

Pengembangan Digital Marketing Untuk Produk “UMKM Tahu” Di Desa Ploso Kecamatan Ploso Kabupaten Jombang

Indra Kurniawan, Muhammad Basyaruddin
STIE PGRI Dewantara Jombang
Korespondensi : indra.k@stiedewantara.ac.id

A b s t r a k

Desa Ploso memiliki banyak potensi Usaha Mikro Kecil dan Menengah, terdapat salah satu penggerak produk UMKM Tahu, tetapi potensi pemasaran produk tersebut dapat dikatakan kurang maksimal. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Ploso ini bertujuan untuk mengoptimalkan pemasaran produk makanan Tahu melalui praktik digital marketing agar menjadi produk yang mempunyai nilai ekonomis. Kegiatan PKM ini dilaksanakan secara intensif selama 1 bulan di 26 Januari – 26 Februari 2023 dengan jadwal yang telah disepakati antara tim penulis dengan mitra binaan. Dari hasil kegiatan intensif sosialisasi dan praktik digital marketing yang telah dilakukan, dapat diperoleh hasil yang memuaskan. Mitra binaan dapat dikatakan mampu meningkatkan omzet penjualan serta memperluas segmentasi pasar melalui pemasaran online via shopee, tiktok, dan instagram. Dari hasil kegiatan yang telah dilakukan, maka diharapkan program ini dapat dilanjutkan oleh Pemerintah Desa setempat agar mitra binaan semakin berkembang.

Kata Kunci: *Strategi, pengembangan, UMKM, Tahu.*

A b s t r a c t

Ploso Village has a lot of potential for Micro, Small and Medium Enterprises, there is one of the drivers of UMKM Tofu products, but the potential for marketing these products can be said to be less than optimal. This community service activity in Ploso Village aims to optimize the marketing of Tofu food products through digital marketing practices so that they become products that have economic value. This PKM activity was carried out intensively for 1 month on January 26 - February 26 2023 with a schedule agreed between the writing team and the fostered partners. From the results of intensive socialization activities and digital marketing practices that have been carried out, satisfactory results can be obtained. Foster partners can be said to be able to increase sales turnover and expand market segmentation through online marketing via shopee, tiktok, and Instagram. From the results of the activities that have been carried out, it is hoped that this program can be continued by the local Village Government so that the fostered partners will develop further.

Keywords: *Strategy, development, MSMEs, Tofu.*

A. PENDAHULUAN

Profil Desa

Ploso adalah sebuah kecamatan yang terletak di bagian utara Kabupaten Jombang di Jawa Timur, Indonesia. Dibatasi oleh Sungai Brantas di sebelah selatan dan berfungsi sebagai persimpangan jalan provinsi Jombang – Tuban dengan jalur Lengkong – Mojokerto. Kawasan ini terkenal dengan hasil pertaniannya, antara lain tembakau, jagung dan hasil pertanian, serta peninggalan sejarah dari zaman Belanda. Kecamatan Ploso dulunya adalah nama kawedanan (Pembantu Bupati) yang wilayahnya membentang di sebelah utara Sungai Brantas di Kabupaten Jombang.



Gambar 1: Peta Desa Ploso

Ploso adalah sebuah desa di wilayah Kecamatan Ploso Kabupaten Jombang, Provinsi Jawa Timur. Dari Pusat Pemerintah Daerah dan pusat Kabupaten Jombang berjarak ± 9 Km, banyak sekali potensi yang bisa dikembangkan di Desa Ploso, mulai sektor pertanian, sektor wisata maupun sektor industri, yang mana hal itu dapat meningkatkan ekonomi warga. Desa Ploso terdiri dari 3 dusun, yakni :

- 1) Dusun Ploso
- 2) Dusun Balongsari
- 3) Dusun Balongteleng

Desa Ploso masuk dalam program besar pemerintah Kabupaten Jombang yakni Pengembangan Industri Utara Brantas, terlihat mulai munculnya beberapa industri yang mendirikan pabriknya disekitar kawasan Desa Ploso, yang mana hal itu akan berdampak baik bagi warga desa Ploso itu sendiri. Dan kesempatan inilah yang harus diambil dalam rangka untuk meningkatkan ekonomi warga dan pemberdayaan masyarakat melalui kerjasama yang dilakukan oleh Pemerintah Desa dengan pemilik Industri.

Disamping itu di desa Ploso juga terkenal akan hasil produksi tahu mentah dan tahu bulat, tidak heran jika salah satu produk unggulan desa Ploso adalah Tahu bulat, yang mana tahu bulat produksi Desa Ploso beda dengan tahu bulat yang biasa dijual oleh pedagang keliling.

Mitra Binaan

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) tahu merupakan sektor usaha yang bergerak dalam produksi, pengolahan, dan penjualan tahu. UMKM tahu sering kali beroperasi di tingkat lokal, termasuk di desa seperti Desa Ploso, dan memainkan peran penting dalam menggerakkan perekonomian lokal, menciptakan lapangan kerja, serta meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat.

Mitra binaan fokus pada UMKM tahunya adalah program atau inisiatif yang difokuskan pada pengembangan UMKM di sektor tahu di Desa Ploso. Program ini bertujuan untuk membantu UMKM tahu di Desa Ploso dalam meningkatkan kapasitas, kualitas, dan daya saing mereka.

Dalam konteks Desa Ploso, mitra binaan dapat melibatkan berbagai pihak, seperti pemerintah desa, lembaga pengembangan UMKM, koperasi, atau organisasi nirlaba yang berfokus pada pengembangan ekonomi lokal. Program ini dapat mencakup beberapa kegiatan berikut:

- 1) Pelatihan dan pendampingan

UMKM tahu di Desa Ploso dapat menerima pelatihan dan pendampingan dalam berbagai aspek, seperti teknik produksi tahu yang baik, pengelolaan usaha,

pemasaran, manajemen keuangan, dan penggunaan teknologi. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan pemilik UMKM serta meningkatkan efisiensi dan produktivitas usaha.

2) Akses ke pasar

Program mitra binaan dapat membantu UMKM tahu Desa Ploso dalam mengembangkan akses ke pasar yang lebih luas. Ini dapat melibatkan pendampingan dalam pengembangan jaringan distribusi, peningkatan kualitas dan kemasan produk, promosi dan pemasaran, serta pemanfaatan platform digital dan e-commerce untuk meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas produk.

3) Pengembangan jaringan dan kerjasama

Program mitra binaan juga dapat memfasilitasi pembentukan jaringan dan kerjasama antara UMKM tahu di Desa Ploso. Ini dapat mencakup pertemuan, forum, atau pertukaran informasi yang memungkinkan para pelaku usaha saling berbagi pengalaman, memperkuat kemitraan, dan mengakses sumber daya yang lebih luas.

4) Akses pembiayaan

Program mitra binaan juga dapat membantu UMKM tahu Desa Ploso dalam mengakses pembiayaan yang dibutuhkan untuk pengembangan usaha, seperti pinjaman modal usaha, investasi dalam peralatan atau teknologi, atau program bantuan modal usaha.

Rencana Kegiatan

Dengan adanya berbagai masalah yang ada pada Bumdes tersebut maka perlu adanya terobosan – terobosan baru atau setidaknya perubahan dari sisi Bumdesnya untuk meningkatkan ekonomi warga dan lebih mengoptimalkan peran bumdes sebagai leading sector di bidang ekonomi desa. Media sosial pada dasarnya merupakan kemajuan terkini dalam teknologi pengembangan web berbasis internet yang memungkinkan komunikasi, partisipasi, berbagi, dan jejaring online yang mudah bagi semua orang, sehingga memudahkan penyebaran konten terkait produk UMKM. Dengan adanya hal ini, bumdes harus bisa mengambil peran dan memanfaatkannya sebagai unit usaha baru di bidang penjualan online yang mana bumdes nantinya sebagai pemilik toko utama dan produk – produk yang dijual adalah miliknya umkm warga desa. Maka dengan ini secara tidak langsung dapat menambah pemasukan bagi bumdes maupun pelaku umkm didesa tersebut.

Prosesnya melibatkan pengenalan keuntungan dan fitur berpromosi di media sosial. Ini termasuk menerapkan kampanye pemasaran media sosial dan memanfaatkan teknik pembukuan dasar. Kegiatan tersebut untuk mengenalkan masyarakat dengan media platform yang umum digunakan untuk promosi produk, seperti situs e-commerce seperti Shopee dan Tokopedia, serta memperkenalkan aplikasi digital untuk pembukuan yang disederhanakan, seperti aplikasi “BukuKas” untuk UMKM di Desa Ploso.

Landasan utama memilih mengambil materi mengenalkan manfaat dan fungsi promosi di media sosial untuk membantu Bumdes dan para pelaku UMKM menggunakan media digital sebagai alat memperluas pangsa pasar sekaligus memperbaiki keuangan yang ada dalam UMKM.

Agar pelaksanaan KKN di Desa Ploso Kecamatan Ploso berjalan efektif, banyak aspek yang harus diperhatikan. Telah ditetapkan bahwa aspek yang paling penting adalah kegunaan, promosi yang tepat untuk pelaku BUMDES dan UMKM, dan manajemen keuangan yang efektif melalui pembukuan. Selain itu, pemberian modal

usaha secara selektif kepada nasabah sangat penting, karena hal ini akan sangat berdampak pada perkembangan BUMDes ke depan.

B. TINJUAN PUSTAKA

UMKM Desa

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) adalah sektor usaha yang memiliki peran penting dalam perekonomian suatu negara, termasuk di dalamnya UMKM desa. UMKM desa merujuk pada unit usaha mikro, kecil, dan menengah yang berlokasi di wilayah pedesaan atau desa.

UMKM desa memiliki ciri khas yang membedakannya dari UMKM perkotaan. Beberapa ciri khas UMKM desa antara lain:

1) Skala usaha yang kecil

UMKM desa umumnya memiliki skala usaha yang lebih kecil dibandingkan dengan UMKM perkotaan. Biasanya usaha tersebut dimulai sebagai usaha keluarga atau usaha individu yang melibatkan beberapa anggota keluarga.

Menurut artikel yang diterbitkan oleh Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi pada tahun 2020, UMKM desa memiliki skala usaha yang lebih kecil dengan modal yang terbatas. Usaha tersebut biasanya dikelola oleh satu keluarga atau beberapa keluarga di desa yang memiliki keterbatasan akses terhadap sumber daya dan pasar yang lebih luas

2) Berbasis pada sumber daya lokal

UMKM desa cenderung mengandalkan sumber daya lokal yang tersedia di sekitar desa sebagai bahan baku atau sumber produksi. Contohnya, UMKM desa yang bergerak di bidang pertanian akan menggunakan hasil pertanian lokal sebagai bahan baku utama.

Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Kementerian Koperasi dan UKM Indonesia pada tahun 2018 menunjukkan bahwa UMKM desa seringkali menggunakan sumber daya lokal seperti hasil pertanian, kerajinan tangan, atau potensi wisata di sekitar desa sebagai basis kegiatan usaha mereka

3) Pemberdayaan masyarakat lokal

UMKM desa memiliki peran penting dalam pemberdayaan masyarakat lokal di desa. Usaha-usaha tersebut dapat memberikan kesempatan kerja dan penghasilan kepada penduduk desa, sehingga membantu mengurangi tingkat pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa.

Dalam sebuah laporan yang diterbitkan oleh International Labor Organization (ILO) pada tahun 2019, UMKM desa diakui sebagai salah satu alat untuk mengatasi kemiskinan dan ketimpangan di daerah pedesaan serta meningkatkan inklusi sosial dan ekonomi masyarakat lokal

Pengembangan UMKM desa merupakan salah satu upaya pemerintah dan berbagai pihak terkait untuk mendorong pertumbuhan ekonomi di wilayah pedesaan dan mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan. Melalui pembinaan dan pendampingan, UMKM desa diharapkan dapat meningkatkan kapasitas produksi, kualitas produk, akses pasar, dan daya saingnya.

Dalam buku "Penguatan UMKM di Desa" yang diterbitkan oleh Direktorat Jenderal Pembinaan Pengembangan Usaha Kecil Menengah pada tahun 2017, terdapat berbagai program dan kebijakan yang telah diluncurkan oleh pemerintah Indonesia untuk mendukung pengembangan UMKM desa, seperti program pelatihan, pemberian modal usaha, pengembangan akses pasar, dan pendampingan teknis

Dengan perkembangan teknologi dan akses informasi yang semakin luas, UMKM desa juga dapat memanfaatkan platform digital dan e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing. Melalui pemanfaatan teknologi digital, UMKM desa dapat mengakses pelanggan yang lebih luas, melakukan pemasaran secara online, dan meningkatkan efisiensi operasional.

Tahu

Tahu adalah salah satu jenis makanan yang populer dan sering dikonsumsi di berbagai negara, terutama di Asia, terutama Indonesia, Tiongkok, dan Jepang. Tahu dibuat dari bahan dasar kedelai yang difermentasi dan diolah menjadi blok padat atau daging yang lembut dengan konsistensi yang kenyal.

Proses pembuatan tahu dimulai dengan merendam biji kedelai dalam air, kemudian biji kedelai tersebut direbus dan dihaluskan menjadi pasta. Pasta kedelai tersebut kemudian dicampur dengan larutan garam atau garam yang mengandung penggumpal seperti garam bittern atau garam epsom. Campuran tersebut akan menghasilkan koagulasi protein dalam kedelai, yang kemudian akan membentuk daging tahu.

Setelah proses penggumpalan, daging tahu yang terbentuk akan diperas untuk menghilangkan sisa airnya, kemudian dipotong menjadi berbagai bentuk, seperti blok, segi empat, atau segitiga. Tahu yang sudah dipotong kemudian bisa dikonsumsi langsung atau digunakan dalam berbagai hidangan seperti tumis, sup, atau makanan penutup.

Tahu memiliki berbagai manfaat nutrisi karena bahan dasarnya yang berasal dari kedelai yang kaya protein nabati. Tahu juga mengandung serat, vitamin, dan mineral seperti kalsium, fosfor, dan zat besi. Konsumsi tahu secara teratur dapat memberikan asupan protein yang penting bagi pertumbuhan dan pemeliharaan jaringan tubuh.

Tahu, juga dikenal sebagai tofu, memiliki beragam jenis dan variasi dalam pengolahannya. Di Indonesia, terdapat beberapa jenis tahu yang umum dikonsumsi, antara lain:

- 1) Tahu Putih

Tahu putih adalah jenis tahu yang paling umum dan sering ditemui. Tahu ini memiliki tekstur yang lembut dan kenyal, dan cenderung memiliki rasa yang netral. Tahu putih dapat digunakan dalam berbagai hidangan, seperti tahu goreng, tahu isi, atau tahu sumedang.

- 2) Tahu Sumedang

Tahu Sumedang berasal dari daerah Sumedang, Jawa Barat, Indonesia. Tahu ini memiliki tekstur yang kenyal dan lebih padat dibandingkan dengan tahu putih. Tahu Sumedang biasanya diiris tipis-tipis dan digoreng hingga renyah. Rasanya lebih gurih dan kaya akan rempah-rempah.

- 3) Tahu Telur

Tahu telur adalah tahu yang diberi tambahan telur pada saat proses pembuatannya. Tahu ini memiliki tekstur yang lebih lembut dan kenyal, serta memiliki rasa yang lebih kaya dan gurih karena adanya tambahan telur.

- 4) Tahu Kuning

Tahu kuning memiliki warna yang lebih kuning dibandingkan dengan tahu putih. Warna kuning ini berasal dari tambahan pewarna makanan yang digunakan dalam proses pembuatannya. Tahu kuning memiliki tekstur yang serupa dengan tahu putih dan dapat digunakan dalam berbagai hidangan.

Selain memiliki nilai gizi yang baik, tahu juga merupakan sumber protein nabati yang baik bagi vegetarian dan vegan. Protein yang terdapat dalam tahu bersifat lengkap, artinya mengandung semua asam amino esensial yang diperlukan oleh tubuh. Tahu juga rendah kalori, rendah lemak jenuh, dan bebas kolesterol, sehingga menjadi pilihan makanan sehat bagi banyak orang.

Tahu juga dikenal sebagai bahan yang serbaguna dalam masakan. Karena rasa yang netral, tahu dapat dengan mudah menyerap cita rasa dari bumbu dan saus yang digunakan dalam hidangan. Tahu dapat digunakan dalam tumisan sayuran, sup, salad, mi atau nasi goreng, dan berbagai hidangan lainnya.

C. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan KKN ini dilaksanakan secara intensif selama 1 bulan di 26 Januari – 26 Februari 2023 dengan jadwal yang telah disepakati antara tim penulis dengan mitra binaan.

Rencana pelaksanaan kegiatan ini adalah :

1. Mengadakan Sosialisasi Digital Marketing
 - a. Deskripsi Kegiatan
Mahasiswa melakukan Sosialisasi terhadap Pengurus Bumdes dan para pelaku UMKM yang ada di desa Ploso
 - b. Hasil yang diharapkan
Pengurus Bumdes mau dan mampu menjadi leading sector ekonomi warga dengan cara menyediakan toko digital bagi para pelaku UMKM di desa Ploso dan paham tentang strategi marketing yang baik dan benar.
2. Mengadakan dan pembinaan mengenai pembukuan melalui aplikasi yang telah di buat oleh STIE Dewantara.
 - a. Deskripsi Kegiatan
Mahasiswa melakukan penyuluhan terhadap para pengurus BUMDes yang ada di Desa Ploso, kemudian melakukan pembinaan dengan melakukan kegiatan sosialisasi tentang pembukuan sederhana atau memakai aplikasi yang telah disediakan.
 - b. Hasil yang diharapkan
Pengurus Bumdes dan Pelaku UMKM paham tentang bagaimana cara pembuatan pembukuan sederhana.
3. Membuat Inovasi Olahan dari Tahu.
 - a. Deskripsi Kegiatan
Menciptakan kreasi olahan Tahu (Stik Tahu)
 - b. Hasil yang diharapkan
Inovasi olahan Tahu ini dapat berkembang dan bisa menjadi salah satu produk unggulan desa Ploso.

D. PELAKSANAAN KEGIATAN

1. Sosialisasi Digital Marketing



Gambar 2: Sosialisasi Digital Marketing

Capaian :

Mengenalkan media sosila sebagai sarana berjualan dan media promosi bagi pelaku umkm dan Bumdes

2. Pelatihan pembukuan dengan menggunakan aplikasi dari kampus



Gambar 3: Pelatihan Pembukuan

Capaian :

Mendampingi dan mengajarkan tentang cara melakukan pembukuan dan pelaporan melalui aplikasi yang di ciptakan dari kampus

3. Inovasi olahan tahu



Gambar 4: Inovasi Olahan Tahu

Capaian :

Membuat kreasi Inovasi dari bahan dasar tahu yakni Stik Tahu.

Memilih bahan dasar tahu dalam pembuatan kreasi makanan karena tahu merupakan bahan paling muda untuk diolah menjadi apa saja dan biaya yang dikeluarkan juga cukup ringan, disamping itu Tahu juga merupakan salah satu produk unggulan desa Ploso.

PENUTUP

Artikel ini menawarkan pendekatan yang komprehensif untuk pengembangan digital marketing UMKM tahu di Desa Ploso. Rencana aksi meliputi langkah-langkah seperti pembuatan website atau toko online, penggunaan media sosial, pemasaran konten, optimisasi mesin pencari, dan analisis data. Dengan mengimplementasikan strategi-strategi ini, diharapkan UMKM tahu dapat meningkatkan brand awareness, menjangkau konsumen potensial, dan meningkatkan penjualan produk.

Selain itu, artikel ini juga menekankan pentingnya pelatihan dan pendampingan bagi pelaku usaha dalam mengadopsi dan memanfaatkan teknologi digital. Dukungan dalam hal peningkatan literasi digital, keterampilan pemasaran online, dan pengelolaan platform digital menjadi kunci keberhasilan pengembangan digital marketing UMKM tahu di Desa Ploso.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Maydiantoro, M. T. B. S. Jaya, W. Hestiningtyas, and R. Rahmawati, "Pendampingan UMKM Menuju Digitalisasi Marketing Upaya Kebangkitan di Era New Normal," *J. Kreat. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 4, no. 6, pp. 1530–1539, 2021.
- A. Wardhana, "Strategi digital marketing dan Implikasinya pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia," in *Seminar Nasional Keuangan Dan Bisnis IV*, 2015, pp. 327–337.
- Akhmad, K. A., & Purnomo, S. (2021). Pengaruh Penerapan Teknologi Informasi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Surakarta. *Sebatik*, 25(1), 234–240. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v25i1.1293>
- Alfrian, G. R., & Pitaloka, E. (2020). Strategi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Bertahan pada Kondisi Pandemi Covid 19 di Indonesia. *Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOVE)*, 6(2), 139–146. <https://proceeding.isas.or.id/index.php/sentrinov/article/view/434>
- Handika, M. R., & Darma, G. S. (2018). Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Undiknas*, 15(2), 192–203. <https://doi.org/10.38043/jmb.v15i2.601>
- Pasaribu, M. K. ., Larasati, A. N., Siahaan, D. F., & Manik, B. (2023). Upaya Peningkatan Penjualan pada UMKM Tahu Sumedang Putri Deli Medan melalui Kemasan Ramah Lingkungan dan Strategi Digital Marketing. *Bima Abdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 57–67. <https://doi.org/10.53299/bajpm.v3i1.275>
- Rengganawati, H., & Taufik, Y. (2020). Analisis Pelaksanaan Digital Marketing pada UMKM Tahu Rohmat di Kuningan. *Komversal : Jurnal Komunikasi Universal*, 2(1), 28–50. Retrieved from <http://jurnal.plb.ac.id/index.php/komversal/article/view/496>