



Pendampingan *Branding Product* Tahu, Tempe, Toge dan Digital Marketing di Desa Gunung Kendang

Tri Susanti¹, Nanda S. Prawira², Onne Akbar Nur Ichsan³

¹Institut Teknologi Pagar Alam, Pagar Alam

*trisantisubagyo8@gmail.com, Nanda.s.prawira@gmail.com, indaanggraini@gmail.com

Article History:

Received: 30 April 2023

Revised: 16 Mei 2023

Accepted: 30 Juni 2023

Keywords: Training, Product Branding, Digital Marketing.

Abstract. *the purpose of this service is to provide knowledge about Product Branding and Marketing Digitalization of Tofu, Tempe Toge Products to the Gunung Kendang Community. So far, product packaging has not provided maximum hygiene and marketing, especially in the previous product packaging which still used plastic bags which were not good for health. So that assistance is needed for development in product packaging, and digitalization of marketing in an effort to increase the economy and product marketing. The methods for implementing the community partnership program service activities include; Methods of interviews, questionnaires, site condition surveys and area analysis, communication with the head of the RT Gunung Kendang and discussions with people who produce Toge, Tempe and Toge in identifying needs and supporting facilities in the production process, and determining digital marketing concepts. Through this mentoring activity produced several achievements, namely; Tofu, tempe and bean sprout business actors in Gunung Kendang Village can provide products with more attractive packaging designs, are more durable and more hygienic.*

Abstrak. *tujuan dari pengabdian ini untuk memberikan pengetahuan tentang Branding Product dan Digitalisasi Marketing terhadap Produk Tahu, Tempe Toge pada Masyarakat Gunung Kendang. Selama ini pengemasan produk belum memberikan ke higienisan dan pemasaran secara maksimal, terutama pada pengemasan produk sebelumnya yang masih menggunakan kantong kresek yang kurang baik bagi kesehatan. Sehingga diperlukan pendampingan untuk Pengembangan dalam pengemasan produk, dan Digitalisasi marketing dalam upaya peningkatan ekonomi dan pemasaran produk. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian program kemitraan masyarakat ini antara lain; Metode wawancara, quisioner, survey kondisi lokasi dan analisis kawasan, berkomunikasi dengan ketua RT Gunung Kendang dan diskusi dengan orang-orang yang memproduksi Tahu, Tempe dan Toge dalam mengidentifikasi kebutuhan dan fasilitas pendukung dalam proses produksi, dan menentukan konsep pemasaran digital. Melalui kegiatan pendampingan ini menghasilkan beberapa capaian yaitu; pelaku usaha Tahu tempe dan Toge di*

Desa Gunung Kendang dapat memberikan produk dengan desain kemasan yang lebih menarik, lebih tahan lama dan lebih higienis.

Kata Kunci: *Pelatihan, Branding Product, Digital Marketing*

PENDAHULUAN

Desa Gunung Kendang merupakan salah satu wilayah yang berada di Kecamatan Pagar Alam Selatan Kelurahan Besemah Serasan. Desa Gunung Kendang saat ini memiliki 380 KK, dengan jumlah penduduk sekitar 1.200 jiwa. Masyarakat Desa Gunung Kendang memiliki usaha yang hampir keseluruhan masyarakatnya membuat usaha Tahu, Toge dan Tempe. UMKM di Desa Gunung Kendang dapat menjadi suatu peluang untuk peningkatan ekonomi masyarakat berbasis keluarga. Masalah yang ada di dalam UMKM adalah sulitnya mengikuti perubahan zaman, karena segala kegiatannya masih bersifat tradisional dan mempertahankan prinsip turun-temurun. Salah satu masalah yang sekarang banyak terjadi adalah kemasan yang masih biasa dan juga pemasaran.

Pemasaran secara tradisional adalah memasarkan suatu produk secara langsung muka ke muka (*Face to face*) dan mulut ke mulut (*mounth to mounth*) hal inilah yang masih terjadi di Desa Gunung Kendang saat ini pelaku usaha didaerah tersebut masih bersifat konvensional (Marka, Azis, and Alifiana 2018). Media pemasaran yang dengan menggunakan media konvensional membutuhkan waktu yang cukup lama untuk mendapatkan langganan tetap dan jangkauan yang terbatas karena untuk pemasaran yang lebih jauh otomatis memakan banyak biaya dan waktu. Sehingga membuat biaya produksi membengkak (Rohimah 2019).

Industri UMKM yang berfokus pada kacang-kacangan salah satunya kacang kedelai untuk pembuatan Tahu dan Tempe dan Kacang Hijau untuk Toge masih dilakukan dengan cara *Home Industri* atau skala Rumah Tangga Saat ini masyarakat Desa Gunung Kendang masih produktif dalam membuat Tahu, Toge maupun Tempe hal tersebut menjadikan peluang bagi peningkatan pertumbuhan ekonomi bagi masyarakat hal ini tentu akan terjadi kenaikan nilai dan jumlah produksi produk sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan rakyat secara mandiri.

Potensi usaha yang ada di Desa Gunung Kendang salah satunya adalah produksi tahu, tahu merupakan produk unggulan di Desa Gunung Kendang yang mayoritas 60 % masyarakatnya memproduksi tahu , 15% memproduksi Tempe dan 10% memproduksi Toge.

METODE

Metode pelaksanaan Pengabdian Masyarakat ini menggunakan tahapan berikut :

1. Persiapan
 - a. Penyusunan Proposal Sosialisasi program pengabdian ini kepada Mitra oleh pejabat setempat
 - b. Identifikasi kebutuhan pelaksanaan program pengabdian masyarakat
 - c. Persiapan peserta pelatihan.
2. Pelaksanaan
 - a. Sosialisasi program pengabdian masyarakat kepada peserta pelatihan dengan kunjungan ke desa Gunung Kendang.

- b. Identifikasi kebutuhan pelaksanaan program pengabdian
- c. Memberikan fasilitas pelatihan dengan memberikan alat berupa vacum sealer.
- d. Demo dan Membimbing peserta dengan menggunakan alat. Serta ;
- e. Membantu mendaftarkan ke akun Sosial Media seperti Facebook dan Instagram sampai dapat mengoperasikannya.

DISKUSI

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian ini menawarkan solusi pelatihan pendampingan *Branding Product* dan digital marketing berupa materi secara praktis, melakukan pemasaran secara digital melalui instagram dan facebook (As'ary et al. 2021) , pendampingan *Branding Product* berupa identifikasi mulai dari *packing* kemasan, dan logo (Wardhana 2015).

Tahap awal kegiatan ini adalah identifikasi kebutuhan pelaksanaan program pengabdian masyarakat.



Gambar 1. Koordinasi dengan perwakilan pengrajin Usaha Tahu, Toge dan Tempe

Selanjutnya sosialisasi program pengabdian masyarakat kepada peserta pelatihan dengan pelaku usaha berbasis *digital marketing* dan memberikan fasilitas pelatihan *branding product*.



Gambar 2. Sosialisasi materi digitalisasi marketing dan Penyerahan Fasilitas pelatihan *branding Product*

Kegiatan dilanjutkan dengan mempersiapkan sarana untuk proses pelatihan, mengenalkan *branding product* terlebih dahulu. Kegiatan awal ini memang bertujuan untuk mengenalkan kepada pelaku usaha pentingnya *branding product* untuk kemasan yang masih konvensional.

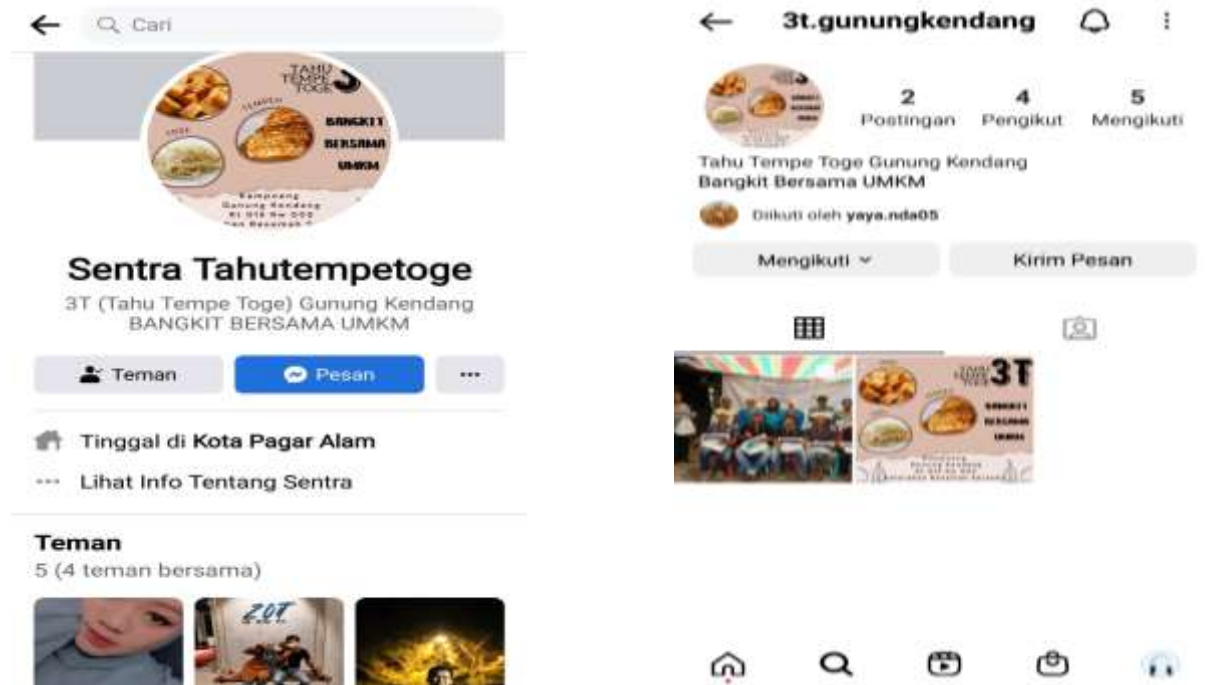


Gambar 3. Praktik *branding product* kepada pelaku usaha



Gambar 4. Hasil *branding product* dari pelaku usaha produk Tahu, Tempe dan Toge

Berikut wadah pemasaran media digital yang bisa digunakan para Mitra untuk mempromosikan Produkny Masing- Masing sehingga dapat meningkatkan omset dan berdampak dengan pertumbuhan ekonomi yang pesat juga meningkatkan pertumbuhan ekonomi menjadi makmur. Pemanfaatan media sosial dalam melakukan proses pemasaran produk sangat diperlukan terutama di era perkembangan teknologi yang semakin luas.



Gambar 5. Flatform digitalisasi marketing menggunakan facebook dan instagram

203

KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan pendampingan *branding* product Tahu, Tempe Toge dan Digitalisasi Marketing di desa gunung kendang, maka dapat disimpulkan :

1. Pelatihan tentang pendampingan pemasaran digital dan pengemasan (*branding product*) memberikan dampak positif bagi pelaku usaha Tahu, Tempe dan Toge dalam mengembangkan usahanya, karena telah mengetahui trik dan tipsnya dari pemateri.
2. Peserta pelaku usaha Tahu, Tempe dan Toge lebih memahami bagaimana cara mengaplikasikan kemasan yang menarik dan higienis dan menggunakan media sosial dalam mendukung pemasaran produk mereka.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak P3M Institut Teknologi Pagar Alam yang telah memberikan fasilitas berupa sarana dan prasarana untuk penyelesaian pengabdian beserta laporannya ,dan masyarakat desa Gunung Kendang Rt/Rw 015/005 Kelurahan Besemah Serasan Kota Pagar Alam juga kepada pihak yang telah memberi dukungan terhadap kegiatan ini.

DAFTAR REFERENSI

- As'ary, Muhammad et al. 2021. "Optimalisasi Potensi Home Industry Melalui Digitalisasi Marketing (Kasus : Produksi Emping Rumahan Kampung Pagutan , Desa Sukakarta , Cianjur) (Optimizing the Potential of Home Industry through Digitalization Marketing (Case : Emping Home Production I." *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat* 3(1): 91–101.
- Marka, Mira Meilia, Noor Azis, and Mia Ajeng Alifiana. 2018. "Manajemen Usaha Dan Legalitas Usaha." *Seminar Nasional Kolaborasi Pengabdian Pada Masyarakat* 22: 185–92.
- Rohimah, Nurliya, Ni'matul. 2019. "Efektifitas_Digitalisasi_Marketing_Para_Pelaku_U." *Al-I'lam; Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 3(1): 1–14.
- Wardhana, Aditya. 2015. "Strategi Digital Marketing Dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UMK Di Indonesia." *In Seminar Nasional Keuangan dan Bisnis IV (April 2015)*: 327–337.