


Pendampingan Dalam Pengembangan Pemasaran UMKM Keripik “Tempe K’nyang” dengan Memanfaatkan Media Sosial di Nagori Sait Buttu Saribu

¹⁾Cindy Priyandani, ²⁾Oktaviana Purba, ³⁾Vhiona Mayari Tandela, ⁴⁾Emilia Wati Azila, ⁵⁾Risma Nurhaini Munte, ⁶⁾Ira Modifa, ⁷⁾Tuahman Sipayung

¹⁾²⁾³⁾⁴⁾Mahasiswa Universitas Simalungun, Sumatera Utara, ⁵⁾⁶⁾⁷⁾Dosen Universitas Simalungun, Sumatera Utara
Email Corresponding: cindypriyandani@gmail.com

Kata Kunci	ABSTRAK
Kata Kunci: Pengembangan Pemasaran UMKM Media sosial Nagori Sait Buttu Saribu	Pengabdian Masyarakat merupakan wujud nyata dari tugas dosen dan mahasiswa dalam melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi yakni pengalaman belajar dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat di Nagori Sait Buttu Saribu, maka terjadi sinergi antara perguruan tinggi dengan masyarakat atau Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dengan tema Peningkatan Pemasaran UMKM berbasis teknologi dan bisnis. UMKM yang dipilih ialah UMKM Keripik Tempe. Tujuan pengabdian ini adalah memberikan pelatihan dalam meningkatkan pemasaran UMKM Keripik Tempe. Metode pelaksanaan dalam pengabdian yang dilakukan yaitu: pendampingan pembuatan dan penggunaan media sosial, pendampingan kepada pelaku UMKM untuk memanfaatkan media sosial untuk promosi pemasaran produk dan pembuatan konten pemasaran melalui media sosial. Hasil pengabdian memberikan gambaran peningkatan pemasaran pada UMKM Keripik di Nagori Sait Buttu Saribu.
Keywords	ABSTRACT
Development Marketing MSMEs Social Media Nagori Sait Buttu Saribu	Community Service is a tangible manifestation of the duties of lecturers and students in implementing the Tri Dharma of Higher Education, namely the learning experience in community empowerment activities in Nagori Sait Buttu Saribu, so there is synergy between universities and the community or Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) with the theme of Increasing MSMEs Marketing based on technology and business. The MSMEs chosen are Tempe Chips MSMEs. The purpose of this service is to provide training in improving the marketing of MSMEs Tempe Chips. The implementation methods in the service carried out are: assistance in the creation and use of social media, assistance to MSMEs actors to use social media for product marketing promotion and marketing content creation through social media. The results of the service provide an overview of the increase in marketing for MSMEs chips in Nagori Sait Buttu Saribu.

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



I. PENDAHULUAN

Nagori Sait Buttu Saribu merupakan salah satu nagori yang ada di Kecamatan Pematang Sidamanik, kabupaten Simalungun, yang memiliki beberapa Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang tengah berkembang seperti UKM Keripik Bayam, budidaya lebah, tempe, craft dan kopi. Diantara UMKM-UMKM tersebut, industri produksi keripik tempe merupakan bidang usaha yang memiliki potensi yang besar untuk lebih berkembang. Keripik Tempe termasuk salah satu makanan yang banyak disukai oleh masyarakat dan dalam proses pembuatannya tidak terlalu sulit. Besarnya minat masyarakat akan produk keripik tempe merupakan salah satu peluang bisnis

yang menjanjikan. Walaupun potensi bisnis produk tempe sangat menjanjikan, bukan berarti industri ini tidak menghadapi kendala.

Ada banyak faktor yang menjadi hambatan-hambatan UMKM keripik tempe untuk mengembangkan bisnis seperti misalnya: (1) Banyak UMKM yang masih mendistribusikan produk tempunya hanya di daerah sekitar saja seperti warung-warung sekitar atau mengirimnya ke pengepul karena terbatasnya ilmu dan informasi yang dimilikinya (2) Rendahnya inovasi, pengembangan nilai tambah dan diferensiasi bisnis sehingga membuat produk-produk mereka hanyalah menjadi bisnis komoditas yang bersaing dengan harga yang rendah.

Salah satu UMKM keripik tempe di Nagori Sait Buttu Saribu adalah UMKM keripik tempe Ibu Hamidah. UMKM Keripik Tempe atau Keripik Tempe K'Nyang sudah dirintis mulai dari 19 September 2021.

II. MASALAH

Seperti UMKM yang lainnya, usaha keripik tempe tersebut dalam proses perkembangannya mengalami banyak hambatan, diantaranya yaitu sulitnya untuk mengembangkan pemasaran dikarenakan kurangnya inovasi dan kreatifitas yang dimiliki serta tinggi nya harga bahan baku dalam produksi keripik tempe.

Hasil produksi Keripik Tempe K'Nyang ruang lingkup penjualan masih di sekitar Nagori Sait Buttu Saribu lebih tepatnya wilayah Kecamatan Pematang Sidamanik dengan cara mengantarkan langsung kepada konsumen atau warung-warung kecil. Secara promosi keripik tempe masih minim sehingga kurang begitu dikenal oleh masyarakat luas

III. METODE

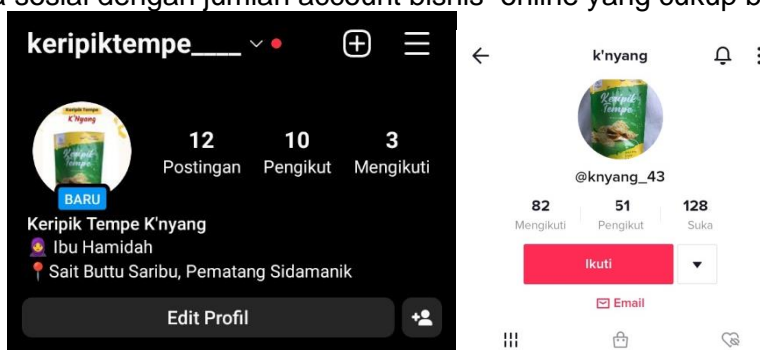
Metode pelaksanaan dalam kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan di Nagori Sait Buttu Saribu yaitu berupa pendampingan pembuatan dan penggunaan media sosial terhadap UMKM, pendampingan kepada pelaku UMKM untuk memanfaatkan media sosial untuk promosi pemasaran produk dan pembuatan konten pemasaran melalui media sosial (Instagram dan Tik Tok), pembuatan keripik tempe. Dan sasaran dalam kegiatan pengabdian ini yaitu UMKM keripik tempe K'Nyang.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pendampingan pembuatan Media Sosial

UMKM Keripik Tempe K'Nyang adalah salah satu UMKM yang berada di Nagori Sait Buttu Saribu, Kecamatan Pematang Sidamanik, kabupaten Simalungun. UMKM ini bergerak di bidang makanan, yang belum memiliki tenaga kerja tambahan. Sejak berdirinya UMKM ini sistem pemasarannya hanya dilakukan melalui warung-warung sekitar alamat pelaku dan juga dari perseorang saja.

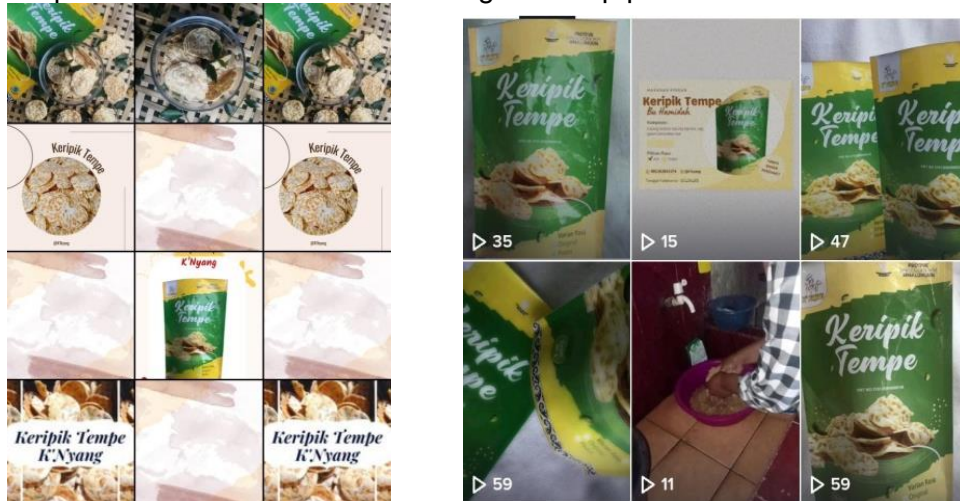
Di Era Modern ini pastinya dunia digital marketing sudah sangat berkembang pesat. Dari banyaknya media sosial yang ada saat ini, Instagram, dan Tik Tok merupakan salah satu media sosial yang paling banyak di minati oleh masyarakat untuk di pergunakan sebagai media promosi atau berjualan online. Hal ini dipengaruhi oleh jumlah pengguna aktif media sosial ini yang cukup besar apabila dibandingkan dengan media yang lainnya. Sehingga kedua media ini digunakan sebagai media sosial dengan jumlah account bisnis online yang cukup banyak.



Gambar 1. Pembuatan akun media sosial (Instagram dan Tik Tok)

2. Pendampingan pembuatan Konten

Setelah pembuatan media sosial, selanjutnya yaitu pembuatan konten disertai foto produk. Berdasarkan hal tersebut jelas perlu adanya pendampingan pembuatan konten di Tik Tok maupun foto produk di Instagram disertai memberikan penjelasan bagaimana cara yang tepat membuat konten video dan foto produk, pengaturan cahaya dan lainnya. Karena konten dan foto yang menarik juga dapat menambah ketertarikan orang terhadap produk.



Gambar 2. Pembuatan konten di Instagram dan Tik Tok



Before



After



Gambar 3. Pembuatan foto produk

3. Pendampingan pengelolaan Sosial Media

Sejak awal UMKM dibuahkan akun sosial media, pengelolaan akun sementara dilakukan oleh tim pendamping. Kegiatan pengelolaan yang dilakukan setelah akun Instagram dan Tik Tok sudah selesai dibuat yaitu dengan membuat konten berupa foto ataupun video produk dari UMKM pada bagian feeds atau story. Kegiatan penulisan caption, upload produk serta penggunaan tagline yang menarik juga berpengaruh pada kunjungan media sosial produk.

4. Proses pembuatan Keripik Tempe

a. Pengambilan Bahan Baku Keripik Tempe yaitu kacang kedelai

Salah satu bahan baku dalam pembuatan keripik tempe adalah kacang kedelai yang sudah siap di olah. untuk pengambilan bahan baku Ibu Hamidah selaku pemilik UMKM Keripik K'Nyang membeli kacang kedelai di warga setempat penyedia bahan pokok.



b. Pembuatan Keripik Tempe K'Nyang

Pembuatan keripik Tempe ini masih dengan cara yang sederhana dan manual.



1. Pencucian kacang kedelai



2. Perendaman kacang kedelai dengan air panas



3. Penirisan kedelai



4. Perebusan kedelai



5. Penirisan kedelai



6. Pencampuran kedelai dengan bahan tambahan



7. Pembungkusan bahan mentah dan kemudian didiamkan selama 3-4 hari



8. Setelah didiamkan beberapa hari tempe siap diiris



9. Penggorengan



10. Pengemasan produk

V. KESIMPULAN

keripik Tempe adalah produk makan ringan dibuat dari irisan kacang kedelai yang telah diolah, dengan atau tanpa bahan tambahan makanan yang diizinkan. Tujuan pengolahan kedelai menjadi keripik tempe adalah untuk memberikan nilai tambah dan meningkatkan/memperpanjang kemanfaatan kacang kedelai. Pada dasarnya keripik tempe banyak peminatnya selain murah harganya, enak rasanya dan mengandung vitamin yang bagus untuk tubuh. Usaha keripik tempe merupakan peluang usaha yang dapat dikembangkan dengan modal yang sedikit kita bisa mendapat keuntungan yang besar dan kami yakin usaha ini bisa berkembang dan maju. Namun

keripik tempe K'Nyang ini belum diketahui banyak orang, maka dari itu kami membuat program pendampingan pemasaran melalui media sosial untuk mencakup pasar yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Anisa, N., Sinulingga, B., & Dani, E. P. (2020). MEMASARKAN PRODUK KERAJINAN LIMBAH ANORGANIK. 1, 21–25.
- Artikel, I. (2020). (JPkMN) Vol: 2 No . 1 September 2020 PENGENALAN GOOGLE CLASS KEPADA TENAGA PENGAJAR DI JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT NUSANTARA (JPkMN) Vol: 2 No . 1 September 2020. 1, 1–7.
- Dani, E. P., Anisa, N., Sinulingga, B., & Purba, R. (2020). PELATIHAN PENGGUNAAN GOOGLE CLASSROOM BAGI GURU MTS. 1, 26–31.
- Purba, R., Lubis, R. K., Studi, P., & Informatika, M. (2020). (JPkMN) SOSIALISASI E- COMMERCE BAGI REMAJA MELALUI MEDIA SPEAKING ACTIVITY DI MTsN 1 DELI SERDANG JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT NUSANTARA (JPkMN) Vol: 2 No . 1 September 2020 I . Pendahuluan dan pengembangan program dengan menggambarkan kondisi. 1, 8–20.