

# jurnal pengabdian masyarakat

*by Teknik Industri*

---

**Submission date:** 21-Mar-2022 10:33PM (UTC-0500)

**Submission ID:** 1789813842

**File name:** jurnal\_pengabdian\_masyarakat.pdf (209.89K)

**Word count:** 1646

**Character count:** 10318

## PKM DIVERSIFIKASI PRODUK OLAHAN TEMPE DAN PENINGKATAN DAYA SAING PADA KELOMPOK WANITA TANI RAHAYU BANTUL

6  
Yohanes Anton Nugroho<sup>1</sup>, Ari Zaqi Al Faritsy<sup>2</sup>, Ari Sugiharto<sup>3</sup>

<sup>1,2</sup> Program Studi Teknik Industri, Universitas Teknologi Yogyakarta, Jl Glagahsari No 63,  
Umbulharjo, Yogyakarta 55161, Telp (0274)373955

<sup>3</sup> Program Studi Teknik Komputer, Universitas Teknologi Yogyakarta, Jl Siliwangi, Mlati,  
Sleman, Yogyakarta 55285, Telp (0274) 623310

Email: [yohanesanton@uty.ac.id](mailto:yohanesanton@uty.ac.id), [ari\\_zaqi2@uty.ac.id](mailto:ari_zaqi2@uty.ac.id), [ari.sugiharto@uty.ac.id](mailto:ari.sugiharto@uty.ac.id)

### ABSTRAK

KWT rahayu merupakan kelompok wanita istri petani di dusun Jurug Desa Bangunharjo Kec. Sewon Kab. Bantul. Salah satu kegiatan produktif utamanya adalah memproduksi tempe. Permasalahan yang dihadapi adalah permintaan tempe fluktuatif, sehingga beberapa tempe tidak laku. Diperlukan inovasi produk untuk membuat olahan tempe menjadi produk yang inovatif dan pengembangan usaha berkelanjutan. Tujuan dari PKM ini melakukan diversifikasi produk dan peningkatan kapasitas produksi olahan tempe dengan berbagai varian kripik tempe, nugget tempe, egg roll tempe, dan lain – lain. Pendekatan yang dilakukan adalah melalui pendampingan, peningkatan kapasitas produksi, pengenalan pasar olahan tempe, dan pengenalan pemasaran e-commerce. Hasil yang hendak dicapai dalam program ini adalah meningkatkan jumlah penjualan, produksi dan terciptanya pemasaran olahan tempe KWT Rahayu secara berkelanjutan.

**Kata Kunci:** tempe, olahan tempe, diversifikasi produk, inovasi produk

### I. PENDAHULUAN

2  
Usaha Kecil Menengah (UKM) memiliki peran yang besar pada perekonomian negara, baik dalam kontribusi terhadap Produksi Domestik Bruto maupun jumlah penyerapan tenaga kerja (1). Salah satu UKM yang sedang berkembang adalah KWT Rahayu yang memproduksi olahan pangan tempe. Peluang usaha olahan pangan tempe sangat baik dikarenakan tempe merupakan makanan sehari – hari masyarakat Indonesia, tempe bisa dikembangkan menjadi beberapa jenis makanan olahan pangan tempe. Bisnis di bidang makanan juga selalu meningkat dan berkembang dari waktu ke waktu (Rachmawati, 2011). KWT rahayu merupakan UMKM yang dikelola kelompok wanita yang berada di dusun

Jurug Desa Bangunharjo Kec. Sewon Kab. Bantul yang memproduksi olahan pangan tempe menjadi makanan yang siap saji dengan bervariasi produk – produk tempe.

KWT Rahayu memiliki 24 anggota, sebagian besar anggotanya ibu rumah tangga istri petani di wilayah dusun Jurug, desa Bangunharjo. KWT Rahayu memberdayakan anggotanya untuk memproduksi tempe yang dikerjakan secara kolektif. Jumlah kedelai yang diolah menjadi tempe oleh anggota KWT Rahayu sekitar 25 kg per hari. Produk tempe yang dihasilkan oleh anggota KWT Rahayu terdiri dari tempe kecil dan tempe kemasan besar. Target pasar tempe kemasan besar untuk mensuplai usaha gorengan mendoan tempe di wilayah Kota Yogyakarta dan Kabupaten Sleman. Sementara tempe kemasan kecil dipasarkan secara konvensional melalui penjualan di pasar

tradisional dan toko sayuran dengan sistem titip jual.

Permasalahan yang dihadapi KWT Rahayu adalah jumlah penjualan dan permintaan tempe berfluktuasi, baik melalui penjualan di pasar tradisional, toko sayuran maupun permintaan dari usaha gorengan mendoan, sehingga sering terjadi retur. Kondisi ini merugikan KWT Rahayu, sehingga perlu diolah menjadi produk yang memiliki *value*. Pada tahun 2018 telah dilakukan upaya pendampingan yang mendapatkan hasil Program Kemitraan Masyarakat yang bermitra dengan KWT Rahayu desa Bangunharjo, kecamatan Sewon, kabupaten Bantul telah berhasil meningkatkan kualitas dan kuantitas produk *nugget* tempe melalui penggunaan teknologi tepat guna dalam proses produksinya, yaitu menggunakan mesin penggilingan bahan baku *nugget* tempe. (Al Faritsy dkk, 2018)

Pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) tahun 2019 di KWT Rahayu lebih diarahkan untuk memfasilitasi mitra menciptakan kemandirian ekonomi melalui diversifikasi produk olahan tempe dan inovasi dalam pemasaran. Selain mengembangkan olahan *nugget* tempe sebagai produk sampingan, perlu dikembangkan lagi produk tempe yang mampu meningkatkan nilai tempe dan diterima oleh pasar, sehingga anggota KWT Rahayu lebih sejahtera.

Pengembangan produk tersebut dilakukan dengan pelatihan dan pendampingan penjaminan kualitas, agar hasilnya dapat diimplementasikan dengan baik dan optimal. Hasil dari diversifikasi produk olahan tempe yang telah dilakukan bersama dengan mitra adalah produk *nugget* tempe, *eggroll*, dan kripik tempe. Diversifikasi tempe dapat menciptakan peluang pasar baru dari olahan tempe seperti anak – anak dan remaja dimana rasa dan citra tempe bisa ditingkatkan nilai ekonominya dan dapat dimakan secara instan/langsung.

Selain produk tempe dalam program ini juga dilakukan fasilitasi terhadap produk bakpia yang juga diproduksi paguyuban industri bakpia Jurug. Dimana didapatkan diversifikasi produk berupa bakpia kering varian rasa coklat, keju, dan ubi ungu. Bakpia yang

dibuat mampu bertahan hingga 30 hari, sehingga lebih mudah dipasarkan secara daring dibandingkan bakpia basah. Kondisi ini memberikan peluang penciptaan nilai tambah dan penambahan pasar penjualan bakpia.

## II. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan yang digunakan dalam PKM ini adalah metode FGD (Focus Group Discussion) antara pihak mitra dan pihak pendamping (tim PKM) untuk menggali masalah – masalah yang ada dan solusi yang ditawarkan dengan tahapan pelaksanaan sebagai berikut:

### A. Tahap Persiapan

Pada tahap persiapan ini pihak mitra bersama tim PKM mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi secara detail, selanjutnya membicarakan langkah kongkrit berupa kegiatan sosialisasi dan pendampingan kepada anggota mitra untuk memecahkan permasalahan tersebut.

### B. Tahap Pengembangan Produk

Pada tahap ini tim PKM dan mitra melakukan identifikasi pengembangan produk pangan olahan tempe yang akan dilakukan diversifikasi berdasarkan varian rasa, volume/isi serta desain kemasan dan bakpia kering mulai dari bahan baku yang harus disiapkan dan proses produksinya serta alat untuk proses produksinya.

### C. Tahap Pendampingan

Pada tahapan ini dibagi menjadi 2 macam pelatihan, yakni:

- Pendampingan pembuatan produk baru (diversifikasi produk)
- Pendampingan tentang kualitas produk dan desain kemasan
- Pendampingan penguatan kapasitas kelembagaan
- Pemasaran dengan menggunakan E-commerce

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Pendampingan pembuatan produk baru

Pendampingan dilakukan selama delapan kali dalam satu bulan dengan

rangkaian tahapan kegiatan sebagai berikut pengenalan kripik tempe, diskusi dengan mitra tentang produk kripik tempe mitra, inovasi produk kripik tempe, dan pendampingan cooking class proses produksi kripik tempe hasil inovasi tersebut. Dalam kegiatan ini tim PKM membahas mengenai peluang dan usaha kripik tempe untuk memberikan motivasi kepada mitra mengenai pentingnya diversifikasi produk kripik tempe sebagai salah satu strategi untuk meningkatkan daya saing produk kripik tempe mitra. Selanjutnya tim mengusulkan perlunya ada inovasi dalam produk kripik tempe kepada mitra yaitu memproduksi varian kripik tempe rasa keju, rasa pedes dan rasa balado dengan kapasitas volume 200 gram dan 150 gram. Untuk melakukan inovasi produk tersebut tim juga melakukan pendampingan dalam proses produksi (cooking class) kripik rasa keju, rasa pedes dan rasa balado.



**Gambar 1** Kripik tempe dan bahan bakunya

### B. Pendampingan tentang kualitas produk dan Desain kemasan

Dalam kegiatan sosialisasi dan pendampingan ini, tim PKM melakukan diskusi tentang kualitas produk yang merupakan hal penting dalam menjaga mutu suatu produk dan memperhatikan mutu dalam setiap proses produksi kripik tempe. Suatu kripik tempe harus dipilih dari bahan baku tempe pilihan yang baru matang bukan tempe yang sudah lama, tekstur kripik tempe harus renyah dengan membuat ketebalan irisan tempe harus betul – betul tipis dan merata, serta takaran adonan terigu harus pas dengan jumlah kripik yang akan

digoreng untuk menjaga rasa tempe yang tidak akan hilang.



**Gambar 2** Ketebalan tempe dan proses pembuatan kripik

Pendampingan dalam tahap ini juga memberi masukan kepada mitra KWT Rahayu untuk mendesain kemasan dan label produk yang jelas dan mudah dimenengerti oleh konsumennya. Pencantuman label produk terdiri dari nama merek produk, no P-IRT, kandungan bahan baku produk, informasi tanggal kadaluwarsa produk, dan informasi tempat produksi. Bahan kemasan menggunakan bahan plastik yang lebih tebal dan desain yang menarik dengan kemasan yang bisa di buka dan tutup secara sekaligus.



**Gambar 3.** Pendampingan kualitas produk dan desain kemasan bersama mitra

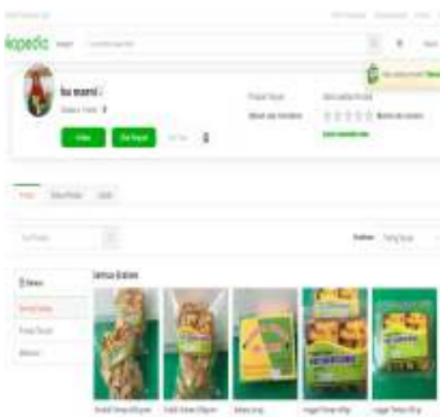
### C. Pendampingan penguatan kapasitas kelembagaan

Melakukan pendampingan dalam mengidentifikasi kekuatan, kelemahan,

peluang, dan tantangan yang dihadapi oleh mitra. Setelah itu tim melakukan pendampingan untuk memaparkan cara melakukan pengelolaan keuangan organisasi yang baik (akuntansi biaya) KWT Rahayu, selain itu tim memaparkan dan memotivasi mitra untuk bekerjasama di dalam menjalankan organisasi KWT Rahayu harus betul – betul di jaga dengan baik. Dalam pendampingan ini juga tim memberikan pendampingan cara penggunaan Bahasa Inggris kepada semua anggota KWT Rahayu untuk bisa berkomunikasi Bahasa Inggris dengan wisatawan asing.

#### D. Pemasaran dengan menggunakan e-commerce

Pemasaran saat ini yang dilakukan oleh mitra adalah dengan menitip kripik tempe ke warung – warung disekitar dusun Jurug dan order dari beberapa warga atau pejabat Bantul pada acara – acara tertentu seperti pameran. Hal ini membuat produk kripik tempe KWT Rahayu belum di kenal luas. Oleh karena itu tim PKM memberikan pendampingan cara pemasaran melalui media internet atau e – commerce. Pada pendampingan ini tim PKM menggunakan marketplace tokopedia untuk memasarkan online produk – produk KWT Rahayu khususnya kripik tempe. Pendampingan dilakukan mulai dari cara masuk ke akun, update produk ke tokopedia, cek orderan, cek hasil keuangan, dan cek kiriman berikut testimoni.



**Gambar 4. Tampilan Toko Online anggota KWT Rahayu**

## IV. KESIMPULAN

Berdasarkan semua proses kegiatan PKM ini memberikan pemahaman akan pentingnya diversifikasi produk dan daya saing produk KWT Rahayu. Hal ini dibuktikan dengan keberhasilan dalam membuat inovasi produk kripik tempe, kualitas produk kripik tempe, pemasaran online, serta penguatan pengelolaan Lembaga diikuti oleh semua anggota KWT Rahayu dengan antusiasme yang tinggi. Serta PKM ini dapat memberikan masukan, pembelajaran dan pengalaman bagi semua anggota KWT Rahayu untuk terus mengembangkan usahanya ke depan.

### 3 CAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Direktorat Jenderal Penguatan Riset dan Pengabdian kepada Masyarakat Kementerian Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi yang telah memberikan bantuan pendanaan melalui skema Program Kemitraan Masyarakat (PKM) Tahun anggaran 2019. Tak lupa juga kami sampaikan terimakasih untuk LLDikti wilayah V dan LPPM Universitas Teknologi Yogyakarta yang telah mendukung seluruh tahapan proses Program Kemitraan Masyarakat.

## DAFTAR RUJUKAN

- Al Faritsy, A. Z., Nugroho, Y.A., dan Ari Sugiharto, Nugroho, Y.A., 2018, Peningkatan Kapasitas dan Kualitas Produksi Nugget Tempe KWT Rahayu Bangunharjo, *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, 27 Oktober 2018, Semarang, hal 708 – 713
- Krisnawati, Ayda, 2017, *Kedelai sebagai Sumber Pangan Fungsional*. Iptek Tanaman Pangan, Vol. 12 No. 1 2017
- Picauly, P., Talahatu, J., dan Meitycorfrida Mailoa, 2015, *Pengaruh Penambahan Air Pada Pengolahan Susu Kedelai*. Agritekno, Volume 4, No. 1, April 2015, ISSN: 2302-9218.

Rachmawati, R., 2011, *Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian Terhadap Bisnis Restoran)*. Jurnal Kompetensi Teknik, 2 (2), 143-150.

Yuniarti, Rahmi, Arif Rahman, Dan Moch.Choiri, 2013, *Strategi Pemasaran Pada Ukm Keripik Tempe Sanan Malang*, Jurnal Teknik Industri, Vol. 14, No. 2, Agustus 2013: 173-183

---

# jurnal pengabdian masyarakat

---

## ORIGINALITY REPORT

---

15%

SIMILARITY INDEX

14%

INTERNET SOURCES

3%

PUBLICATIONS

3%

STUDENT PAPERS

---

## PRIMARY SOURCES

---

1	<a href="http://prosiding.unimus.ac.id">prosiding.unimus.ac.id</a> Internet Source	5%
2	<a href="http://id.scribd.com">id.scribd.com</a> Internet Source	2%
3	<a href="http://download.garuda.ristekdikti.go.id">download.garuda.ristekdikti.go.id</a> Internet Source	1%
4	<a href="http://semnaskom.unram.ac.id">semnaskom.unram.ac.id</a> Internet Source	1%
5	Submitted to Universitas PGRI Semarang Student Paper	1%
6	<a href="http://journal.fdi.or.id">journal.fdi.or.id</a> Internet Source	1%
7	Submitted to Universitas Sebelas Maret Student Paper	1%
8	<a href="http://www.slideshare.net">www.slideshare.net</a> Internet Source	1%
9	<a href="http://ernaniaty.blogspot.com">ernaniaty.blogspot.com</a> Internet Source	1%

---

10

sinta3.ristekdikti.go.id

Internet Source

1 %

---

11

moam.info

Internet Source

<1 %

---

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On