

## PENERAPAN APLIKASI ONLINE DALAM MENINGKATKAN PEMASARAN PRODUK PABRIK TAHU PADA USAHA MAJU

R. Fanry Siahaan<sup>1</sup>, Liskedame Yanti Sipayung<sup>2</sup>, Rodiah Hanum Lubis<sup>3</sup>, Dwi Novia Amalia<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4)</sup> Teknik Informatika ,STMIK Pelita Nusantara, Medan, Indonesia

e-mail: rfanry@gmail.com<sup>1</sup>, liskedamesipayung@gmail.com<sup>2</sup>, rodiahhanum@gmail.com<sup>4</sup>, dwinov@gmail.com<sup>5</sup>

### Abstrak

Setiap usaha mikro, kecil dan menengah memerlukan sistem informasi untuk memudahkan menyampaikan dan bertukar informasi dan juga untuk memperluas pemasaran. website atau toko online dapat menjadi sarana yang efektif untuk meningkatkan pemasaran produk pabrik tahu. Situs web atau toko online harus dirancang dengan baik dan informatif, menampilkan informasi yang jelas tentang produk pabrik tahu, harga, ukuran, varian serta informasi lain yang relevan. Tujuan utama penerapan aplikasi online ini selain dari memberikan informasi kepada masyarakat juga sebagai media untuk menjagak pasar baru dalam pemasaran produk dari olahan pabrik tahu Usaha Maju. Dengan demikian diharapkan mampu meningkatkan penjualan serta profit yang meningkat bagi pelaku usaha. Metode yang digunakan dalam perancangan website adalah metode waterfall.

**Kata kunci:** Aplikasi Online, Olahan Tahu, Peningkatan Profit , Usaha Maju.

### Abstract

Every micro, small and medium enterprise needs an information system to make it easier to convey and exchange information and also to expand marketing. A website or online store can be an effective means to improve the marketing of tofu factory products. The website or online store should be well designed and informative, displaying clear information about tofu factory products, prices, sizes, variants as well as other relevant information. The main purpose of implementing this online application apart from providing information to the community is also as a medium to reach new markets in marketing products from the processed tofu factory Usaha Maju. Thus it is expected to be able to increase sales and increase profits for business people. The method used in website design is the waterfall method.

**Keywords:** Online Application, Processed Tofu, Increased Profit, Usaha Maju.

### PENDAHULUAN

Usaha Kecil Menengah (UKM) adalah sebuah usaha yang produktif yang dijalankan oleh individu atau usaha yang memiliki peranan penting dalam perekonomian negara Indonesia, baik dari sisi lapangan kerja yang tercipta maupun dari sisi jumlah usahanya (Rudjito 2003). Perekonomian Indonesia yang didukung oleh sektor UKM (Mitra) saat ini berjumlah 3,97 juta (Bkpm, 2021).

Masyarakat di keluarahan Paluh Kemiri kecamatan Lubuk Pakam kabupaten Deli Serdang propinsi Sumatera Utara secara garis besar sumber penghasilannya dari buruh pabrik (Dea et al., 2022). Hal ini disebabkan kabupaten Deli Serdang sangat ramai dengan industri. Salah satu jenis industri tersebut adalah pabrik tahu Usaha Maju. Pabrik tahu Usaha Maju memproduksi tahu balok yang sudah digoreng dan tahu balok mentah yang siap diolah. Bahan baku dari tahu adalah kacang kedelai, rata-rata banyaknya bahan baku yang akan diolah pabrik tahu ini setiap hari 1000 kg atau 1 ton. Hasil dari olahan kacang kedelai ini menghasilkan tahu yang siap untuk dikonsumsi manusia dan ampas. Ampas dari tahu ini akan dibuang atau dijual untuk menjadi pakan ternak. Jenis makanan yang dapat dijadikan dari ampas tahu antara lain tempe gembos, es lilin, donat, iso-tonik, nugget, perkedel, kecap, mie dan lain sebagainya. (Sakti et al., 2022).

Ampas tahu yang dihasilkan tidak memiliki nilai sebab langsung dibuang sebagai pakan ternak. Pemasaran produk yang dilakukan pabrik tahu Usaha Maju ini masih bersifat konvensional, artinya pihak penyalur masih mangantik di pintu utama pabrik dalam mendapatkan barang jadi yang akan dijual atau disalurkan kepada masyarakat (Faza Hanifan Sitorus et al., 2023)

### METODE

Pelaksanaan pengabdian dilakukan oleh tim PKM berdasarkan surat tugas LPPM STMIK Pelita Nusantara, dengan metode pelaksanaan:

1. Waktu dan tempat Pelaksanaan

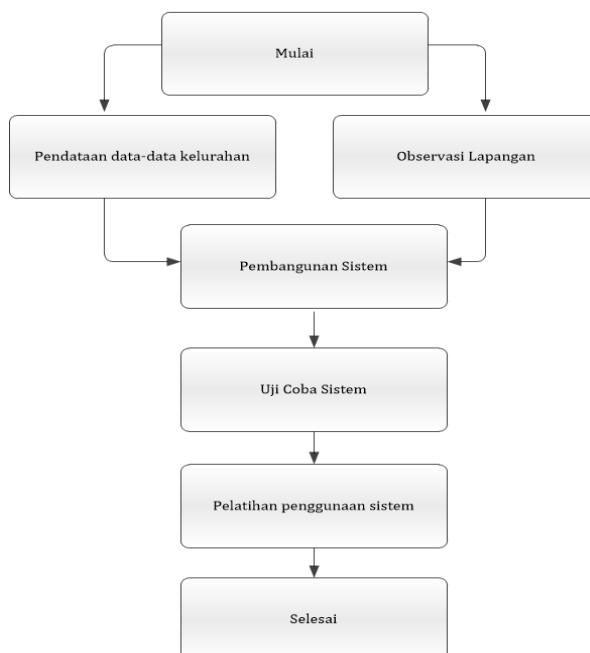
Kegiatan Pelatihan dilaksanakan selama 3 hari di kantor pabrik tahu Usaha Maju kelurahan Paluh Kemiri Kecamatan Lubuk Pakam, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara.

2. Alat dan bahan
  - a. Perangkat Komputer Windows 7 atau windows 10
  - b. Microsoft Visio
  - c. XAMPP
3. Materi pengabdian
 

Membuat list daftar hasil olahan tahu yang ada di pabrik tahu Usaha Maju kelurahan Paluh Kemiri

  - a. Merancang tampilan sistem pemasaran hasil olahan tahu
  - b. Menguji coba sistem
  - c. Melakukan pelatihan penggunaan sistem yang sudah berjalan

Tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian pada pabrik tahu Usaha Maju Kelurahan Paluh Kemiri ini dapat dideskripsikan dalam bagan seperti gambar 1 berikut :



Gambar 1. Tahapan pelaksanaan pengabdian

Dalam melaksanakan kegiatan ini, perlu dilakukan tahapan-tahapan agar hasil yang diperoleh sesuai dengan yang diharapkan, seperti yang ditunjukkan dalam tabel 1 berikut.

Tabel 1. Tahapan Kegiatan Pengabdian

No	Kegiatan	Hasil Kegiatan/Luaran
1	Observasi	Melakukan Pertemuan dengan pemilik atau owner dari pabrik tahu Usaha Maju untuk mendapatkan gambaran kegiatan yang akan dilakukan.
2	Persiapan Perlengkapan/materi	Mendapatkan bahan dan Materi yang akan dijadikan sebagai data dalam pembangunan sistem.
3	Pelaksanaan kegiatan	Pembangunan sistem atau Aplikasi Berbasis Web sebagai salah satu bentuk peningkatan profit lewat jangkauan pemasaran yang lebih luas.
4	Pendampingan dalam penggunaan sistem yang dibangun	Workshop penggunaan sistem / aplikasi pemasaran produk olahan tahu secara online dari pabrik Usaha Maju di kelurahan Paluh Kemiri, Lubuk Pakam.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini dilakukan untuk membantu pihak mitra dalam memudahkan pemasaran dan peningkatan produk olahan pabrik tahu. Sebelum kegiatan pkm dilaksanakan, tim melakukan survei

berupa angket terhadap pengelolaan data untuk mengetahui sejauh mana tingkat kerumitan dalam mengelola pemasaran produk tahu Usaha Maju di lurah Paluh kemiri.

Dari pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang diadakan di kantor pabrik tahu Usaha Maju Lubuk Pakam dapat dibuat hasil dan pembahasan diantaranya.

#### 1. Perluasan Jangkauan Pasar

Aplikasi online seperti marketplace, media sosial (Instagram, Facebook), dan WhatsApp Business memungkinkan produk tahu Usaha Maju dijangkau oleh konsumen di berbagai wilayah, bahkan lintas kota. (Sugianta et al., 2022)

#### 2. Peningkatan Penjualan dan Pendapatan

Dengan pemasaran digital, produk dapat dipromosikan secara lebih efektif melalui iklan berbayar (Google Ads, Facebook Ads) dan konten menarik, sehingga meningkatkan minat beli konsumen.

#### 3. Efisiensi Biaya Pemasaran

Dibandingkan dengan promosi konvensional (spanduk, selebaran), pemasaran digital lebih hemat biaya namun memiliki jangkauan lebih luas. Fitur analitik di platform digital (seperti Instagram Insights) membantu pelaku usaha menganalisis preferensi konsumen sehingga strategi pemasaran lebih terarah.

#### 4. Meningkatkan Interaksi dengan Pelanggan

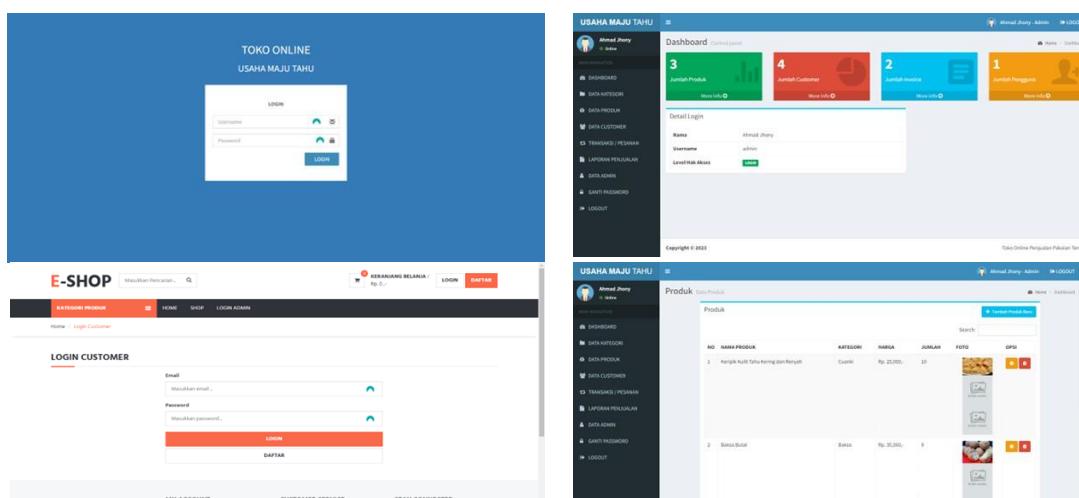
Aplikasi online memungkinkan komunikasi dua arah dengan pelanggan melalui fitur chat, ulasan, dan feedback, sehingga meningkatkan loyalitas pelanggan.

#### 5. Membangun Brand Awareness

Konten kreatif di media sosial (video proses produksi, testimoni pelanggan) membantu membangun citra merek (branding) yang lebih profesional dan terpercaya.

#### 6. Dukungan dari Program Pemerintah dan CSR

Banyak program pemerintah (Kemenkop UKM, Kominfo) dan CSR perusahaan yang memberikan pelatihan dan pendanaan bagi UMKM yang mengadopsi teknologi digital. Dengan memanfaatkan aplikasi online, Usaha Maju berpotensi mendapatkan akses pendanaan, pelatihan, dan eksposur lebih besar dari pihak terkait.



Gambar 2. Hasil Implementasi Aplikasi Online

## SIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat berupa penerapan aplikasi online dalam pemasaran produk Pabrik Tahu Usaha Maju telah memberikan dampak positif yang signifikan bagi perkembangan usaha. Melalui pendampingan dan pelatihan, Usaha Maju berhasil mengadopsi berbagai platform digital seperti marketplace (Tokopedia, Shopee), media sosial (Instagram, Facebook), dan WhatsApp Business, yang terbukti efektif dalam memperluas jangkauan pasar, meningkatkan penjualan, dan membangun brand awareness.

Dukungan dari program pemerintah dan pelatihan digital juga turut memperkuat kapasitas Usaha Maju dalam bersaing di era digital. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya membantu meningkatkan daya saing usaha, tetapi juga berkontribusi pada pemberdayaan ekonomi lokal melalui pemanfaatan teknologi.

**SARAN**

Ke depan, diperlukan pendampingan berkelanjutan dan pengembangan strategi digital marketing yang lebih matang agar pertumbuhan Usaha Maju dapat terus berlanjut. Inisiatif seperti ini membuktikan bahwa adopsi teknologi digital merupakan solusi efektif bagi UMKM untuk berkembang di tengah tantangan pasar modern.

**UCAPAN TERIMA KASIH**

Tim pelaksana mengucapkan terimakasih kepada pemilik pabrik Usaha Maju kelurahan Paluh Kemiri, kecamatan Lubuk Pakam yang telah berkenan menerima tim pengabdian dalam melaksanakan tridharma perguruan tinggi dan juga kepada Institusi STMIK Pelita Nusantara yang selalu memberikan motivasi para dosen untuk tetap semangat dalam tugas dan tanggung jawab dalam melaksanakan tridharma perguruan tinggi.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Bkpm. (2021). Upaya Pemerintah Memajukan UMKM Indonesia | BKPM. In <Https://Www.Bkpm.Go.Id/>.
- Dea, D. N., Dalimunthe, W. M., Dongoran, A. A., Hendri, H., Wulandari, S., & Safina, W. D. (2022). Peningkatan Pertumbuhan Ekonomi Sumatera Utara Melalui Pengembangan UMKM. Jurnal Educoco. <https://doi.org/10.36277/edueco.v5i2.139>
- Faza Hanifan Sitorus, Supristiwendi, & Silvia Anzhita. (2023). Analisis Nilai Tambah Dan Strategi Pemasaran Usaha Tahu Murni Desa Lengkong Langsa. Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi. <https://doi.org/10.61930/jebmak.v2i3.406>
- Hayati, K., Hayati, K. R., Sumiati, S., Rahmawati, N., Ernawati, D., & Amrullah, M. S. (2022). Pendampingan Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meng-Gerakkan Ukm Desa Sembunganyar Kecamatan Dukun Kabupaten Gresik. ABIYASA. <https://doi.org/10.33005/abiyasa.v2i1.26>
- Sakti, E. M. S., Shafenti, S., & Pramestari, D. (2022). Pengembangan UMKM Pengrajin Tahu Rumahan Melalui Diversifikasi Ampas Tahu Dengan Penjualan Melalui Marketplace di Kecamatan Cimanggis, Depok. IKRA-ITH ABDIMAS. <https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.v5i3.2199>
- Sugianta, I. K. A., Reganata, G. P., Yuda, I. N. A., & Dillon, R. (2022). Pelatihan Digital Marketing Menggunakan Aplikasi Whatsapp Blast Untuk Peningkatan Kapasitas Usaha Umkm Di Kota Denpasar. Jurnal Abdi Insani. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v9i3.666>