

PENDAMPINGAN PELATIHAN STRATEGI PEMASARAN DAN PRODUKSI USAHA PABRIK TAHU PUTRA PAGADUNGAN MANDIRI JAYA

Adriansah Adriansah*¹, Evi Purwaningsih², Sri Utami³

^{1,2,3}STAI DR. KH.EZ. Muttaqien

³Program Studi Ekonomi Syariah, STAI DR. KHEZ. Muttaqien

*e-mail: adriansahbahrun@gmail.com, purwaningsihevi607@gmail.com, s9170483@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.52593/svs.03.1.03>

Naskah diterima: 12 Desember 2022, direvisi: 14 Januari 2023, disetujui: 18 Januari 2023

Abstract

Keywords:

Tofu production;

Marketing strategy

Tofu is a traditional Indonesian food made from soybeans which are rich in protein and make a healthy food. In its activities, there are problems faced by this tofu business, namely the distance between the tofu production site and the market and the high price of soybeans is a problem faced by Mr. Dindin as the owner of the Putra Pagadungan Mandiri Jaya tofu factory, Kertamanah Village, Sukasari District, Purwakarta Regency. The purpose of this service is to provide tofu production training for housewives and marketing strategy training as well as solutions to tofu owners for existing problems. In this court using qualitative methods, field observations, interviews, and documentation studies. Overcoming the problem of rising prices of soybeans as the main ingredient for making tofu, there are several alternative solutions including reducing the size of tofu and reducing the use of soybeans by replacing soybeans with non-soy beans. The five strategies offered to the owner of the Putra Pagadungan Mandiri Jaya tofu factory are: (1) Maintaining the quality of the product owned by the factory's taste, namely a natural taste without preservatives that has high nutritional value (2) Continue to establish good cooperation with soybean producers to meet factory production needs (3) Increasing promotional activities by posting on social media (4) Giving trust to others to manage the business to open factory branches in other regions (5) Updating production machines so that production run more effectively.

Abstrak

Kata kunci:

Produksi tahu;

Strategi pemasaran

Tahu merupakan makanan tradisional masyarakat Indonesia yang terbuat dari kacang kedelai yang kaya akan protein dan menjadikan makanan yang sehat. Dalam kegiatannya terdapat permasalahan yang dihadapi oleh usaha tahu ini yaitu Jauhnya tempat produksi tahu dengan pasar serta mahal nya harga kacang kedelai menjadi permasalahan yang dihadapi oleh pak Dindin selaku pemilik pabrik tahu Putra Pagadungan Mandiri Jaya Desa Kertamanah Kecamatan Sukasari Kabupaten Purwakarta. Tujuan dari pengabdian ini adalah untuk memberikan pelatihan produksi tahu bagi ibu-ibu rumah tangga dan pelatihan strategi pemasaran sekaligus solusi kepada pemilik tahu atas permasalahan yang ada. Dalam pengabdian ini menggunakan metode kualitatif, observasi lapangan, wawancara, dan studi dokumentasi. Mengatasi permasalahan kenaikan harga kedelai sebagai bahan pokok pembuatan tahu, ada beberapa alternatif solusi diantaranya adalah dengan mengurangi ukuran tahu dan mengurangi penggunaan kedelai dengan mengganti kacang kedelai dengan kacang non kedelai. Lima strategi yang ditawarkan kepada pemilik pabrik tahu Putra Pagadungan Mandiri Jaya yaitu: (1) Mempertahankan kualitas produk yang dimiliki dengan cita rasa yang dimiliki pabrik yaitu cita rasa yang alami tanpa pengawet yang memiliki nilai gizi yang tinggi (2) Terus menjalin kerjasama yang baik dengan produsen kacang kedelai demi pemenuhan kebutuhan produksi pabrik (3) Meningkatkan kegiatan promosi

dengan cara memposting di media sosial (4) Memberikan kepercayaan kepada orang lain untuk mengelola usaha untuk membuka cabang-cabang pabrik di lain daerah (5) Melakukan perbaharuan terhadap mesin produksi agar produksi yang dijalankan menjadi lebih efektif.

1. PENDAHULUAN

Home industri tahu di Kabupaten Purwakarta dari tahun ke tahun terus mengalami peningkatan dalam proses produksinya termasuk di Kecamatan Sukasari terdapat home industri yang memproduksi tahu yang terdapat di Kampung Pagadungan Desa Kertamanah Kecamatan Sukasari Purwakarta. Meskipun pada masa pandemi covid-19 ada beberapa pabrik tahu yang memutuskan untuk berhenti produksi dengan beberapa alasan diantaranya adalah mahal biaya bahan baku.

Tahu merupakan makanan tradisional masyarakat Indonesia yang terbuat dari kacang kedelai yang kaya akan protein dan menjadikan makanan yang sehat. (Syukron, 2020). Tahu merupakan salah satu jenis komoditi makanan yang bisa dinikmati dan dapat dengan mudah diperoleh oleh setiap kalangan masyarakat. Tahu menjadi alternatif kebutuhan pokok bagi setiap masyarakat yang daya belinya terbatas dikarenakan harganya yang cukup murah. Tahu merupakan makanan dengan gizi tinggi. Tahu memiliki gizi yang cukup tinggi juga mengandung beberapa macam asam amino yang dibutuhkan oleh tubuh manusia. (Wayan dkk, 2020)

Tahu yang saat ini memiliki banyak penggemar di kalangan masyarakat ini dibuat dengan cara pengendapan atau penggumpalan menggunakan bahan-bahan penggumpal. Salah satu jenis usaha tahu yang ada di Sukasari adalah Pabrik tahu Putra Pagadungan Mandiri Jaya ini merupakan usaha milik bapak Dindin yang berdiri sejak tahun 2017. Tempat usaha ini berada di kampung Pagadungan rt 006/004 Desa Kertamanah Kecamatan Sukasari Kabupaten Purwakarta. Proses produksi tahu di UKM tahu Putra Pagadungan Mandiri Jaya dilakukan pada setiap hari kecuali hari Jum'at dengan jam kerja mulai dari pukul 08.00 WIB - 17.00 WIB. Jumlah tenaga kerja pada UKM ini yaitu 3 orang dengan tugas dari ketiga pekerja adalah 1 orang bertugas untuk memotong tahu, 1 orang bertugas menggiling kedelai, dan 1 orang lagi bertugas untuk mencetak tahu. Di Kampung Pagadungan Desa Kertamanah tersebut memiliki peluang usaha yang cukup untuk menambah pendapatan dan kesejahteraan hidup masyarakat setempat. Salah satunya bisa dengan usaha membuat tahu dari kalangan ibu-ibu rumah tangga.

Berdasarkan pengamatan terhadap warga khususnya di lingkungan Kampung Pagadungan Desa Kertamanah Kecamatan Sukasari Kabupaten Purwakarta masih belum mengetahui cara membuat atau produksi tahu. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik pabrik tahu bahwa masih ada warga yang belum mengetahui bagaimana produksi atau cara pembuatan tahu. Pada pengabdian kepada masyarakat yang kami lakukan adalah dalam rangka memberikan pendampingan pelatihan cara pembuatan tahu dari proses bahan mentah sampai menjadi tahu yang memiliki nilai jual di masyarakat.

Kegiatan usaha khususnya Usaha Kecil dan menengah menjadi harapan baik para pelaku usaha itu sendiri maupun pemerintah yang dimana UKM merupakan salah satu penyumbang pendapatan terbesar bagi negara. Faktor-faktor yang dapat menentukan suksesnya UKM salah satunya adalah sumber yang memiliki pendidikan tinggi, kreativitas yang tinggi, mampu menguasai teknologi, sehingga dapat meningkatkan kinerja dari UKM tersebut. (Wijaya et al, 2022).

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Pengertian strategi secara umum adalah proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada

tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. (Laili dkk, 2020)

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain. Pemasaran mempunyai peranan yang penting, karena pemasaran dapat mempertahankan dan meningkatkan pendapatan perusahaan karena pemasaran dapat menghubungkan antara organisasi dengan konsumen. (Indra dan Lusiana, 2019)

Selain itu pemilik pabrik tahu Putra Pagadungan Mandiri Jaya juga menyampaikan kendala dari segi harga kedelai sebagai bahan baku yang juga cukup mahal. Dari segi pemasaran juga menjadi salah satu kendala yang dihadapi oleh pemilik pabrik tahu yang sejauh ini penjualan atau pemasaran hanya sebatas lingkungan Kampung Pagadungan Desa Kertamanah saja. Saat ini pemasaran pabrik tahu Putra Pagadungan Mandiri Jaya memiliki beberapa kendala atau masalah yang dihadapi oleh UKM ini. *Pertama*, dari segi pemasaran karena tempat produksi jauh dengan pasar membuat tahu yang diproduksi hanya sebatas untuk memenuhi permintaan masyarakat Kecamatan Sukasari dan sekitarnya yang permintaannya tidak mengalami kenaikan, usaha ini hanya memproduksi Tahu sebanyak 240 bungkus perhari. *Kedua*, harga beli kacang kedelai yang mengalami kenaikan terus menerus sedangkan harga jual tahu tetap.

Tujuan dari pengabdian ini selain pelatihan cara produksi tahu juga memberikan pendampingan pelatihan strategi pemasaran tahu untuk memberikan solusi kepada pemilik tahu Putra Pagadungan Mandiri Jaya atas permasalahan yang ada dan umumnya kepada masyarakat kampung Pagadungan Desa Kertamanah, Kecamatan Sukasari.

2. METODE

Metode merupakan suatu prosedur atau tata cara mengetahui sesuatu yang mempunyai Langkah Langkah yang sistematis, sedangkan metode ilmiah adalah prosedur atau Langkah Langkah dalam mendapatkan pengetahuan yang disebut dengan ilmu. (Wawan, dkk. 2021)

Pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan ini menggunakan metode kualitatif, observasi lapangan, wawancara, dan studi dokumentasi. Tahapan atau langkah-langkah yang ditempuh dalam kegiatan PKM ini yaitu pendekatan Pelatihan dan partisipasi masyarakat. Pendekatan pelatihan kepada masyarakat diharapkan mampu memberikan data terkait permasalahan yang ada di masyarakat khususnya pada pemilik pabrik tahu Putra Pagadungan Mandiri Jaya Kampung Pagadungan Desa Kertamanah. Tahapan dalam pengabdian ini adalah pertama, melakukan pelatihan produksi tahu untuk ibu-ibu rumah tangga yang ada di lingkungan Kampung Pagadungan Desa Kertamanah. Kedua, memberikan pelatihan strategi pemasaran tahu pada pemilik tahu Putra Pagadungan Mandiri Jaya.

Bahan bahan yang diperlukan dan dipersiapkan dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini diantaranya:

- a. Kacang kedelai sebanyak 50 Kg.
- b. Kunyit 2 kg.
- c. Garam kasar 5 kg.
- d. Air Cuka 40 Liter

Sementara itu alat-alat yang diperlukan dan dipersiapkan dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini diantaranya:

- a. Bak atau tong besar,
- b. Tampah (nyiru),
- c. Kain saring atau kain blacu (kain bekas karung tepung),
- d. Kain pengaduk,
- e. Cetakan tahu,
- f. Keranjang,

- g. Tungku atau kompor,
- h. Alat penghancur atau mesin giling,
- i. Wajan.

Langkah-langkah pembuatan tahu melalui 4 tahapan sebagai berikut:

1. Pertama, kacang kedelai direndam selama 3 jam agar nantinya kacang mudah digiling.
2. Setelah direndam kacang kemudian digiling menggunakan penggiling kacang dan direbus selama 1 jam.
3. Saring tahu dan cetak diatas cetakan tahu lalu diamkan selama + 1 jam.

Warnai tahu dengan pewarna alami dari kunyit dengan cara merebus tahu kedalam air kunyit yang mendidih selama +30 menit. Langkah-langkah seperti yang terlihat pada Gambar 1 berikut ini:



(a)



(b)



(c)



(d)

Gambar 1. Langkah Pembuatan Tahu (a) Penggilingan Kacang Kedelai (b) Hasil Gilingan Dimasak + 1 Jam (c) Proses Penyaringan Kedelai (d) Hasil Tahu Setelah dicetak

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahu diproduksi dengan memanfaatkan sifat protein, yaitu akan menggumpal bila bereaksi dengan asam (cuka). Penggumpalan protein oleh asam cuka akan berlangsung secara cepat dan serentak di seluruh bagian cairan sari kedelai, sehingga sebagian besar air yang semula tercampur dalam sari kedelai akan terperangkap di dalamnya. Pengeluaran air yang terperangkap tersebut dapat dilakukan dengan memberikan tekanan. Semakin besar tekanan yang diberikan, semakin banyak air dapat dikeluarkan dari gumpalan protein. Gumpalan protein itulah yang kemudian disebut sebagai tahu. (Elsa Saleh dkk, 2020)

Proses pembuatan tahu Putra Pagadungan Mandiri Jaya terdiri atas beberapa tahapan yaitu perendaman, penggilingan, pemasakan, penyaringan dan pencetakan, serta pemberian pewarna alami dari kunyit dengan cara merebus tahu kedalam air kunyit yang mendidih selama +30 menit pemotongan. Proses pembuatan tahu menghasilkan limbah padat berupa ampas tahu dan limbah cair. Ampas tahu dapat dikonversikan sebagai bahan makanan ternak dan ikan serta oncom sedangkan limbah cair kini telah dimanfaatkan sebagai biogas dan minuman bagi ternak.

Strategi pemasaran memberikan arah dalam kaitannya dengan segmentasi pasar, identifikasi pasar sasaran, positioning dan bauran pemasaran. Bauran pemasaran (marketing mix) terdiri dari empat elemen yaitu produk, harga, promosi, tempat. (Moh Rusdi, 2019)

Inti dari pemasaran adalah memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Sasaran dari bisnis adalah menghantarkan nilai pelanggan untuk menghasilkan laba. Untuk penciptaan dan menghantarkan nilai dapat meliputi fase memilih nilai, fase menyediakan nilai, dan fase mengkomunikasikan nilai. Dalam strategi pemasaran ini ada empat strategi yang harus diperhatikan yaitu: strategi produk, strategi harga, strategi distribusi, dan strategi promosi. (Rochmani, 2014)

Strategi Produk

Produk: segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk menarik perhatian, pembelian, pemakaian, atau konsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk mencakup: objek fisik, pelayanan, orang, tempat, organisasi, dan gagasan.

Strategi Harga

Harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa, atau jumlah nilai yang konsumen pertukarkan untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa.

Strategi Distribusi

Saluran distribusi adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang dari produsen sampai ke konsumen atau pemakai industri. Lembaga-lembaga dalam penyaluran barang: produsen, perantara (pedagang atau agen), konsumen akhir atau pemakai industri.

Strategi Promosi

Dalam komunikasi pemasaran, perusahaan mencoba untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung mengenai produk dan jasa yang mereka jual.

Pra Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian yang dilakukan di Kampung Pagadungan Desa Kertamanah ini dipilih berdasarkan keadaan masyarakat terutama masih banyak ibu-ibu rumah tangga di lingkungan Kampung Pagadungan Rt.006 Rw.004 Desa Kertamanah Kecamatan Sukasari Kabupaten Purwakarta yang masih memiliki waktu luang yang dapat digunakan untuk membuat tahu sehingga dapat bernilai ekonomi.

Sebelum melakukan kegiatan terlebih dahulu pada tanggal 12 Juli 2022 tim pengabdian mendatangi kepala Desa Kertamanah yaitu Bapak Rahmat Iskandar untuk menyampaikan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang akan kami laksanakan nanti. Kemudian kami juga mendatangi pemilik pabrik tahu Putra Pagadungan Mandiri Jaya untuk meminta izin atas kegiatan pengabdian yang akan dilakukan oleh tim pengabdian selama 1

(satu) hari yaitu pada hari Kamis 14 Juli 2022. Selain untuk meminta izin, tim juga berkomunikasi mengenai ibu-ibu rumah tangga yang tinggal di Kampung Pagadungan untuk mengikuti pelatihan proses produksi tahu.

Pelaksanaan

Pada tanggal 13 Juli 2022 tim mengundang ibu-ibu rumah tangga di Majelis Taklim untuk mengadakan sosialisasi PKM dan pelatihan proses produksi tahu yang sebelumnya di sebar undangan melalui aparat dusun/desa sebanyak 30 orang. Kegiatan pelatihan proses produksi tahu dan strategi pemasaran dilaksanakan pada hari Kamis 14 Juli 2022, yang menjadi pemateri pada kegiatan pelatihan proses pembuatan tahu adalah Pak Dindin sebagai owner pabrik tahu Putra Pagadungan Mandiri Jaya dan Bapak Adriansah, M.Pd sebagai Dosen STAI DR KH EZ Muttaqien Purwakarta dibantu oleh tim dari mahasiswa.

Kegiatan diawali pembukaan oleh kepala dusun/desa setempat. Kemudian dilanjutkan dengan pemaparan proses produksi tahu mulai dari pengenalan bahan-bahan, alat-alat yang digunakan, dan tahapan-tahapan pembuatan tahu. Kegiatan dilanjutkan dengan pemaparan materi tentang strategi pemasaran sebagai solusi untuk meningkatkan pendapatan pabrik tahu. Kegiatan ini diikuti oleh 30 orang ibu-ibu rumah tangga kampung Pagadungan Desa Kertamanah Kecamatan Sukasari Purwakarta.

Dalam pemaparan materi yang disampaikan oleh Pak Dindin owner pabrik tahu Putra Pagadungan Mandiri Jaya menuturkan bahwa kegiatan produksi tahu dilakukan setiap hari kecuali hari jum'at, proses pembuatan dilakukan oleh 3 orang pegawai dengan tugas masing-masing. Proses pembuatan tahu ini berlangsung mulai pukul 04.00 dini hari hingga pukul 14.00 sore hari. Setelah jadi tahu pun siap dijual kepada pihak pendistribusi seharga 45.000/papan. Pihak pendistribusi akan menjajakan tahu ke berbagai kampung di Kecamatan Sukasari (kampung pagadungan, madang, cikahuripan, gunung buleud, kiara bandung) dan perbatasan Karawang- Purwakarta (kampung Cibayat). Untuk pendistribusian dilakukan oleh 4 orang dengan arah tujuan yang berbeda- beda.

Dalam sekali produksi dibutuhkan bahan bahan: 50 kg kacang kedelai, 2 kg kunyit, 5 kg garam kasar, dan 40 Liter air cuka. Untuk proses pembuatan tahu Pertama- tama kacang kedelai direndam selama 3 jam agar nantinya kacang mudah digiling. selanjutnya Setelah direndam kacang kemudian digiling menggunakan penggiling kacang dan direbus selama 1 jam. Kemudian Saring tahu dan cetak diatas cetakan lalu diamkan selama + 1 jam. Terakhir Warnai tahu dengan pewarna alami dari kunyit dengan cara merebus tahu kedalam air kunyit yang mendidih selama +30 menit. Hasil produksi rata- rata menghasilkan tahu sebanyak 240 bks tahu siap jual. Tahu ini bebas dari bahan pengawet makanan maka ketahanan nya hanya 2 hingga 3 hari saja.

Dari pemaparan pelatihan cara pembuatan tahu oleh owner pabrik tahu Putra Pagadungan Mandiri Jaya tersebut membuat peserta antusias dan semangat untuk mempelajari dan mencoba mempraktekkan hasil pelatihan tersebut. Ibu-ibu rumah tangga yang berkesempatan hadir pada kegiatan tersebut juga menyampaikan bahwa kegiatan tersebut sangat bermanfaat sekali terutama menambah wawasan dan juga membuka peluang usaha bagi mereka khususnya yang tinggal di Kampung Pagadungan Desa Kertamanah Kecamatan Sukasari Kabupaten Purwakarta. Mereka juga berharap ke depan ada pelatihan jenis usaha lain untuk kalangan ibu-ibu rumah tangga semisal kerajinan tangan dan sebagainya agar dapat menambah peluang pendapatan dan peningkatan taraf hidup perekonomian masyarakat setempat.

Setelah dilakukan pelatihan proses pembuatan tahu oleh pabrik tahu Putra Pagadungan Mandiri Jaya, dilanjutkan dengan pelatihan strategi pemasaran agar pihak owner pabrik tahu Putra Pagadungan Mandiri Jaya memiliki wawasan yang luas khususnya dalam menggunakan teknologi canggih hari ini dalam rangka meningkatkan penjualan tahu dan tentunya berefek pada laba yang dihasilkan dalam setiap produksi tahu.

Pada kesempatan pelatihan pemasaran Pak Adriansah sebagai dosen Prodi Ekonomi Syariah Kampus STAI DR KH EZ Muttaqien Purwakarta menyampaikan setidaknya ada lima

strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh owner Pabrik Tahu Putra Pagadungan Mandiri Jaya Kampung Pagadungan Desa Kertamanah Kecamatan Sukasari Kabupaten Purwakarta diantaranya: (1) Mempertahankan kualitas produk yang dimiliki dengan cita rasa yang dimiliki pabrik yaitu cita rasa yang alami tanpa pengawet yang memiliki nilai gizi yang tinggi untuk kesehatan karena salah satu pengganti protein hewani (2) Terus menjalin kerjasama yang baik dengan produsen kacang kedelai demi pemenuhan kebutuhan produksi pabrik (3) Meningkatkan kegiatan promosi dengan cara memposting di media sosial yang telah dilakukan oleh banyak orang dalam mempromosikan produknya (4) Memberikan kepercayaan kepada orang lain untuk mengelola usaha untuk membuka cabang-cabang pabrik di lain daerah (5) Melakukan perbaharuan terhadap mesin produksi agar produksi yang dijalankan menjadi lebih efektif.

Dari lima strategi pemasaran yang disampaikan pada pelatihan tersebut adalah sekaligus menjadi solusi alternatif yang dapat dilakukan oleh Pabrik Tahu Putra Pagadungan Mandiri Jaya Kampung Pagadungan Desa Kertamanah Kecamatan Sukasari Kabupaten Purwakarta untuk dapat bersaing dengan unit usaha jenis yang sama dan mengatasi kendala faktor jauh dari tempat pasar untuk menjual hasil produksi tahu yang ada di luar Desa Kertamanah Kecamatan Sukasari.

Permasalahan kedua yang dihadapi oleh Pabrik Tahu Putra Pagadungan Mandiri Jaya, yaitu harga kacang kedelai yang mengalami kenaikan sedangkan harga jual tetap. Kenaikan harga kedelai ternyata disebabkan oleh musim panen yang sudah lewat dan adanya praktek kerja sama sekelompok orang untuk mempermainkan harga kedelai yang berdampak pada kesulitan para pengrajin tempe dalam mempertahankan usahanya. Campur tangan pemerintah sangat dibutuhkan dalam menstabilkan harga kedelai. (Ines saraswati, 2019)

Harga kedelai yang meningkat mengakibatkan biaya produksi pun meningkat. Peningkatan biaya produksi akan berdampak pada hasil pendapatan, pendapatan yang diperoleh menurun, para produsen tahu kekurangan modal untuk membeli kedelai, padahal kedelai merupakan bahan baku utama yang harus digunakan dan mengambil porsi terbesar atas total biaya produksi. Peningkatan harga kedelai mengakibatkan tingkat laba yang diperoleh produsen tahu Putra Pagadungan Mandiri Jaya Kampung Pagadungan Desa Kertamanah Kecamatan Sukasari Kabupaten Purwakarta semakin menurun karena biaya yang dikeluarkan untuk produksi meningkat.

Pada kesempatan pelatihan strategi pemasaran tersebut tim pengabdian menyampaikan beberapa strategi kepada owner pabrik tahu Putra Pagadungan Mandiri Jaya Kampung Pagadungan Desa Kertamanah Kecamatan Sukasari Kabupaten Purwakarta agar usahanya tetap berjalan dan mendapatkan keuntungan, salah satu strategi yang dilakukan adalah dengan mengurangi ukuran tahu dan mengurangi penggunaan kedelai dengan mengganti kacang kedelai dengan kacang non kedelai (biji legum, kacang edamame, kacang tolo, kacang hijau, kacang kedelai hitam, kacang koro, dan biji lamtoro).

Pelatihan lainnya kami juga memberikan beberapa teori tentang strategi pemasaran kepada pengusaha tahu Putra Pagadungan Mandiri Jaya yang diharapkan dengan strategi ini pengusaha dapat meningkatkan penjualan dan menambah keuntungan usahanya, strategi yang dimaksud sebagai berikut:

1) Memodifikasi/membuat produk yang unik

seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi, kebutuhan konsumen pun ikut berubah, oleh karena itu, inovasi harus dilakukan secara berkala. Hal ini untuk membantu dalam persaingan pasar dan membuat pelanggan loyal terhadap produk yang dijual.

2) Menjadi *networker*

Networker adalah seseorang yang memiliki jaringan yang sangat luas dan memiliki sifat optimis dalam menjalankan bisnis. Jika kita bukanlah seorang *networker* yang kompeten, maka sekarang adalah waktu yang tepat bagi kita untuk belajar menjadi seorang *networker* sekaligus menjadi pelaku bisnis.

3) Menentukan STP

STP adalah singkatan dari *segmenting*, *targeting*, dan *positioning*. Dimana hal tersebut saling berhubungan satu sama lainnya. Untuk memasarkan UKM, kita harus menentukan segmentasi pasar (*segmenting*) yaitu dengan menempatkan konsumen dalam sub-kelompok di pasar produk, sehingga para pembeli memiliki tanggapan yang hampir sama dengan strategi pemasaran yang dilakukan. Setelah menentukan *segmenting* dan *targeting*, sekarang kita bisa menentukan posisi (*positioning*) produk yang merupakan kombinasi kegiatan pemasaran yang dilakukan manajemen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan setiap sasaran pasar.

4) Memanfaatkan E-commerce

E-commerce dalam dunia bisnis dapat mendukung pemotongan rantai distribusi, sehingga konsumen dapat memperoleh suatu produk dengan harga murah. Pemasaran produk dengan e-commerce memiliki beberapa manfaat antara lain, murah dan efisien, memiliki akses tanpa batas, dan memperpendek jarak distribusi produk. Dengan mempublish jenis-jenis produk tahu ke media online akan memudahkan promosi dan bisa meningkatkan hasil penjualan. Setiap orang akan mudah mendapatkan produk tersebut. Dari sisi pelanggan dimudahkan untuk mendapatkan kemudian dari sisi penjual juga dimudahkan untuk upaya penjualannya.

5) Konsisten

Konsisten adalah menjalankan strategi pemasaran merupakan hal penting. Selain kreatif, pelaku UKM juga dituntut untuk bisa terus konsisten dalam menjalankan strategi pemasaran yang dipilih. Hal ini penting karena kepercayaan konsumen akan terbangun apabila konsisten di bidang usaha yang digeluti dan menjadi seorang ahli di dalamnya.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, kegiatan tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini sangat bermanfaat baik untuk meningkatkan ilmu pengetahuan dan pengalaman di masyarakat.
2. Pengabdian kepada Masyarakat di usaha Pabrik tahu Kampung Pagadungan Desa Kertamanah Kecamatan Sukasari ini berupa pelatihan produksi tahu untuk kalangan ibu-ibu rumah tangga yang memiliki luang waktu untuk dapat menjadi peluang usaha dan pendapatan rumah tangga.
3. Pengabdian kepada Masyarakat ini juga memberikan pelatihan strategi pemasaran kepada pemilik pabrik tahu Putra Pagadungan Mandiri Jaya dalam rangka meningkatkan penjualan tahu dan tentunya berefek pada laba yang dihasilkan dalam setiap produksi tahu.
4. Mengatasi permasalahan tentang pemasaran tahu, ada lima strategi yang ditawarkan kepada pemilik pabrik tahu Putra Pagadungan Mandiri Jaya Kampung Pagadungan Desa Kertamanah Kecamatan Sukasari yaitu: (1) Mempertahankan kualitas produk yang dimiliki dengan cita rasa yang dimiliki pabrik yaitu cita rasa yang alami tanpa pengawet yang memiliki nilai gizi yang tinggi untuk kesehatan karena salah satu pengganti protein hewani (2) Terus menjalin kerjasama yang baik dengan produsen kacang kedelai demi pemenuhan kebutuhan produksi pabrik (3) Meningkatkan kegiatan promosi dengan cara memposting di media sosial yang telah dilakukan oleh banyak orang dalam mempromosikan produknya (4) Memberikan kepercayaan kepada orang lain untuk mengelola usaha untuk membuka cabang-cabang pabrik di lain daerah (5) Melakukan perbaharuan terhadap mesin produksi agar produksi yang dijalankan menjadi lebih efektif.

Untuk mengatasi permasalahan kenaikan harga kedelai sebagai bahan pokok pembuatan tahu, maka kami memberikan beberapa alternatif solusi diantaranya adalah dengan mengurangi ukuran tahu dan mengurangi penggunaan kedelai dengan mengganti

kacang kedelai dengan kacang non kedelai (biji legum, kacang edamame, kacang tolo, kacang hijau, kacang kedelai hitam, kacang koro, dan biji lamtoro).

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak Kampus STAI DR KH EZ Muttaqien yang telah memberi dukungan **finansial** terhadap pengabdian ini. Kami juga sampaikan ucapan terima kasih kepada seluruh jajaran Desa dan pemilik pabrik tahu Putra Pagadungan Mandiri Jaya Kampung Pagadungan Desa Kertamanah Kecamatan Sukasari Kabupaten Purwakarta yang telah memberikan dukungan dan kerjasama pada pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Elsa Saleh, dkk. (2020). Kajian Proses Pengolahan Tahu pada Industri Tahu Karya Mulia di Desa Labusa Kecamatan Konda Kabupaten Konawe Selatan. *Tekper: Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri Pertanian* Volume 1 Nomor 3: 185-190
- Hodijah, dkk. (2018). *Strategi Pemasaran Tahu Lampung "Cahaya Rasa"*, *Jurnal Agrijati* Vol 32 No 1, Januari 2018,
- Indra Masrin dan Lusyana Rachmi. (2019). Strategi Pemasaran Tahu Alami Lubuk Buaya Kota Padang. *JSMBI (Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia)* Vol. 9 No. 2 Desember Hal. 149-159
- Kurniadi, Ahmad. (2018). *Jurnal Implementasi Teknologi. Tepat Guna Kepada Masyarakat*, 2018. Diakses pada 16 september 2022).
- Laili, dkk. (2020). Strategi Pemasaran Tahu Pada Usaha Rumah Sindang Panjang Tanjung Sakti Pumi Kabupaten Lahat. *Jurnal Ekonomia*, Vol. 10 No.2 Juli 2020
- Rochmani, Suliantoro. (2014). Penerapan Iptek Bagi Kelompok Usaha Tahu di Semarang. *ABDIMAS* Vol. 18 No. 1, Juni 2014
- Rusdi Moh. (2019). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Genting Ud. Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis* Vol. 6 (2) 2019: 49-54
- Saraswati Ines. (2019). Strategi dan Dampak Kenaikan Harga Kedelai terhadap Laba Usaha Produsen Tempe di Desa Panggung. *Jurnal Humaniora Teknologi* Volume 5, Nomor 2, Oktober 2019
- Syukron, Susan. (2020). Teknologi Diversifikasi Produk Tahu di Desa Sumbersalak Kelurahan Kranjingan Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember Untuk Meningkatkan Pendapatan Rumah Tangga. *Warta Pengabdian*, Volume 14, Issue 1 (2020), pp.24
- Wawan, dkk. (2021). Pembinaan Nilai Tambah dan Pendapatan Melalui Tanaman Hidroponik di Desa Kalijati Kecamatan Jatisari Kabupaten Karawang. *SIVITAS*, Vol. 1. No. 2 Juli 2021, 61-69
- Wayan, dkk. (2020). Pemberdayaan Usaha Tahu Di Dusun Banda Desa Saba Kecamatan Blahbatuh Gianyar. *Logista-Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat* Vol 4. No.2 Tahun 2020 Hal: 78-85
- Wijaya, dkk. (2022). Pengembangan Usaha Kerajinan Ingke Melalui Pelatihan Pemasaran Modern (E-Marketing) dan Pembentukan Kelompok Usaha. *Wikrama parahita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Volume 6 Nomor 2, November 2022: 125-130