

Implementasi Strategi Digital Marketing dan Teknologi Kompor Seribu Titik untuk Peningkatan Peluang Penjualan dan Efisiensi Produksi pada UMKM Tahu Kita Desa Gitik

Eka Novita Sari¹, Alfin Hidayat², Subono³

^{1,2,3} Jurusan Bisnis dan Informatika, Politeknik Negeri Banyuwangi, Indonesia

*e-mail: ekanovita@poliwangi.ac.id, alfin.hidayat@poliwangi.ac.id, subono@poliwangi.ac.id

Abstrak

UMKM Tahu Kita merupakan usaha produktif sektor pangan yang memiliki potensi pasar, namun masih menghadapi kendala pada aspek produksi dan pemasaran. Proses produksi masih menggunakan kayu bakar atau kompor konvensional satu titik api yang menyebabkan distribusi panas kurang merata, waktu pemanasan lebih lama, dan belum didukung sistem pengamanan kebocoran gas yang memadai. Pada aspek pemasaran, penjualan masih dilakukan secara konvensional dengan jangkauan pelanggan lokal serta belum optimal dalam pemanfaatan branding, media sosial, dan marketplace. Program pengabdian ini menawarkan solusi terintegrasi melalui implementasi Teknologi Kompor Seribu Titik berbasis sistem deteksi kebocoran gas dan strategi digital marketing. Pada aspek produksi, teknologi kompor dirancang untuk meningkatkan pemerataan panas, efisiensi energi, dan keamanan proses produksi. Pada aspek pemasaran, kegiatan meliputi pengembangan identitas merek, desain kemasan, pembuatan foto dan konten promosi, serta aktivasi media sosial dan marketplace. Pelaksanaan kegiatan mencakup identifikasi kebutuhan, instalasi teknologi, pelatihan operasional, pengembangan branding, pendampingan digital marketing, serta monitoring dan evaluasi. Program ini mampu meningkatkan efisiensi produksi, memperluas jangkauan pasar, serta mendukung peningkatan daya saing dan keberlanjutan UMKM Tahu Kita.

Kata kunci: UMKM; Digital Marketing; Teknologi Kompor Seribu Titik; Pemberdayaan Usaha

Abstract

TAHU KITA is a productive food-sector micro, small, and medium enterprise (MSME) with considerable market potential but still faces challenges in production and marketing. Its production process still relies on firewood or conventional single-burner stoves, resulting in uneven heat distribution, longer heating times, and inadequate gas leakage safety measures. In terms of marketing, sales remain largely conventional and rely on local customers, with limited utilization of branding, social media, and marketplaces. This community service program offers an integrated solution through the implementation of a Thousand-Point Stove Technology equipped with a gas leakage detection system and a digital marketing strategy. In the production aspect, the stove technology is designed to improve heat distribution, energy efficiency, and production safety. In the marketing aspect, activities include developing brand identity, designing product packaging, producing product photographs and promotional content, and activating social media and marketplace platforms. The program consists of needs assessment, technology installation, operational training, branding development, digital marketing assistance, and monitoring and evaluation. The program can improve production efficiency, expand market reach, and strengthen the competitiveness and sustainability of TAHU KITA MSME.

Keywords: MSMEs; Digital Marketing; Thousand-Point Stove Technology; Business Empowerment

1. PENDAHULUAN

UMKM Tahu Kita merupakan usaha mikro yang bergerak di bidang produksi tahu yang berlokasi di Desa Gitik. Usaha ini menjadi salah satu sumber mata pencaharian keluarga serta berkontribusi terhadap perekonomian lokal. Produk utama yang dihasilkan adalah tahu putih segar serta tahu goreng yang dipasarkan ke warung, pedagang keliling, serta pelanggan tetap di sekitar desa dan kecamatan terdekat. UMKM memiliki kontribusi signifikan terhadap PDB dan penyerapan tenaga kerja, namun masih menghadapi tantangan produktivitas dan digitalisasi. Studi terbaru menunjukkan bahwa transformasi digital dan adopsi teknologi tepat guna pada

UMKM pangan mampu meningkatkan efisiensi operasional serta daya saing pasar (Malik et al, 2022).

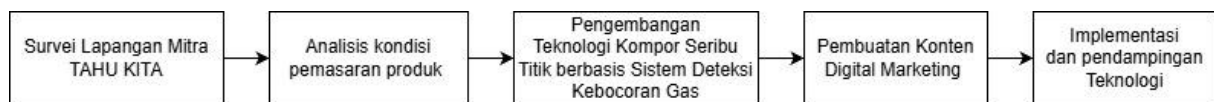
Dari sisi hulu bahan baku kedelai diperoleh dari pemasok lokal dan pasar tradisional. Fluktuasi harga kedelai berdampak langsung pada biaya produksi. Sistem pembelian dan pencatatan stok masih dilakukan secara manual, sehingga perencanaan produksi belum berbasis data. Proses produksi dilakukan secara semi-manual: perendaman, penggilingan, perebusan, penyaringan, penggumpalan, pencetakan, dan pemotongan. Tahap perebusan merupakan titik kritis dalam efisiensi energi dan kualitas produk.

Saat ini mitra menggunakan kompor konvensional berbahan bakar kayu yang memiliki karakteristik: distribusi panas tidak merata, konsumsi energi relatif tinggi, waktu produksi lebih lama. Dalam sehari produksi berkisar $\pm 50-75$ kg. Studi pengabdian oleh menunjukkan bahwa penerapan kompor efisiensi tinggi pada UMKM pengolahan pangan mampu menghemat bahan bakar hingga 20–30% serta meningkatkan kapasitas produksi harian. Penelitian serupa oleh (Suhartono, 2021) menyatakan bahwa inovasi teknologi pemanasan berbasis multi-titik api (multi burner system) dapat mempercepat waktu perebusan dan menstabilkan kualitas hasil produksi (Aulia et al, 2022) (Dwitama, 2021).

Dari sisi Hilir, distribusi produk masih bersifat konvensional melalui titip jual dan pelanggan tetap. UMKM Tahu Kita belum memiliki kehadiran yang aktif di media sosial dan marketplace. Padahal, penelitian terbaru menunjukkan bahwa adopsi digital marketing (Mansir, 2023) pada UMKM pangan dapat meningkatkan volume penjualan rata-rata 25–40% dalam 3–6 bulan pertama implementasi (Muharam, 2023)(Patma, 2021). Studi oleh Chatterjee et al (2022) juga menegaskan bahwa penggunaan media sosial seperti Instagram dan TikTok efektif dalam membangun brand awareness produk lokal berbasis komunitas. Lebih lanjut, hasil penelitian oleh Lumbantoruan et al. (2022) menemukan bahwa pelatihan content marketing dan optimalisasi marketplace mampu memperluas jangkauan pasar UMKM (Purwanti, 2022)(Usmayanti, 2022). Ketidadaan strategi digital marketing menyebabkan: peluang pasar digital belum tergarap (Solikhati, 2023), ketergantungan pada pelanggan lama, minimnya diferensiasi produk, tidak adanya promosi berbasis konten visual (Purbaningsih, 2022) (Suasana, 2025).

Berdasarkan kondisi eksisting mitra dan dukungan hasil penelitian terbaru, diperlukan pendekatan terintegrasi antara efisiensi produksi dan transformasi digital pemasaran. Implementasi teknologi kompor seribu titik diharapkan mampu meningkatkan efisiensi energi dan kapasitas produksi, sedangkan Strategi Digital Marketing bertujuan memperluas pasar serta meningkatkan peluang penjualan. Integrasi kedua aspek ini sejalan dengan arah kebijakan penguatan UMKM berbasis teknologi (Krishnamoorthy, 2021) dan digitalisasi nasional. Dengan demikian, program pengabdian ini dirancang sebagai model pemberdayaan UMKM berbasis teknologi tepat guna dan transformasi digital yang komprehensif dari hulu hingga hilir usaha guna meningkatkan efisiensi produksi, peluang penjualan, dan keberlanjutan usaha Tahu Kita.

2. METODE



Gambar.1 Metode Pengabdian Masyarakat

Pada Gambar 1 merupakan tahapan metode pelaksanaan pengabdian masyarakat yang dilakukan pada UMKM Tahu Kita di Desa Gitik, Rogojampi. Metode kegiatan terdiri atas lima tahapan utama, yaitu (1) survei lapangan, (2) analisis kondisi pemasaran produk, (3) pengembangan teknologi kompor seribu titik berbasis sistem deteksi kebocoran gas, (4) pembuatan konten digital marketing, serta (5) implementasi dan pendampingan teknologi. Setiap tahapan dilaksanakan secara sistematis dan saling berkaitan agar solusi yang diberikan sesuai dengan permasalahan dan kebutuhan mitra. Tahap pertama adalah survei lapangan. Kegiatan dilakukan melalui observasi langsung terhadap kondisi usaha, proses produksi, peralatan yang

digunakan, serta aktivitas pemasaran UMKM Tahu Kita. Tim juga melakukan komunikasi dan wawancara dengan mitra untuk memperoleh informasi mengenai kendala yang dihadapi dalam menjalankan usaha. Hasil survei digunakan sebagai data awal untuk menentukan permasalahan prioritas dan kebutuhan intervensi program. Tahap kedua adalah analisis kondisi pemasaran produk mitra. Pada tahap ini dilakukan evaluasi terhadap pola pemasaran yang telah diterapkan, media promosi yang digunakan, identitas produk, kemasan, serta jangkauan pemasaran. Hasil analisis menunjukkan bahwa pemasaran produk masih dilakukan secara konvensional dan belum optimal dalam memanfaatkan media sosial maupun marketplace. Temuan tersebut menjadi dasar dalam menentukan strategi digital marketing yang akan diterapkan untuk memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan peluang penjualan. Tahap ketiga adalah pengembangan teknologi kompor seribu titik berbasis sistem deteksi kebocoran gas. Pengembangan teknologi dilakukan sebagai respons terhadap permasalahan pada proses produksi, khususnya penggunaan sumber panas konvensional yang belum optimal dari sisi efisiensi dan keamanan. Teknologi kompor dirancang untuk menghasilkan distribusi panas yang lebih merata dan mendukung proses produksi yang lebih efisien. Sistem deteksi kebocoran gas ditambahkan sebagai fitur keselamatan untuk memberikan peringatan apabila teridentifikasi adanya indikasi kebocoran gas pada area penggunaan kompor. Sebelum diterapkan kepada mitra, teknologi dilakukan pengujian untuk memastikan fungsi kompor dan sistem deteksi dapat berjalan sesuai dengan rancangan. Tahap keempat adalah pembuatan konten digital marketing. Kegiatan ini dilakukan dengan menghasilkan materi promosi yang dapat digunakan oleh mitra pada media digital. Konten yang dikembangkan meliputi foto produk, video singkat, desain promosi, serta caption yang informatif dan menarik. Pembuatan konten diarahkan untuk memperkuat identitas produk dan memberikan informasi yang lebih baik kepada calon konsumen. Konten tersebut selanjutnya dipersiapkan untuk mendukung aktivitas pemasaran melalui media sosial dan marketplace. Tahap kelima adalah implementasi dan pendampingan teknologi. Pada tahap ini teknologi kompor seribu titik berbasis sistem deteksi kebocoran gas diterapkan secara langsung pada lokasi produksi UMKM Tahu Kita. Tim memberikan pelatihan kepada mitra mengenai pengoperasian, pemantauan, dan pemeliharaan teknologi. Pendampingan juga dilakukan pada aspek digital marketing, khususnya dalam penggunaan media sosial dan marketplace serta pengelolaan konten promosi yang telah dibuat. Tahap ini bertujuan memastikan bahwa mitra tidak hanya menerima teknologi dan strategi pemasaran, tetapi juga memiliki pengetahuan dan keterampilan untuk menggunakannya secara mandiri. Kelima tahapan tersebut membentuk alur kegiatan yang terintegrasi, dimulai dari identifikasi permasalahan hingga penerapan dan pendampingan solusi. Survei lapangan menjadi dasar dalam memahami kondisi nyata mitra, sedangkan analisis pemasaran digunakan untuk mengidentifikasi kendala dan peluang pengembangan pasar. Selanjutnya, pengembangan teknologi kompor seribu titik diarahkan untuk menjawab kebutuhan pada aspek produksi dan keamanan, sementara pembuatan konten digital marketing mendukung penguatan promosi dan perluasan jangkauan pasar. Adapun implementasi dan pendampingan menjadi tahap penting untuk memastikan teknologi dan strategi yang diberikan dapat dimanfaatkan oleh mitra secara optimal dan berkelanjutan. Dengan metode pelaksanaan yang terintegrasi tersebut, program pengabdian masyarakat diharapkan dapat memberikan solusi yang sesuai dengan kebutuhan UMKM Tahu Kita serta memberikan kontribusi terhadap peningkatan efisiensi produksi, penguatan pemasaran, perluasan peluang penjualan, dan peningkatan daya saing usaha secara berkelanjutan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini dilakukan di mitra “TAHU KITA” dengan rincian kegiatan sebagai berikut:

3.1. Survei Lapangan Mitra TAHU KITA

Survei lapangan dilaksanakan oleh tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat pada UMKM TAHU KITA yang berlokasi di Desa Gitik, Kecamatan Rogojampi. Kegiatan ini bertujuan

untuk mengidentifikasi kondisi aktual mitra, meliputi profil usaha, alur proses produksi, serta berbagai kendala yang dihadapi dalam menjalankan usahanya. Hasil survei menjadi dasar dalam merumuskan kebutuhan mitra serta menentukan bentuk intervensi yang tepat, baik melalui penerapan teknologi maupun program pendampingan di bidang manajemen usaha. Selain itu, survei lapangan juga berfungsi sebagai sarana untuk membangun komunikasi langsung dengan pelaku UMKM sehingga tim dapat memahami perspektif dan pengalaman mereka secara lebih mendalam. Data yang diperoleh dari observasi dan dokumentasi membantu tim dalam menyusun solusi yang realistis dan sesuai dengan kapasitas mitra. Dengan adanya survei ini, intervensi yang dilakukan tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga mempertimbangkan aspek sosial dan ekonomi yang memengaruhi keberlangsungan usaha. Tahapan survei menjadi fondasi penting agar program pengabdian masyarakat dapat berjalan efektif dan memberikan dampak nyata bagi peningkatan produksi serta pemasaran UMKM Tahu Kita.



Gambar 2. Observasi Mitra TAHU KITA

Adapun kegiatan yang dilakukan pada tahapan survei lapangan meliputi: Pertama observasi proses produksi dimana tim melakukan pengamatan langsung terhadap tahapan produksi tahu, mulai dari perebusan kedelai, penyaringan, pencetakan, hingga proses pemotongan. Selain itu, diamati pula proses penggorengan tahu yang masih dilakukan secara manual menggunakan peralatan sederhana; Kedua dokumentasi kegiatan produksi proses penggorengan tahu dan pengolahan dilakukan dokumentasi dalam bentuk foto maupun video kegiatan. Dokumentasi ini digunakan sebagai bahan analisis untuk merumuskan solusi perbaikan yang sesuai dengan kebutuhan mitra; Ketiga identifikasi hambatan teknis dimana tim menemukan beberapa hambatan teknis yang dihadapi mitra; Keempat pemetaan kebutuhan teknologi dimana hasil identifikasi menunjukkan bahwa mitra membutuhkan teknologi tepat guna untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas produksi. Dengan dilaksanakannya survei lapangan ini, tim pengabdian masyarakat memperoleh data awal yang komprehensif untuk menyusun rencana pendampingan dan inovasi teknologi. Pada Gambar 2 menunjukkan kegiatan survei lapangan kondisi mitra TAHU KITA.

3.2. Analisis kondisi pemasaran produk

Pada tahap ini, tim pengabdian masyarakat melakukan evaluasi terhadap pemasaran produk mitra yang telah dijalankan. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa pemasaran produk UMKM Tahu Kita belum memanfaatkan media sosial maupun marketplace sebagai sarana promosi dan penjualan produk. Aktivitas promosi masih secara konvensional sehingga jangkauan pemasaran menjadi terbatas. Mitra juga belum memiliki konten promosi berupa foto maupun video produk yang dapat digunakan untuk menarik minat konsumen melalui platform digital. Hasil evaluasi ini menjadi dasar tim pengabdian masyarakat untuk merancang program

pembuatan akun media sosial dan marketplace, penyusunan konten promosi digital, serta pelatihan pengelolaan pemasaran digital. Pada Gambar 3 menunjukkan kondisi pemasaran produk.



Gambar 3. Kondisi pemasaran produk

3.3. Pengembangan Teknologi Kompor Seribu Titik berbasis Sistem Deteksi Kebocoran Gas

Pada tahap ini, tim pengabdian masyarakat melakukan pengembangan Teknologi Kompor Seribu Titik berbasis sistem deteksi kebocoran gas untuk mendukung proses produksi mitra TAHU KITA. Pengembangan teknologi dilakukan sebagai respons terhadap kebutuhan mitra dalam meningkatkan efisiensi proses pemanasan sekaligus memperhatikan aspek keselamatan kerja selama kegiatan produksi. Teknologi yang dikembangkan diharapkan dapat membantu mitra memperoleh distribusi panas yang lebih merata pada proses produksi serta memberikan sistem peringatan dini apabila terdapat indikasi kebocoran gas LPG di sekitar area kerja. Proses pengembangan diawali dengan menyesuaikan rancangan teknologi dengan kondisi dan kebutuhan ruang produksi UMKM TAHU KITA. Penentuan bentuk, posisi, dan penempatan komponen dilakukan dengan mempertimbangkan alur kerja produksi, lokasi sumber gas, posisi operator, serta aspek keamanan lingkungan kerja. Penyesuaian tersebut diperlukan agar teknologi yang diterapkan tidak mengganggu aktivitas produksi dan dapat digunakan oleh mitra secara praktis dalam kegiatan operasional sehari-hari. Teknologi Kompor Seribu Titik dikembangkan dengan mengintegrasikan sistem distribusi api dengan sistem deteksi kebocoran gas sebagai salah satu fitur keselamatan kerja. Sistem deteksi menggunakan sensor gas yang ditempatkan pada area yang berpotensi mengalami akumulasi gas LPG. Sensor berfungsi melakukan pemantauan terhadap keberadaan atau peningkatan konsentrasi gas di lingkungan sekitar kompor. Data hasil pembacaan sensor selanjutnya digunakan oleh sistem untuk menentukan kondisi normal atau adanya indikasi kebocoran berdasarkan ambang batas yang telah ditetapkan pada proses pengujian. Apabila sensor mendeteksi konsentrasi gas yang melebihi ambang batas, sistem akan memberikan peringatan dini melalui indikator visual. Peringatan tersebut dimaksudkan untuk memberikan informasi kepada operator agar dapat segera melakukan pemeriksaan dan tindakan pengamanan. Dengan adanya sistem peringatan dini, potensi kebocoran gas dapat diketahui lebih cepat sehingga mitra memiliki kesempatan untuk menghentikan penggunaan sumber gas, melakukan pemeriksaan terhadap instalasi, dan memastikan kondisi lingkungan produksi kembali aman sebelum proses produksi dilanjutkan. Selain pengembangan sistem deteksi, tim juga melakukan proses perakitan dan integrasi antara komponen kompor dengan sistem deteksi kebocoran gas. Setiap komponen diperiksa dan diuji untuk memastikan dapat berfungsi sesuai dengan rancangan. Pengujian dilakukan terhadap fungsi pembakaran, kestabilan api, distribusi panas, respons sensor terhadap keberadaan gas, serta fungsi indikator peringatan. Tahapan pengujian ini dilakukan sebelum teknologi diterapkan

secara penuh pada area produksi mitra untuk memastikan sistem dapat digunakan dengan baik dan sesuai dengan kebutuhan operasional. Setelah proses pengembangan dan pengujian selesai, teknologi ditempatkan pada area produksi UMKM TAHU KITA dengan mempertimbangkan posisi peralatan produksi lainnya dan ruang gerak operator. Penempatan dilakukan agar proses pemanasan dapat mendukung tahapan produksi yang membutuhkan sumber panas serta tetap memberikan ruang yang cukup bagi operator untuk melakukan aktivitas secara aman. Sistem deteksi kebocoran gas juga ditempatkan pada posisi yang memungkinkan sensor melakukan pemantauan terhadap kondisi lingkungan di sekitar sumber gas secara optimal. Implementasi teknologi kemudian dilanjutkan dengan pemberian pelatihan kepada mitra. Pelatihan diberikan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan mitra dalam mengoperasikan Kompor Seribu Titik, memahami fungsi sistem deteksi kebocoran gas, mengenali indikator peringatan, serta melakukan pemeriksaan dan pemeliharaan sederhana. Mitra juga diberikan pemahaman mengenai langkah yang perlu dilakukan apabila sistem memberikan peringatan adanya indikasi kebocoran gas. Dengan demikian, penerapan teknologi tidak hanya berorientasi pada pemasangan peralatan, tetapi juga pada peningkatan kemampuan mitra dalam menggunakan dan memelihara teknologi secara mandiri. Tahap pengembangan dan penerapan teknologi dilakukan secara partisipatif dengan melibatkan mitra dalam proses pengenalan, pengujian, penggunaan, dan evaluasi teknologi. Keterlibatan mitra diperlukan untuk memperoleh masukan mengenai kemudahan penggunaan, kesesuaian teknologi dengan aktivitas produksi, serta kendala yang mungkin muncul selama penerapan. Masukan tersebut digunakan oleh tim untuk melakukan penyesuaian apabila diperlukan sehingga teknologi yang diterapkan benar-benar sesuai dengan kondisi lapangan. Penerapan Teknologi Kompor Seribu Titik berbasis sistem deteksi kebocoran gas diharapkan dapat memberikan manfaat pada dua aspek utama, yaitu aspek produksi dan keselamatan kerja. Pada aspek produksi, distribusi panas yang lebih merata diharapkan dapat mendukung proses pemanasan secara lebih efektif. Sementara itu, pada aspek keselamatan, keberadaan sistem deteksi dan indikator peringatan memberikan dukungan terhadap upaya mitra dalam mengenali indikasi kebocoran gas secara lebih dini. Integrasi kedua aspek tersebut menjadikan teknologi yang diterapkan tidak hanya berfungsi sebagai peralatan produksi, tetapi juga sebagai bagian dari upaya peningkatan keamanan dan efisiensi kegiatan usaha.



Gambar 4. Pengembangan kompor seribu titik berbasis sistem deteksi kebocoran gas

3.3. Pembuatan Konten Digital Marketing

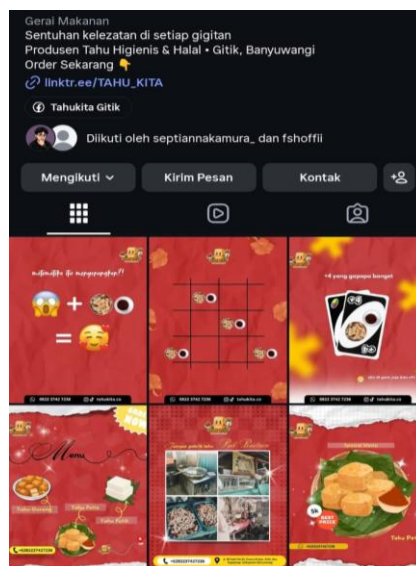
Berdasarkan hasil evaluasi terhadap pemasaran produk mitra TAHU KITA, diketahui bahwa pemasaran yang dilakukan sebelumnya masih sangat sederhana, yaitu berupa plastik polos tanpa label maupun identitas merek. Pembuatan konten digital marketing merupakan salah satu kegiatan utama dalam program pengabdian masyarakat yang bertujuan meningkatkan kemampuan UMKM Tahu Kita dalam mempromosikan produk secara efektif melalui media digital. Kegiatan ini dilaksanakan berdasarkan hasil analisis kondisi pemasaran yang menunjukkan bahwa mitra belum memanfaatkan digital marketing sebagai sarana promosi, serta belum memiliki materi promosi digital yang mampu menarik perhatian konsumen. Tim melakukan

proses pengambilan foto dan video produk dengan memperhatikan aspek pencahayaan, komposisi, dan tampilan produk agar menghasilkan visual yang menarik. Pengambilan gambar tidak hanya menampilkan produk jadi, tetapi juga memperlihatkan proses produksi, kondisi usaha, serta aktivitas pelaku UMKM. Pendekatan ini bertujuan untuk membangun kepercayaan konsumen melalui penyajian informasi yang autentik mengenai proses pembuatan produk.



Gambar 5. Pengambilan foto dan video

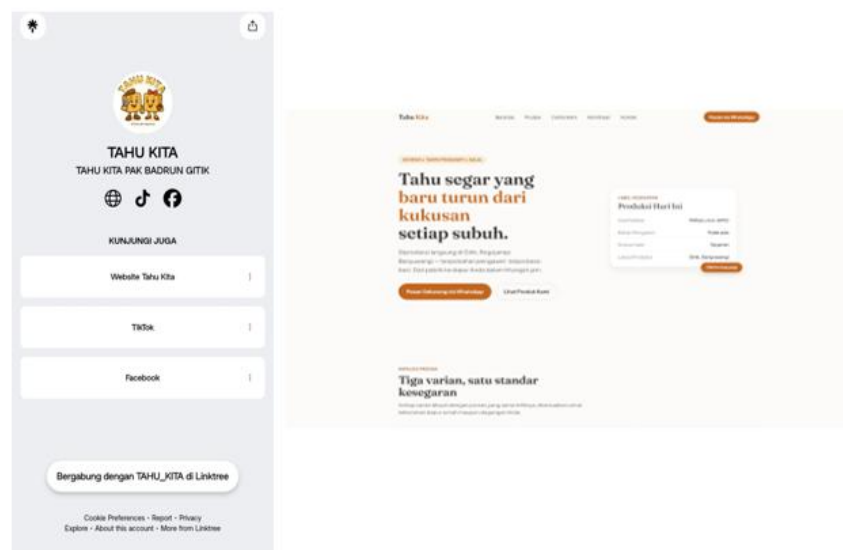
Berdasarkan dokumentasi yang telah diperoleh, tim kemudian menyusun berbagai materi promosi digital, meliputi foto produk, video singkat, desain poster digital, serta caption promosi yang informatif dan persuasif. Konten disusun dengan menonjolkan kualitas produk, cita rasa, serta keunggulan UMKM Tahu Kita sebagai produk lokal. Selain itu, setiap konten dilengkapi dengan identitas merek, informasi kontak, dan ajakan untuk melakukan pembelian sehingga mampu mendukung aktivitas promosi. Langkah ini tidak hanya memperbaiki tampilan visual produk, tetapi juga membangun citra profesional yang meningkatkan kepercayaan konsumen. Konten digital yang konsisten membantu memperkuat brand awareness, memperluas jangkauan pasar melalui media sosial dan marketplace, serta menciptakan interaksi yang lebih intensif dengan calon pelanggan.



Gambar 6. Implementasi konten digital

Selanjutnya, konten digital yang telah dibuat digunakan sebagai materi promosi pada berbagai platform digital, seperti Instagram, Facebook, TikTok, WhatsApp Business, dan

marketplace. Konten yang dipublikasikan disesuaikan dengan karakteristik masing-masing platform sehingga informasi mengenai produk UMKM Tahu Kita dapat disampaikan dalam bentuk yang lebih menarik dan mudah dipahami oleh calon konsumen. Materi promosi yang digunakan meliputi foto produk, video singkat, informasi mengenai produk, kemasan, proses produksi, serta informasi pemesanan. Penggunaan konten visual tersebut diharapkan dapat meningkatkan daya tarik produk sekaligus memberikan gambaran yang lebih jelas kepada konsumen mengenai produk yang ditawarkan. Selain memperluas jangkauan pasar, aktivitas promosi melalui berbagai platform digital juga diarahkan untuk membangun brand awareness UMKM Tahu Kita. Penggunaan nama, logo, desain kemasan, tampilan produk, dan gaya komunikasi yang konsisten pada berbagai kanal dapat membantu menciptakan identitas merek yang lebih mudah dikenali. Konsistensi tersebut penting agar konsumen memperoleh pengalaman yang seragam ketika menemukan produk Tahu Kita pada platform digital yang berbeda. Dengan identitas yang lebih kuat, produk diharapkan memiliki daya ingat yang lebih baik di kalangan konsumen. Pemanfaatan Instagram, Facebook, TikTok, WhatsApp Business, dan marketplace tidak hanya ditujukan untuk meningkatkan frekuensi promosi, tetapi juga sebagai bagian dari strategi penguatan ekosistem pemasaran digital UMKM Tahu Kita. Penggunaan berbagai kanal secara konsisten diharapkan dapat meningkatkan visibilitas produk, memperluas peluang menjangkau konsumen, memperkuat brand awareness, membangun hubungan dengan pelanggan, serta membuka peluang pengembangan jaringan pemasaran. Keberlanjutan pengelolaan platform digital oleh mitra menjadi faktor penting agar manfaat kegiatan pengabdian masyarakat dapat terus dikembangkan setelah program selesai dilaksanakan.



Gambar 7. Pemanfaatan platform digital

3.3. Implementasi dan Pendampingan Teknologi

Setelah tahap pengembangan selesai, kegiatan dilanjutkan dengan implementasi teknologi kompor seribu titik berbasis sistem deteksi kebocoran gas di lokasi produksi mitra TAHU KITA. Tim pengabdian melakukan pengujian terhadap sistem untuk memastikan kompor dan sistem deteksi kebocoran gas dapat berfungsi dengan baik. Pengujian meliputi pemeriksaan fungsi kompor, kestabilan nyala api, serta respons sistem deteksi terhadap kondisi yang mengindikasikan adanya kebocoran gas. Hasil pengujian digunakan untuk memastikan teknologi dapat digunakan oleh mitra secara aman dan sesuai dengan kebutuhan proses produksi. Tim pengabdian selanjutnya memberikan pelatihan dan pendampingan kepada mitra UMKM Tahu Kita mengenai cara pengoperasian dan pemeliharaan teknologi. Materi pendampingan mencakup prosedur penggunaan kompor, pemantauan kondisi sistem deteksi kebocoran gas, tindakan yang perlu dilakukan ketika sistem memberikan peringatan, serta pemeriksaan sederhana terhadap

komponen sebelum dan setelah digunakan. Pendampingan yang dilakukan bertujuan agar mitra mampu mengoperasikan teknologi secara mandiri dan menjaga keberlanjutan pemanfaatannya dalam kegiatan produksi. Gambar 8 menunjukkan pendampingan implementasi teknologi kompor seribu titik berbasis sistem deteksi kebocoran gas antara tim pengabdian masyarakat dengan mitra.



Gambar 8. Pendampingan implementasi teknologi

Sebagai bentuk tindak lanjut dari kegiatan pengembangan dan implementasi teknologi, dilakukan serah terima Teknologi Kompor Seribu Titik berbasis sistem deteksi kebocoran gas dari tim pengabdian masyarakat kepada mitra TAHU KITA. Kegiatan serah terima merupakan salah satu tahapan penting dalam pelaksanaan program karena menandai beralihnya tanggung jawab pemanfaatan dan pemeliharaan teknologi kepada mitra setelah proses pengembangan, pengujian, dan pendampingan dilakukan oleh tim pengabdian masyarakat. Kegiatan serah terima dilaksanakan secara langsung di lokasi UMKM TAHU KITA dan melibatkan tim pengabdian masyarakat serta pihak mitra. Sebelum alat diserahkan, tim pengabdian masyarakat kembali melakukan pemeriksaan terhadap kondisi dan fungsi alat untuk memastikan teknologi dalam kondisi siap digunakan. Pemeriksaan mencakup kondisi fisik kompor, sistem pembakaran, kestabilan api, serta fungsi sistem deteksi kebocoran gas dan indikator peringatan. Pemeriksaan tersebut dilakukan sebagai bagian dari upaya memastikan bahwa alat yang diserahkan dapat digunakan untuk mendukung kegiatan produksi mitra dan memberikan fungsi keselamatan sesuai dengan rancangan teknologi yang telah dikembangkan. Setelah pemeriksaan dilakukan, tim memberikan demonstrasi mengenai prosedur pengoperasian alat. Demonstrasi meliputi tahapan persiapan sebelum penggunaan, prosedur menyalakan dan mengoperasikan kompor, pemantauan selama proses produksi, serta prosedur mematikan alat setelah kegiatan produksi selesai. Tim memberikan arahan dan koreksi apabila terdapat tahapan pengoperasian yang belum dilakukan dengan tepat. Mitra juga diberikan pemahaman mengenai tindakan pengamanan yang perlu dilakukan apabila terdapat indikasi kebocoran, sehingga penggunaan teknologi tidak hanya berorientasi pada peningkatan efisiensi produksi tetapi juga mendukung kesadaran terhadap keselamatan kerja. Dalam kegiatan serah terima, tim juga memberikan arahan mengenai perawatan dan pemeriksaan sederhana yang dapat dilakukan oleh mitra secara berkala. Perawatan tersebut mencakup menjaga kebersihan area kompor, memeriksa kondisi bagian-bagian yang digunakan dalam proses produksi, memastikan instalasi tetap dalam kondisi baik, serta memperhatikan fungsi sistem deteksi kebocoran gas. Pemeliharaan secara rutin diperlukan agar teknologi dapat digunakan dalam jangka panjang dan tetap mendukung kegiatan produksi secara optimal. Kegiatan serah terima Teknologi Kompor Seribu Titik berbasis sistem deteksi kebocoran gas dari tim pengabdian masyarakat kepada mitra TAHU KITA didokumentasikan pada Gambar 9. Dokumentasi tersebut menunjukkan proses penyerahan teknologi sebagai bentuk keberlanjutan program dan komitmen bersama dalam memanfaatkan hasil kegiatan pengabdian masyarakat untuk mendukung peningkatan efisiensi produksi dan keselamatan kerja pada UMKM TAHU KITA.



Gambar 9. Dokumentasi penyerahan alat kepada mitra

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan bersama mitra TAHU KITA di Desa Gitik, Rogojampi memberikan kontribusi dalam peningkatan produksi dan pemasaran produk lokal. Implementasi Teknologi Kompor Seribu Titik berbasis sistem deteksi kebocoran gas memberikan solusi terhadap permasalahan proses pemanasan sekaligus meningkatkan aspek keamanan dalam kegiatan produksi. Selain itu, penerapan strategi digital marketing melalui penguatan branding, pengembangan kemasan, pembuatan konten digital, serta pemanfaatan media sosial dan marketplace membantu meningkatkan peluang pemasaran dan memperluas jangkauan produk. Program pengabdian ini mendapat respons positif dari mitra karena mampu memberikan solusi yang sesuai dengan kebutuhan usaha pada aspek produksi dan pemasaran. Teknologi Kompor Seribu Titik dan strategi digital marketing yang telah diterapkan memiliki potensi untuk terus dikembangkan dan dimanfaatkan secara berkelanjutan untuk meningkatkan produktivitas, daya saing, dan keberlanjutan usaha TAHU KITA.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim dosen dan mahasiswa yang terlibat pada pengabdian masyarakat terkait Implementasi Strategi Digital Marketing dan Teknologi Kompor Seribu Titik untuk Peningkatan Peluang Penjualan dan Efisiensi Produksi pada UMKM Tahu Kita Desa Gitik mengucapkan terima kasih kepada Politeknik Negeri Banyuwangi atas dukungan pendanaan yang telah diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aulia, I., & Munasir, M. (2022). Rancang bangun alat deteksi kebocoran gas LPG serta penanggulangan kebakaran menggunakan sensor MQ2 dan sensor api berbasis IoT. *Jurnal Fisika Unand*, 11(3), 306–312. <https://doi.org/10.25077/jfu.11.3.306-312.2022>
- Chatterjee, S., Chaudhuri, R., & Vrontis, D. (2022). Antecedents and consequence of social media marketing for strategic competitive advantage of small and medium enterprises: Mediating role of utilitarian and hedonic value. *Journal of Strategic Marketing*, 32(8), 1106–1125. <https://doi.org/10.1080/0965254X.2021.1954070>

- Dwitama, A. P., Janardana, I. G. N., & Wijaya, I. W. A. (2021). Rancang bangun prototipe pemantau kebocoran gas menggunakan sensor MQ-6 berbasis NodeMCU 8266. *Jurnal SPEKTRUM*, 8(1). <https://doi.org/10.24843/SPEKTRUM.2021.v08.i01.p2>
- Krishnamoorthy, A., Rajkumar, N., & Navamathavan, R. (2021). Recent advancements in liquefied petroleum gas sensors: A topical review. *Sensors International*, 2, 100091. <https://doi.org/10.1016/j.sintl.2021.100091>
- Lumbantoruan, R. (2022). Digital marketing for small and medium enterprises (SME) in Jakarta Capital Special Region. *Fundamental Management Journal*, 7(1), 81–95. <https://doi.org/10.33541/fjm.v7i1.3897>
- Mansir, F., & Madjid, M. N. (2023). Strategi pemasaran produk pada UMKM berbasis digital marketing. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 4(1), 126–136. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v4i1.19903>
- Malik, Z. A., Srisusilawati, P., Silviany, I. Y., Fajaria, R. M., & Tsania, S. C. (2022). Digital marketing in developing brand awareness of MSMEs. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 8(2), 282. <https://doi.org/10.17358/ijbe.8.2.282>
- Muharam, H., Gursida, H., Susilowati, I. H., Widiyanti, W., Alawiah, E. T., & Widasiwi, H. (2023). Pendampingan digital marketing, media sosial dan modal usaha terhadap Forum UMKM Tajur Halang Kabupaten Bogor. *Jurnal Abdimas Ekonomi dan Bisnis*, 3(2), 43–52. <https://doi.org/10.31294/abdiekbis.v3i2.2923>
- Patma, T. S., Wardana, L. W., Wibowo, A., Narmaditya, B. S., & Akbarina, F. (2021). The impact of social media marketing for Indonesian SMEs sustainability: Lesson from Covid-19 pandemic. *Cogent Business & Management*, 8(1), 1953679. <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1953679>
- Purbaningsih, Y., Nugroho, B. S., Nurfauzi, Y., Sitaniapessy, R. H., & Towpek, H. (2022). Identification of digital marketing improvement strategies for MSME products and services post-Covid-19 pandemic in Indonesia. *Jurnal Manajemen Industri dan Logistik*, 6(2). <https://doi.org/10.30988/jmil.v6i2.1045>
- Purwanti, I., Lailyningsih, D. R. N., & Suyanto, U. Y. (2022). Digital marketing capability and MSMEs performance: Understanding the moderating role of environmental dynamism. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan | Journal of Theory and Applied Management*, 15(3), 433–448. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v15i3.39238>
- Solikhati, A. N., Febriyanti, D., Fibrianto, D., Amaleo, S., & Hawa, S. D. (2023). Penerapan e-commerce dan digital marketing untuk meningkatkan daya saing usaha UMKM WINSHOP. *JAMU: Jurnal Abdi Masyarakat UMUS*, 4(1), 61–66. <https://doi.org/10.46772/jamu.v4i01.1215>
- Suasana, I. G. A. K. G., Suarjaya, A. A. G., & Juliartini, K. (2025). Digital marketing transformation: Opportunities and obstacles for Bali's small and medium industries. *Jurnal Manajemen*, 29(2), 273–296. <https://doi.org/10.24912/jm.v29i2.2096>
- Suhartono, S., & Suhadi, I. (2021). Pressure measurement algorithm of LPG leakage using MQ6 sensor and GSM SIM900 for smart home. *ILKOM Jurnal Ilmiah*, 13(2), 78–85. <https://doi.org/10.33096/ilkom.v13i2.677.78-85>
- Usmayanti, V., & Pangestu, M. G. (2022). MSMEs digital marketing and entrepreneurship's factor of performance: Jambi (Indonesia) perspective. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, 10(2), 155–166. <https://doi.org/10.26740/jepk.v10n2.p155-166>

Halaman ini dikosongkan