

**SKEMA UNGGULAN :
KEWIRAUSAHAAN**

**LAPORAN AKHIR DIPA
TAHUN 2020
PROGRAM KEMITRAAN MASYARAKAT (PKM)**



**NEGOSIASI DAN KONSEP KONTRAK PEMASARAN
TEMPE DAN PRODUKSI KRIPIK TEMPE PADA
KELOMPOK USAHA TEMPE DI MEDOKAN
SEMAMPIR KOTA SURABAYA**

TIM PENGUSUL:

Nama 1. Dr. Vieta Imelda C., SH, MH.

NIDN: 0011017401

Nama 2. Agustiawan Djoko Baruno SE, MM

NIDN: 0707086901

**UNIVERSITAS DR. SOETOMO SURABAYA
JULI 2020**

**LAPORAN AKHIR DIPA
TAHUN 2020
PROGRAM KEMITRAAN MASYARAKAT (PKM)**



**NEGOSIASI DAN KONSEP KONTRAK PEMASARAN
TEMPE DAN PRODUKSI KRIPIK TEMPE PADA
KELOMPOK USAHA TEMPE DI MEDOKAN
SEMAMPIR KOTA SURABAYA**

TIM PENGUSUL:

Nama 1. Dr. Vieta Imelda C, SH, MH.

NIDN: 0011017401

Nama 2. Agustiawan Djoko Baruno SE, MM

NIDN: 0707086901

**UNIVERSITAS DR. SOETOMO SURABAYA
JULI 2020**

HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul Pengabdian : Negosiasi dan Konsep Kontrak Pemasaran Tempe dan Kripik Tempe Pada Kelompok Usaha Tempe di Medokan Semampir Kota Surabaya
2. Nama Mitra : Pujiati - Ketua UMKM Tempe Medokan Semampir
3. Ketua Tim Pengusul
 - a. Nama : Dr. Vieta Imelda Cornelis, SH, MH
 - b. NIDN : 001107401
 - c. Jabatan Fungsional : Lektor
 - d. Program Studi : Hukum
 - e. Alamat surel/email : vieta@unitomo.ac.id
4. Anggota Pengusul 1
 - a. Nama : Agustiawan Djoko Baruno, SE., MM
 - b. NIDN : 0707086901.
 - c. Jabatan Fungsional : Asisten Ahli
5. Institusi Mitra :
 - a. Nama Mitra : UMKM Medokan Semampir
 - b. Alamat Mitra : Medokan Semampir, Kelurahan Medokan Semampir, Kecamatan Semampir, Kota Surabaya
 - c. Kota Madya/ Propinsi : Surabaya, Jawa Timur
 - d. Jarak PT ke lokasi mitra (kilometer) : 3,5 kilometer
6. Luaran yang Dihasilkan : Jurnal, Produk Kripik Tempe, serta akun promosi Instragram dan Facebook
7. Jangka Waktu Pelaksanaan : 9 bulan
8. Biaya Total : Rp. 5,000,000

Mengetahui,
a.n. Dekan
Wakil Dekan I



Dr. Nbenik Soekorini, SH., MH.
NPP. 92.01.1.108

Surabaya, 18 Desember 2019
Ketua Tim Pengusul,



Dr. Vieta Imelda Cornelis, SH, MH
NIP: 197401112005012002

Menyetujui,
Ketua LPM



Dr. Padjar Kurnia Hartati, M.P.
NPP. 95.01.1.198

IDENTITAS DAN URAIAN UMUM

1. Judul Pengabdian kepada Masyarakat : Negosiasi dan Konsep Kontrak Pemasaran Tempe dan Kripik Tempe Pada Kelompok Usaha Tempe Di Medokan Semampir Kota Surabaya
2. Tim Pelaksana

No.	Nama	Jabatan	Bidang Keahlian	Instansi Asal	Alokasi Waktu (jam/ming)
1.	Dr. Vieta Imelda Cornelis, SH, MH	Ketua	Membuat naskah yang terkait dengan hukum	FH	
2.	Agustiawan Djoko Baruno SE, MM	Anggota	Produksi Digital Marketing Dan Publikasi	FEB	

3. Objek (khalayaksasaran) Pengabdian kepada Masyarakat:
UMKM Medokan Semampir
4. Masa Pelaksanaan
Mulai : bulan: Januari tahun: 2020
Berakhir : bulan: Juli tahun: 2020
5. Usulan Biaya DIPA UNITOMO
 - Tahun 2020 : Rp. 5.000.000,00.
6. Lokasi Pengabdian kepada Masyarakat:
UMKM Medokan Semampir. Kelurahan Medokan Semampir, Kecamatan Sukolilo, Kota Surabaya
7. Mitra yang terlibat (uraikan apa kontribusinya):
 - a. Mitra yang terlibat yaitu UMKM yang mempunyai produksi tempe di Kelurahan Medokan Semampir, Kecamatan Sukolilo, Kota Surabaya
 - b. Kontribusi yang diberikan oleh mitra meliputi: (1) Mitra sudah mempunyai produk tempe tetapi belum memiliki produk olahan kripik tempe, (2) menyiapkan sarana dan prasarana yang dibutuhkan selama kegiatan ditempat mitra, (3) bersedia diberikan pembelajaran dalam manajemen wirausaha

8. Permasalahan yang ditemukan dan solusi yang ditawarkan:
 - a. Berdasar hasil identifikasi masalah ditemukan masalah utama yang dihadapi mitra, yaitu (1) belum memiliki alat potong tempe dalam hal produksi produk olahan kripik tempe agar tebal kripik berukuran standar (2) belum banyak mengenal sarana promosi melalui media sosial (3) belum dilakukannya pembuatan akun Instagram dan Facebook dalam mempromosikan produknya.
 - b. Solusi yang ditawarkan untuk masalah tersebut yaitu mendesain alat potong tempe untuk produk olahan kripik tempe dan memberikan pembelajaran dan pendampingan dalam meningkatkan volume penjualan kripik tempe melalui akun Instagram dan Facebook dan manajemen wirausaha
9. Kontribusi mendasar pada khalayak sasaran (uraikan tidak lebih dari 50 kata, tekankan pada manfaat yang diperoleh):

Kontribusi mendasar adalah mendesain alat potong tempe dan transfer ilmu pengetahuan dan teknologi melalui digital marketing guna meningkatkan kemampuan dan ketrampilan membuat sarana promosi untuk meningkatkan volume penjualan kripik tempe. Program yang diusulkan juga memberikan kontribusi pada peningkatan pengetahuan dan ketrampilan tentang bagaimana membuat manajemen usaha yang baik sampai dengan bagaimana pentingnya mempromosikan produk kripik tempe melalui digital marketing sehingga dapat mengenalkan produknya kepada konsumen.
10. Rencana luaran berupa jasa, sistem, produk/barang, paten, atau luaran lainnya yang dalam bentuk publikasi Jurnal khusus Pengabdian Masyarakat
Rencana luaran meliputi:(1) jasa, berupa jasa pelatihan dan pendampingan untuk melakukan perbaikan manajemen pemasaran melalui digital marketing,(2) produk,yaitu mengenalkan bagaimana cara membuat akun di media sosial(3) Luaran dalam bentuk Publikasi Jurnal (4) Video dokumentasi

RINGKASAN

Mitra UMKM pada Kelurahan Medokan Semampir telah mengelola produksi tempe yang dikenal dengan Setia TEMPE. UMKM Setia Tempe selama ini hanya memproduksi tempe saja tanpa membuat produk olahannya seperti kripik tempe. Penjualan dan promosi yang dilakukan masih belum memanfaatkan berbagai aplikasi yang telah disediakan media sosial baik melalui Hp Android atau fasilitas wifi yang saat ini sudah marak di daerah / desa saat ini sehingga dapat dikatakan belum maksimalnya penggunaan sarana promosi digital marketing yang lebih luas jangkauan promosinya untuk meningkatkan volume penjualan. Salah satu tema kegiatan strategis pengabdian masyarakat yang mengakomodasi cabang keilmuan di lingkungan Universitas Dr. Soetomo yaitu mengangkat tema ketahanan pangan dan industri kreatif sehingga hal ini yang menjadikan tim PKM melaksanakan pengabdian masyarakat pada UMKM Medokan Semampir ini.

Beberapa hal yang dianggap sebagai masalah prioritas oleh mitra UMKM adalah masalah cara memotong tempe menjadi kripik tempe yang tebalnya sama serta memasarkan kripik tempe dengan menggunakan digital marketing yaitu akun Instagram dan Facebook. Solusi yang diberikan berupa mendesain alat potong tempe untuk membuat produk olahan tempe berupa kripik tempe serta pelatihan (pembinaan dan pendampingan) yang dilakukan dengan strategi kronologis atau bertahap yang pertama yaitu memberikan pengetahuan / membuka wawasan kepada pengusaha UMKM Medokan Semampir tentang begitu pentingnya penggunaan digital marketing sebagai sarana promosi kripik tempe. Kegiatan solusi yang ketiga membuat foto-foto dan video promosi kripik tempe untuk mengisi akun digital marketingnya dan yang keempat solusi yang disepakati yaitu melakukan evaluasi dalam melakukan promosi kripik tempe yang telah dilakukan oleh UMKM Medokan Semampir melalui digital marketing.

Saran yang dapat dipergunakan oleh beberapa pihak terkait untuk membantu dalam pengembangan usaha kripik tempe di UMKM Medokan Semampir Kelurahan Medokan Semampir Kecamatan Sukolilo Kota Surabaya, pelatihan untuk pengguna digital marketing sebagai sarana promosi saat ini dimana pelatihan-pelatihan yang berkaitan dengan pemasaran dan komunikasi pemasaran melalui digital marketing sangat dibutuhkan maka hendaknya pemerintah daerah dapat menjadi fasilitator untuk itu.

Key Word : Negosiasi , Kontrak , Perjanjian Jual Beli, Digital Marketing

PRAKATA

Dengan memanjatkan puji syukur kepada Allah SWT dengan telah selesainya tim melakukan pengabdian masyarakat melalui Program DIPA Unggulan Universitas Dr. Soetomo Surabaya dengan judul: **Negosiasi dan Konsep Kontrak Pemasaran Tempe dan Kripik Tempe Pada Kelompok Usaha Tempe Di Medokan Semampir Kota Surabaya**. Dengan pendanaan dari Universitas, kami selaku tim pelaksana pengabdian PKM mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu sampai dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat di UMKM Medokan Semampir.

Kami sebagai tim pelaksana pengabdian masyarakat melalui DIPA Unitomo, masih banyak kekurangan dalam membuat penulisan proposal dan melakukan pengabdian serta pendampingan kepada mitra kami sehingga kami berharap adanya kritik ataupun saran dari berbagai pihak untuk pengerjaan pengabdian masyarakat dalam waktu yang akan datang.

Demikian kami ucapkan terima kasih kepada semua pihak baik kepada Lembaga Pengabdian Masyarakat (LPM) Universitas Dr Soetomo yang telah memberikan kesempatannya, dan kepada pihak mitra UMKM Medokan Semampir yang telah berkenan untuk menjadi mitra.

Tim
PKM

DAFTAR ISI

	Hal
Halaman Sampul	
Halaman Pengesahan	i
Identitas dan Uraian Umum.....	ii
Ringkasan.....	iv
Prakata.....	v
Daftar Isi	vi
Daftar Gambar.....	vii
Daftar Tabel.....	viii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Analisis Situasi	1
1.2. Masalah Mitra	3
BAB II. SOLUSI PERMASALAHAN.....	5
2.1. Solusi yang disepakati untuk diselesaikan.....	5
2.2. Luaran Dan Target Capaian	5
BAB III. METODE PELAKSANAAN	8
3.1. Tahapan Pelaksanaan.....	8
3.2. Evaluasi Pelaksanaan Program.....	8
3.3. Kontribusi Anggota Dan Kepakarannya.....	9
3.4. Gambaran IPTEK	9
BAB IV. HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI.....	10
4.1. Hasil.....	10
4.2. Luaran Yang Dicapai.....	22
BAB V . SIMPULAN DAN SARAN.....	23
DAFTAR PUSTAKA.....	8

DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 1.1. Home Industri Tempe.....	1
Gambar 1.2. Beberapa variasi bentuk tempe.....	2
Gambar 3.1. Tahapan Pelaksanaan Pendampingan Usaha Tempe dan Kripik Tempe.....	8
Gambar 3.2. Gambaran Iptek Bagi Masyarakat.....	9
Gambar 4.3. Gambar 4.3. Kegiatan Pembuatan Kripik Tempe oleh Kelompok Usaha Tempe Medokan Semampir.....	10
Gambar 4.4. Gambar 4.4. Alat Pemotong Kripik Tempe Yang Digunakan...	10
Gambar 4.5. Pemberian Materi Perjanjian Jual Beli BW Dan Digital Marketing melalui aplikasi Zoom.....	11
Gambar 4.6. Sosialisasi dan konsultasi Tim Dipa Unitomo dengan Pujiati Ketua kelompok Usaha Tempe Medokan Semampir Surabaya melalui aplikasi Zoom.....	11

DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel1.1. Distribusi Tempe Medokan Semampir Kelompok Usaha Tempe Medokan Semampir Surabaya.....	3
Tabel 1.2. Bidang dan Permasalahan Mitra.....	4
Tabel 2.1. Permasalahan Yang Dihadapi Mitra Dan Solusi Yang Disepakati	5
Tabel2.2. JenisLuaran Dan Indikator Capaian.....	5
Tabel2.3. LuaranTambahan Dan target Capaian Solusi Permasalahan Mitra.....	6
Tabel2.4. Riset Yang Pernah Dilakukan Oleh Tim PKM	6
Tabel 3.1. Tahapan Pelaksanaan Pengabdian Pada Masyarakat.....	8
Tabel 3.2. Evaluasi Pelaksanaan Program PKM.....	9
Tabel 3.3. Tim Pengusul dan Kepakaran.....	9

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Analisis Situasi

Dengan melihat perkembangan zaman yang semakin maju dan kebutuhan gizi manusia yang semakin meningkat dan juga tingkat persaingan khususnya dibidang perdagangan yang semakin ketat maka dari itu kami memiliki ide gagasan untuk membuat suatu usaha kecil yang berupa makanan dengan membuat suatu usaha makanan yaitu tempe dan keripik tempe yang nantinya disukai dan mendapat respon positif dari para konsumen. Medokan Semampir Surabaya mempunyai kelompok usaha tempe yang diketuai oleh Ibu Pujianti, dimana pada saat mendirikan usahanya pertama kali dimana industri tempe merupakan salah satu agroindustri rumah tangga yang sangat potensial untuk dikembangkan. Hal ini dikarenakan industri tempe telah mampu menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan, dan meningkatkan perekonomian masyarakat pedesaan. Ditengah-tengah persaingan dengan industri rumah tangga lain baik yang dalam bidang pangan maupun non pangan serta iklim usaha yang semakin sulit menuntut industri tempe untuk lebih kreatif dalam menjalankan usaha. Agar dapat bertahan dan berkembang industri tempe perlu mengetahui faktor kunci sukses dalam berwirausaha tempe. Pengetahuan faktor kunci sukses berwirausaha tempe akan membantu para pengrajin tempe dalam menjalankan usaha. Selain itu juga akan membantu pihak-pihak yang terkait dalam pembinaan untuk membina para pengrajin tempe secara efektif dan efisien.

Gambar 1.1. Home Industri Tempe



Sistem yang mengatur proses produksi, manajemen usaha dan pemasaran agar usaha benar-benar berjalan lancar dan sesuai dengan mekanisme yang diinginkan maka manajemen usaha, maupun pemasarannya dari usaha produk tempe dan kripik tempe. Dengan demikian akan mudah di dalam menerapkannya manajemen usaha sehingga berjalan lancar, rapi dan sukses meskipun usaha tersebut semula dari kecil. Industri tempe merupakan industri kecil yang mampu menyerap sejumlah besar tenaga kerja baik yang terkait langsung dalam proses produksi maupun yang terkait dengan perdagangan bahan yang merupakan masukan maupun produk hasil olahannya.

Gambar 1.2. Beberapa variasi bentuk tempe



Permasalahan yang timbul dalam pengembangan industri kecil dan rumah tangga (khususnya agroindustri) adalah tidak ditepatinya pembayaran oleh pihak pembeli kepada pihak pengusaha tempe, sehingga perlu adanya pembinaan secara intensif sekaligus pendampingan untuk membuat perjanjian usaha antar penjual dan pihak pengusaha tempe. Permasalahan lain yang dapat dibantu adalah mengenai pengadaan bahan baku, modal, manajemen dan pemasaran. Menurut Apretty (2000), permasalahan dalam pengadaan bahan baku disebabkan karena berbagai hal, antara lain sifat produk pertanian yang musiman, tingkat keragaman yang tinggi, jumlah

produksi yang melimpah pada suatu waktu, mudah rusak dan tidak tahan lama. Masalah manajemen usaha bagi industri kecil merupakan unsur penting bagi pengembangan usaha. Menurut Sarah (2001), pengelolaan industri kecil umumnya masih bersifat tradisional dan belum berorientasi pada manajemen usaha yang profesional. Pola manajemen tradisional biasanya ditandai dengan masih sulitnya memisahkan antara aktivitas keluarga dengan aktivitas perusahaan. Selain itu manajemen usaha pada industri kecil umumnya juga belum bisa mengembangkan manajemen keuangan dan personalia dengan baik.

**Tabel 1.1. Distribusi Tempe Medokan Semampir
Kelompok Usaha Tempe Medokan Semampir Surabaya**

No	Nama Toko	Unit / Pax
1.	Giant	4211
2.	Transmart	1342
3.	Indo Grosir	2127
4.	Carrefour	2129

Sumber : Pengusaha Setia Tempe

Fasilitas atau sarana dan prasarana yang dimiliki oleh *home industry* kelompok usaha tempe dan kripik tempe belum cukup memadai maka perlu untuk dikembangkan lagi , hanya sarana dan prasarana untuk manajemen usaha kripik tempe yang belum memiliki alat guna mengembangkan usaha tempe dan kripiknya, membuat kemasan dan labeling yang belum tersentuh untuk dikembangkan. Oleh karena itu perlu adanya pendampingan dan pelatihan dalam hal tersebut diatas melalui dana hibah Dipa Universitas Dr. Soetomo sebagai bentuk pengabdian masyarakat.

1.2. Masalah Mitra

Mengacu kepada butir Analisis Situasi berdasar hasil identifikasi masalah ditemukan tiga masalah utama yang dihadapi mitra, yaitu (1) belum mengerti dan pahamiya bagaimana perjanjian dagang yang harus dilakukan oleh pengusaha tempe / kripik dengan pihak ke 2 dan (2) belum melakukan pemasaran tempe dan kripik tempe secara baik dan profesional (3) adanya keinginan untuk memproduksi kripik tempe dengan sesuai standar dan pengemasan kripik tempe.

Dengan mempertimbangkan hal diatas, maka disepakati bahwa yang akan diatasi pada program pengabdian adalah perjanjian dagang, produksi kripik tempe sampai kemasan dan pemasaran kripik tempe pada Kelompok Usaha Tempe di Medokan Semampir Kota Surabaya

Tabel 1.2. Bidang dan Permasalahan Mitra

No	Bidang	Permasalahan
1	Sosialisasi perjanjian dagang / perjanjian bisnis	memberikan pembelajaran / pelatihan dan pendampingan dalam pembuatan perjanjian dengan pihak ke 2 dalam sebuah kerjasama bisnis
2	Pelatihan dan pendampingan pembuatan	melakukan pelatihan dan pendampingan pembuatan digital marketing, cara memproduksi kripik tempe dengan menggunakan alat irisan standar kripik tempe dan pelatihan pembuatan kemasan tempe dan kripik tempe
3	Evaluasi	Pemberian pendampingan evaluasi terhadap program pengabdian masyarakat yang telah dilakukan di tempat mitra tentang penguatan manajemen pengelolaan Wirausaha dengan Penjanjian kerjasama bisnis, pembuatan digital marketing, produksi, kemasan tempe dan kripik tempe.

Dalam tabel 1.2. dapat diketahui bahwa masalah mitra dalam usaha tempe dan keripik tempe pada Kelurahan Medokan Semampir Kecamatan Sukolila Kota Surabaya dapat disimpulkan terdapat tiga masalah yang perlu dilakukan dalam pengabdian masyarakat Program Kewirausahaan Masyarakat (PKM).

BAB II.

SOLUSI DAN PERMASALAHAN

2.1. Solusi yang disepakati untuk diselesaikan

Permasalahanyang ada pada mitra usaha tempedankeripiktempe Kelurahan Medokan Semampir Kecamatan Sukolilo Kota Surabaya : bidanghukum, dan bidang pemasaran melalui online marketing. Selanjutnya permasalahan yang dihadapi mitra dan solusi yang disepakati secara bersama dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 2.1. Permasalahan Yang Dihadapi Mitra Dan Solusi Yang Disepakati

No	Permasalahan	Solusi Yang Disepakati
Bidang Hukum		
1	Sosialisasi perjanjian dagang / perjanjian bisnis	memberikan pembelajaran / pelatihan dan pendampingan dalam pembuatan perjanjian dengan pihak ke 2 dalam sebuah kerjasama bisnis
Bidang Pemasaran		
1	Pelatihan dan pendampingan pemasaran produk	<ul style="list-style-type: none">• melakukan pelatihan dan pendampingan pembuatan digital marketing,
2	Bagaimana membuat <i>online marketing</i> tentang tempedankeripiktempe di Kelurahan Medokan Semampir Kecamatan Sukolilo Kota Surabaya	Pelatihan : <ul style="list-style-type: none">• Akun bisnis / Medsos(Digital Marketing : Instagram dan Facebook)

2.2. Luaran Dan Target Capaian

Luaran wajib dan indikator capaian dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat dari setiap solusi yangditawarkan disajikan padatable 2.3 sebagaiberikut ini.

Tabel 2.2. Jenis Luaran Dan Indikator Capaian

No.	Jenis Luaran	Indikator Capaian
1.	Publikasi ilmiah di jurnal/Prosiding1)	Submitted Jurnal Abdimas At Tamkin Unira Malang
2.	Pemakalah dalam pertemuan ilmiah2)	Tidak ada
3.	Hak Atas Kekayaan Intelektual (Paten, Paten sederhana, Hak Cipta, Merekdagang, Rahasia dagang, Desain Produk Industri, perlindungan VarietasTanaman, Perlindungan Topografi Sirkuit Terpadu)3)	Tidak ada

No.	Jenis Luaran	Indikator Capaian
4.	Teknologi Tepat Guna ⁴⁾	Tidak ada
5.	Karya Seni/Rekayasa Sosial, Jasa, Sistem, Produk/Barang ⁵⁾	Produk kripiK tempe, Alat produksi kripiK
6.	Buku Ajar (ISBN) ⁶⁾	Tidak ada
7.	Publikasi pada media masa (cetak/elektronik)	Tidak Ada

1) Isi dengan belum/tidak ada, draf, *submitted*, *reviewed*, atau *accepted/published*

2) Isi dengan belum/tidak ada, draf, terdaftar, atau sudah dilaksanakan

3) Isi dengan belum/tidak ada, draf, atau terdaftar/*granted*

4) Isi dengan belum/tidak ada, produk, atau penerapan

5) Isi dengan belum/tidak ada, draf, produk, atau penerapan

6) Isi dengan belum/tidak ada, draf, proses *editing*/sudah terbit

Jurnal yang akan menerbitkan yaitu Jurnal ISSN : Jurnal Abdimas At Tamkin Malang.

Adapun dalam pengabdian masyarakat yang diterapkan di usahatempedankripiKtempeKelurahan Medokan Semampir Kecamatan Sukolilo Kota Surabaya ada beberapa luaran tambahan dan target capaian dalam solusi permasalahan mitra adalah sebagai berikut :

Tabel 2.3. Luaran Tambahan Dan target Capaian Solusi Permasalahan Mitra

No	Luaran Tambahan	Target Capaian
Bidang Hukum		
1	Sebelumnya tidak suratperjanjiankerjasamatransaksijualbeliantarapengusahadan pembeli	<ul style="list-style-type: none"> • Ada suratperjanjiankerja sama
Bidang Pemasaran		
1	<ul style="list-style-type: none"> • Akun Bisnis / Media Sosial • Video dokumentasi 	<ul style="list-style-type: none"> • Ada • Ada

BAB III.

METODE PELAKSANAAN

3.1. Tahapan Pelaksanaan

Berdasarkan uraian sebelumnya, serta hasil diskusi dengan mitra, maka prioritas permasalahan yang harus diselesaikan bersama mitra adalah penguatan manajemen pengelolaan pemasaran tempe dan produksi kripik tempe.

Tabel 3.1. Tahapan Pelaksanaan Pengabdian Pada Masyarakat

No	Tahapan	Operasional
1	Pelatihan dan pendampingan pembuatan perjanjian kerjasama bisnis dengan pihak ke 2	Memberikan materi dan pendampingan kepada mitra tentang bagaimana membuat surat perjanjian usaha dengan pihak pembeli.
2	Pelakukan pelatihan pembuatan digital marketing untuk memasarkan tempe	<ul style="list-style-type: none">• Akun bisnis/medsos (Digital Marketing : Instagram dan Facebook)

Keberlanjutan program di lokasi pengabdian pada masyarakat skim Program Kewirausahaan Masyarakat (PKM) pada usaha tempedankripiktempe melalui Dipa Unitomo yang dilaksanakan adalah sebagai berikut :

1. Menjalankan Manajemen Usaha secara profesional
2. Pemeliharaan Edukasi Pemasaran dan Perjanjian Usaha
3. Menjalankan marketing online secara kesinambungan
4. Menggalakkan UKM untuk mendukung pemasaran tempedankripiktempe

3.2. Evaluasi Pelaksanaan Program

Adapun evaluasi pelaksanaan program yang akan dilakukan pada usaha tempedankripiktempe adalah sebagai berikut :

Tabel 3.2. Evaluasi Pelaksanaan Program PKM

No	Sebelum Program	Sesudah Program	Nilai Tambah
1	Tidak adanya surat perjanjian	Mengetahui cara membuat surat perjanjian kerjasama	<ul style="list-style-type: none">• Menjamin pembayaran dari pihak pembeli tepat waktu dan menghindari terjadinya tunggakan bahkan tidak dibayar oleh pihak pembeli

No	Sebelum Program	Sesudah Program	Nilai Tambah
	anantarapen gusahadanp embeli		
2	Tidak mempunyai akun bisnis / medsos	Memahami pentingnya media pemasaran untuk meningkatkan penjualan	<ul style="list-style-type: none"> • Terbentuknya akun bisnis / medsos :(Digital Marketing : Instagram dan Facebook)

3.3. Kontribusi Anggota Dan Kepakarannya

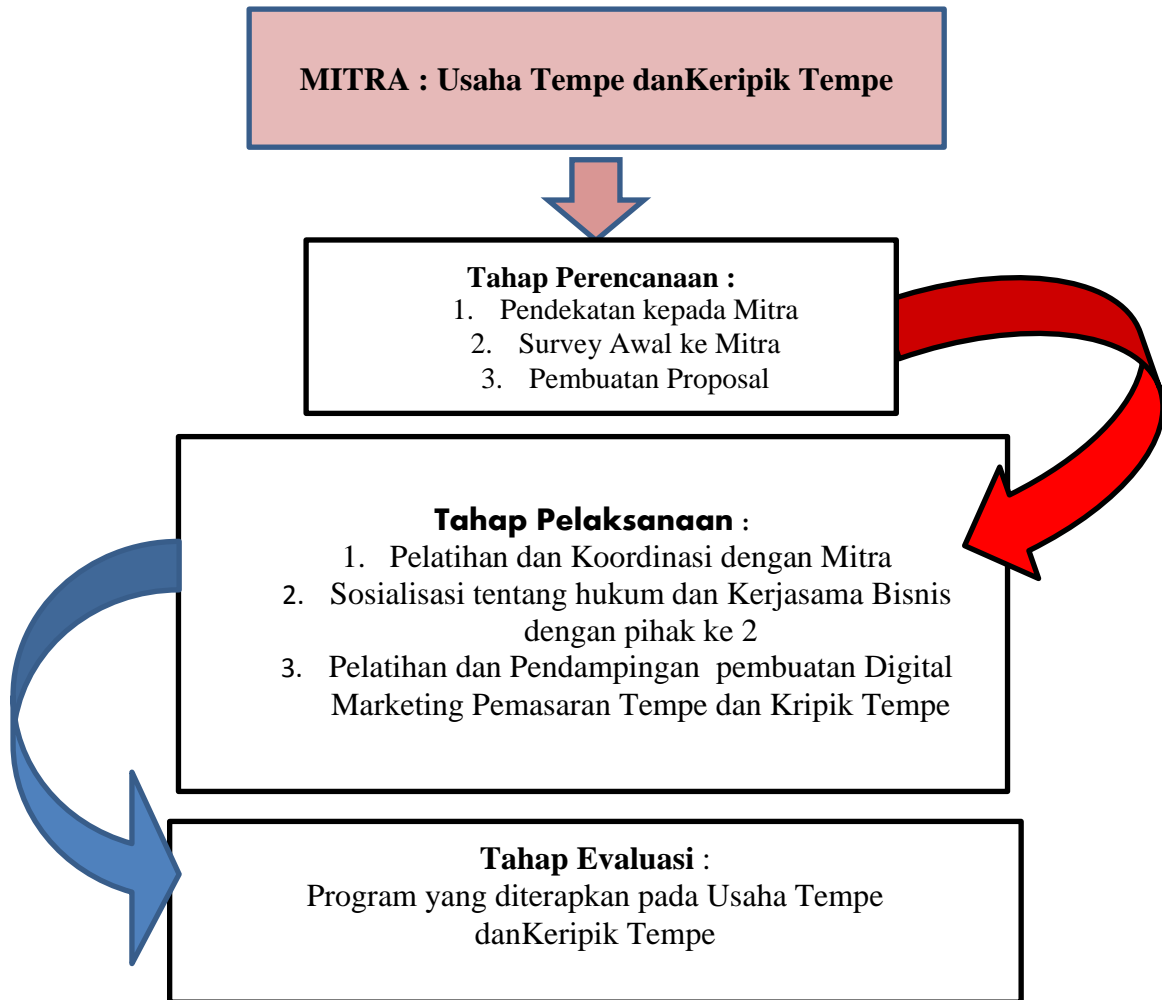
Jenis kepakaran yang diperlukan dalam menyelesaikan seluruh persoalan atau kebutuhan mitra oleh tim pengusul yaitu tentang hukum, dan manajemen pemasaran. Adapun nama tim pengusul dan uraian kepakaran tugas masing-masing dalam kegiatan PKM :

Tabel 3.3. Tim Pengusul dan Kepakaran

No.	Nama	Jabatan	Bidang Keahlian
1.	Dr. Vieta Imelda Cornelia, SH, MH	Ketua	Naskah yang terkait dengan Hukum dan Kerjasama Bisnis
2.	Agustiawan Djoko Baruno, SE., MM	Anggota	Digital Marketing dan Pemasaran dan Humas/Publikasi

3.4. Gambaran IPTEK

Gambar 3.1. Gambaran Iptek Bagi Masyarakat



BAB IV. HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

4.1. Hasil

Jadwal kegiatan pengabdian masyarakat DIPA Program Kemitraan Masyarakat (PKM) sesuai dengan jadwal pelaksanaan DIPA PKM saat ini pelaksanaannya dikarenakan masih dalam masa pandemi Covid-19 maka telah dilakukan memberikan materi Sosialisasi Perjanjian Jual Beli BW dengan cara daring melalui aplikasi Zoom. Adapun laporan ini Tim DIPA PKM **Negosiasi dan Konsep Kontrak Pemasaran Tempe dan Kripik Tempe Pada Kelompok Usaha Tempe Di Medokan Semampir Kota Surabaya** adalah sebagai berikut :

Gambar 4.3. Kegiatan Pembuatan Kripik Tempe oleh Kelompok Usaha Tempe Medokan Semampir



Gambar 4.4. Alat Pemotong Kripik Tempe Yang Digunakan



Gambar 4.5. Pemberian Materi Perjanjian Jual Beli BW Dan Digital Marketing melalui Aplikasi Zoom

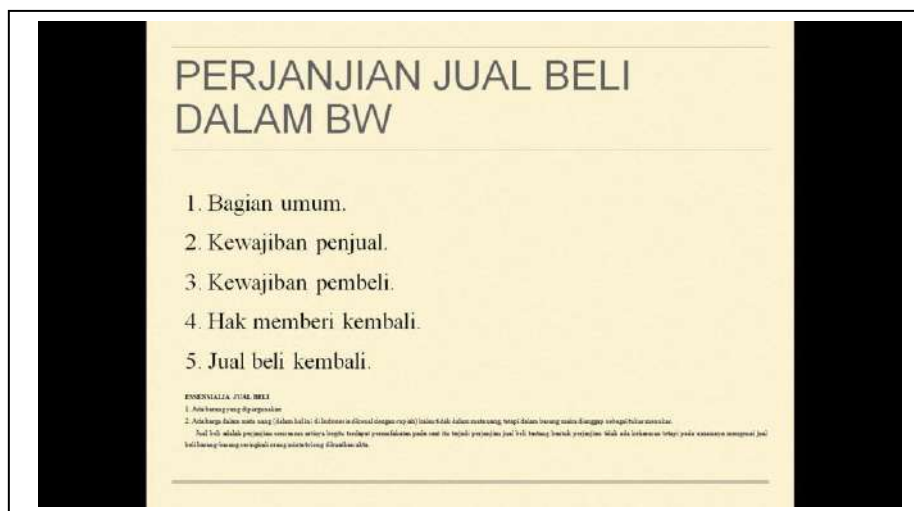


Gambar 4.6. Sosialisasi dan konsultasi Tim Dipa Unitomo dengan Pujiati Ketua kelompok Usaha Tempe Medokan Semampir Surabaya melalui aplikasi Zoom



Dalam pelaksanaan Sosialisasi dan Konsultasi dengan Kelompok Usaha Tempe di Medokan Semampir melalui Aplikasi Zoom telah di sampaikan dua Materi PPT tentang **Negosiasi dan Konsep Kontrak Pemasaran Tempe dan Kripik Tempe Dan Digital Marketing** adalah sebagai berikut :

Materi 1 :



Sebelum kontrak terjadi maka pada tahap awal

1. Para pihak

2. Negosiasi mengenai apa yang akan disepakati.

3. Substansi : identitas para pihak, pokok perjanjiannya, hak dan kewajiban masing-masing pihak, sanksi bagi pihak yang wanprestasi, berakhirnya perjanjian, domisili hukum terhadap penyelesaian sengketa

Untuk itu, beberapa asumsi yang harus dipegang dalam perancangan kontrak antara lain adalah:

Para pihak menandatangani kontrak karena memang benar-benar ingin melakukannya dan bukan ingin berperkara di pengadilan.

Kontrak yang dibuat harus memuaskan para pihak dan para pihak akan melaksanakan kontrak itu.

Persiapan Kontrak

2 (dua) prinsip dalam hukum kontrak:

1. *Bevrijheid der contractsvrijheid* atau *party autonomy*, yaitu para pihak bebas untuk memperjanjikan apa yang mereka inginkan (tentunya harus sesuai dengan undang-undang, kesusilaan dan ketertiban umum), dan

2. *Pacta sunt servanda*, yaitu sekali mereka sepakat, kontrak itu berlaku mengikat sebagaimana undang-undang bagi para pihak yang membuatnya.

1. Adanya kesepakatan (*toesteming*) kedua belah pihak.
2. Kecakapan bertindak
3. Adanya obyek perjanjian (*Onderwerp der Overeenskomst*)
4. Adanya *causa* yang halal (*geoorloofde Oorzaak*)

Bentuk Umum Surat Perjanjian

Keterangan surat perjanjian biasanya dibagi sebagai berikut

1. Awal surat
2. Identifikasi para pihak
3. Premise
4. Isi surat
5. Akhir surat

CONTOH SURAT PERJANJIAN

- Pada Hari senin 6 juli 2020, yang bertanda tangan dibawah ini, kami :
- Nama : Mira, (Setaku pegusaha tempe) , beralamat di.....(selanjutnya disebut pihak Pertama)
- Nama: Andi (selaku pembeli) beralamat di.....(selanjutnya disebut pihak kedua)kedua Pihak bersepakata dalam hal ini ;
- Pasal Pasal
- akhir surat : Demikian surat perjanjian Jual beli tempe ini disetujui pada hari senin 6 juli 2020 . Dan surat perjanjian ini rangkap 2 serta mempunyai kekuatan hukum yang sah
- Surabaya ,6 juli 2020. Tandatangan para Pihak
- saksi saksi (minimal 2 saksi)



Materi 2 :

Digital Marketing Usaha Tempe

Membuat akun Instagram dan Facebook untuk Digital Marketing
 Oleh: Agustiawan Djoko Baruno, SE., MM.

Apa itu Digital Marketing

Digital Marketing
 By Agustiawan Djoko Baruno SE., MM.

[Apa itu Digital Marketing]



Apa itu Digital Marketing ?

Digital adalah sebuah alat elektronik yang dapat menampilkan gambar visual, dan Marketing itu sendiri berarti pemasaran, atau memasarkan. Jadi **Digital Marketing** itu adalah memasarkan dengan cara memanfaatkan media elektronik yang dapat menampilkan gambar. Biasanya banyak digunakan dalam mempromosikan brand atau sebuah produk.

[Keuntungan Digital Marketing]

Dibandingkan pemasaran konvensional:

- Dapat diakses secara Global / mendunia
- Biaya rendah
- Bisa dilacak, hasilnya terukur
- Personalisasi
- Sangat terbuka
- Mata uang social
- Meningkatkan tingkat konversi

[Mengapa Internet Marketing..???]

- Kita akan mempunyai salesman yang bisa bekerja 1x24 jam selama setahun penuh
- Kita akan berpeluang mendapatkan pembeli di seluruh Indonesia bahkan dunia
- Efisien, Tidak membutuhkan biaya yang besar (tidak perlu mengeluarkan biaya untuk stok barang)
- Paperless, mendukung gerakan cinta lingkungan, tanpa kertas &/ brosur
- Spaceless, tidak membutuhkan ruang atau kantor khusus, cukup dengan sebuah PC atau Laptop dengan koneksi internet
- Mempunyai pasar yang unlimited (tak terbatas)
- Tren ke Depan yang Semakin Meningkat jumlah Penggunanya

[Facebook Marketing]

- Membuat akun email terlebih dahulu jika belum memiliki akun email
- Membuat akun Facebook
- Membuat akun Facebook Business: facebook.com/pages/create
- Pilih: Business/brand atau Community/public figure
- Inputkan detail usaha Anda

[Facebook Marketing]

- Tambahkan Foto Profile dan data Profile Usaha Anda
- Lengkapi Data Info Anda pada halaman Page Info
 - Klik: Edit Page Info
 - Description: 255 karakter untuk menggambarkan siapa Anda dan apa yang Anda lakukan
 - Contact Information: Isi semua cara yang Anda inginkan agar orang-orang dapat menghubungi Anda (termasuk situs web Anda).
 - Extra Option: Jika relevan dengan bisnis Anda, tambahkan jam operasi, kisaran harga, dan kebijakan privasi Anda.

[Facebook Marketing]

- Membuat username pada Facebook:
 - Nama pengguna Anda membantu orang menemukan Anda di Facebook. Klik Create Page @username untuk membuatnya. Panjangnya bisa hingga 50 karakter.
 - ide pemasaran Facebook untuk URL halaman usaha Anda:
 - Pilih nama Halaman yang ramah pencarian. Dalam kebanyakan kasus, ini akan menjadi nama merek Anda.
 - Jika memungkinkan, gunakan nama pengguna yang konsisten di jejaring sosial.

Instagram Marketing

Mengapa Menggunakan Instagram untuk Bisnis?

- Instagram saat ini jejaring sosial yang tumbuh paling cepat.
- 600 juta hingga 800 juta pengguna aktif dalam 12 bulan terakhir. 55 juta foto diunggah. (Jan 2018)
- Cerita Instagram (sekarang hingga 300 juta pengguna aktif harian).
- Terhubung ke Facebook dan memiliki pemasaran yang sangat bertarget.
- Membangun merek dan kesadaran. Jual Produk.

Instagram Marketing

Mengoptimalkan Profil Bisnis Anda

- Pastikan Anda memiliki profil bisnis.
 - Wawasan
 - Buat Iklan
 - Tautan ke Halaman Facebook
 - Tombol kontak
- Gunakan nama pengguna terkait dan bio terperinci dengan taggar bermerek
- Tautan situs web adalah satu-satunya tautan.

Tips Posting Instagram Marketing

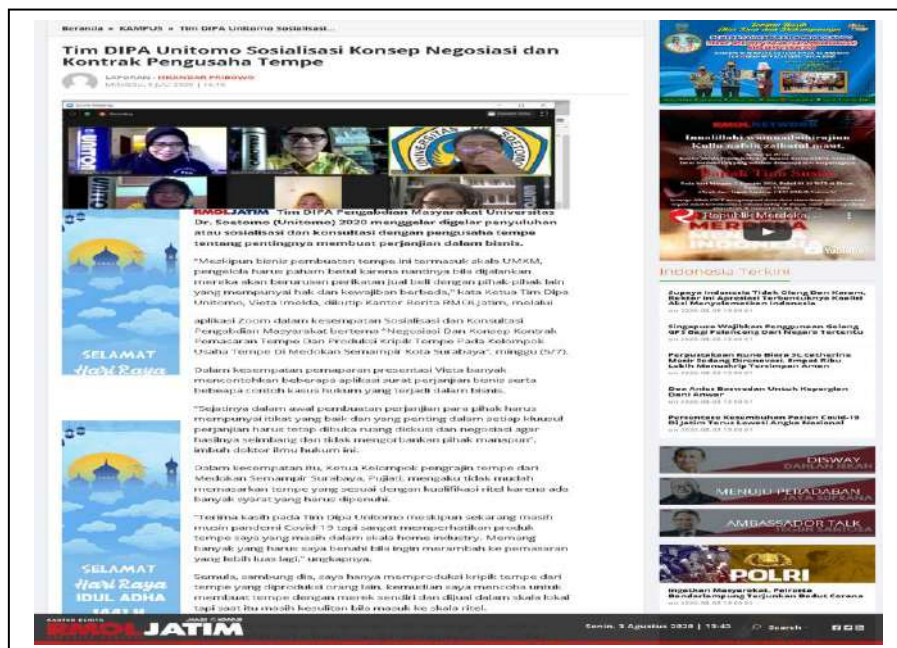
1. Konsisten, konten reguler yang MEMBAWA NILAI.
2. Jalankan serangkaian konten mini. Contoh: memposting gambar dengan tip selama 5 hari.
3. Gunakan semua 30 tagar. Dan campur tagar Anda. Jangan selalu menggunakan yang sama.
4. Tanggapi orang yang mengomentari konten Anda.
5. Kembali dan suka komentar dari konten sebelumnya SETELAH Anda memposting posting baru. Ini akan membawa orang kembali ke akun Anda dan mereka akan melihat Anda memiliki konten baru dan lebih cenderung terlibat dengannya.

Sebagai bentuk publikasi kegiatan Tim dalam pemberian materi DIPA PKM tentang **Negosiasi dan Konsep Kontrak Pemasaran Tempe dan Kripik Tempe Dan Digital Marketing Pada Kelompok Usaha Tempe Di Medokan Semampir Kota Surabaya** ini juga ditayangkan melalui berita online oleh 6 (enam) media online sebagai berikut :

1. **TIMES Indonesia:** Tim DIPA Unitomo Sosialisasi Konsep Negosiasi dan Kontrak Pengrajin Tempe – link : <https://timesindonesia.co.id/s/tpaszbs8jk>



2. **RMOL Jatim** link : <https://rmljatilim.id/2020/07/05/tim-dipa-unitomo-sosialisasi-konsep-negosiasi-dan-kontrak-pengusaha-tempe/>



3. **Petisi.co** link : <https://petisi.co/tim-dipa-unitomo-sosialisasi-dan-konsultasi-dengan-kelompok-pengrajin-tempe-medokan-semampir/>



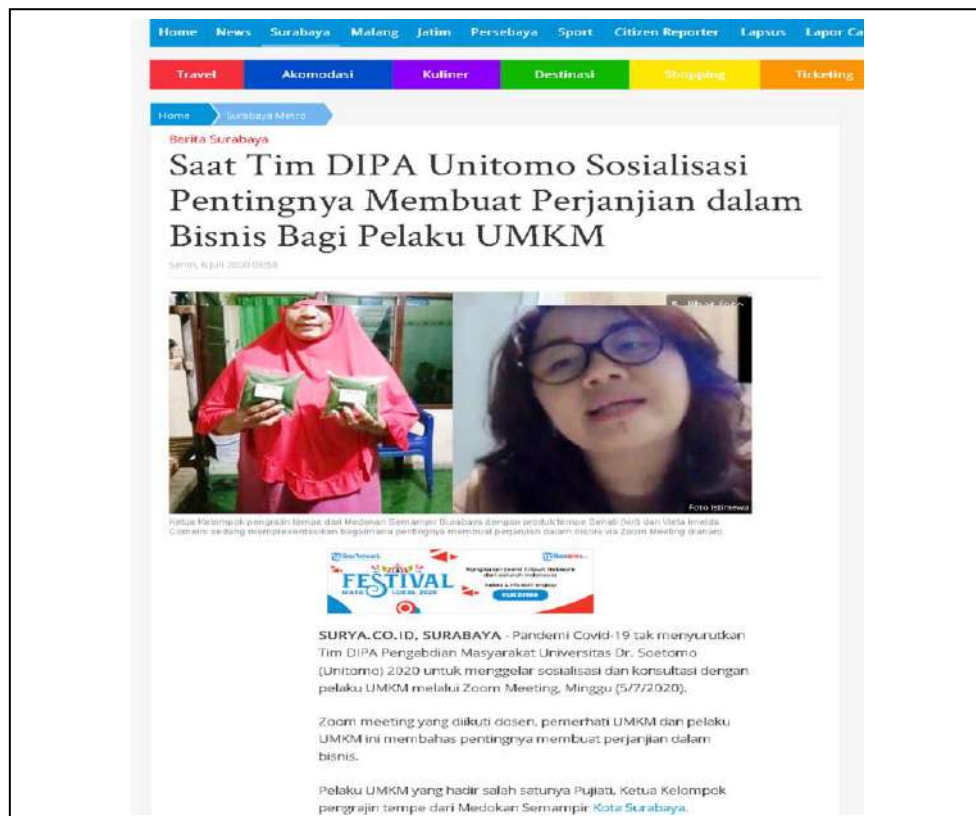
4. **Unitomo Web News** link : <https://www.unitomo.ac.id/news/266>



5. **Tabloid LPK** link : <http://tabloidlpk.or.id/tim-dipa-unitomo-sosialisasi-konsep-negosiasi-dan-kontrak-pengrajin-tempe/>



6. **Tribunnews** link : <https://surabaya.tribunnews.com/2020/07/06/saat-tim-dipa-unitomo-sosialisasi-pentingnya-membuat-perjanjian-dalam-bisnis-bagi-pelaku-umkm>



4.2. Luaran Yang Dicapai

1. Jurnal Ilmiah ber ISSN At Tamkin
2. Publikasi Repository PT
3. Penambahan ilmu dan wawasan tentang perjanjian negosiasi dan konsep kontrak jual beli, melalui digital marketing dimana materi telah diberikan maka ada pembuatan akun penjualan tempe dan keripik tempe ; dan alat produksi keripik tempe yang diberikan kepada kelompok usaha tempe dan keripik sehingga tidak dilakukan secara manual (diiris dengan pisau biasa sehingga irisan tipis dan tebalnya tidak terstandar / sama)

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Semua kalangan masyarakat tentunya sudah mengenal dengan yang namanya tempe. Tempe merupakan bahan makanan yang dapat diolah untuk dijadikan sebuah masakan. Bisnis makanan yang menggunakan bahan baku tempe sangat banyak. Kebutuhan tempe setiap harinya semakin mengalami peningkatan. Banyak masyarakat yang membutuhkan tempe sebagai bahan makanan yang diolah untuk setiap harinya. Melihat hal tersebut bagi kelompok usaha tempe dan keripik tempe Medokan Semampir yang bisa membuat tempe sebaiknya mencoba mengembangkan **peluang bisnis tempe menjadi keripik tempe**. Bisnis tempe memiliki potensi yang sangat menguntungkan. Menjalankan bisnis keripik tempe dapat dijalankan oleh semua kalangan masyarakat, hal ini yang mendasari kelompok usaha keripik tempe yang ada di Medokan Semampir selama ini. Segala bisnis memang tidak bisa berjalan mulus dan lancar seperti yang diharapkan oleh setiap pembisnis oleh sebab itu kelompok usaha tempe dan keripik tempe harus berusaha untuk membangun sebuah bisnis dengan sungguh-sungguh sampai hasil yang diperoleh memuaskan. Terkadang banyak kegagalan yang akan menghadapi mereka karena jumlah pesaing bisnis keripik tempe tidak sedikit. Bahkan untuk saat ini hampir setiap daerah banyak yang sudah mengembangkan bisnis keripik tempe. Berjalan lancar dalam menjalankan bisnis keripik tempe maka dapat memperhatikan beberapa hal penting yang ada di bawah ini:

- Menjaga Kualitas Keripik Tempe
- Membuat Keripik Tempe dengan Berbagai Varian Rasa
- Kemasan yang Menarik

Tiga hal ini yang mendasari bisa berkembangnya usaha keripik tempe tetapi ternyata poin ke dua dan ketiga ini belum bisa dilaksanakan oleh kelompok usaha tempe dan keripik tempe karena itu butuh adanya pendampingan kembali untuk pengabdian masyarakat mendatang.

5.2. Saran

Saran yang dapat dipergunakan untuk perbaikan untuk pengabdian yang berikutnya dan untuk pengusaha / kelompok usaha tempe dan keripik tempe di Medokan Semampir yaitu :

1. *Peluang bisnis keripik tempe* harus menyiapkan segala kebutuhan bahan yang diperlukan termasuk alat pemotong tempe yang memadai sesuai standar seperti yang saat ini sudah dihibahkan oleh tim pengabdian masyarakat saat ini (Tim Dipa PKM Unitomo)
2. Kelompok Usaha Tempe dan Keripik Tempe Medokan Semampir yang ingin menjalankan bisnis keripik tempe juga perlu mengetahui hitungan analisa usahanya, sehingga kelompok usaha tempe dan keripik tempe ini membutuhkan pendampingan kembali.
3. Membuat Keripik Tempe dengan Berbagai Varian Rasa dan Kemasan yang Menarik untuk usaha tempe dan keripik tempe di Kelompok Usaha Tempe dan Keripik Tempe di Medokan Semampir Kota Surabaya

DAFTAR PUSTAKA

Bungin, Burhan. 2015. *Komunikasi Pariwisata Pemasaran Dan Brand Destinasi*. Jakarta: Kencana

<https://pakarkomunikasi.com/pemanfaatan-media-sosial-untuk-promosi-wisata>

<https://radarsurabaya.jawapos.com/read/2019/08/14/150923/tim-ssc-dorong-potensi-dan-semangati-warga-medokan>

Kevin, Lane Keller. 1998. *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. NJ: Prentice Hall

Kurnadi, M. 2015. Penggunaan Internet of Thing (IoT) untuk Pengembangan Smart City di Indonesia [Online] Available at: <https://id.techinasia.com/penggunaan-iot-untuk-pengembangansmart-city-di-indonesia> [Accessed 10 Oktober 2016]

Website Muchamad, Bani Noor. (2015). *Konsep Ekspresi Kota Sebagai Pendekatan Membangun Atau Memperkuat Citra Kota*