

PENGEMBANGAN KAMPUNG TEMPE DALAM PEMASARAN MELALUI MEDIA ONLINE BERBASIS WEB

Moch. Djauhari¹, Mochammad Zainul Arya Pamungkas², Leonardus Mario Choban³, Aldo Reynaldi P⁴, Hendra Kardiandika Pratama⁵, Arkidius Seko Taboy⁶

Program Studi Ilmu Komunikasi, Stikosa-AWS
Jl. Nginden Intan Timur I / 18 Surabaya
Email: joemontre@gmail.com

Abstract

During this pandemic, MSME entrepreneurs experienced a decline in sales, especially MSMEs in Tempe Village. This tempe village has a community to protect these soybean processed producers. During this pandemic period, the community stopped and was not active, at least 5 people were still actively producing processed soybeans. This tempe village produces various processed tempeh such as tempe chips, botok tempeh, tempeh jes, soybean juice, etc. During this pandemic, the results from the sale of processed products in Tempe Village have decreased. Therefore, the researcher in this group 17 Field Work Lecture wants to help optimize the marketing of this tempe village in order to obtain maximum income. Through the introduction and use of online media to producers in this tempe village. In addition, it also provides education to producers in this tempe village regarding the use of this online media. This study uses descriptive research methods with data collection techniques through direct observation and interviews with tempe producers in Tempe Tenggilis Village. The data that the researchers obtained was that during this pandemic, processing activities in the tempe village decreased drastically, previously they could produce 100 kg per day, now they only produce about 60 kg per day. Through the Field Work Lecture that we will do on May 24 to July 9, 2021 researchers try to help promote Kampung Tempe via the Web.

Keywords : tempe village, online media, MSMEs, decreased income

Abstrak

Pada masa pandemi ini para pengusaha UMKM mengalami penurunan penjualan khususnya UMKM yang ada di Kampung Tempe. Kampung tempe ini memiliki paguyuban untuk mengayomi para produsen olahan kedelai ini. Dimasa masa pandemi ini paguyuban tersebut berhenti dan tidak aktif, setidaknya 5 orang saja yang masih aktif memproduksi olahan dari kedelai ini. Kampung tempe ini memproduksi berbagai olahan tempe seperti keripik tempe, botok tempe tempe menjes, sari kedelai, dll. Pada masa pademi ini hasil dari penjualan olahan di Kampung Tempe ini mengalami penurunan. Dengan adanya fenomena ini ingin membantu mengoptimalkan pemasaran dari kampung tempe ini supaya memperoleh pendapatan yang maksimal. Melalui pemanfaatan media online kepada produsen yang ada di kampung tempe ini diharapkan juga dapat memberikan edukasi kepada produsen di kampung tempe terkait mengenai pemanfaatan media online ini sebagai sarana pemasaran komunikasi. Pengambilan data diperoleh pada masa pandemi ini terkait dengan kegiatan usaha pengolahan di kampung tempe akhir-akhir ini menurun drastis sebelumnya dapat menghasilkan 100 kg perhari

sekarang hanya menghasilkan sekitar 60 kg per hari. Melalui Kuliah Kerja lapangan yang akan kami lakukan pada tanggal 24 Mei sampai 9 Juli 2021 peneliti mencoba untuk membantu mempromosikan Kampung Tempe melalui Web.

Kata Kunci: Kampung Tempe, Pemasaran komunikasi , Media On-Line , UMKM

1.PENDAHULUAN

Pada masa pandemi ini masyarakat khususnya Surabaya mengalami masalah dalam kondisi finansial khususnya para pengusaha micro kecil menengah (UMKM). Para pengusaha UMKM ini sekarang sedang kesulitan mengembangkan usahanya, oleh karena itu pengusaha UMKM mulai melebarkan pemasarannya lewat media online seperti media sosial Instagram facebook dan juga toko toko – online seperti Shopee,Bukalapak,Tokopedia,dll.

Kampung tempe berdiri sejak tahun 1983. Kampung tempe ini merupakan salah satu kampung pembuat tempe di Surabaya. Proses pembuatan tempe ini diwariskan secara turun temurun dengan proses pembuatan yang lebih higienis karena menggunakan dua kali rebusan. Disamping menggunakan bahan baku kedelai murni dan berkualitas, produk tempe ini dalam proses produksinya menggunakan mesin pengupas kedelai dan proses pencucian dilakukan di bak cuci khusus tempe sehingga lebih terjamin kebersihannya. Kampung tempe ini memproduksi tempe mentah dan juga beberapa warga juga menjual olahan tempe seperti keripik tempe, sari kedelai, tahu, tempe menjes, botok tahu tempe. Kampung tempe ini memiliki paguyuban yang menaungi para produsen tempe di Tenggilis Kauman ini, namun akibat pandemi covid – 19 yang melanda ini paguyuban kampung tempe ini tidak dapat berjalan tetapi produsen di kampung tempe ini masih melakukan produksi sehingga kampung tempe di Tenggilis mulai meredup. Para produsen yang masih aktif memproduksi olahan dari kedelai ini berkisaran lima sampai enam orang saja. Para produsen tempe di kampung tempe itu sendiri sudah mengenal media sosial

Dari data yang sudah peneliti uraikan di atas, peneliti merumuskan masalah sebagai berikut “Bagaimana cara mengoptimalkan pemasaran lewat media sosial berbasis web di kampung Tempe Tenggilis kauman ?” Dari permasalahan di atas peneliti mencoba untuk membantu kampung tempe untuk mengoptimalkan penjualan mereka.

Berdasarkan rumusan masalah di atas peneliti memiliki tujuan yaitu untuk memperoleh jawaban dari permasalahan di atas guna untuk membantu mengoptimalkan pemasaran di Kampung Tempe. Selain membantu mengoptimalkan pemasaran di Kampung Tempe ini, peneliti juga ingin mengedukasi pengrajin untuk dapat menggunakan media sosial sebagai media promosi khususnya media sosial berbasis web.

Dengan penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengusaha di Kampung Tempe khususnya dalam memanfaatkan media sosial berbasis web secara

optimal. Penelitian ini juga diharapkan dapat memperluas wilayah penjualan di Kampung Tempe. Tidak hanya itu juga, penelitian ini juga diharapkan sebagai awal pembuka untuk memperkenalkan media sosial sebagai media promosi.

- Gambar tampak depan Kampung Tempe



- lokasi kampung tempe ini terletak di Jl. Tenggilis Kauman Gg Buntu 27 RT 4 RW 3, Surabaya, Jawa timur.



- Saat dilakukan wawancara dengan pihak Kampung Tempe



- Pertemuan pertama dengan Pak Gofur selaku Perwakilan Kampung Tempe



2.METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat adalah sebagai berikut :

- a. Hasil survei yang kami lakukan sebelumnya kondisi UMKM di kampung tempe tidak aktif selama pandemi ini. Para produsen yang masih aktif membuat tempe dan bahan olahan tempe hanya ada 5 orang saja. Karena dampak masa pandemi ini tingkat pemasaran dan juga pendapatan menjadi berkurang, oleh karena itu kami ingin membantu kampung tempe dengan membuat media online berbasis web sebagai rumah untuk promosi produk pengusaha tempe dan juga berisikan informasi seputar kampung tempe.

- b. Tahapan kegiatan yang akan dilakukan meliputi :
- Survey awal
Pada survey awal kami menemukan bahwa paguyuban di kampung tempe ini tidak aktif sejak masa pandemi ini dan produsen yang masih aktif memproduksi hanya 5 orang saja
 - Identifikasi masalah adanya masa pandemi ini yang belum bisa memprediksi kapan berakhirnya, maka adanya fenomena ini timbul minat ingin membantu UMKM di kampung tempe untuk mempromosikan dan meningkatkan pedapatannya serta memperkenalkan media online sebagai media *branding* promosi .
 - Analisis kebutuhan
Kurangnya promosi di media online dan kurangnya pengetahuan mengenai media online untuk branding produk mereka
 - Penetapan khalayak sasaran
Para produsen pengusaha tempe di Kampung Tempe Tenggilis Kauman
 - Penyusunan program
 - a. Membuatkan web
 - b. Membuatkan sosial media
 - c. Membuatkan company profile
 - d. Membuatkan video proses pembuatan tempe
 - Perumusan dan Pengukuran indikator Keberhasilan
Dengan pengetahuan teori ilmu yang ada kami harap masyarakat di kampung tempe dapat menggunakan media online sebagai sarana promosi dan branding mereka.
 - Pelaksanaan Program
Program KKL yang akan di laksanakan pada tanggal 26 Juni – 3 Juli 2021
 - Strategi pembinaan sasaran
 - a. Mengajarkan meng-*upload* foto di media online
 - b. Mengajarkan mengelola social media
 - c. Mengajarkan foto produk
 - Perintisan kemitraan bersama wakil ketua pengelola Bapak Gofur
 - a. Membuatkan *platform* media pemasaran online berbasis web
 - b. Membuatkan video *company profile* serta membuat video proses pembuatan tempe
 - Evaluasi berdasarkan indikator keberhasilan program
 - a. Mendapatkan informasi mengenai perkembangan pemasaran melalui sosial media berbasis web.
 - b. Mendapatkan pelanggan dari hasil pemasaran melalui web.

3.HASIL DAN PEMBAHASAN

Kampung tempe yang terletak di Tenggilis Kauman, Surabaya. Di kampung tempe ini terdapat paguyuban yang mangayomi para produsen pembuat tempe di kampung tempe ini, namun akibat pandemi ini produsen yang masih aktif mengelola tempe ini hanya lima orang saja. Kampung Tempe ini terletak di jalan Tenggilis Kauman Gang Buntu 27 RT 04 RW 03. Tidak hanya menjual tempe mentah saja tetapi juga olahan makanan tempe seperti keripik tempe, botok tempe, tempe menjes, dll. Para produsen ini sebgaiian besar sudah mengenal media online salah satunya yaitu media sosial seperti whats app, namun belum terlalu menguasai aplikasi media sosial seperti; Instagram, Youtube, Tiktok, khususnya media online berbasis web.

Kegiatan Kuliah Kerja Lapangan kami di jadwalkan mulai adalah tanggal 19 Juni 2021 namun di karenakan ada hambatan dari pihak peneliti maka jadwal pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan diundur menjadi tanggal 26 Juni 2021. Pada hari dimana kami ingin menemui pihak Kampung Tempe pada tanggal 26 Juni kami mengalami kendala dimana pihak dari Kampung Tempe pak Gofur sedang sakit oleh karena itu kami mengganti jadwal menjadi hari kamis tanga 1 Juli 2021. Pada tanggal tersebut kami menemui perwakilan dari pihak Kampung Tempe yaitu pak Gofur di kediaman Beliau. Pada kesempatan tersebut kami menjelaskan mengenai program kerja kami yaitu pembuatan web sebagai media utama untuk promosi dan juga membuatkan company profile mengenai Kampung Tempe serta membuatkan video mengenai proses pembuatan tempe. Dari hasil kesepakatan kami bersama dengan pihak Kampung Tempe, dari pihak kami akan membuatkan *video company profile*, sedangkan untuk video proses pembuatan tempe dari pihak Kampung Tempe mengambil gambar Proses pembuatan tempe dikarenakan pihak dari Kampung tempe mengatakan bahwa pembuatan tempe sendiri memiliki proses yang memiliki jeda sehingga tidak dapat mengambil video secara langsung. Proses pembuatan tempe sendiri memiliki jeda dari porses pencucian kedelai hingga proses fermentasi

Dari hasil kesepakatan di atas *video company profil* dan video proses pembuatan tempe akan di sematkan didalam web yang akan kami buatkan. Hasil akhir dari kegiatan Kuliah Kerja Lapangan yang kami lakukan, dari *video company profil* dan proses pembuatan tempe menjadi satu supaya menghemat tempat dan juga dirasa lebih efisien. Setelah itu kami upload di dalam web yang sudah kami buatkan.

Dalam melaksanakan kegiatan Kuliah Kerja Lapangan kami mengalami hambatan, dimana pihak Kampung Tempe yang akan kami ajak kerja sama sedang sakit dan ti dak bisa untuk ditemui. Hambatan lainnya yang kami alami adalah pada saat ingin mengambil video mengenai proses pembuatan tempe tidak sesuai dengan ekspetasi kami. Proses pembuatan tempe memakan waktu cukup lama serta prosesnya tidak bertahap. Sehingga kami berdiskusi dengan pihak kampung tempe. Hasil dari diskusi yang kami lakukan dengan pihak Kampung Tempe adalah unuk pengambilan video proses pembuatan tempe akan diambil oleh pihak kampung tempe sendiri sedangkan untuk video company profil akan diambil oleh pihak kami.

Berikut adalah program kerja kami :

a. Pembuatan Web

Program kerja yang pertama kali kami lakukan adalah pembuatan web, hal ini digunakan sebagai alat promosi utama kami untuk mengoptimalkan pemasaran dan juga pengenalan terhadap Kampung Tempe.



b. Pembuatan video company profile dan proses pembuatan tempe

Indikator keberhasilan dalam program kali ini dapat dikatakan berhasil. Dalam pembuatannya. Konten video company profile kami gabungkan dengan video proses pembuatan tempe karena peneliti merasa lebih efisien. Hambatan yang kami temui dalam pembuatan video adalah pada saat pihak kampung tempe mau di ajak untuk wawancara, beliau sedang sakit oleh karena itu pengambilan video di di tunda.

c. Program pembelajaran mengelola web dan foto produk

Pada program yang akan kami laksanakan ini tidak berjalan dengan baik dikarenakan pemberlakuan PPKM, maka program ini terpaksa kami batalkan. Rencananya program ini akan kami laksanakan setelah pembuatan web dan video selesai.

4. PENUTUP

Kesimpulan dari program yang telah kami laksanakan adalah kami berhasil melakukan 3 program namun ada 2 program yang kami gagal kami jalankan yaitu melatih cara mengunggah hasil foto di media sosial dan mengajarkan cara membuat foto produk. Sedangkan program yang berhasil kami buat adalah pembuatan web sebagai media promosi dan pengenalan Kampung Tempe,

pembuatan video company profile dan juga pembuatan video proses pembuatan tempe.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Djauhari, M., Rama Abi Kumara, Andini Putri, Yusuf A, Muclis Adi, & Rona Ayu. (2021). Pendekatan Partisipatif Dalam Memberdayakan Pemasaran Online UMKM di Kampung Krupuk Sukolilo Surabaya. *Prapanca : Jurnal Abdimas*, 1(1), 28-36. <https://doi.org/10.37826/prapanca.v1i1.134>
- Djauhari, M., Jokhanan Kristiyono. (2020). Akulturasi Budaya Hibrid pada Pagelaran Musik Jazz Gunung sebagai Identitas Global dalam Meningkatkan Potensi Wisata. *Promedia : Public Relation dan Komunikasi*, 6(1), 99-122. <https://doi.org/10.52447/promedia.v6i1.4065>
- Irmalia Suryani Faradisa, Febriana Santi W, & Widhy Wahyani. (2021). Pelatihan Pengisian Konten Website bagi Karang Taruna di Lingkungan Kelurahan Kauman. *Prapanca : Jurnal Abdimas*, 1(1), 69-76. <https://doi.org/10.37826/prapanca.v1i1.136>
- Kampung Tempe Kauman Penghasil terbesar tempe di Surabaya.* (2019, juni 04). Dipetik Mei 05, 2021, dari Kumparan.com: <https://kumparan.com/beritaanaksurabaya/kampung-tempe-kauman-penghasil-terbesar-tempe-di-surabaya-1rCyyt9a1c2#:~:text=Kamu%20bisa%20berkunjung%20ke%20Kampung,selama%20menyusuri%20jalan%20perkampungan%20tersebut.>
- Masnia Ningsih, & Rakhmad Saiful Ramadhani. (2021). Pengembangan Motif Batik Etno Majaphit Pada Komunitas Pembatik Desa Lakardowo Kecamatan Jetis Kabupaten Mojokerto. *Prapanca : Jurnal Abdimas*, 1(1), 1-10. <https://doi.org/10.37826/prapanca.v1i1.128>
- Moch. Djauhari, & Aulia Afniar. (2018). Medium Komunikasi Pariwisata Melalui Film Animasi: (STUDI KASUS ANALISA ISI FILM COCO). *Jurnal Spektrum Komunikasi*, 6(2), 59-66. <https://doi.org/10.37826/spektrum.v6i2.33>
- survei 80% UMKM Alami Penurunan Pendapatan Selama Pandemi.* (2021, januari 21). Dipetik Mei 05, 2021, dari Warta Ekonomi.co.id: <https://www.wartaekonomi.co.id/read323973/survei-80-umkm-alami-penurunan-pendapatan-selama-pandemi>

