

Original Research Paper

Penyuluhan dan Pendampingan Pemasaran Media Sosial dan Optimalisasi Fasilitas Produksi Tahu-Tempe di Kekalik Gerisak Mataram

Sulhaini¹, Sulaimiah¹, Yusron Saadi², Fathmah Mahmud²

¹ *Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mataram, Mataram, Indonesia;*

² *Jurusan Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Mataram, Mataram, Indonesia.*

DOI: <https://doi.org/10.29303/jpmipi.v9i1.13012>

Sitasi: Sulhaini, Sulaimiah, Saadi, Y., & Mahmud, F. (2026). Penyuluhan dan Pendampingan Pemasaran Media Sosial dan Optimalisasi Fasilitas Produksi Tahu-Tempe di Kekalik Gerisak Mataram. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 9(1)

Article history

Received: 03 February 2026

Revised: 10 February 2026

Accepted: 21 February 2026

**Penulis Korespondensi:*

Sulaimiah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mataram, Mataram, Indonesia

Email:

sulaimiahmia65@gmail.com

Abstract: Based on the results of the service activities organized by the previous team, it is known that tofu tempeh business actors in the Kekalik Grisak environment, Kekalik Jaya Village, Sekarbela District, Madya Mataram City, NTB have not utilized digital technology in marketing their products. In addition, they still use simple methods and facilities in producing tofu-tempeh. Therefore, this service activity focuses on counseling and assistance in improving business actors' marketing capabilities by using social media and optimizing production facilities. The activity was held in a prayer room in the Kekalik Grisak neighborhood; the entrepreneurs were contacted one week beforehand. However, the team approached entrepreneurs through local youth leaders. There were 10 participants who participated in the counseling, and the team also assisted by visiting their production sites. From this service activity, participants gained an understanding of how to use social media to market products and improve production facilities. Meanwhile, the team also identified various obstacles faced by business actors that can be the focus of future service activities.

Keywords: Social media marketing; production facilities; tofu tempeh; counseling; mentoring

Pendahuluan

Kesadaran akan pentingnya pemasaran digital, terutama melalui media sosial, semakin meningkat di kalangan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (Hidayati et al., 2020). Fenomena ini didorong oleh pertumbuhan popularitas produk lokal dan kesadaran konsumen yang meningkat terhadap kesehatan pribadi, dampak lingkungan, serta stabilitas ekonomi, yang mana pemasaran digital mampu mengakomodasi kebutuhan tersebut secara efektif (Johnston et al., 2018). Meskipun demikian, banyak UMKM, khususnya di sektor tahu-tempe, masih menghadapi tantangan dalam mengadopsi

teknologi informasi dan memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran yang efektif, menyebabkan jangkauan pemasaran mereka terbatas pada metode konvensional (Hidayati et al., 2020). Keterbatasan ini sering kali bersumber dari rendahnya pemahaman mengenai analisis pasar, manajemen keuangan, pengelolaan sumber daya manusia, dan strategi bisnis yang holistik (Harisandi et al., 2024). Padahal, pemanfaatan media sosial telah terbukti menjadi saluran pemasaran yang efisien dan efektif. Hal ini terlihat dari adanya peningkatan omzet hingga 40% melalui digitalisasi pemasaran via media sosial, dengan menjangkau lebih banyak konsumen dan memperkuat daya saing produk lokal

di pasar ritel dan daring (Rizqi et al., 2025). Selain itu, pemanfaatan media sosial dan aplikasi pengirim pesan instan terbukti menjadi katalisator signifikan dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan omzet UMKM hingga 35% dalam periode satu bulan pascapelatihan, sekaligus meningkatkan daya saing UMKM pedesaan (Saputri et al., 2025).

Media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana pemasaran yang penting untuk meningkatkan visibilitas produk dan memperluas jangkauan pasar UMKM tahu-tempe di Kekalik Gerisak. Kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat mengatasi minimnya wawasan dan edukasi yang selama ini menghambat optimalisasi penggunaan teknologi dalam mendukung proses bisnis dan peningkatan laba. Peningkatan pemahaman ini akan memungkinkan UMKM tahu-tempe untuk tidak hanya bertahan di tengah persaingan pasar yang ketat, tetapi juga untuk tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan di era digital.

Wilayah Kekalik Grisak, Kecamatan Sekarbela, Kota Madya Mataram, dikenal sebagai sentra produksi tahu dan tempe, namun kegiatan pemasaran para pelaku usaha masih terbatas pada skala lokal dan belum memanfaatkan potensi pemasaran digital secara optimal (Mulyani et al., 2024). Kurangnya pemahaman mengenai strategi pemasaran modern, khususnya pemasaran dengan memanfaatkan teknologi digital, masih menjadi kendala utama bagi pelaku UMKM di wilayah tersebut dalam memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan volume serta nilai penjualan. Hal ini terlihat dari kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh tim pada tahun 2025 (Sulhaini et al., 2025). Selain itu, mereka masih mengandalkan metode dan fasilitas produksi yang masih sangat sederhana, sehingga menghambat efisiensi operasional dan daya saing produk tahu-tempe yang dihasilkannya. Oleh karena itu, penyuluhan dan pendampingan terkait pemanfaatan media sosial serta optimalisasi fasilitas produksi menjadi semakin penting untuk diselenggarakan.

Selain adopsi pemasaran digital, upaya mendorong kemajuan UMKM sektor tahu tempe dapat dilakukan dengan optimalisasi fasilitas produksi yang dimaksudkan untuk meningkatkan efisiensi dan daya tarik produk di pasar. Optimalisasi ini tidak hanya mencakup perbaikan peralatan dan proses, tetapi juga penerapan standar kebersihan dan kualitas yang lebih tinggi untuk memenuhi

ekspektasi konsumen modern (Pasaribu et al., 2023). Dengan demikian, penyuluhan komprehensif yang mengintegrasikan aspek pemasaran media sosial dan peningkatan kualitas fasilitas produksi akan menjadi kunci untuk transformasi UMKM tahu-tempe di Kekalik Gerisak. Hal ini memungkinkan mereka bersaing secara efektif di pasar yang semakin kompetitif (Kurnia et al., 2022). Peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam pemanfaatan media sosial seperti WhatsApp, Facebook, Instagram dan TikTok diharapkan dapat memperluas jangkauan pemasaran produk tahu tempe dari wilayah Kekalik Gerisak, Kecamatan Sekarbela, Mataram.

Metode

Demi memastikan kegiatan pengabdian pada masyarakat kali ini dapat berjalan dengan lancar, tim pengabdian terlebih dahulu melakukan persiapan sebagai berikut:

Pertama, koordinasi dilakukan dengan tokoh pemuda. Pada pertemuan dengan tokoh pemuda, tim menyampaikan maksud untuk mengadakan kegiatan pengabdian sebagai tindak lanjut kegiatan pengabdian sebelumnya (Riyanto et al., 2023). Selanjutnya, tim berkoordinasi dengan para pemilik atau pelaku usaha tahu tempe di lingkungan Kekalik Grisak Kelurahan Kekalik Jaya untuk memastikan lokasi, tanggal, waktu, dan jumlah peserta kegiatan. Kedua, menyusun materi penyuluhan (Dewi et al., 2023). Ketiga, melaksanakan penyuluhan dengan materi: inovasi pemasaran dan produksi. Keempat, metode yang digunakan adalah; ceramah dan diskusi untuk kegiatan penyuluhan (Dewi et al., 2023). Kelima, kegiatan pendampingan dengan berkunjung ke tempat produksi tahu-tempe (Isnawati et al., 2025).

Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan koordinasi dilakukan pada tanggal 30 Januari 2026. Tim pengabdian melaksanakan pertemuan dengan tokoh pemuda yang berada di lingkungan Kekalik Gerisak. Pada pertemuan tersebut, ketua tim menyampaikan rencana kegiatan pengabdian di lingkungan setempat. Kemudian tim bersama tokoh pemuda mengadakan pertemuan dengan beberapa pemilik dan pelaku usaha tahu tempe. Pada pertemuan tersebut ditentukan tempat dan jadwal pelaksanaan

kegiatan penyuluhan dan pendampingan. Dari pelaksanaan koordinasi ini disepakati bahwa: (a) tempat pelaksanaan adalah Mushola Baitul Hikmah yang berada di kompleks keluarga Jalan Swakarsa M, Kekalik Grisak; (b) pelaksanaan kegiatan penyuluhan dilaksanakan pada hari Jumat tanggal 6 Februari 2026; (c) sebanyak 10 orang warga yang diundang untuk mengikuti kegiatan penyuluhan.

Pada hari Jumat tanggal 6 Februari 2026 kegiatan penyuluhan dilaksanakan di musala Baitul Hikmah yang bertempat di Jalan Swakarsa M No. 7. Dalam kegiatan ini, seluruh anggota tim pengabdian hadir ditambah dengan para peserta. Pada kegiatan pengabdian ini, tim pengabdian berasal dari Jurusan Teknik Sipil Fakultas Teknik dan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram. Kegiatan penyuluhan dimulai pukul 16.00 Wita sampai selesai sekitar jam 18.00. Adapun susunan acaranya adalah sebagai berikut:

- a. Pembukaan oleh pembawa acara, kemudian sambutan dari ketua tim dan salah satu peserta yang merupakan peserta tertua. Sambutan oleh ketua tim pengabdian merupakan pembuka kegiatan penyuluhan secara resmi (Gambar 1). Kegiatan ini diakhiri dengan doa yang dipimpin oleh salah satu anggota tim pengabdian.



Gambar 1. Sambutan sekaligus pembukaan kegiatan oleh ketua Tim Pengabdian

- b. Penyuluhan dengan materi, sosial media marketing dan fasilitas produksi. Kegiatan penyuluhan berjalan sesuai dengan rencana. Para peserta datang tepat waktu sehingga kegiatan dapat dimulai sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan. Para peserta juga dengan antusias mengikuti setiap materi yang disampaikan oleh tim (Gambar 2).



Gambar 2. Suasana penyampaian materi penyuluhan

- c. Diskusi dan tanya jawab, penyuluhan dilanjutkan dengan sesi tanya jawab. Para peserta antusias mengajukan berbagai pertanyaan terkait penggunaan media sosial dalam memasarkan produk tahu tempe. Mereka juga menunjukkan keingintahuan yang sangat kuat terkait upaya meningkatkan efisiensi produksi dengan mengoptimalkan fasilitas produksi yang telah mereka miliki. Selain itu, para peserta juga menyampaikan keluhan dan kendala dalam memasarkan dan meningkatkan produksi.

Sebagai tindak lanjut dari kegiatan penyuluhan, tim juga melakukan pendampingan. Pendampingan dilaksanakan selama dua minggu mulai tanggal 7 Februari 2026. Adapun pendampingan dilakukan dengan penekanan praktik pemasaran media sosial dan optimalisasi fasilitas produksi. Dari kegiatan pendampingan dengan langsung berkunjung ke tempat produksi, tim mendapatkan berbagai informasi yang menjadi ancaman terhadap keberlanjutan usaha tahu tempe di wilayah Kekalik Grisak (Gambar 3). Pertama, adanya keluhan dari para pengusaha bahwa generasi muda enggan melanjutkan atau bekerja sebagai pengusaha tahu tempe. Kedua, pekerjaan sebagai pengusaha tahu tempe sangat berat. Ini adalah salah satu sebab munculnya keluhan pertama. Ketiga, alat yang masih sederhana menyebabkan pekerjaan menjadi sangat berat. Setiap tahapan dalam proses produksi melibatkan pekerjaan mengangkat beban berat, terutama pada pencetakan tahu. Keempat, pengusaha tahu tempe masih menggunakan kayu bakar dan bergantung pada pasokan dari daerah lain. Pasokan kayu bakar tidak selalu berjalan lancar. Mereka merasa khawatir menggunakan gas karena risiko tinggi dari pemakaian dalam waktu yang relatif lama, terutama bagi proses produksi tahu.



Gambar 3. Kegiatan Pendampingan

Kesimpulan

Beberapa kesimpulan penting dapat ditarik dari kegiatan pengabdian dapat dilihat di bawah ini:

- Pelaksanaan kegiatan penyuluhan dan pendampingan bagi pelaku usaha tahu -tempe di lingkungan Kekalik Grisak berlangsung sesuai rencana.
- Motivasi peserta cukup tinggi. Hal ini terlihat dari kehadiran peserta yang tinggi, yakni 10 orang (100%) atau sesuai dengan rencana semula. Para peserta mengikuti sepenuhnya semua rangkaian acara atau kegiatan. Semua peserta berusia di atas 40 tahun, bahkan ada yang berusia cukup lanjut, yaitu 74 tahun.

Selama kegiatan penyuluhan dan pendampingan, peserta tampak cukup aktif. Keaktifan peserta ini dapat terlihat pada sesi tanya jawab. Hal yang menarik terlihat ketika para peserta menyatakan bersedia berbagi ilmu dan keterampilan yang diperoleh dari kegiatan ini kepada pelaku usaha tahu-tempe yang lain, namun yang tidak terlibat dalam kegiatan ini. Pelaku usaha tahu umumnya menghadapi berbagai permasalahan dalam proses dan fasilitas produksi

Saran

Berdasarkan hasil penyuluhan dan pendampingan, pengusaha tahu bahwa tempe di wilayah Kekalik Grisak disarankan untuk mulai

mengembangkan pemasaran digital secara efisien dengan memanfaatkan media sosial guna memperluas jangkauan pasar. Selain itu, penggunaan merek dagang dan promosi sederhana melalui platform digital perlu diterapkan untuk memperkuat identitas produk. Pengusaha juga diharapkan mengembangkan fasilitas dan proses produksi yang ramah lingkungan serta berkelanjutan agar lebih efisien dan mampu menarik minat generasi penerus. Ke depan, pengembangan ini dapat menjadi fokus kegiatan pengabdian lanjutan dengan melibatkan tim dan tenaga ahli yang sesuai.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada para pengusaha tahu dan tempe di wilayah Kekalik Grisak yang telah berpartisipasi aktif dan memberikan kerja sama yang baik selama kegiatan penyuluhan dan pendampingan berlangsung. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada tim pengabdian yang telah melaksanakan kegiatan dengan penuh dedikasi, serta semua pihak yang telah memberikan dukungan, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik dan memberikan manfaat bagi pengembangan usaha masyarakat. Diharapkan hasil kegiatan ini dapat menjadi langkah awal dalam meningkatkan kualitas pemasaran dan proses produksi yang lebih efisien dan berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Dewi, S. R., Rismayanti, R., Damai, S. Z., Rahayu, E. S., & Saputri, L. H. (2023). Dissemination of entrepreneurial opportunities: Processing tempe gembus as nuggets. *Community Empowerment*, 8(9), 1355-1360.
<https://doi.org/10.31603/ce.8603>
- Harisandi, P., Yahya, A., Mulyanto, H., & Asral, A. (2024). Pendampingan UMKM Dalam Pembuatan NIB Dan Pembembangan Strategi Bisnis yang Berkelanjutan di Kec. Purwadadi Kab. Subang. *Dinamika*, 2(2), 85.
<https://doi.org/10.56457/dinamika.v2i2.646>
- Hidayati, N., Pungkasanti, P. T., & Wakhidah, N. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Digital Marketing Umkm Di Kecamatan Tembalang Semarang. *Abdimasku Jurnal*

- Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 119.
<https://doi.org/10.33633/ja.v3i3.129>
- Isnawati, L., Hidayah, N., Yazidurrahman, R., Fahmi, M. R., Khotimah, B. K., Trisnanto, S. S., ... Motmainnah, N. (2025). Halal Certification Assistance for Micro and Small Enterprises Producing Traditional Medicine Products through Participatory Work Lectures: Pendampingan Sertifikasi Halal Bagi UMK Produk Obat Tradisional Melalui Kuliah Kerja Partisipatif. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Tropis Indonesia*, 1(1), 12–16. Retrieved from
<https://journals.widhatulfaeha.id/index.php/jpmti/article/view/134>
- Johnston, N. E., Jai, T., Phelan, K. V., & Velikova, N. (2018). Branding state-level pride: Exploring values and attitudes of local food product consumption. *Journal of Foodservice Business Research*, 21(6), 659.
<https://doi.org/10.1080/15378020.2018.1531740>
- Kurnia, M., Ambarwati, R. D., Norzianawati, A., Salsabilla, R. R. N., Hanif, M. D. H., & Afifa, M. R. (2022). Optimizing the management of Surya Tidar Tofu Chips SMEs, Kalijoso Village, Magelang Regency. *Community Empowerment*, 7(8), 1383. <https://doi.org/10.31603/ce.6954>
- Muliyani, M., Praya, Z., & Tanjung, A. A. (2024). Usaha Peningkatan Kinerja UMKM Melalui Digital Marketing dan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 2(4), 370.
<https://doi.org/10.31004/jerkin.v2i4.292>
- Pasaribu, M. K., Larasati, A. N., Siahaan, D. F., & Manik, B. (2023). Upaya Peningkatan Penjualan pada UMKM Tahu Sumedang Putri Deli Medan melalui Kemasan Ramah Lingkungan dan Strategi Digital Marketing. *Bima Abdi Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 57.
<https://doi.org/10.53299/bajpm.v3i1.275>
- Riyanto, R. B., Rodiyah, R., Priscillia, S., Amandha, A. R., & Hapsari, P. D. (2023). Pembentukan Kebijakan Kemahiran Paralegal Berbasis Kearifan Nilai Lokal. *Jurnal Puruhita*, 5(1), 1-6.
<https://doi.org/10.15294/puruhita.v5i1.73893>
- Rizqi, V., Alti, R. M., & Putri, I. C. V. (2025). Peningkatan Kapasitas Produksi dan Manajemen Usaha pada UMKM Kentang Mustofa melalui Penerapan Teknologi Tepat Guna dan Digitalisasi Usaha. *Jurnal ABDINUS Jurnal Pengabdian Nusantara*, 9(3), 894.
<https://doi.org/10.29407/ja.v9i3.27029>
- Saputri, P. N., Hutasuhut, J., Daulay, R. Z. F., Rambe, R. N., Afridiansyah, Y., & Akbar, D. N. (2025). Strategi Pembangunan Berkelanjutan Menuju Batubara Bahagia: Sinergi Ekonomi Kreatif, Literasi Digital Dan Kesehatan Masyarakat Di Desa Bandarsono. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(1), 6391.
<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2816>
- Sulhaini, Sulaimiah, Saadi, Y., Mahmud, F. (2025). Penyuluhan Bisnis Berkelanjutan dan Penataan Lingkungan di Kalangan Pengusaha Tahu-Tempe di Kekalik Grisak Kekalik Jaya, *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 8 (4): 1408-1411,
<https://doi.org/10.29303/jpmmpi.v8i4okumen>