

Optimizing the management of Surya Tidar Tofu Chips SMEs, Kalijoso Village, Magelang Regency

Marlina Kurnia✉, Risa Dewi Ambarwati, Aishah Norzianawati, Reiza Rizky Nasywa
Salsabilla, M. Dienan Hadyan Hanif, Maulida Rizka Afifa
Universitas Muhammadiyah Magelang, Magelang, Indonesia

✉ marlinakurnia@ummgl.ac.id

 <https://doi.org/10.31603/ce.6954>

Abstract

The purpose of this community service is to increase the competitiveness of MSMEs through the management of the Surya Tidar Tofu Chips business. The development of the food product business from MSMEs is supported by several things, such as partners who already have the skills to produce creative products in the form of tofu chips and are of productive age. This program begins with socialization, training and mentoring. The result of this program is an increased understanding of the importance of digital marketing by utilizing social media, improving packaging with its own brand, repairing signboard and simple bookkeeping to track business development.

Keywords: *Digital marketing; MSMEs; Social media*

Optimalisasi Pengelolaan UMKM Kripik Tahu “Surya Tidar”, Desa Kalijoso, Kabupaten Magelang

Abstrak

Tujuan pengabdian ini adalah meningkatkan daya saing UMKM melalui pengelolaan usaha Kripik tahu Surya Tidar. pengembangan usaha produk makanan dari UMKM tersebut ditunjang dari beberapa hal, seperti mitra telah memiliki keterampilan dalam menghasilkan produk kreatif berupa kripik tahu dan berusia produktif. Pengabdian ini diawali dengan sosialisasi, pelatihan hingga pendampingan. Hasil pengabdian ini adalah meningkatnya pemahaman tentang pentingnya digital marketing dengan memanfaatkan media sosial, perbaikan kemasan dengan merek sendiri, perbaikan papan nama dan adanya pembukuan sederhana untuk mengetahui perkembangan usaha.

Kata Kunci: Pemasaran digital; UMKM; Media sosial

1. Pendahuluan

Pembangunan perekonomian nasional di daerah pedesaan membutuhkan upaya maksimal melalui pemberdayaan seluruh komponen, terutama lembaga-lembaga ekonomi yang dikelola masyarakat. Melalui sinergitas petani, Perguruan Tinggi, dan pemerintah desa diharapkan pembangunan yang diharapkan dapat terwujud. Perguruan Tinggi berperan dalam mentransfer ilmu pengetahuan dan teknologi dalam meningkatkan keberlanjutan masyarakat dan penerapan teknologi dalam meningkatkan produktivitas dan keberdayaan masyarakat menuju taraf peningkatan kesejahteraan (Purnamawati & Yuniarta, 2020).

Pengembangan Masyarakat adalah kemampuan suatu negara atau suatu bangsa untuk terus berkembang baik secara kualitatif atau kuantitatif yang mencakup seluruh segi kehidupan bernegara dan bermasyarakat dan karena tidak berkembang hanya dalam arti peningkatan taraf hidup saja akan tetapi dalam segi kehidupan lainnya, manusia bukan hanya makhluk ekonomi, akan tetapi juga makhluk sosial dan makhluk politik. Oleh karena itu perlu diadakan perubahan struktur ekonomi dan non ekonomi. Sedangkan menurut A. Supardi bahwa pengembangan masyarakat itu adalah suatu proses dimana anggota masyarakat pertama-tama mendiskusikan dan menentukan keinginan mereka kemudian merencanakannya dan mengerjakan bersama-sama untuk memenuhi keinginan mereka tersebut. Pengembangan masyarakat juga merupakan suatu gerakan untuk menciptakan sesuatu kehidupan yang lebih baik bagi seluruh masyarakat dengan berpartisipasi aktif dan inisiatif masyarakat itu sendiri.

UMKM merupakan salah satu sektor usaha yang penting di Indonesia karena memiliki peranan yang penting bagi pertumbuhan ekonomi di Indonesia . Meskipun telah banyak UMKM yang berkembang di Indonesia dan menerapkan teknologi informasi untuk kegiatan bisnisnya, namun masih banyak pula UMKM yang belum menerapkan teknologi informasi khususnya menggunakan media jejaring sosial dan belum mengerti seberapa besar manfaat dan peranan penggunaan media jejaring sosial tersebut (Maimunah et al., 2022).

Berdasarkan hasil observasi, di masa pandemi banyak UMKM yang terdampak hingga mengalami penurunan serta kerugian bahkan hingga menutup usahanya. Kripik Tahu Surya Tidar merupakan salah satu UMKM yang ikut mengalami dampak buruk dari adanya Covid-19, sehingga timbul banyak permasalahan. Pertama, penurunan omset sehingga kondisi keuangan tidak stabil, sedangkan UMKM ini memiliki karyawan yang relatif banyak. Masalah kedua adalah pemasaran produk. Masalah ini menjadi fokus dalam pengabdian ini. Masih banyak produk UMKM yang dipasarkan melalui pasar lokal. Pada dasarnya UMKM memiliki potensi pengembangan pasar yang besar, baik untuk dipasarkan di dalam maupun luar negeri. UMKM harus mampu bersaing di pasar nasional maupun internasional agar tidak tertinggal. Pelaku UMKM seharusnya sudah melek teknologi informasi agar dapat memudahkan dalam memasarkan produk. Pada era digital sekarang, pelaku UMKM akan membutuhkan teknologi informasi yang tepat agar tumbuh berkembang dan bersaing di era digital. Namun pelaku UMKM banyak yang mengalami kesulitan melakukan teknologi informasi yang tepat, salah satunya pelaku UMKM tidak memiliki staf khusus yang ahli dalam bidang teknologi informasi yang dinamis. Oleh sebab itu, para pelaku UMKM membutuhkan panduan dalam memilih teknologi informasi yang tepat sesuai jenis usaha dan kebutuhannya.

Salah satu media yang sering digunakan oleh pelaku usaha adalah digital marketing. Dengan digital marketing komunikasi dan transaksi dapat dilakukan setiap waktu dan bisa di akses ke seluruh dunia. Adanya digital marketing maka seseorang dapat melihat berbagai barang melalui internet, akan dapat kemudahan dalam pemesanan dan kemampuan konsumen dalam membandingkan satu produk dengan produk lainnya (Philip & Keller, 2009). Berkembangnya aktivitas bisnis sangat memerlukan digitalisasi marketing. Dunia digital diprediksi akan menjadi poin krusial bagi seluruh aktivitas manusia, termasuk aktivitas bisnis.

Kripik Tahu merupakan makanan khas Magelang bercita rasa gurih yang bahan baku utamanya adalah Tahu. Tahu merupakan bahan pokok yang mudah ditemui di daerah tersebut dengan harga jual yang terjangkau, hanya sekitar Rp.12.000 per kilogramnya.

Sehingga menimbulkan peluang usaha bagi warga. Tahu dapat diolah menjadi sesuatu yang mempunyai nilai jual lebih yang nantinya dapat meningkatkan perekonomian warga sekitar. Peningkatan pengembangan bumdes perlu adanya optimalisasi pada anggota BUMDes di desa Kalijoso. Faktor yang mempengaruhi kelemahan dari BUMDes adalah dari faktor anggota BUMDes yang pasif dalam mengelola BUMDes karena kekurangan dana pemasukan BUMDes.

2. Metode

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat Terpadu (PPMT) dimaksudkan untuk optimalisasi pemasaran digital pada UMKM Kripik Tahu Surya Tidar yang selama ini belum maksimal. Hal ini bertujuan untuk peningkatan daya saing usaha yang semakin ketat disandingkan dengan perkembangan teknologi yang semakin terbaru. Adapun metode yang dilakukan untuk mengatasi hal tersebut berupa:

2.1. Pelatihan

Pelatihan terdiri atas 4 macam yang akan di laksanakan setiap minggu dalam 4 kali pertemuan sebagai berikut :

- a. Pelatihan pemanfaatan digital marketing, iklan berbasis online dengan menggunakan media internet seperti Facebook, Instagram dan Story WA. Tujuan dari pelaksanaan pelatihan ini yaitu meningkatkan kemampuan dari anggota Mitra dalam memasarkan produknya agar dapat menjangkau konsumen yang lebih luas dengan menghilangkan kendala jarak. Pelatihan ini diharapkan agar mitra dapat membuat media sosial untuk usahanya dan sekaligus memasarkan produknya secara mandiri.
- b. Strategi pemasaran melalui *rebranding* dan *packaging*. Implementasi dari kegiatan pelatihan ini adalah mengganti kemasan disertai merek dan pemasangan baliho sebagai alat promosi. Harapan dari penyelesaian masalah ini agar produk lebih bervariasi dan memberi nilai jual yang lebih, dengan adanya pilihan-pilihan yang disajikan, konsumen memiliki keleluasaan untuk memilih produk yang diinginkan sesuai kebutuhan
- c. Pembukuan usaha sederhana. Implementasi dari pelatihan ini yaitu akan dilaksanakan dengan standar dari *cashflow* usaha yang memudahkan Mitra untuk *check and balance* terkait keuangan. Pelatihan ini dilanjutkan dengan pendampingan dan diharapkan mampu memudahkan Mitra untuk mengatur pembukuan usahanya.

2.2. Pendampingan

Pendampingan dilakukan pada saat produksi yang mencakup (a) contoh penggunaan alat produksi yang efektif yang mencakup kegiatan pengenalan alat dan pengoperasian, serta mengukur keefektifan produksi dengan alat yang digunakan, (b) penentuan standar produk yang konsisten, dan (c) pendampingan terkait kebersihan dan standar higiene untuk produk makanan.

3. Hasil dan Pembahasan

Program kerja Pengabdian tetap dilaksanakan sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan. Meskipun beberapa kendala terjadi karena situasi dan kondisi yang kurang

memungkinkan akibat Covid-19. Kegiatan diawali dengan survei dan perijinan ke ketua Bumdes desa Kalijoso dan pemilik UMKM Kripik Tahu “Surya Tidar” (Gambar 1). Survei dilakukan untuk mengetahui permasalahan-permasalahan yang terjadi di lokasi tujuan PPMT sebagai dasar penyusunan program kerja. Perijinan dan penerjunan tetap dilakukan secara langsung yang tujuannya adalah pendekatan kepada warga masyarakat. Semua kegiatan dilakukan sesuai protokol kesehatan dan hanya melibatkan orang-orang yang langsung terlibat.



Gambar 1. Diskusi dengan Pemilik UMKM

3.1. Sosialisasi kegiatan

Kegiatan sosialisasi berbentuk pemaparan tentang pentingnya pengembangan UMKM Keripik Tahu (Gambar 2). Sosialisasi ini dilakukan pada hari Selasa, 11 Januari 2022 dengan mendatangkan Kepala desa beserta perangkat desa yaitu Bapak Answari. Peserta kegiatan terdiri dari 4 orang pengurus Bumdes dan 16 perangkat desa Kalijoso. Terkait dengan UMKM Keripik Tahu masyarakat bisa lebih mengenal bahwa ada oleh-oleh khususnya khas Desa wisata Talang Londo.



Gambar 2. Sosialisasi kegiatan

3.2. Pelatihan pembukuan sederhana

Pembukuan menjadi bagian yang sangat penting bagi semua organisasi. Karena itu, pelatihan tentang sistem pembukuan sederhana menjadi salah satu program kerja wajib yang harus diselesaikan. Secara umum, pencatatan sudah dilakukan secara rutin baik saat sosialisasi dari warga maupun saat penjualan kepada masyarakat. Namun, dengan sistem pencatatan yang seperti ini, pengelola tidak bisa mengetahui perkembangan/keuntungan kripik tahu secara periodik dan pembukuan membutuhkan waktu lebih lama karena perhitungan juga dilakukan secara manual. Tim PPMT membuat draf pembukuan sederhana pada excel dan memberikan pelatihan bagaimana sistem pembukuan tersebut bisa digunakan termasuk cara pengisiannya.

3.3. Pelatihan digital marketing

Kegiatan ini berupa pelatihan pemanfaatan digital marketing (**Gambar 3**), iklan berbasis online dengan menggunakan media sosial seperti pembuatan akun Instagram (**Gambar 4**). Tujuan dari pelaksanaan pelatihan ini yaitu meningkatkan kemampuan dari anggota UMKM Kripik Tahu Surya Tidar dalam memasarkan produknya agar dapat menjangkau konsumen yang lebih luas dengan menghilangkan kendala jarak. Pelatihan ini mampu meningkatkan kemampuan UMKM dalam membuat media sosial sekaligus memanfaatkannya untuk kegiatan promosi.



Gambar 3. Pelatihan digital marketing



Gambar 4. Instagram UMKM

3.4. Pembuatan desain sarana promosi

Guna meningkatkan daya tarik konsumen dan mengenalkan secara luas tentang kripik tahu Surya Tidar, tim pengabdian membuat beberapa desain sarana promosi. Mulai dari tanda pengenal yang dipasang di depan toko (**Gambar 5**), stand banner (**Gambar 6**), dan kemasan (**Gambar 7**). Pembentukan papan nama perusahaan akan mempermudah konsumen untuk menemukan lokasi UMKM Kripik Tahu “Surya Tidar”.



Gambar 5. Desain papan nama



Gambar 6. Desain standing banner



Gambar 7. Desain kemasan

4. Kesimpulan

Hasil pengabdian yang dilakukan di UMKM Kripik tahu Desa Kalijoso Kecamatan Secang Kabupaten Magelang yaitu Pemilik perusahaan memiliki pembukuan sederhana sehingga dapat mengetahui perkembangan usahanya. Selain itu, pemahaman dan pemanfaatan digital marketing bagi pengusaha diharapkan akan meluaskan pangsa pasarnya. Terlebih, mitra memiliki Merk dan desain kemasan yang lebih menarik sehingga dapat membidik pasar pengunjung di tempat wisata Talanglondo. Dengan menggunakan merek perusahaan sendiri, ke depan bisa menjamin loyalitas konsumen.

Daftar Pustaka

- Maimunah, M., Yusmanto, H., Sebastian, D. A., Rusadi, D. S. M., Lestari, H., & Abhiseka, S. P. (2022). Implementation of financial management and digital marketing to increase the business competitiveness of the SMEs of Skin Cracker 'Tiga Berlian'. *Community Empowerment*, 7(1), 96-101.
- Philip, K., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). PT Indeks.
- Purnamawati, I. G. A., & Yuniarta, G. A. (2020). Women's Empowerment Management Models For Local Economic Development. *Relevance: Journal of Management and Business*, 3(1), 1-12.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution Non-Commercial 4.0 International License