMKM Tahu Mbah Sul dapat diterima dengan baik dan diharapkan juga UMKM ini dapat berkembang lebih lagi.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Ucapan terimakasih kami sampaikan kepada Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya yang telah memfasilitasi ruang penelitian dan pengabdian bagi dosen sehingga tercapainya kegiatan ini yang dapat diabdikan ke masyarakat.

**DAFTAR REFERENSI**

- [1] Amnah, A., Indera, I., Pebrina, P., Halimah, H., Jaya, I., & Agustina, F. (2021, September). Peningkatan Ekonomi Bagi Kelompok Ibu-Ibu Tenaga Kerja Outsourcing Melalui Pelatihan Pembuatan Masker. In *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya* (Vol. 1, pp. 18-21).
- [2] Ayutiani, D. N., Primadani, B., & Putri, S. (2018). Penggunaan Akun Instagram Sebagai Media Informasi Wisata Kuliner. *Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, no. 3(1): 39-59.
- [3] Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, no. 9(1): 140-157.
- [4] Halimah, H., Saleh, S., & Swissia, P. (2019). Pemberdayaan Napi Perempuan Lapas Way Hui Melalui Kerajinan Rajutan Dan Perhitungan Penentuan Harga Jual Produk. *Aptekmas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2).
- [5] Halimah, H., & Lilyana, B. (2021, September). Pelatihan Pembuatan Video Pembelajaran Menggunakan Bandicam Dalam Masa New Normal Bagi Guru SDIT Insantama. In *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya* (Vol. 1, pp. 1-6).
- [6] Dimas Sasongko, Intan Rahma Putri, Vivi Nur Alfiani, Sasqia Dyah Qiranti, Riski Sinta Sari, Pramania Elka Allafa (2020). *Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Makaroni Bajak Laut Kabupaten Temanggung*, Retrieved from <http://journal.trunojoyo.ac.id/pangabdhi>
- [7] Setiawati, S. D., Fitriawati, D., Retnasary, M., & Yelifa, I. R. (2019). Pesan Pemasaran Senjata Untuk Membangun Digital Branding. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, no. 4(7): 131-151.
- [8] Tabroni, & Komarudin, M. (2021). Strategi Promosi Produk Melalui Digital Branding Keputusan Konsumen. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, no. 4(1): 49-57. <https://doi.org/10.30587/jre.v4i1.2217>
- [9] Yunus, H., Saleh, S., & Swissia, P. (2019). Pengembangan Dan Pelatihan E-Commerce Hasil Kerajinan Napi Perempuan Lapas Way Hui Bandar Lampung. *Jurnal Publika Pengabdian Masyarakat*, 1(02), 35-42.
- [10] <http://e-journal.uajy.ac.id/11383/3/2EM19690.pdf>
- [11] https://id.wikipedia.org/wiki/Perdagangan_elektronik
- [12] <https://qwords.com/blog/pengertian-e-commerce/>
- [13] <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/8370/5/BAB%20II.pdf>
- [14] <http://www.guruberbahasa.com/2016/02/penulisan-judul-karangan-karya-ilmiah.html>
- [15] Sugiyono. (2009). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung:CV Alfabeta.
- [16] Sugiyono. (2011). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung:CV Alfabeta.



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN