

Meningkatkan Nilai Jual Tempe Melalui Kripik Tempe

Adhita Maharani Dewi^{1*}

¹ Universitas Kristen Teknologi Solo

* kusumasquare83@gmail.com

Abstrak

Desa Sanggarahan adalah salah satu desa di Kabupaten Sukoharjo yang sebagian besar penduduknya bermata pencaharian sebagai pembuat tempe, sampai akhirnya desa ini dijuluki sebagai Desa Tempe. Produsen tempe membuat produknya hanya di dapur mereka dengan peralatan seadanya. Pada saat pandemi Covid 19 melanda, penjualan tempe di desa tersebut turun hampir 70%, hal ini dikarenakan tidak ada sistem penjualan online serta delivery. Menanggapi permasalahan tersebut, maka tim pengabdian UKTS berencana memberikan pelatihan tentang pengolahan tempe menjadi tempe bernilai jual tinggi serta manajemen pemasaran yang lebih bagus melalui sistem online dan delivery. Pelatihan tersebut akan dilakukan langsung ke produsen tempe, dengan sasaran 21 pengrajin tempe. Pelaksanaan pelatihan selama dua bulan. Tujuan dari pelatihan ini adalah terciptanya produk baru berupa kripik tempe aneka rasa dengan kemasan yang menarik, serta pengenalan sistem penjualan online. Manfaat dari program ini adalah menumbuhkan jiwa kreativitas bagi produsen tempe. Kegiatan ini memiliki nilai positif, yang dapat dilihat dari respons konsumen ketika diberi sampel kripik tempe aneka rasa. Konsumen tertarik dan mengatakan akan melakukan pemesanan.

Kata Kunci: *desa tempe, kripik tempe, penjualan online, delivery*

Pendahuluan

Desa Sanggarahan yang berada di Kabupaten Sukoharjo, dikenal dengan Desa Tempe, sebutan ini diberikan karena Sebagian besar penduduknya berprofesi sebagai pembuat tempe. Ada 21 produsen tempe di desa tersebut. Bertahun-tahun menjadi pembuat tempe, mereka hanya mengandalkan pemasaran dari mulut ke mulut, dan produk tempennya pun monoton hanya tempe dengan bungkus daun. Berdasarkan hasil wawancara dengan produsen tempe, diketahui bahwa hasil mereka berjualan tempe setiap bulan rata-rata sekitar lima sampai enam juta rupiah.

Zona nyaman berupa penghasilan yang lumayan tersebut membuat produsen tempe lengah, hingga akhirnya Ketika Covid 19 melanda seluruh dunia memberikan dampak yang cukup mengejutkan bagi produsen tempe. Salah satu dampak tersebut adalah penurunan omset sekitar 70%. Anggota Paguyuban Pengrajin Tempe yang awalnya berjumlah 21, turun menjadi 15. Penurunan ini merupakan salah satu dampak dari Covid 19. Produsen tempe memilih menjadi petani.

Melihat permasalahan yang ada tersebut, maka tim pengabdian Universitas Kristen Teknologi Solo merumuskan solusi berupa sosialisasi dan pelatihan. Kegiatan akan dilakukan selama dua bulan dengan melibatkan aparat setempat serta produsen tempe.

Metode Pelaksanaan

Setelah melakukan survey tentang kegiatan produsen tempe sehari-hari, maka ditetapkan jadwal pengabdian selama bulan Desember 2022 hingga Februari 2023. Kegiatan sosialisasi dan pelatihan diikuti oleh 15 produsen tempe. Tempat pelatihan di rumah Bapak Sanyoto yang merupakan ketua Paguyuban.

Tabel 1. Tahap Perencanaan Pengabdian

No	Tahap	Hasil
1	Survey Lokasi	Menentukan lokasi dan jarak lokasi dari Universitas Kristen Teknologi Solo
2	Permasalahan	Menemukan permasalahan penting yang dihadapi oleh produsen tempe
3	Solusi	Menyusun program sosialisasi dan pelatihan

Tabel 2. Pelaksanaan Kegiatan

No	Kegiatan	Hasil
1	Sosialisasi nilai gizi tempe	Memberikan pengertian kepada produsen tempe, bahwa tempe memiliki nilai gizi yang baik serta kandungan protein yang lebih tinggi dibanding daging ayam dan kambing. Pengrajin tempe perlu diberikan edukasi seperti ini agar merasa berperan dalam meningkatkan perbaikan gizi nasional. Di akhir sosialisasi diberikan beberapa pertanyaan untuk evaluasi.
2	Pelatihan pembuatan keripik tempe	Pelatihan dilakukan seminggu 1 kali selama 1 bulan.
3	Pelatihan pengemasan	Pelatihan dilakukan seminggu 1 kali selama 2 minggu
4	Pelatihan emarketing	Pelatihan dilakukan seminggu 1 kali selama 1 bulan

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan kegiatan ini pihak produsen tempe merespon kegiatan dengan baik dan antusias. Ketika praktek pembuatan keripik tempe, peserta sangat antusias untuk mencoba resep masing – masing.



Gambar 1. Tempe bungkus daun yang bertahan 2 hari



Gambar 2. *Pengolahan kedelai sebagai bahan dasar tempe*



Gambar 3. *Pelatihan pembuatan keripik tempe*



Gambar 4. *Sosialisasi marketing*



Gambar 5. Contoh desain kemasan

Pelatihan ini memberikan ide baru kepada produsen tempe, yang dulunya hanya menjual tempe mentah dengan bungkus daun sekarang memiliki wawasan terbuka tentang terciptanya aneka olahan dari tempe. Beberapa peserta komitmen akan mengembangkan tempe tidak hanya menjadi keripik saja akan tetapi juga cookies tempe serta burger tempe.

Tabel 3. Hasil pelatihan dan pengembangan ide baru dari peserta

No	Hasil pelatihan	Ide baru
1	Keripik tempe aneka rasa (keju, barbeque, rumput laut, pedas manis, jagung, original)	Cookies tempe dengan taburan keju. Cookies tempe dengan taburan coklat Burger tempe
2	Desain kemasan dengan label dari stiker	Membuat kemasan dengan label sablon agar lebih awet
3	Emarketing (Instagram)	Mengembangkan emarketing serta menitipkan produk keripik temp eke toko oleh – oleh.

Kesimpulan

Program kegiatan pengabdian ini dilakukan pada bulan Desember 2022 hingga Februari 2023, yang diselenggarakan di Desa Sangrahan Rumah Bapak Sanyoto dengan peserta adalah produsen tempe yang tergabung dalam Paguyuban Produsen Desa Tempe Sanggrahan Sukoharjo, jumlah peserta 15 orang. Pelatihan dilakukan selama 15 hari kerja. Adapun dalam sehari pelaksanaan kegiatan berlangsung selama 6 jam.

Kegiatan Program Pengabdian dilakukan dengan metode survey, sosialisasi, pelatihan, praktek, pendampingan dan yang terakhir adalah evaluasi. Hasil dari evaluasi merupakan indikator sukses atau tidaknya pelatihan yang sudah diberikan. Pada kegiatan ini antusias peserta serta hasil bertukar pikiran berupa pengembangan produk baru dan kemasan merupakan indikator suksesnya kegiatan ini. Sedangkan faktor penghambat dari kegiatan ini adalah masih ada beberapa produsen tempe yang tidak menguasai teknologi, sehingga perlu pendampingan khusus dari tim. Produk yang dihasilkan dari pelatihan ini adalah : (1) Keripik tempe aneka rasa , (2). Desain kemasan, serta (3). Emarketing. Saran dari kegiatan pelatihan ini adalah sebaiknya waktu pelatihan tentang emarketing diperpanjang, agar peserta lebih memahami cara berjualan lewat aplikasi online.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada Universitas Kristen Teknologi Solo yang telah memberikan dukungan kepada Tim Pengabdian. Terima kasih kepada Paguyuban Pengrajin Tempe Desa Sanggrahan atas kesempatan dan dukungan yang diberikan kepada kami.

Referensi

- Alvina, A., & Hamdani, D. (2019). Proses Pembuatan Tempe Tradisional. *Jurnal Pangan Halal*, 1(1).
- Apriyani, A., Haryono, D., & Nugraha, A. (2020). Analisis Harga Pokok Produksi, Nilai Tambah dan Keuntungan Agroindustri Keripik Tempe di Kota Metro. *JIIA*.
- Dewi, A. M. (2022). Optimalisasi Aplikasi E-Commerce Shopee Food Sebagai Media Pemasaran UMKM di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*.
- Rahmawati, Y., & Dhewantara, S. (2022). Strategi Pemberdayaan Kripik Tempe Melalui Media Sosial di Sukoharjo. *Amaluna : Jurnal Pengabdian Masyarakat*.