

**Strategi Marketing dan Perluasan Relasi Usaha  
sebagai Upaya Peningkatan Kesejahteraan  
(UMKM Keripik Tempe Ketik Desa Tawangrejo Takeran Magetan)  
(Maksimum 20 kata)**

**Anny Widiasmara<sup>1)</sup>, Moh. Ubaidillah<sup>2)</sup>**

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun  
email: [annywidiasmara@unipma.ac.id](mailto:annywidiasmara@unipma.ac.id)

<sup>2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun  
email: [mohubaidillah@unipma.ac.id](mailto:mohubaidillah@unipma.ac.id)

**Abstrak**

Industri UMKM di tanah air saat ini menghadapi situasi yang demikian sulit di tengah perubahan lingkungan bisnis yang semakin kompleks. Salah satu usaha yang mengalami suatu kendala pemasaran di zaman modern ini adalah pengusaha keripik tempe. Keripik tempe ketik merupakan salah satu produk olahan Home Industri yang berlokasi di Desa Tawangrejo Kecamatan Takeran Kabupaten Magetan. Permasalahan utama pelaku UMKM keripik tempe ketik adalah masih sempitnya wilayah pemasaran produk dan kurangnya pengetahuan mengenai strategi pemasaran di era milenial. Dengan demikian tim pengabdian masyarakat berupaya untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi melalui program sosialisasi dan pelatihan “Strategi Marketing Dan Perluasan Relasi Usaha Sebagai Upaya Peningkatan Kesejahteraan Pelaku UMKM Keripik Tempe Ketik Desa Tawangrejo Takeran Magetan”.

**Kata Kunci:** Strategi Marketing, Perluasan Relasi Usaha, Peningkatan Kesejahteraan Pelaku UMKM Keripik Tempe Ketik Desa Tawangrejo Takeran Magetan

**Abstract**

*The UMKM industry in the country is currently confront a difficult situation in the middle of business change. One of the businesses that experience a marketing obstacle in the modern times is Keripik Tempe Ketik entrepreneurs. Keripik Tempe Ketik is one of the home industry processed product located in Tawangrejo, Takeran, Magetan. The main problem of this business is limited area of product marketing and lack of knowledge about marketing strategies in the millennial era. The ABDIMAS team resolve the problem encountered through a socialization and training program “Marketing Strategy and Business Relations Expansion as an Effort to Improve the Welfare of UMKM Keripik Tempe Ketik Desa Tawangrejo Takeran Magetan”.*

**Keywords:** Marketing Strategy, Expansion of Business Relations, Improve the Welfare of UMKM Keripik Tempe Ketik Desa Tawangrejo Takeran Magetan.

## **A. PENDAHULUAN**

Perguruan tinggi merupakan kelanjutan pendidikan menengah yang diselenggarakan untuk mempersiapkan peserta didik untuk menjadi anggota masyarakat yang memiliki kemampuan akademis dan profesional yang dapat menerapkan, mengembangkan, dan menciptakan ilmu pengetahuan, teknologi dan kesenian (UU no 2 tahun 1989, pasal 16, ayat 1). Perguruan tinggi merupakan salah satu tempat pencetak generasi penerus yang nantinya akan membawa kemajuan bangsa. Oleh karena itu perguruan tinggi memiliki 3 prinsip pokok atau yang lebih dikenal dengan Tri Dharma Perguruan Tinggi, yang mana memuat pendidikan dan pengajaran, penelitian dan pengembangan, serta pengabdian masyarakat.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dibentuk untuk menyelesaikan permasalahan yang sedang dihadapi oleh masyarakat di suatu wilayah. Desa Tawangrejo Kecamatan Takeran Kabupaten Magetan merupakan salah satu desa yang memiliki potensi produksi tempe keripik yang cukup banyak, yaitu sebesar 50% dari jumlah bidang usaha produksi. Produksi tempe keripik tersebut dilakukan oleh ibu-ibu rumah tangga untuk menambah pendapatan. Adapun mayoritas produksi tempe keripik ini berada di dusun Longge. Meskipun termasuk dalam kategori bisnis rumahan, tetapi permintaan tempe keripik cukup banyak khususnya di warung makan, sedangkan yang memasuki pusat oleh-oleh masih sedikit jumlahnya. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu pengusaha tempe keripik ibu Tatik ( 38 tahun) mengatakan bahwa pemasaran produk tempe keripik Desa Tawangrejo hanya sebatas kecamatan Takeran dan beliau berharap pemasaran bisa menembus se- Karesidenan Madiun. Hal ini dikarenakan oleh kurangnya pengetahuan mengenai strategi pemasaran, sehingga belum mampu bersaing dengan produk keripik tempe dari Ngawi. Selain itu kurangnya wawasan mengenai pemanfaatan sosial media menjadi faktor kedua yang menyebabkan produk ini belum banyak dikenal masyarakat. Seiring perkembangan zaman dan teknologi, Persaingan pun telah menjadi kian ketat seiring dengan deras nya arus perdagangan bebas yang secara otomatis membuat kompetisi datang dari segala penjuru baik domestik, regional, maupun global. (Kartajaya, 2007:1).

Pemasaran perlu mendapat perhatian serius oleh UMKM keripik tempe ini, terutama didalam proses penetapan strategi pemasaran harus benar-benar matang dan mampu menembus pasar, dan perluasan strategi pemasaran yang dipilih agar dapat tepat sasaran. Apalagi dengan kondisi persaingan yang semakin ketat saat ini, kemampuan untuk menembus pangsa pasar akan mempengaruhi kelangsungan hidup UMKM itu sendiri. Berawal dari fenomena dan permasalahan tersebut kami membentuk program pengabdian masyarakat dengan judul “Strategi Marketing dan Perluasan Relasi Usaha Sebagai Upaya Peningkatan Kesejahteraan (UMKM Tempe Keripik Ketik Desa Tawangrejo Takeran Magetan) dengan tujuan untuk membentuk desa sentra produksi keripik tempe ketik dan memperluas jaringan pemasaran tempe keripik ketik. Dengan adanya program tersebut kami berharap mampu meningkatkan kesejahteraan pelaku UMKM tempe keripik di Desa Tawangrejo, Takeran, Magetan.

## **B. METODE**

Pelaksanaan kegiatan pengabdian dilaksanakan mulai dari tanggal 15 November sampai dengan 15 Desember 2019 bertempat di Desa Tawangrejo Takeran Kab. Magetan. Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilaksanakan menggunakan metode partisipatif meliputi:

### **1. Tinjauan Pustaka**

Mencari landasan teori dari pustaka baik media cetak maupun elektronik. Bekerjasama dengan Mitra Keripik Tempe Ketik Desa Tawangrejo Takeran Kab.Magetan.

### **2. Aksi Sosialisasi**

Tim pengabdi masyarakat melakukan aksi sosialisasi kepada jajaran perangkat desa,para pelaku usaha UMKM Keripik Tempe Ketik Desa Tawangrejo Takeran Kab.Magetan dan dosen pembimbing.

### **3. Pelaksanaan Program**

Tim pengabdi memberikan sosialisasi dan pelatihan strategi marketing dan perluasan relasi usaha kepada pelaku usaha UMKM Keripik Tempe Ketik Desa Tawangrejo Takeran Kab.Magetan.

Selanjutnya dilakukan kegiatan melalui monitoring dan evaluasi yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pemahaman mitra terhadap pelatihan-pelatihan yang dilakukan. Kegiatan program kemitraan masyarakat ini membutuhkan peran serta aktif dari pihak mitra. Adapun Partisipasi mitra yang dalam hal ini adalah pelaku usaha UMKM Keripik Tempe Ketik Desa Tawangrejo Takeran Kab.Magetan. adalah (1) menyediakan lokasi atau tempat diselenggarakannya diseminasi atau sosialisasi, (2) menyediakan instalasi listrik saat sosialisasi di dalam mengoperasikan alat bantu seperti LCD, Laptop dan sebagainya (3) Berperan aktif dalam kegiatan penyuluhan dan praktek selama kegiatan pengabdian berlangsung<sup>1,5]</sup>.

### **C. HASIL DAN PEMBAHASAN**

UMKM tempe ketik di adalah salah satu UMKM yang berada di desa Tawangrejo Kabupaten Magetan Provinsi Jawa Timur. UMKM keripik tempe ketik ini merupakan suatu usaha yang memproduksi keripik tempe ketik. Keunggulan dalam keripik tempe ini berasal dari pembuatan serta rasa yang berbeda dari keripik tempe lainnya.

Rincian Program Kegiatan pengabdian masyarakat adalah sebagai berikut :

#### **a. Perencanaan dan koordinasi**

Perencanaan kegiatan dilakukan dengan berkoordinasi antara tim pengabdian, pelaku usaha umkm keripik tempe, Dosen dan jajaran perangkat desa. Kegiatan yang akan dilaksanakan membutuhkan keterlibatan pelaku usaha produksi keripik tempe ketik berjumlah 15 orang. Selain jumlah personil yang dibicarakan dalam koordinasi juga membahas tentang kebutuhan yang perlu disiapkan seperti perlengkapan dan peralatan yang akan dibawa saat pelaksanaannya sekaligus pembagian *job disc* untuk mempermudah dalam pembagian tugas dan koordinasi. Seperti gambar dibawah ini



Gambar 1. Perencanaan dan koordinasi tm pengabdian, pelaku usaha keripik tempe dan perangkat desa

b. Survey

Survey lokasi dilakukan untuk meninjau lokasi yang akan dijadikan tempat memberikan penyuluhan kepada pelaku UMKM Kripik Tempe Ketik. Pelaksanaan survey dilakukan oleh tim pengabdian masyarakat dengan mengunjungi rumah pelaku usaha kripik tempe ketik yang ada di Desa Tawangrejo. Adapun hasil survey berupa perumusan masalah utama mitra yaitu kurang luasnya pemasaran produk.



Gambar 2. Survey lokasi pelaku usaha keripik tempe ketik



Gambar 3. Pembuatan keripik tempe ketik

c. Koordinasi dengan perangkat desa

Koordinasi dilakukan dengan perangkat Desa Tawangrejo pada tanggal 8 Desember 2019, yaitu dengan penyampaian surat permohonan ijin kegiatan abdimas dan pembicaraan teknis kegiatan. Koordinasi di koordinir oleh ketua tim pengabdian masyarakat. Hasil koordinasi ini berupa kesepakatan waktu pelaksanaan program pengabdian masyarakat,



Gambar 4. Koordinasi dengan perangkat Desa Tawangrejo

d. Pelaksanaan kegiatan

Pelaksanaan kegiatan di balai Desa Tawangrejo. Adapun susunan acara yang telah terlaksana adalah sebagai berikut : Persiapan dipimpin langsung oleh ketua tim pengabdian masyarakat di bantu oleh perangkat desa. Kegiatan persiapan dilakukan untuk mengkondisikan keadaan peserta pada saat kegiatan dilakukan di Desa Tawangrejo. Acara dibuka oleh Sekretaris Desa, yaitu bapak Assan yang diikuti oleh peresmian keripik tempe ketik Desa Tawangrejo. Acara inti berupa penyampaian materi mengenai “Strategi Marketing dan Perluasan Relasi Usaha Sebagai Upaya Peningkatan Kesejahteraan Pelaku UMKM Keripik Tempe Ketik” disampaikan oleh bu Anny widiasmara dan bapak Moh Ubaidillah selaku pembimbing kegiatan abdimas. Materi *social media marketing*, perluasan relasi usaha dan pencatatan keuangan disampaikan oleh tim pelaksana pengabdian masyarakat . Adapun jumlah peserta yang hadir sebanyak 12 orang yang terdiri atas 1 anggota perwakilan dari BKBD, 3 orang perwakilan dari PKK, dan 8 orang pelaku UMKM keripik tempe ketik. Peserta yang hadir sangat antusias dalam menerima materi hal ini ditandai dengan saling bertukar pendapat terkait penyelesaian masalah yang dihadapi oleh pelaku UMKM keripik tempe ketik desa Tawangrejo. Kemudian acara ditutup dengan penyerahan cinderamata kepada pelaku UMKM keripik tempe ketik yaitu berupa spatula dan serok untuk meningkatkan produktifitas keripik tempe ketik.



Gambar 5.pendataan pelaku usaha



Gambar 6. Pelaksanaan kegiatan pelatihan marketing dan perluasan usaha



Gambar 7. Pelatihan dibuka oleh sekretaris desa Tawangrejo

e. Keberlangsungan program

Program pengabdian masyarakat ini tidak hanya berhenti pada pemberian sosialisasi dan pelatihan, tetapi diikuti oleh perluasan relasi usaha dengan menjalin kerjasama mitra yaitu pusat oleh-oleh, toko kecil, dan warung makan. Salah satu pusat oleh-oleh yang telah menyepakati kerjasama ini adalah Pusat oleh-oleh Sekar Sari, sedangkan mitra lain berupa toko kecil dan warung makan di Jiwan. Selain itu penyebaran name card sentra produksi dilakukan oleh tim pengabdian masyarakat, pelaku UMKM keripik tempe ketik, dan perangkat desa.



Gambar 8. Menjaga keberlangsungan usaha dengan perluasan relasi usaha dengan menjalin kerjasama mitra yaitu pusat oleh-oleh, toko kecil, dan warung makan

#### D. SIMPULAN

Partisipasi masyarakat dalam meningkatkan profitabilitas penjualan Kripik Tempe Ketik ini dapat menjadikan Desa Tawangrejo lebih dikenal masyarakat sebagai “Desa Kripik Tempe Ketik” dalam rangka perwujudan desa mandiri. Dalam meningkatkan profitabilitas penjualan dan peningkatan kesejahteraan UMKM keripik tempe ketik, maka tim program pelatihan memberikan beberapa inisiatif antara lain:

1. Pelatihan dalam memasarkan Tempe Kripik Ketik dengan menggunakan sosial media sebagai perluasan relasi usaha
2. Melakukan pelatihan strategi marketing dan perluasan relasi usaha dan pencatatan laporan keuangan pada *home industry*

Berdasarkan hasil kegiatan ini, beberapa saran diantaranya:

1. Waktu pelaksanaan kegiatan pengabdian perlu ditambah agar tujuan kegiatan dapat tercapai sepenuhnya.

2. Kemampuan pelaku UMKM dalam menggunakan sosial media marketing sebagai perluasan usaha kurang dapat dilakukan dengan maksimal sehingga diperlukan pelatihan lebih lanjut.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Chandra, Gregorius. 2002. Strategi dan Program Pemasaran. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset

Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran Edisi III. Yogyakarta:CV. Andi Offset

[https://id.m.wikipedia.org/wiki/Tawangrejo,\\_Takeran,\\_Magetan](https://id.m.wikipedia.org/wiki/Tawangrejo,_Takeran,_Magetan)