

## **Pembentukan Kelompok Usaha Bersama (KUB) dan Peningkatan UKM Kelurahan Sambirejo, Kecamatan Gayamsari, Kota Semarang**

**Djoko Santoso<sup>1</sup>, Indarto<sup>2</sup>, Sri Haryati<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Universitas Semarang

<sup>1</sup>[djoko\\_hw@usm.ac.id](mailto:djoko_hw@usm.ac.id)

*Received: 13 Juli 2020; Revised: 21 Januari 2021; Accepted: 15 Juni 2022*

### **Abstract**

*Community Service Activities targeted at SME entrepreneurs in Thematic Village tempe Sambirejo Village - Gayamsari District Semarang City, this activity is a request from small entrepreneurs in the Sambirejo Village, which should have been present as many as 25 small entrepreneurs, but due to the condition of the Covid 19 pandemic, then the activities are only carried out for small entrepreneurs who are truly interested and want to develop their businesses, so only 4 selected culinary small entrepreneurs and implementation in the USM FTP Food Laboratory Room. The socialization materials given to small entrepreneurs are in the form of the importance of forming a Joint Business Group for small entrepreneurs and the socialization of marketing culinary products. While training makes diversifying products from the main ingredients of tempe, namely making nuggets of tempe and wedang tempe. One of the benchmarks of the success of community service activities, is the emergence of interests of penguaha wanting to form a Joint Business Group with evidence from questions of the desire to have a joint business group. While the benchmark for the socialization of culinary product marketing is the desire of the target group to ask many questions about marketing. The training and practice of producing food nuggets and wedang tempe drinks, the participants were very enthusiastic trying to practice guided by the team, carried out with great enthusiasm. As a result of community service, the trainees better understand and know the importance of the Joint Business Group in an effort to improve their business and better understand some ways of marketing culinary products in conditions of increasingly strong competition among entrepreneurs, as well as the results of the training to make Tempe Nugget and Wedang Tempe to be developed with more varied.*

**Keywords:** *joint business group; tempe product diversification; marketing techniques*

### **Abstrak**

Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat dengan sasaran masyarakat pengusaha UKM di Kampung Tematik tempe Kelurahan Sambirejo – Kecamatan Gayamsari Kota Semarang, Kegiatan ini merupakan permintaan dari para pengusaha kecil di Kelurahan Sambirejo, yang seharusnya yang hadirkan sebanyak 25 pengusaha kecil, namun karena kondisi adanya pandemi Covid 19, maka kegiatannya hanya dilakukan bagi pengusaha kecil yang benar benar berminat dan mau mengembangkan usaha, maka dipilih hanya 4 orang pengusaha kecil kuliner dan pelaksanaan di Ruang Laboratorium Pangan FTP USM. Materi sosialisasi yang diberikan kepada pengusaha kecil berupa pentingnya pembentukan Kelompok Usaha Bersama bagi para pengusaha kecil dan sosialisasi pemasaran produk kuliner. Sedangkan pelatihan membuat diversikan produk dari bahan utama tempe

## **Pembentukan Kelompok Usaha Bersama (KUB) dan Peningkatan UKM Kelurahan Sambirejo, Kecamatan Gayamsari, Kota Semarang**

Djoko Santoso, Indarto, Sri Haryati

---

yaitu membuat nugget tempe dan wedang tempe. Salah satu tolok ukur keberhasilan kegiatan pengabdian masyarakat itu, adalah munculnya minat para pengusaha ingin membentuk Kelompok Usaha Bersama dengan dibuktikan dari pertanyaan-pertanyaan keinginan memiliki kelompok usaha bersama. Sedangkan tolak ukur sosialisasi pemasaran produk kuliner adalah adanya keinginan dari kelompok sasaran mengajukan banyak pertanyaan mengenai pemasaran. Pelatihan dan praktek memproduksi makanan nugget dan minuman wedang tempe, para peserta pelatihan antusias sekali mencoba mempraktekkan dengan dipandu oleh tim, dilakukan dengan sangat antusias. Hasil pengabdian kepada masyarakat, para peserta pelatihan lebih memahami dan mengetahui pentingnya Kelompok Usaha Bersama dalam upaya meningkatkan usahanya serta lebih memahami beberapa cara pemasaran produk kuliner dalam kondisi persaingan yang semakin kuat diantara para pengusaha, serta hasil pelatihan membuat Nugget Tempe dan Wedang Tempe akan dikembangkan dengan semakin bervariasi.

**Kata Kunci:** kelompok usaha bersama (KUB), diversifikasi produk tempe, teknik pemasaran

### **A. PENDAHULUAN**

Kelurahan Sambirejo merupakan salah satu wilayah Kecamatan Gayamsari Kota Semarang dengan luas wilayah kurang lebih 85 Ha, dengan batas wilayah Sebelah Barat sungai banjir kanal barat, sebelah utara wilayah kelurahan Sawah Besar, sebelah timur kelurahan Siwalan dan sebelah selatan kelurahan Pandean Lamper. Dengan Jumlah Penduduk sampai bulan April 2019 berjumlah: 8.345 jiwa, dengan Jumlah Kepala Keluarga (KK): 2.026 KK dan tersebar di 52 RT dan 9 RW. Dimana salah satu wilayah RW yaitu RW 7 telah ditetapkan sebagai Kampung Tematik Produksi Tempe.

Usaha Mikro Kecil Menengah dilakukan masyarakat di Kelurahan Sambirejo Kecamatan Gayamsari sangat bervariasi jenisnya ada usaha kuliner, kelontong, produksi tempe, bakso, mie ayam dan sebagainya. Namun kegiatan usaha ini masing dijalankan secara mandiri dan belum memanfaatkan kelompok usaha. Meskipun di kelurahan Sambirejo Kecamatan Gayamsari Kota Semarang sudah pernah dibentuk Kelompok Usaha Bersama namun secara organisasi belum pernah dijalankan secara organisasi. Kelompok Usaha Bersama (KUB) yang merupakan program asistensi kesejahteraan sosial keluarga. Kegiatan ini merupakan program pemberdayaan

masyarakat untuk penanggulangan kemiskinan melalui bantuan dan jaminan sosial dengan melibatkan pendampingan sosial (Suharto, 2005). Bila Kelompok Usaha Bersama yang pernah dibentuk bisa diaktifkan kegiatan organisasinya dapat membantu para pengusaha kecil untuk berkembang dan kemajuan usaha, apa lagi bila dilihat secara geografi wilayah kelurahan Sambirejo Kecamatan Gayamsari Kota Semarang memiliki pusat kegiatan sebagai potensi pasar seperti Masjid Agung, dekat dengan universitas yang memiliki banyak mahasiswa yaitu UPGRIS dan USM dan merupakan potensi pasar produk kuliner.

Oleh karena itu diperlukan pemahaman mendalam pentingnya Kelompok Usaha Bersama dalam upaya meningkatkan usaha kecil, maka perlu diaktifkan kembali semangat para pengusaha kecil untuk bergabung dan aktif di dalam Kelompok Usaha Bersama dan faktor-faktor yang menghambat program pemberdayaan masyarakat Kelompok Usaha Bersama di Kelurahan Sambirejo-Kecamatan Gayamsari Kota Semarang. Disamping itu pelunya para pengusaha kecil diberikan pemahaman dan pengetahuan cara memasarkan produk kuliner yang tepat sararan sehingga akan dapat meningkatkan omset penjualannya, dengan didukung dengan pemberian latihan membuat

produk diversifikasi kuliner dari bahan baku dari tempe yang diproduksi oleh kampung tematik tempe, sehingga tidak akan kekurangan bahan baku.

Dalam upaya peningkatan usahanya masih banyak menemui berbagai kendala diantaranya adalah: (1) belum aktifnya Kelompok Usaha Bersama yang mampu membangun kerjasama untuk pembinaan pengembangan usaha; (2) belum optimalnya diversifikasi produk kuliner yang menggunakan bahan baku tempe yang diproduksi oleh Kampung Tematik Produksi Tempe; dan (3) belum optimalnya dalam melakukan kegiatan pemasaran.

Berdasarkan masalah tersebut Tim Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Semarang memandang perlu melakukan sosialisasi atau penyuluhan dan pelatihan dalam upaya mengatasi beberapa kendala tersebut, maka diperlukan adanya pengetahuan tentang pentingnya kelompok usaha bersama, pelatihan dan praktek diversifikasi produk kuliner dengan bahan baku tempe serta pemahaman dan pengetahuan teknik pemasaran yang tepat menjual produk produk.

## B. PELAKSANAAN DAN METODE

Metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat program PKM, untuk menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapi mitra usaha, yang secara umum adalah belum aktifnya Kelompok Usaha Bersama (KUB), Belum optimalnya peningkatan produksi dan pengembangan UKM serta belum optimal pemahaman pemasaran produk produk kuliner. Oleh karena itu, masalah-masalah yang diusulkan untuk diselesaikan sebagai prioritas utama diajukan dengan berbagai metode sebagaimana tersaji pada Tabel 1.

Metode pendekatan yang ditawarkan yaitu pelatihan serta pendampingan dan penyuluhan. Dalam kegiatan ini dilakukan pelatihan produk kuliner produk dari bahan baku tempe, serta pendampingan dan penyuluhan mengaktifkan pentingnya KUB dan pentingnya pemasaran produk kuliner.

Mitra kegiatan pengabdian kepada masyarakat diharapkan memiliki partisipasi yang tinggi karena membantu menyelesaikan masalah yang menjadi prioritas yang sangat dibutuhkan, sehingga akan meningkatkan kinerja usaha mitra dan program PKM dapat terlaksana dengan baik, sesuai dengan sasaran yang diharapkan.

Tabel 1. Metode Pemecahan Masalah

No.	Permasalahan	Solusi yang Ditawarkan	Metode Pelaksanaan
1	Belum aktifnya Kelompok Usaha Bersama (KUB).	Perlu dilakukan penyuluhan pentingnya Kelompok Usaha Bersama (KUB) bagi UKM.	Penyuluhan dan mengaktifkan kegiatan organisasi KUB.
2	Belum optimalnya peningkatan produksi kuliner dan pengembangan UKM.	Perlu dilakukan pelatihan produksi kuliner dengan bahan baku tempe yang memiliki nilai jual.	Pelatihan diversifikasi produksi kuliner bahan baku tempe yang memiliki nilai jual.
3	Belum optimalnya pemahaman dan pengetahuan pemasaran produk produk kuliner.	Perlunya penyuluhan pemahaman dan pengetahuan pemasaran produk produk kuliner.	Penyuluhan pemahaman dan pengetahuan pemasaran produk produk kuliner.

Pelaksana program pengabdian kepada masyarakat Pembentukan kembali dan mengaktifkan KUB dan peningkatan UKM di Kelurahan Sambireko-Kecamatan Gayamsari Kota Semarang, Ketua Tim Pelaksana telah melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan memperoleh dana internal sebagai anggota maupun ketua. Pelaksana telah melaksanakan kegiatan sebagai pendamping diberbagai UKM. Pelaksana pengabdian kepada masyarakat pemasaran dan pengembangan Usaha Kecil Menengah di Kelurahan Sambirejo-Kecamatan Gayamsari-Kota Semarang. Kepakaran tim pengabdian kepada Masyarakat sebagai

## **Pembentukan Kelompok Usaha Bersama (KUB) dan Peningkatan UKM Kelurahan Sambirejo, Kecamatan Gayamsari, Kota Semarang**

Djoko Santoso, Indarto, Sri Haryati

---

berikut: (1) Dr. Djoko Santoso, M.Si. (kepakaran pengembangan kewirausahaan dan kelembagaan), (2) Dr. Indarto, S.E., M.Si. (kepakaran pemasaran), serta (3) Ir. Sri Suharyati, M.Si. (kepakaran ahli teknologi hasil pangan).

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

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat usaha Kecil di Kelurahan Sambirejo Kecamatan Gayamsari Kota Semarang yang seharusnya dilaksanakan di balai kelurahan dengan peserta 25 orang, namun mengingat Kota Semarang masih dalam kondisi PKM untuk melawan covid 18, maka pelaksanaan dipindahkan ke Laboratorium pangan Fakultas Teknologi Pangan Universitas Semarang Jl Sukarno hata dengan jumlah peserta terbatas yaitu 4 orang perwakilan dan dipilih pengusaha yang benar benar ada waktu dan mau mengembangkan serta mempraktekkan setelah mengikuti kegiatan ini.

Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan oleh 3 (tiga) pendamping dari Dosen Universitas Semarang yaitu Dr. Drs. Djoko Santoso, M.Si. sebagai ketua tim dengan anggota Dr. Indarto, S.E., M.Si dan Ir. Sri Haryati, M.Si.

Sesi pertama dalam sosialisasi dan penyuluhan diisi oleh Dr. Drs. Djoko Santoso, M.Si., dan Dr. Indarto, S.E., M.Si. dan sesi ke dua diisi oleh Ibu Ir. Sri Haryati, M.Si. praktek membuat produk diversifikasi dengan bahan baku tempe yaitu Nugget tempe dan Wedang Tempe sebagai sumber bahan baku utama dari Kampung Tematik Tempe RW 7 kelurahan Sambirejo Kecamatan Gayamsari Kota Semarang.

Sesi pertama diisi oleh Dr. Drs. Djoko Santoso, M.Si. dengan penyuluhan tentang pentingnya Kelompok Usaha Bersama (KUB) bagi para pengusaha kecil. Jika dilihat dari kenyataan yang ada, di Kelurahan Sambirejo Kecamatan Gayamsari Kota Semarang sendiri sebenarnya banyak sekali potensi yang dapat dikembangkan seperti adanya kampung Tematik Produksi Tempe, dekat dengan Masjid Agung Jawa Tengah, dekat dengan perguruan tinggi terbesar di Kota Semarang

(Universitas Semarang dan UPGRIS), bahan baku yang mudah didapat, murah dan yang melimpah yang belum sepenuhnya dimanfaatkan dan diolah dengan tepat dan optimal oleh masyarakat. Masih banyak penduduk yang mengandalkan mata pencarian sebagai buruh, industri kecil dan pedagang. Padahal telah banyak program pemerintah yang dianggarkan tidak sedikit dan dijalankan untuk kemajuan daerah daerah. Namun belum banyak dampak terjadi perubahan yang signifikan untuk masyarakat di daerah ini, khususnya di Kelurahan Sambirejo. Oleh karena itu, perlu diberikan motivasi dan dorongan dalam pemahaman mendalam untuk mengetahui proses pemberdayaan masyarakat Kelompok Usaha Bersama (KUB) dan faktor-faktor yang menghambat program pemberdayaan masyarakat Kelompok Usaha Bersama di Kelurahan Sambirejo, serta merumuskan kembali strategi kebijakan yang tepat dalam pemberdayaan masyarakat Kelompok Usaha Bersama di Kelurahan Sambirejo. KUB di Kelurahan Sambirejo dahulu pernah dibentuk tetapi sampai sekarang belum aktif melakukan kegiatannya atau mati suri.

Pembentukan KUB dimulai dengan proses pembentukan kelompok sebagai hasil bimbingan sosial, pelatihan ketrampilan berusaha, bantuan stimulasi dan pendampingan. Dengan tujuan dibentuknya KUB adalah: (1) peningkatan kemampuan berusaha para anggota KUB secara bersama dalam kelompok, (2) peningkatan pendapatan, (3) pengembangan usaha, serta (4) peningkatan kepedulian dan kesetiakawanan sosial diantara para anggota KUB dan dengan masyarakat sekitar. Di samping itu tujuan diberikan dana bantuan kepada KUB pada dasarnya adalah untuk meningkatkan kemampuan ekonomi masyarakat, dan menjadi motivasi bagi anggota masyarakat lainnya untuk berwirausaha dengan mengembangkan potensi dan kemampuan yang dimiliki mereka, untuk lebih berdaya, tanpa terus menerus mengharapkan uluran bantuan dari pemerintah. Namun pada kenyataannya KUB yang ada di Kelurahan

Sambirejo berdasarkan hasil wawancara dan pantauan dilapangan yang dilakukan Tim Pengabdian Masyarakat di Kelurahan Sambirejo belum memanfaatkan sumber daya dengan benar, kurangnya pengawasan dalam usaha yang dijalankan, kurangnya bantuan dalam hal pemasaran dan tidak meratanya pelatihan yang diberikan kepada setiap anggota.

Pembentukan KUB dimulai dengan proses pembentukan kelompok sebagai hasil bimbingan sosial, pelatihan ketrampilan berusaha, bantuan stimulasi dan pendampingan. Dengan tujuan dibentuknya KUB adalah: (1) peningkatan kemampuan berusaha para anggota KUB secara bersama dalam kelompok, (2) peningkatan pendapatan, (3) pengembangan usaha, serta (4) peningkatan kepedulian dan kesetiakawanan sosial diantara para anggota KUB dan dengan masyarakat sekitar.

Kemudian sesi berikutnya, dilanjutkan oleh Ibu Ir. Sri Haryati, M.Si. dari Fakultas Teknologi Pertanian USM, dengan pokok bahasan pemanfaatan hasil produksi Kampung Tematik Tempe di Kelurahan Sambirejo pelatihan dan praktek membuat Nugget Tempe dan Wedang Tempe.

### **Praktik Membuat Nugget Tempe**

Nugget merupakan salah satu makanan siap saji yang banyak disukai semua kalangan, nugget biasanya dicetak dalam bentuk potongan persegi empat, dimasak, dibuat dari campuran daging giling diberi bahan pelapis dan bahan tambahan makanan yang diizinkan. Tempe merupakan makanan khas Indonesia yang dikonsumsi oleh berbagai kalangan, keduanya memiliki kandungan gizi yang sangat baik dengan harga yang relatif murah.

#### **1. Bahan Nugget Tempe:**

- a. Tempe 350 gr
- b. Telur 3 butir
- c. Merica bubuk ½ sendok the
- d. Bawang goreng 3 sendok makan
- e. Garam dapur 1 sendok the
- f. Air jahe ½ sendok makan
- g. Tepung roti/panir halus 10 sendok makan

- h. Air 50 cc
  - i. Susu bubuk 1 sendok makan
  - j. Tepung tapioca/kanji 2 sendok makan
- 2. Bahan Pelapis**
- a. Telur 1-2 butir
  - b. Tepung panir kasar secukupnya
  - c. Minyak goreng untuk/blansir nugget
- 3. Cara Pembuatan:**
- a. Haluskan atau lumet tempe dengan semua bahan
  - b. Cetak dalam Loyang yang dioles minyak, lapisan dengan minyak
  - c. Kukus selkama 30 menit, anginkan potong potong sesuai selera, ukuran 2 x 4 dm kemudian kocokkan telur dan dibreading tepung panir kasar dan goreng kekuningan. Dinginkan dan tempatkan wadah yang tertutup atau dibungkus plastik.



**Gambar 1. Praktek Pembuatan Nugget Tempe  
Praktik Membuat Wedang Tempe**

#### **1. Bahan Wedang Tempe:**

- a. Tempe ½ batang (200 gram)
- b. Jeruk nipis 1 buah
- c. Sirup frambose 5 sendok (secukupnya)

#### **2. Bahan tambahan yang direbus:**

- a. Kayu manis 2 ruas
- b. Asam kandis 1 ruas
- c. Kapulogo 1 ruas
- d. Cengkeh 4 biji
- e. Sereh 1 ruas
- f. Jahe 2 ruas

## Pembentukan Kelompok Usaha Bersama (KUB) dan Peningkatan UKM Kelurahan Sambirejo, Kecamatan Gayamsari, Kota Semarang

Djoko Santoso, Indarto, Sri Haryati

- g. Gulapisir/gula jawa 3 sendok the
  - h. Garam secukupnya
  - i. Air 100-200 ml
3. Cara membuatnya:
- a. Tempe dikukus 20 menit.
  - b. Bahan tambahan semua direbus hingga mendidih.
  - c. Tempe diblender dengan air rebusan bahan tambahan (secukupnya), kemudian disaring.
  - d. Dicampur dengan sirup dan jeruk nipis.
  - e. Jika kurang bisa ditambah dengan air rempah rebusan.
  - f. Sajikan dalam gelas.



Gambar 2. Praktek Membuat Wedang Tempe Sesi terakhir, dilanjutkan oleh Dr. Indarto, S.E., M.Si. dengan materi “Pentingnya kemasan untuk produk kuliner”. Kemasan sebuah produk merupakan salah satu unsur yang mempengaruhi banyaknya penjualan atau minatnya konsumen terhadap produk tersebut. Jika hal ini benar, sudahkah Anda sekarang membuat kemasan untuk produk Anda? Bagi yang sudah, mungkin beberapa masih banyak yang belum yakin dan bertanya-tanya apakah desain kemasan produk mereka sudah menarik?

Kita ketahui bahwa potensi olahan pangan di Indonesia terutama bergerak di sektor usaha mikro kecil dan menengah (UKM) di masa krisis mampu bertahan hidup karena dalam menjalankan usahanya, sektor usaha ini mengandalkan bahan baku lokal. Terdapat 3,7 juta pelaku UKM di Jawa

Tengah yang menunjukkan potensi luar biasa dan hampir 60 persen dari seluruh pelaku UKM adalah UKM produk makanan dan minuman. Ini merupakan peluang dan tantangan untuk mengembangkan dan memajukan UKM produsen makanan dan minuman memiliki prospek yang baik dimasa depan seiring dengan kemajuan yang pesat di bidang pariwisata dan tourisme di Indonesia. Adanya MEA memberi kesempatan lebih besar bagi UKM produsen makanan ringan untuk memasuki pasar ekspor sehingga dapat memperluas pasar dan meningkatkan produksinya. Namun pada umumnya usaha UKM memiliki masalah sebagai berikut yaitu lemahnya networking, kurangnya mobilitas dan promosi serta produk kurang menarik (harga, kualitas, penampilan dsb), maka untuk menguasai pasar yang lebih luas diperlukan strategi yang tepat, yaitu perlunya inovasi dan internet marketing.

Dalam melakukan inovasi supaya menciptakan daya saing yang tinggi, yaitu dengan melakukan tindakan inovasi produk, inovasi proses, inovasi pelayanan, inovasi manajemen dan pemasaran, seperti dalam Gambar 3.



Gambar 3. Contoh Kemasan Produk Olahan Kreatif

### Internet Marketing

Marketing adalah proses penyusunan komunikasi terpadu yang bertujuan untuk memberikan informasi mengenai barang atau jasa dalam kaitannya dengan memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. Konsep

Marketing mencakup *product*, *price*, *place*, dan *promotion*. Di bawah ini ada beberapa hal yang berkaitan dengan sebuah kemasan produk, seperti fungsi, manfaat, serta strategi marketing.

#### *Fungsi*

Tujuan atau fungsi utama dari adanya kemasan produk adalah, untuk melindungi produk dari goresan atau cacat produk yang membuat produk menjadi rusak. Selain itu juga kemasan produk tidak hanya difungsikan pada saat proses pendistribusian barang dari pabrik ke beberapa distributor, tapi kemasan produk juga bisa melindungi produk ketika berada di toko-toko retail.

#### *Daya Tarik*

Umumnya banyak perusahaan melakukan sebuah riset terlebih dahulu tentang skema warna, desain, maupun jenis pada sebuah kemasan produk yang akan dipasarkannya. Hal ini dilakukan agar tingkat pemasaran produknya jauh lebih luas lagi. Jika Anda ingin produk yang Anda jual banyak peminatnya, maka Anda bisa menyiapkan desain packaging yang tepat untuk produk Anda. Karena seperti yang sudah disampaikan sebelumnya, salah satu yang membuat produk tersebut bisa laku adalah kemasan produk yang bisa menjadi daya tarik bagi pelanggan.

#### *Promosi*

Sebuah kemasan produk juga berperan penting dalam memberikan informasi produk seperti, manfaat, kegunaan, tagline, maupun cara pembuatan. Semuanya bisa dicantumkan pada desain kemasan agar konsumen tahu tentang manfaat dari produk tersebut, yang terpenting janganlah menyampaikan semuanya hingga desain menjadi penuh dan malah membuat konsumen menjadi jenuh melihatnya.

#### *Mendukung keputusan Berbelanja*

Anda sebagai pemilik produk bebas mencantumkan informasi apapun yang nantinya bisa mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan membeli produk Anda. Akan tetapi jangan terlalu berlebihan dalam menyampaikan seluruh informasi yang Anda miliki.

#### *Diferensiasi*

Kemasan juga bisa dijadikan sebagai identitas bagi sebuah produk, misalnya ada beberapa produk A dan B yang ditata rapi pada sebuah toko, produk tersebut secara fungsi sama, rasa bisa dikatakan hampir sama, namun karena kemasannya berbeda bisa jadi konsumen akan lebih cenderung memilih produk yang memiliki kemasan yang menarik menurutnya.

Internet marketing adalah segala usaha yang dilakukan untuk melakukan pemasaran suatu produk atau jasa melalui atau menggunakan media internet seperti email, facebook, line, whatsapps, instagram, dan sebagainya. Jenis-jenis internet marketing sebagai berikut:

#### 1. Email Marketing dan Sales Letter

Cara kerjanya adalah mengirim email kepada seseorang atau beberapa orang secara masal yang berisi promosi dan pada akhirnya menuju ke satu arah yakni penjualan.

#### 2. Video Marketing

Mendapatkan pengunjung dengan menggunakan video. Sebagai media marketing adalah salah satu yang terbaik saat ini. Buatlah video dan unggah (upload) ke situs situs video sharing terkenal seperti youtube dan lain sebagainya. Video yang diunggah adalah vers publik yang artinya siapa saja dapat mengaksesnya. Video apa saja bisa disimpan di sana dan siap disaksikan oleh pengguna internet di seluruh penjuru dunia. Masalahnya adalah bagaimana sebuah video disukai dan ditonton banyak orang banyak hal yang dapat kita masukkan dalam video yang menarik banyak pengunjung.

#### 3. Social Media Marketing

Seperti kita ketahui pengguna sosial media seperti facebook, twitter, line, instagram. Pengguna sosial media begitu banyak, jauh melampaui media lain di internet.

#### 4. Partnership (Affiliate Marketing)

Jenis internet marketing ini adalah dengan cara memanfaatkan para pengiklan. Para pengiklan yang menjual produknya dengan

# Pembentukan Kelompok Usaha Bersama (KUB) dan Peningkatan UKM Kelurahan Sambirejo, Kecamatan Gayamsari, Kota Semarang

Djoko Santoso, Indarto, Sri Haryati

cara online bisa membangun jaringan afiliasi dan jaringan dengan melibatkan orang lain dalam penjualan produk yang ada contohnya ialah kaskus, buka lapak, tokopedia, dan lainnya.

## 5. Search Engine Marketing

Search Engine Marketing adalah pemasaran menggunakan mesin. Jenis pemasaran ini melalui search engine seperti gogle dan yahoo. Sebagian besar orang yang tidak tahu di mana harus mencari dan mendapatkan informasi yang mereka inginkan biasanya mereka mencarinya di situs mesin pencari itu. Jika perusahaan anda produk/usaha anda belum dikenali publik atau bahkan sudah dikenali banyak orang cara paling istimewa dan spektakuler yang sebaiknya Anda lakukan yaitu berusaha untuk mendapat tempat teratas pada mesin pencari tersebut.



Gambar 4. Contoh Kreatif Marketing dengan Internet

Keuntungan internet marketing yaitu: (1) pemasaran online memberikan akses yang lebih luas bagi pelanggan, (2) internet merupakan media yang mampu melintas batas-batas geografi, (3) pemasaran online memungkinkan bisnis anda akan tersedia 24 x 7 hari, (4) biaya lebih efisien, serta (5) menghemat banyak waktu dan usaha.

Kelemahan internet marketing yaitu: (1) ketergantungan pada teknologi, (2) isu keamanan dan privasi, (3) akses teknologi yang belum merata, (4) transparansi harga

sehingga berakibat meningkatkan persaingan harga, serta (5) kompetisi global.

Setelah mendapatkan pemahaman dan pelatihan dari Tim Pengabdian kepada masyarakat usm maka para peserta pelaku usaha mikro kampung Tambak Lorok dan kampung Tambak Rejo tertarik dan sangat antusias dalam sesi tanya jawab. Secara garis besar inti dari pertanyaan para peserta adalah:

1. Langkah langkah yang harus ditempuh pengusaha mikro dalam membentuk dan mengaktifkan Kelompok Usaha Bersama.
2. Bagaimana caranya supaya para pelaku usaha mikro mendapatkan pelatihan dan pendampingan usaha dari berbagai lembaga terkait.
3. Harapan untuk mendukung pengembangan usaha masyarakat.
4. Masukan supaya kegiatan yang dilakukan Tim Pengabdian kepada Masyarakat bersedia selalu mendampingi kegiatan yang berkelanjutan, misalnya manajemen bisnis, peran strategi usaha mikro, termasuk praktek membuat kuliner dari tempe.

## Luaran yang Dicapai

Hasil kegiatan pengabdian masyarakat ini, secara garis besar mencakup beberapa komponen, antara lain: (1) keberhasilan target peserta mau mempraktekkan dalam bisnis, (2) ketercapaian tujuan kegiatan, (3) ketercapaian materi atau pokok bahasan yang disampaikan, serta (4) ketercapaian peserta pelatihan dalam memasak nagget tempe dan wedang tempe maupun makanan lain dengan bahan dasar tempe.

Target jumlah peserta, dalam pelaksanaan kegiatan ini dihadiri sebanyak 4 orang, yang terdiri warga dari usaha kecil karena kondisi pembatasan kegiatan masyarakat terkait Covid-19 di Kota Semarang Kelurahan Sambirejo Kecamatan Gayamsari Kota Semarang, target jumlah peserta sudah tercapai, mengingat hal ini sesuai dengan rencana target peserta yang sudah disusun sebelumnya.

Target ketercapaian target materi pada kegiatan ini sudah baik karena menyuluhkan dan pendampingan praktek membuat nagget

tempe dan wedang tempe sudah dapat disampaikan secara menyeluruh dan rinci.

Adapun materi yang disampaikan dalam penyuluhan dan pendampingan antara lain: (1) gambaran dan konsep mencapai sukses dalam bisnis usaha mikro dan pentingnya kemasan bagi produk hasil tempe, serta (2) pendampingan praktek membuat nagget tempe dan wedang tempe dari menyediakan bahan, proses pembuatan dan penyajian.

Secara keseluruhan semua kegiatan pengabdian masyarakat berupa penyuluhan, pendampingan dan pelatihan bagi usaha kecil. Keberhasilan ini dapat diukur dari kepuasan peserta setelah mengikuti kegiatan tersebut. Manfaat yang didapat dari kegiatan ini adalah membuat masyarakat khususnya para pelaku usaha kecil dapat lebih percaya diri dalam mengembangkan usahanya.

#### **D. PENUTUP**

##### **Simpulan**

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat bagi pelaku UKM Kelurahan Sambirejo Kecamatan Gayamsari Kota Semarang pada hari Senin tanggal 15 Juni 2020 yang bertempat di Laboratorium FTP USM karena kondisi pembatasan kegiatan masyarakat pada masa Covid-19. Kegiatan ini mampu memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku UKM yaitu mengenai pentingnya pemasaran produk kuliner dan mengaktifkan kembali KUB. Para pelaku bisnis UKM telah mampu mengetahui dan memahami pentingnya KUB dalam meningkatkan usaha kecil kuliner khususnya dengan bahan baku tempe.

##### **Saran**

Sebagai tindak lanjut dari pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat, maka dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Pelaku UKM perlu untuk dapat mengembangkan dan memanfaatkan teknologi tepat guna yang dapat membantu mereka dalam membuat pemasaran kuliner yang tepat.
2. Para pelaku UKM disarankan dapat mengembangkan kemasan yang lebih ramah lingkungan.
3. Para pelaku bisnis kecil ini mampu menghidupkan kembali legiatan KUB sebagai wadah untuk meningkatkan kerja sama antar pengusaha kecil dalam meningkatkan pengetahuan, pemahaman, pelatihan untuk meningkatkan usaha kecil mereka
4. Tim pengabdian masyarakat dapat melakukan pendampingan lebih lanjut guna memastikan efektifitas kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan.

#### **E. DAFTAR PUSTAKA**

- Martisari, P. (2008). *Peran Ibu Rumah Tangga dalam Usaha Industri Kecil* Semarang: Unnes.
- Rahmana, A. (2009). *Peran Teknologi Informasi dalam Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Menengah*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Suharto, E. (2006). *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Wahid, A. (2010). *Buku Pintar Berwirausaha*. Jakarta: Agro Media.