



## STRATEGI NEGOSIASI DAN KONSEP KONTRAK PEMASARAN PADA KELOMPOK USAHA TEMPE DI MEDOKAN SEMAMPIR KOTA SURABAYA

Vieta Imelda C.<sup>1</sup>, Agustiawan Djoko B.<sup>2</sup>, Dian Ferriswara .<sup>3\*</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Dr. Soetomo Surabaya, Jl, Semolowaru 84 Surabaya, Jawa Timur, Indonesia

\*dianferriswara@unitomo.ac.id

### INFO ARTIKEL

Diterima :

Direvisi :

Disetujui :

*Keywords: Tempe Business, Letter of Agreement, Digital Marketing*

*Kata Kunci: Usaha Tempe, Surat Perjanjian, Digital Marketing*

### ABSTRACT

*Medokan Semampir Surabaya has a tempe business group chaired by Mrs. Pujianti, where when she founded her business for the first time, the tempe industry was one of the households agro-industries with great potential to be developed. Constraints on agreements between entrepreneurs and buyers who are large entrepreneurs whose credit payment patterns make entrepreneurs afraid of not being paid, so there is a need for an appropriate agreement for the security of both parties, with assistance in writing letters by legal practitioners and law teachers to make the agreement safe. Promotional assistance in the form of digital marketing also makes sales increase to buyers outside of existing ones. The purpose of this community service is to make micro entrepreneurs understand and be familiar with the safe sale and purchase legal agreements for sellers and buyers and to start entering the virtual world for selling their tempe products. This community service methodology is by direct assistance to entrepreneurs to make sales agreements and create social media accounts for digital marketing. The results of this community service are in the form of a letter of agreement and a social media account for tempe entrepreneurs.*

### PENDAHULUAN

Dengan melihat kebutuhan gizi manusia yang semakin meningkat dan juga tingkat persaingan khususnya di bidang perdagangan yang semakin ketat maka dari itu kami memiliki ide gagasan untuk membuat suatu usaha kecil yang berupa makanan dengan 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

\* Corresponding author. Tel/ Whatsapp.: +xxxxxxxxxxxx.

E-mail address: xxxx@xxxx.xxx

<https://doi.org/10.12928/J.spekta.v1i1.xxxx>

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. 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.

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 hasil identifikasi masalah ditemukan masalah utama yang dihadapi mitra, yaitu (1) belum mengerti dan pahamnya bagaimana perjanjian dagang yang harus dilakukan oleh pengusaha tempe dengan pihak ke 2 dan (2) belum melakukan pemasaran tempe secara baik dan profesional melalui media sosial juga.

#### **METODE PELAKSANAAN**

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

Tabel 1. Permasalahan Yang Dihadapi Mitra Dan Solusi Yang Disepakati

<b>Bidang</b>	<b>No</b>	<b>Permasalahan</b>	<b>Solusi Yang Disepakati</b>
Hukum	1	Memahami perjanjian dagang / perjanjian bisnis yang dilakukan dengan pihak ke 2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memberikan pembelajaran / pelatihan dan pendampingan dalam pembuatan perjanjian dengan pihak ke 2 dalam sebuah kerjasama bisnis</li> </ul>
Pemasaran	1	Kebutuhan akan pelatihan dan pendampingan pemasaran produk tempe	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Melakukan pelatihan dan pendampingan pembuatan pemasaran secara digital marketing,</li> </ul>
	2	Bagaimana membuat online marketing dalam memasarkan usaha tempe di Kelurahan Medokan Semampir Kecamatan Sukolilo Kota Surabaya	Pelatihan: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Akun bisnis / Medsos (Digital Marketing: Instagram dan Facebook)</li> </ul>

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan uraian diatas, serta hasil diskusi dengan mitra, maka prioritas permasalahan yang harus diselesaikan bersama mitra adalah penguatan manajemen pengelolaan pemasaran tempe dan produksi kripik tempe. Adapun dalam pengabdian masyarakat yang diterapkan di usaha tempe di Kelurahan Medokan Semampir Kecamatan Sukolilo Kota Surabaya ada beberapa target capaian dalam solusi permasalahan mitra adalah sebagai berikut:

Tabel 2. 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	• Akun bisnis/medsos (Digital Marketing: Instagram dan Facebook)

Keberlanjutan program di lokasi pengabdian pada masyarakat pada usaha tempe yang dilaksanakan adalah sebagai berikut:

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

Adapun evaluasi pelaksanaan program yang akan dilakukan pada usaha tempe dan kripik tempe adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Evaluasi Pelaksanaan Program

No	Sebelum Program	Sesudah Program	Nilai Tambah
1	Tidak adanya surat perjanjian antara pengusaha dan pembeli	Mengetahui cara membuat surat perjanjian kerjasama	• Menjamin pembayaran dari pihak pembeli tepat waktu dan menghindari terjadinya tunggakan bahkan tidak dibayar oleh pihak pembeli dengan tepat waktu
2	Tidak mempunyai akun bisnis / medsos	Memahami pentingnya media pemasaran untuk meningkatkan penjualan	• Terbentuknya akun bisnis / medsos: (Digital Marketing: Instagram dan Facebook)

Jadwal kegiatan pengabdian masyarakat pada mitra dikarenakan masih dalam masa pandemi Covid-19 maka pelaksanaannya telah dilakukan memberikan materi Sosialisasi Perjanjian Jual Beli dengan cara daring melalui aplikasi Zoom. Adapun kegiatan dari

**StrategiNegosiasi dan Konsep Kontrak Pemasaran Pada Kelompok Usaha Tempe Di Medokan Semampir Kota Surabaya** adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Kegiatan oleh Kelompok Usaha Tempe Medokan Semampir



Gambar 2. Alat Pemotong Kripik Tempe yang Digunakan



Gambar 3. Pemberian Materi Perjanjian Jual Beli dan Digital Marketing melalui aplikasi Zoom



Gambar 4. Sosialisasi dan konsultasi Tim dengan Pujiati Ketua kelompok Usaha Tempe Medokan Semampir Surabaya melalui aplikasi Zoom

Dalam pemberian materi tentang Negosiasi dan Konsep Kontrak Pemasaran Pada Kelompok Usaha Tempe Di Medokan Semampir Kota Surabaya ini diberitakan melalui berita online oleh media online sebagai berikut:

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



2. MOL Jatim: <https://rmljatim.id/2020/07/05/tim-dipa-unitomo-sosialisasi-konsep-negosiasi-dan-kontrak-pengusaha-tempe/>



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



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



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



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



## KESIMPULAN

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. Pada pengabdian Masyarakat ini, team penulis melakukan pendampingan agar aspek hukum dari transaksi antara pengusaha dan pembeli dapat berkelanjutan dan aman dengan payung hukum perjanjian kedua belah pihak yang telah kami berikan pendampingan pembuatan perjanjiannya, juga pembuatan

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 untuk membuka usaha ini.

Saran yang dapat dipergunakan untuk perbaikan untuk pengusaha / kelompok usaha 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,
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

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-iiot-untuk-pengembangansmart-city-di-indonesia> [Accessed 10 Oktober 2016]

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

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

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