

Pemberdayaan Ekonomi Ibu Rumah Tangga melalui Produksi Kripik Tempe di Desa Nambangrejo Sukorejo Ponorogo

Sintha Mawarni¹ Suad Fikriawan² Tsalits Maratun Nafiah³

¹ Institut Agama Islam Sunan Giri, Ponorogo, Indonesia

² Institut Agama Islam Sunan Giri, Ponorogo, Indonesia

³ Institut Agama Islam Sunan Giri, Ponorogo, Indonesia

Abstract

One of the villages in Sukorejo, Nambangrejo Village is one of the villages producing tempe chips. Community service activities in Nambangrejo Village take the form of community empowerment through economic empowerment of housewives through tempe production. This economic empowerment is due to business conditions that are not optimal, so it is necessary to provide economic empowerment for housewives through a product. The aim of this service is to improve the economy of housewives in Nambangrejo Village, Sukorejo District. The method used is the Asset Based Community Development (ABCD) method. Students realize this method by holding a Digital Marketing Workshop aimed at business people and youth in Nambangrejo Village, Sukorejo District, Ponorogo Regency.

Keywords

Community Potential, Housewife Economy, Product.

Corresponding Author

Sintha Mawarni

Institut Agama Islam Sunan Giri (INSURI) Ponorogo, Indonesia; mawarnisintaa@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Perempuan memiliki peran yang sangat beragam, dari mendidik, mengasuh anak hingga menuntut karir. Oleh karena itu, banyak IRT sekarang yang memerankan peran laki-laki yaitu menafkahi keluarga. Dari sinilah terlihat bahwa dunia kerja yang awalnya dianggap milik laki-laki, sekarang mulai bergeser dan mendapatkan penghuni baru yang namanya perempuan. Masalah atau persoalan yang dialami perempuan khususnya pada golongan berpenghasilan rendah, muncul karena terdapat hubungan dengan statusnya sebagai perempuan, sehingga diperlukan sebuah perhatian khusus dalam rangka meningkatkan partisipasi perempuan melalui proses pembangunan sosial dan ekonomi. Melihat dari persoalan yang dialami perempuan, diperlukan sebuah solusi yaitu berupa pemberdayaan ekonomi (Arlinda et al. 2021).

Pengabdian kepada masyarakat di Desa Nambangrejo, Kec. Sukorejo, Kab. Ponorogo bisa sangat bermanfaat, terutama mengingat latar belakang desa yang mayoritas penduduknya adalah petani dan beberapa warga beberapa warga berpotensi sebagai pengusaha kecil (Indahsari and Nurhidayati 2023). Desa Nambangrejo Kecamatan Sukorejo memiliki potensi yang signifikan untuk pengembangan ekonomi lokal berkat adanya banyak pelaku usaha. Desa Nambangrejo mayoritas penduduknya berprofesi sebagai petani, sehingga banyak warga berpenghasilan hasil bumi. Namun tak sedikit juga warga Desa Nambangrejo yang menjadi pelaku usaha mikro seperti pengrajin ganongan, topeng, tas kulit, dan salah

satunya adalah produksi kripik tempe. Program pendampingan yang melibatkan perangkat desa dan instansi perguruan tinggi dapat sangat bermanfaat. Dengan keikutsertaan mereka, desa dapat mengoptimalkan peran ibu-ibu rumah tangga, meningkatkan keterampilan mereka, dan mendorong inisiatif ekonomi lokal.

Pemberdayaan masyarakat adalah pendekatan yang fokus pada penguatan kapasitas individu dan komunitas untuk meningkatkan kualitas hidup mereka. Konsep ini bertujuan untuk memberikan wewenang, kepercayaan, dan kedaulatan kepada setiap anggota masyarakat, agar mereka bisa mengambil bagian aktif dalam perencanaan dan pelaksanaan kegiatan yang memengaruhi hidup mereka sendiri.

Kegiatan pemberdayaan ekonomi di home industry produk kripik tempe milik Ibu Listy dapat menjadi contoh yang sangat baik untuk meningkatkan ekonomi lokal, terutama bagi ibu-ibu rumah tangga. kandungan protein kedelai cukup tinggi sehingga kedelai termasuk ke dalam lima bahan makanan yang mengandung berprotein tinggi (Amorta and Nurhidajah 2020).

Pengembangan strategi pemasaran yang efektif sangat penting, terutama untuk produk industri rumah tangga. Strategi pemasaran adalah seperangkat tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memandu usaha pemasaran suatu perusahaan dari waktu ke waktu, pada semua tingkatan dan acuan serta lokasi, terutama respon terhadap lingkungan dan kondisi persaingan yang selalu berubah (Musyawarah and Idayanti 2022).

Dalam era globalisasi dan digitalisasi saat ini, pasar menjadi semakin kompetitif, dan perusahaan harus mampu beradaptasi dengan cepat untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang terus berubah (Rida and Retno 2022). Program pendampingan yang melibatkan berbagai pihak dapat memberikan dampak yang signifikan. Untuk mengoptimalkan pemberdayaan ibu-ibu rumah tangga di Desa Nambangrejo dan meningkatkan perekonomian keluarga (Naimah et al. 2020). Dengan demikian strategi pemasaran yang efektif harus mempertimbangkan beberapa aspek kunci untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Mengembangkan strategi pemasaran untuk usaha *home industry* di Desa Nambangrejo merupakan langkah penting untuk membantu usaha tersebut berkembang dan menjangkau pasar yang lebih luas. Mengingat tantangan yang dihadapi, seperti keterbatasan usia dan kurangnya pemahaman tentang media sosial, Pemasaran merupakan suatu proses dan manajerial yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain atau segala kegiatan yang menyangkut penyampaian produk atau jasa mulai dari produsen sampai konsumen (Rafi Nahjan, Nono Heryana, and Apriade Voutama 2023).

Strategi pemasaran yang efektif sangat penting untuk kesuksesan *home industry*. Mengembangkan produk berkualitas dan pemasaran yang tepat dapat meningkatkan kepercayaan konsumen. Penting untuk mengevaluasi lingkungan pasar, memanfaatkan media sosial, dan memahami kebutuhan pelanggan (Diah, Nawawi, and Mukmin 2021). Adapun pemberdayaan masyarakat ini menggunakan pendekatan *Asset*

Based Community Based (ABCD) yaitu sesuatu pendekatan yang menjadikan potensi sebagai kekuatan dalam pengembangan sebuah masyarakat. Melalui pendekatan pemberdayaan masyarakat berbasis *Asset Based Community Based* (ABCD).

Berdasarkan fakta yang ada dimasyarakat Desa Nambangrejo mempunyai usaha *home industry* dalam memasarkan usahanya masih dalam lingkup lingkungannya saja. Sehingga pada kesempatan pengabdian kepada masyarakat (KPM) kali ini, pengabdian memberikan sosialisasi strategi pemasaran dan pendampingan pengembangan strategi pemasaran dengan menitipkan produk (*posenal selling*) sehingga usaha tersebut akan berkembang dan dikenal masyarakat yang lebih luas.

Berdasarkan penelitian terdahulu, yang dilakukan Indah Sari, Dwi Septiani, dan Maulida, mencoba melihat dari segi pengolahan produk yang masih tradisional dan membuat hasil pengolahannya menjadi tinggi. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Arlinda tentang bagaimana peran seorang perempuan dalam mengembangkan usahanya. Untuk mengisi kekosongan ini, penulis tertarik untuk mengulas mengenai pemberdayaan ekonomi rumah tangga melalui usaha kripik tempe serta langkah pemberdayaan melalui strategi pemasaran menggunakan platform digital.

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dan keterampilan pelaku usaha industri rumah tangga dengan pemberdayaan ekonomi ibu rumah tangga melalui usaha kripik tempe serta strategi pemberdayaan melalui pelatihan manajemen bisnis, inovasi produk, dan teknik pemasaran, serta mendorong pemanfaatan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar. Dampaknya bagi masyarakat meliputi peningkatan ekonomi lokal melalui penciptaan lapangan kerja baru dan peluang usaha, yang pada gilirannya meningkatkan kesejahteraan keluarga dan komunitas setempat dengan akses yang lebih baik ke pendidikan, kesehatan, dan kebutuhan dasar lainnya.

2. METODE

Dalam melakukan kegiatan penelitian, maka digunakanlah sebuah pendekatan penelitian, salah satunya yaitu pendekatan kualitatif, yang mana pendekatan kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini. Pengertian dari penelitian kualitatif yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah (Arlinda et al. 2021). Kemudian, jenis pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu jenis penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain, secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Innuddin et al. 2023).

Penggunaan jenis penelitian kualitatif deskriptif dimaksudkan untuk memperoleh informasi mengenai pemberdayaan ekonomi Ibu-ibu rumah tangga melalui pemberdayaan kripiktempe di Desa

Nambangrejo, Kecamatan Sukorejo, Kabupaten Ponorogo, yang kemudian dideskripsikan mengenai hasil yang telah diperoleh. Lokasi dari penelitian ini yaitu di Desa Nambangrejo Kecamatan Sukorejo Kabupaten Ponorogo. Kemudian, subjek dari penelitian ini adalah pelaku usaha dan pemuda-pemuda Desa Nambangrejo. Pemilihan subjek penelitian dilakukan atas dasar kriteria yang dibuat oleh peneliti dan sesuai dengan kebutuhan data (purposive). Dalam melakukan pengumpulan data, peneliti menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Setelah data terkumpul maka langkah selanjutnya yaitu melakukan pengecekan terhadap keabsahan data yang dilakukan dengan teknik triangulasi dengan sumber. Kemudian, terdapat langkah-langkah dalam analisis data pada penelitian ini, yaitu pengumpulan data, reduksi data, display data, dan verifikasi dan penegasan kesimpulan.

Metode yang diterapkan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat yaitu menggunakan metode pendampingan Asset Based Community Development (ABCD) ini dengan memprioritaskan komunitas melalui penggunaan asset dan potenssi yang ditawarkan. Bertujuan untuk menggali potensi serta asset yang dimiliki wilayah tertentu (Andhita Risiko Faristiana et al.2023). Pendampingan kepada masyarakat khususnya produksi kripik tempe di Desa Nambangrejo yang memiliki usaha *home industry* mengenai manajemen dan konsep strategi pemasaran. Selain itu juga memberikan pendampingan pada pemasaran serta mempromosikan produk-produk usaha *home industry*. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan pada bulan Juli sampai Agustus 2024 bertempat di Desa Nambangrejo Kecamatan Sukorejo Kabupaten Ponorogo.

Dalam pendampingan masyarakat dengan metode ABCD, ada beberapa prinsip yang harus diperhatikan. Adapun prinsipnya adalah sebagai berikut; (Nadhir Salahuddin, 2015)

- a. Setengah Terisi lebih Berarti (Half Full Half Empty) adalah satu modal utama dalam program pengabdian terhadap masyarakat berbasis aset adalah merubah cara pandang masyarakat terhadap dirinya. Tidak hanya terpaku pada kekurangan dan masalah yang dimiliki. Tetapi memberikan perhatian kepada apa yang dipunyai dan apa yang dapat dilakukan.
- b. Semua Punya Potensi (Nobody Has Nothing) Dalam konteks ABCD, prinsip ini dikenal dengan istilah 'Nobody has nothing'. Setiap manusia terlahir dengan kelebihan masing- masing. Tidak ada yang tidak memiliki potensi, walau hanya sekedar kemampuan untuk tersenyum dan memasak air. Semua berpotensi dan semua bisa berkontribusi.
- c. Partisipasi (Participation) Partisipasi adalah suatu keterlibatan mental dan emosi seseorang kepada pencapaian tujuan dan ikut bertanggung jawab di dalamnya. Partisipasi berarti peran yang sangat urgen terhadap masyarakat untuk meningkatkan perekonomian baik dalam bentuk pernyataan maupun dalam bentuk kegiatan dengan memberi masukan pikiran, tenaga, waktu, keahlian, modal dan atau materi, serta ikut memanfaatkan dan menikmati hasil -hasil pembangunan.
- d. Kemitraan (Partnership) Partnership merupakan salah satu prinsip utama dalam pendekatan pengembangan masyarakat berbasis aset (Asset Based Community Development). Partnership

merupakan modal utama yang sangat dibutuhkan dalam memaksimalkan posisi dan peran masyarakat dalam pembangunan yang dilakukan. Hal itu dimaksudkan sebagai bentuk pembangunan dimana yang menjadi motor dan penggerak utamanya adalah masyarakat itu sendiri (community driven development).

- e. Penyimpangan Positif (Positive Deviance), Positive Deviance atau (PD) secara harfiah berarti penyimpangan positif. Secara terminologi positive deviance (PD) adalah sebuah pendekatan terhadap perubahan perilaku individu dan sosial yang didasarkan pada realitas bahwa dalam setiap masyarakat meskipun bisa jadi tidak banyak terdapat orang-orang yang mempraktekkan strategi atau perilaku sukses yang tidak umum, yang memungkinkan mereka untuk mencari solusi yang lebih baik atas masalah yang dihadapi daripada rekan-rekan mereka.
- f. Berawal Dari Masyarakat (Endogenous) Endogenous dalam konteks pembangunan memiliki beberapa konsep inti yang menjadi prinsip dalam pendekatan pengembangan dan pemberdayaan masyarakat berbasis asset-kekuatan.
- g. Menuju Sumber Energi (Heliotropic) Energi dalam pengembangan bisa beragam. Di antaranya adalah mimpi besar yang dimiliki oleh masyarakat, proses pengembangan yang apresiatif, atau bisa juga keberpihakan masyarakat yang penuh totalitas dalam pelaksanaan program.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemberdayaan Ekonomi Ibu Rumah Tangga Melalui Produksi Kripik Tempe Di Desa Nambangrejo Kecamatan Sukorejo

Sebagaimana dijelaskan sebelumnya, Metode Asset-Based Community Development (ABCD) adalah pendekatan yang sangat efektif dalam pemberdayaan masyarakat. ABCD fokus pada kekuatan dan potensi yang sudah ada dalam komunitas, daripada hanya mengidentifikasi kebutuhan dan kekurangan. Dalam konteks pemberdayaan ibu-ibu rumah tangga melalui industri kecil, metode ini dapat sangat membantu dalam mengoptimalkan sumber daya yang ada (Utari and Nurhidayati 2023). Pelaksanaan Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM) 2024, peneliti melakukan wawancara dan juga observasi dengan ikut berpartisipasi secara langsung dalam pembuatan produk kripik tempe. Adapun hasil wawancara dengan ibu Listy sebagai pemilik usaha kripik tempe adalah:

Seperti yang telah dipaparkan pada latar belakang penelitian, bahwa mayoritas penduduk Desa Nambangrejo berpotensi di bidang petani dan pelaku usaha seperti industri topeng, industri ganongan, tas kulit. Sementara minoritas khususnya ibu rumah tangga berpotensi sebagai pelaku usaha kripik tempe seperti Bu Listy. Dari sinilah menggambarkan bahwa potensi tersebut menjadi prioritas utama bagi kehidupan di Desa Nambangrejo dan dijadikan sebagai sebuah mata pencaharian untuk menompang ekonomi masyarakat.

Oleh karena itu, dari potensi tersebut sebagian masyarakat Desa Nambangrejo menggunakan komoditas yang bernilai ekonomis. Di Desa Nambangrejo ada sekitar enam ibu rumah tangga yang

memproduksi kripik tempe baik skala kecil maupun skala besar. Dari sini dapat disimpulkan bahwa peran ibu rumah tangga mulai bergeser, tidak lagi hanya bekerja di sektor domestik (mendidik dan mengurus rumah) tetapi juga di sektor lain seperti membuka usaha, salah satunya produksi kripik tempe.

Dari sini penulis akan memberikan penjelasan spesifik terkait dengan proses produksi dan distribusi yang dilakukan oleh Bu Listy. Proses produksi kripik tempe di Desa Nambagrejo pada dasarnya sama dengan proses produksi tempe pada umumnya, yaitu dilakukan dengan cara: pertama, menyiapkan bahan baku dari kedelai yang di cuci bersih kemudian di kasih ragi dan di bungkus menjadi beberapa plastik. Dalam waktu 1-2 hari kedelai tersebut akan berubah menjadi tempe. Akan tetapi cuaca juga mempengaruhi proses implementasi kedelai menjadi tempe. Jika cuaca lembab kedelai tersebut bisa jadi memerlukan waktu 2-3 hari untuk menjadi tempe. Begitu pula sebaliknya, jika cuaca panas bisa jadi kedelai tersebut 1 hari sudah menjadi tempe.

Kedua, cara penggorengan kripik tempe pun unik. Setelah tempe di potong tipis-tipis, panaskan minyak hingga panas, sambil menunggu minyak panas bisa di selingi dengan membuat bumbu, bumbu tersebut antara lain bawang putih, garam, penyedap rasa yang di haluskan dan di campur dengan air. Setelah minyak panas, tempe di celupkan kedalam bumbu satu persatu. Jadi tidak semua di rendam dengan bumbu, melainkan di celupkan satu persatu. Kemudian penggorengan pertama semua tempe harus terkena minyak, penggorengannya pun hanya setengah matang. Setelah itu di angkat dan tunggu agar sedikit dingin. Disisi lain tempe setengah matang tersebut harus di pisahkan, tidak boleh ada yang lengket antara tempe satu dengan tempe yang lain agar ketika penggorengan kedua bisa maksimal. Untuk penggorengan pertama di butuhkan waktu 8-10 menit. Tempe penggorengan pertamapun bisa di stok atau bertahan lama, paling lama 4-5 hari. Untuk penggorengan kedua, di goreng hingga krispi. Biasanya memerlukan waktu 5-10 menit.



Gambar 1. Wawancara bersama Pelaku Usaha dan Penggorengan Kripik Tempe

Selanjutnya tahap pengemasan, sebelum produksi tempe Bu Listy berkembang pesat, beliau hanya mengemas dalam plastik kecil seharga 1000 Rupiah. Akan tetapi dengan ide-ide, inovasi-inovasi baru yang menjadikan produksi tempe kripik beliau berkembang dari sebelumnya, beliau mulai

pengemasan dalam bentuk kiloan dengan harga Rp 50.000 perkilonya. Dalam proses pendistribusian atau penjualan, dulu Bu Listy hanya menitipkan kripik tempe ke pedagang sayur dan toko-toko biasa,

setelah usaha beliau berkembang Bu Listy memasarkan kripik tempe ke pasar-pasar besar yang ada di Ponorogo seperti Pasar Legi, Pasar Sumoroto, dan Pasar Bantarangin. Beliau juga pemasok kripik tempe ditoko jajan kiloan salah satunya adalah toko Aman depan Pasar Legi. Tidak hanya itu, Bu Listy juga melayani pemesanan luar luar kota seperti di Kalimantan, Sulawesi, Sumatra, dan daerah lainnya, bahkan luar negeri, seperti Hongkong dan Taiwan. Biaya pengiriman pun di bebaskan kepada pembeli. Hal tersebut membuat Bu Listy semakin semangat dalam meningkatkan penjualan kripik tempe.

Berbicara tentang pemberdayaan ekonomi tidak lepas dari peran seorang ibu rumah tangga dalam mengembangkan usahanya. Bu Listy tidak mempekerjakan buruh, beliau menggarap usahanya bersama anak dan suaminya. Mencuci dan membungkus kedelai adalah bagian suami dan beliau, tapi jika memotong dan mengemas tempe bisa di bantu oleh anaknya. Dari pembagian tugas tersebut bisa disimpulkan bahwa laki-laki mengerjakan pekerjaan yang lebih berat di dibandingkan perempuan, sedangkan perempuan yang di nilai lebih telaten dalam hal pengemasan, dinilai dari kerapian, penataan, dan lain-lain.

Pemberdayaan ekonomi ibu rumah tangga melalui produksi tempe di Desa Nambangrejo dapat diuraikan menggunakan analisis Longwe atau biasa disebut dengan kriteria pembangunan perempuan (Women's Empowerment Criteria atau women's Development Criteria), adalah suatu teknik analisis yang dikembangkan sebagai metode pemberdayaan ibu rumah tangga dengan lima kriteria analisis yang meliputi: kesejahteraan, akses, kesadaran kritis, partisipasi, dan kontrol. Dalam kacamata analisis Longwe, dapat dijelaskan sebagai berikut:(Arlinda et al. 2021).

a. Dimensi Kesejahteraan

Dimensi ini merupakan tingkat kesejahteraan material yang diukur dari tercukupinya kebutuhan keluarga seperti makan dan penghasilan yang dinikmati oleh keluarga. Dalam konteks pemberdayaan ibu rumah tangga melalui usaha kripiktempe dianggap memberikan kesejahteraan bagi keluarganya.karena dengan modal 348.000 rupiah beliau akan mendapat laba bersih kisaran 300.000 rupiah. Itu jika bahan tempe beli langsung kepada produsen. Jika Bu Listy membuat bahan sendiri akan lebih mendapatkan keuntungan laba. Maka dari itu beliau memilih untuk membuat bahan bakal tempe kripik sendiri.

b. Dimensi Akses

Tingkat produktivitas ibu rumah tanggayang rendah dapat disebabkan oleh keterbatasan akses terhadap faktor produksi. Akses ibu rumah tangga terhadap pendidikan, informasi, dan terhadap pelatihan keterampilan menyebabkan mereka kurang dapat melakukan kegiatan ekonomi produktif. Oleh karena itu adanya pemberdayaan ekonomi ibu rumah tangga di Desa Nambangrejo mampu mengembangkan aspek ekonomi.

c. Dimensi Kesadaran Kritis

Kesenjangan gender di tingkat ini disebabkan adanya anggapan bahwa posisi sosial ekonomi perempuan yang lebih rendah dari laki-laki dan pembagian kerja tradisional adalah bagian dari tatanan abadi. Namun dengan munculnya pemberdayaan ibu rumah tangga melalui produk kripik tempe ini justru akan merombak tatanan yang seolah bersifat abadi tersebut. Dimana, perempuan tidak lagi hanya mendidik dan mengatur urusan domestik, khususnya dalam hal pengembangan produksi kripik tempe. Ada kerjasama yang dilakukan antara laki-laki dan perempuan dengan bagian pekerjaan yang telah terbentuk.

d. Dimensi Partisipasi

Tidak sedikit ibu rumah tangga yang langsung dapat mengembangkan usahanya, terutama dalam memproduksi kripik tempe. Bu Listy mengatur segala sesuatu yang berhubungan dengan pemberdayaan kripik tempe miliknya. Meskipun beliau masih membutuhkan peran suami dalam hal pemroduksian, tetapi mayoritas pengembangan dilakukan oleh beliau.

e. Dimensi Kontrol

Kesejangan gender di tingkat ini terlihat dari adanya hubungan kuasa yang timpang antara laki-laki dan perempuan. Ini bisa terjadi di tingkat rumah tangga, komunitas, dan tingkatan yang lebih luas lagi. Namun, dalam konteks pemberdayaan ekonomi ibu rumah tangga dalam mengembangkan produksi kripik tempe, hubungan yang terjalin antara laki-laki berbentuk sejajar dan saling membutuhkan seperti laki-laki bekerja pada bagian produksi, sedangkan perempuan bekerja pada bagian mencetak dan mengemas, atau bahkan hingga terjun ke pemasaran.

Langkah Pemberdayaan Melalui Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Platform Digital

Mengamati perubahan paradigma dalam pemasaran, khususnya melalui evolusi digital marketing, menyoroti transformasi tak terhindarkan bagi UMKM dalam berinteraksi dengan pasar. Paradigma pemasaran yang berubah memberi ruang bagi peninjauan mendalam tentang bagaimana digital marketing mengubah lanskap bagi UMKM secara keseluruhan. Transformasi ini meliputi pandangan baru terhadap konsep pemasaran dan pengembangan akses pasar yang lebih luas, seiring dengan upaya meningkatkan keterlibatan serta personalisasi pesan kepada konsumen. Digital marketing memperluas spektrum pemasaran, memungkinkan UMKM memahami konsumen lebih dalam melalui analitik digital, serta mengadaptasi strategi pemasaran dengan lebih tepat dan efektif. Lebih jauh, platform digital membuka akses ke pasar baru yang sebelumnya sulit dijangkau, memungkinkan UMKM meraih audiens yang lebih luas secara lokal maupun global (Sifwah et al. 2024). Oleh karena itu kita sebagai mahasiswa ingin membantu para pelaku usaha untuk mengembangkan usahanya melalui platform digital.

Jumlah Peserta Workshop Digital Marketing

Peserta Workshop Digital Marketing adalah sejumlah 18 orang yang terdiri dari pelaku usaha dan pemuda karangtaruna Desa Nambangrejo, 18 peserta sangat antusias dalam mengikuti pelatihan.

Disisi lain para pelaku usaha ingin belajar terkait pasar online.

Ketercapaian tujuan pelatihan

Membekali masyarakat yang mayoritas sebagai petani untuk menambah ketrampilan dan pengetahuan dalam mengelola usaha, memperluas wawasan pelaku usaha bahwa penjualan bisa dilakukan tidak hanya lewat pasar offline, mereka juga bisa melakukan jual beli lewat pasar online.

Kemampuan peserta dalam melakukan praktik

Peserta yang mayoritas pemuda karang taruna dan waktu pelaksanaan sangat singkat dan praktik yang dilakukan sangat mudah karena hanya membutuhkan hp dan internet, sehingga masyarakat mudah dipahami. Evaluasi setelah melakukan praktik kepada pelaku usaha, Khususnya Bu Lizty. Beliau sangat senang karena merasa mendapat wawasan baru, dari cara pengemasan kripik tempe maupun cara pemasarannya. Beliau mengatakan bahwa salah satu media sosial bisa membantuu pemasaran kripik tempe produksi Bu Listy, walaupun yang memasarkan anaknya, karena keterbatasan pengetahuan beliau dalam mengelola media sosial.

Faktor pendukung dan faktor penghambat kegiatan

Berdasarkan evaluasi pelaksanaan dan hasil kegiatan dapat diketahui faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan progam pengabdian masyarakat. Faktor pendukungnya adalah pembuatan kripik tempe yang sangat mudah sehingga siapapun bisa membuat bakal kripik tempe, lokasi Bu Listy juga sangat strategis hingga sangat mudah dijangkau oleh konsumen. Sedangkan faktor penghambatnya adalah beberapa masyarakat Desa Nambangrejo adalah pelaku usaha, selain banyak pembuatan ganongan di Desa Nambangrejo khususnya Dukuh Mirah Lor juga banyak yang memproduksi kripik tempe.

4. KESIMPULAN

Melalui pemberdayaan kripik tempe ini dapat meningkatkan ekonomi ibu rumah tangga, dari situ dapat disimpulkan bahwa peran seorang ibu rumah tangga tidak hanya mengurus rumah, akan tetapi bisa mengembangkan ide untuk berusaha. Serta dengan adanya workshop digital marketing para pelaku usaha seperti Bu Listy dapat memahami bagaimana strategi mengembangkan usaha melalui platform digital.

REFERENSI

- Amorta, Diksy Zeta, and Nurhidajah Nurhidajah. 2020. Sifat Kimia Dan Sensori SerbukBeras Hitam Dengan Variasi Metode Pemasakan Dan Penambahan Bubuk Kedelai. *Jurnal Pangan dan Gizi* 10 (1): 64. <https://doi.org/10.26714/jpg.10.1.2020.64-77>.
- Andhita Risko Faristiana, Afif Nur Fadhila, Nadila Eka Watiningtyas, and Salsabila Fabiyana. 2023. ,Pendampingan Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Pada UMKM Bolu Telur Crispy. *Sejahtera: Jurnal Inspirasi Mengabdikan Untuk Negeri* 2 (4): 120–34. <https://doi.org/10.58192/sejahtera.v2i4.1315>.
- Arlinda, Arlinda, Denayu Grandis, Desi Ika Sari, Dian Dwi Lestari, Elsa Firda Yustika, and Elya Kurniawati. 2021. ,Pemberdayaan ekonomi perempuan melalui pengembangan Industri Rumah Tangga (IRT) Rengginang. *Jurnal Integrasi dan Harmoni Inovatif Ilmu-Ilmu Sosial* 1 (5): 646–57. <https://doi.org/10.17977/um063v1i5p646-657>.
- Diah, Rodhiah Diah, M Tony Nawawi Tony Nawawi, and Toto Muji Mukmin Muji Mukmin. 2021. ,Entrepreneurship: Strategi Pemasaran Dan Pengembangan Produk Usaha Rumah Batik Setu Di Tangerang Selatan. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia* 3 (2). <https://doi.org/10.24912/jbmi.v3i2.9511>.
- Indahsari, Dwi Septiyani, and Maulida Nurhidayati. 2023. ,Pemberdayaan Ekonomi Ibu-Ibu Rumah Tangga di Desa Menang Kecamatan Jambon Melalui Inovasi Produk Madumongso, *Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4 (1): 5–12.
- Innuddin, Muhammad, Dedy Febry Rachman, Ahmad Fathoni, and Samsul Hadi. 2023. ,Sosialisasi Internet Sehat, Cerdas, Kreatif Dan Produktif Pada Masyarakat Kalijaga Baru` 1 (3).
- Musyawah, Irdha Yanti, and Desi Idayanti. 2022. ,Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju` 1 (1).
- Naimah, Rahmatul Jannatin, Muhammad Wahyu Wardhana, Rudi Haryanto, and Agus Pebrianto. 2020. ,Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action* 2 (2): 119–30.
- Rafi Nahjan, Muhammad, Nono Heryana, and Apriade Voutama. 2023. ,Implementasi Rapidminer Dengan Metode Clustering K-Means Untuk Analisa Penjualan Pada Toko Oj Cell. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)* 7 (1): 101–4. <https://doi.org/10.36040/jati.v7i1.6094>.
- Rida, Aulia, and Kusumastuti Retno. 2022. ,Pemberdayaan Masyarakat Bidang Pendidikan, Kewirausahaan, Dan Lingkungan Di Kampung Parumasan Kota Serang. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement* 3 (1): 71–84.
- Sifwah, Mudrika Aqillah, Zidna Zaena Nikhal, Anggi Puspita Dewi, Neuneu Nurcahyani, and Ratna Nur Latifah. 2024. ,Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. *MANTAP: Journal of Management Accounting, Tax and*

Utari, Ervina Duwi, and Maulida Nurhidayati. 2023. ,Meningkatkan Omzet Penjualan Keripik Tempe 'Wicontris' dengan Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Promosi di Desa Widorokandang Kecamatan Sidorejo Kabupaten Magetan,' *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2 (1):

