

# Inovasi Dalam Meningkatkan Nilai Jual Tempe Sebagai Salah Satu Komoditas Utama Umkm Di Desa Simpang Empat Kab. Labuhanbatu Utara

<sup>1)</sup>Sundari, <sup>2)</sup>Yudi Prayoga, <sup>3)</sup>Muhammad Ali Al ihsan Nasution

<sup>1,2,3)</sup>Program Studi Akuntansi, Universitas Labuhanbatu  
Email : [prayogayudi03@gmail.com](mailto:prayogayudi03@gmail.com)

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
-------------------	---------

**Kata Kunci**  
Inovasi Produk  
UMKM  
Tempe Rasa  
Media Sosial

Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan nilai jual tempe sebagai salah satu komoditas utama UMKM di Desa Simpang Empat, Kabupaten Labuhanbatu Utara. Melalui pelatihan pengembangan produk tempe rasa, kegiatan ini difokuskan pada inovasi produk dan strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM. Pelatihan melibatkan 30 peserta yang terdiri dari pelaku UMKM dan anggota PKK setempat. Metode pelaksanaan mencakup ceramah kreatif, praktik langsung, dan diskusi interaktif. Peserta diajarkan cara membuat tempe rasa dengan variasi bumbu alami seperti bawang putih, ketumbar, dan cabai, serta mengolahnya menjadi kripik tempe yang memiliki cita rasa unik dan bernilai gizi tinggi. Selain itu, peserta juga dibekali dengan pengetahuan tentang strategi pemasaran digital, termasuk pemanfaatan media sosial untuk memperluas jangkauan pasar. Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan keterampilan peserta dalam mengolah tempe serta antusiasme yang tinggi dalam menerapkan inovasi produk. Dampak ekonomi yang diharapkan adalah peningkatan pendapatan pelaku UMKM melalui produk tempe rasa yang berkualitas dan mampu bersaing di pasar lokal maupun nasional. Pelatihan ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan UMKM dan perekonomian lokal di Desa Simpang Empat.

ABSTRACT
----------

**Keyword**  
Product Inovation  
UMKM  
Tempeh Flavor  
Sosial Media

This community service aims to increase the selling value of tempeh as one of the main commodities of MSMEs in Simpang Empat Village, North Labuhanbatu Regency. Through training on developing flavored tempeh products, this activity focuses on product innovation and marketing strategies to increase the competitiveness of MSMEs. The training involved 30 participants consisting of MSME actors and local PKK members. The implementation method includes creative lectures, direct practice, and interactive discussions. Participants are taught how to make flavored tempeh with a variety of natural spices such as garlic, coriander, and chili, and process it into tempeh chips that have a unique taste and high nutritional value. In addition, participants are also equipped with knowledge about digital marketing strategies, including the use of social media to expand market reach. The results of the training showed an increase in participants' skills in processing tempeh and high enthusiasm in implementing product innovation. The expected economic impact is an increase in the income of MSME actors through quality flavored tempeh products that are able to compete in local and national markets. This training is expected to contribute to the development of MSMEs and the local economy in Simpang Empat Village.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



## I. PENDAHULUAN

UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) merupakan salah satu fondasi kuat perekonomian Indonesia, berperang penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. UMKM memainkan peran kunci dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, baik di perkotaan maupun pedesaan. Pemberdayaan UMKM merupakan strategi penting untuk memperkuat struktur ekonomi nasional dan meningkatkan ketahanan perekonomian Indonesia.

Menurut (Pakpahan, 2020), (Annisa Izzatul Jannah et al., 2023) UMKM telah terbukti mampu bertahan dari krisis ekonomi pada kurun waktu 1998-2012 dengan mencapai pertumbuhan positif. UMKM memainkan

peran penting dalam perekonomian negara, yaitu dengan turut serta dalam upaya desentralisasi pembangunan ekonomi, menunjang pertumbuhan ekonomi daerah dan nasional, serta membantu pemerintah menyediakan dan memperluas lapangan pekerjaan sehingga banyak tenaga kerja yang dapat terserap.

UMKM di Indonesia menghadapi berbagai tantangan yang menghambat pertumbuhan ekonomi nasional. Oleh karena itu, perlu dilakukan biaya pemberdayaan UMKM melalui pelatihan, pembinaan, pendamping, serta pemberian fasilitas dan bantuan untuk meningkatkan kemampuan dan daya saing para pelaku UMKM.

Tempe adalah makanan tradisional Indonesia yang terbuat dari kacang kedelai putih yang difermentasi dengan ragi, sehingga membentuk jamur putih yang menyelimuti kedelai. Tempe kaya akan gizi, termasuk vitamin B12, antioksidan dan protein nabati. Di beberapa daerah, tempe juga dikenal sebagai oncom (Anizar & Torong, 2020)

Perkembangan zaman yang semakin cepat memerlukan penyesuaian yang cepat dan efektif para pelaku UMKM untuk dapat melakukan banyak menemukan ide dan inovasi agar mampu bersaing dalam kanca nasional dan internasional. (Mu'afa et al., 2021) Para pelaku usaha dituntut untuk tetap relevan dan kompetitif, pelaku usaha harus selalu memantau perubahan di masyarakat dan mengambil peluang yang ada. Inovasi produk menjadi kunci untuk memastikan usaha tetap bertahan dan beradaptasi dengan baik di lingkungan yang terus berubah dan semakin kompetitif (Apriyani et al., 2020). Selain itu digital marketing juga memiliki peran strategis dalam pemasaran produk saat ini, karena menawarkan jangkauan yang luas dengan biaya yang relatif rendah. Pajangan pada toko offline menjadi cara penjualan langsung yang dapat dinikmati masyarakat sekitar (Dewi, 2022).

Salah satu inovasi yang dapat dilakukan adalah menciptakan tempe rasa (Mawarni et al., 2020.). Tempe rasa adalah tempe yang dibuat dengan mencampurkan ragi dan perasa alami seperti bawang, kelor atau cabai. Dengan demikian, tempe memiliki rasa yang khas bahkan ketika masih mentah. Konsumen dapat langsung mengolah tempe tanpa perlu menambahkan bumbu atau penyedap rasa. Pemilihan rasa juga didasarkan pada kandungan gizi masing-masing perasa, sehingga tempe rasa tidak hanya lezat tetapi juga sehat. Setelah diberi rasa tempe bisa di tingkatkan lg nilai jualnya dengan mengolahnya menjadi kripik tempe dengan banyak varian topping seperti coklat dan balado.

Hal inilah yang mendasari penulis untuk mengembangkan nilai tambah produk tempe di desa Marbau diharapkan produk tempe tersebut dapat nantinya menjadi produk unggulan kelurahan yang berpotensi menghasilkan pendapatan yang signifikan.

## II. METODE

Kegiatan pelatihan pengembangan produk tempe atau pengolahan tempe rasa diselenggarakan di Desa Simpang Empat, Kabupaten Labuhanbatu Utara. Kegiatan pelatihan pengembangan produk tempe tersebut belangsung bersamaan dengan kegiatan rutin PKK desa. Pelaksanaannya melibatkan beberapa metode, antara lain penyuluhan, pelatihan teknis dan pendampingan. Pendekatan kelompok digunakan saat menyampaikan informasi tentang pemanfaat kedelai menjadi tempe dengan nilai jual tinggi melalui inovasi penambahan rasa (Rochmah & Indartuti, 2022). Sementara itu, pendekatan individu dilakukan melalui diskusi dan sesi tanya jawab yang insentif dengan para peserta, adapun metode yang digunakan dalam hal ini adalah sebagai berikut:

### A. Ceramah Kreatif

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), ceramah adalah suatu bentuk penyampaian informasi yang bertujuan memberikan penjelasan, nasihat dan arahan kepada pendengar. Dalam metode ini, narasumber menyampaikan ceramah kreatif untuk menyampaikan pesan kepada audiens. Dengan menggunakan metode ceramah kreatif, narasumber menyajikan materi dengan cara yang menarik dan inovatif, sehingga audiens dapat memahami materi dengan baik tanpa merasa bosan. Metode ini memungkinkan narasumber menyampaikan materi secara detail dan efektif, sehingga audiens dapat memperoleh manfaat maksimal. Ceramah yang akan dilakukan adalah sebagai berikut :

#### 1. Inovasi Produk tempe

Inovasi produk kripik tempe dapat dilakukan untuk meningkatkan daya tarik, rasa, dan nilai gizi produk. Berikut adalah beberapa ide inovasi untuk kripik tempe:

- a) Variasi Rasa Kripik Tempe Rasa Rempah: Menggunakan bumbu khas Indonesia seperti bawang putih atau bumbu ketumbar untuk memberikan cita rasa yang unik.
- b) Kripik Tempe Rasa gurih Menambahkan penyedap rasa untuk menciptakan kripik tempe yang renyah, gurih dan menarik sebagai camilan.

- c) Kripik Tempe Pedas: Menggunakan cabai atau bumbu pedas lainnya untuk menarik penggemar makanan pedas.
2. Inovasi dalam penjualan produk tempe  
Inovasi penguatan penjualan produk tempe rasa dapat dilakukan melalui berbagai strategi yang mencakup pengembangan produk, pemasaran, distribusi, dan pengalaman konsumen. Adapun yang akan dilakukan seperti menggunakan media sosial, iklan online, serta dengan kemasan yang menarik.

## B. Praktik/Demonstrasi

Setelah penyampaian materi, praktik langsung dilakukan dengan pendekatan step-by-step, di mana setiap langkah dijelaskan secara detail. Audiens dapat menyaksikan dan berpartisipasi dalam praktik bersama tim KKN. Selama sesi praktik, audiens juga dapat mengajukan pertanyaan dan memperoleh klarifikasi tentang permasalahan yang mungkin timbul selama proses pembuatan tempe rasa. Berikut adalah langkah langkah yang akan dibuat dalam pengabdian inovasi produk tempe (Alvina et al., 2019) :

### Bahan-Bahan

- a. Bahan Pokok:  
Tempe 250 gram ,iris tipis-tipis
- b. Bahan Marinasi:
  - 1) Bawang putih 2-3 siung
  - 2) 1 Sendok teh garam yang sudah dihaluskan
  - 3) Gula pasir 1 sendok teh
  - 4) ketumbar bubuk 1 sendok teh
  - 5) air 2 sendok makan (untuk melarutkan bumbu)
  - 6) Bahan Pelapis:
    - 7) Tepung beras 100 gram
    - 8) Tepung tapioka 50 gram
    - 9) bubuk cabai 1 sendok teh (opsional, untuk rasa pedas tambahan)
    - 10) Air secukupnya (untuk adonan pelapis)
    - 11) Minyak goreng

### Tata cara pembuatan:

1. Persiapan Tempe Potong Tempe: Iris tempe ketebalan sekitar 2-3 mm. Pastikan potongan seragam agar matang merata. Rebus Tempe (Opsional): Rebus tempe dalam air mendidih selama 5-10 menit untuk menghilangkan rasa pahit. Tiriskan dan biarkan dingin.
2. Marinasi Tempe Campurkan Bahan Marinasi: Dalam mangkuk, campurkan bawang putih halus, garam, ketumbar, dan air. Aduk hingga rata.
3. Marinasi Tempe: Masukkan irisan tempe ke dalam campuran bumbu marinasi untuk memberikan rasa dan aroma yang meresap. Aduk hingga semua potongan terlapisi bumbu. Biarkan selama 30 menit untuk membiarkan bumbu meresap secara maksimal ke dalam tempe.
4. Persiapan Pelapis Campurkan Tepung: Dalam mangkuk terpisah, campurkan tepung beras, tepung tapioka, dan bubuk cabai. Aduk hingga rata. Buat Adonan Pelapis: Tambahkan air sedikit-sedikit ke dalam campuran tepung hingga mendapatkan konsistensi adonan yang kental, tetapi masih bisa dicelupkan.
5. Pelapisan Tempe Celupkan Tempe: Ambil potongan tempe yang telah dimarinasi, celupkan ke dalam adonan pelapis hingga terlapisi rata. Tiriskan: Biarkan sejenak agar kelebihan adonan jatuh.
6. Panaskan minyak goreng dalam wajan dengan api sedang. Pastikan jumlah minyak cukup banyak sehingga kripik tempe dapat terendam sepenuhnya. Goreng Tempe: Goreng potongan tempe yang telah dilapisi hingga berwarna keemasan dan renyah. Goreng dalam
7. jumlah sedikit agar tidak saling menempel. Tiriskan: Angkat kripik tempe Kemudian, angkat dan tiriskan pada kertas penyerap minyak untuk menghilangkan kelebihan minyak dan membuat kripik menjadi lebih renyah.
8. Penyajian Dinginkan: Biarkan kripik tempe dingin sebelum disimpan dalam wadah kedap udara. Sajikan: Kripik tempe siap disajikan sebagai camilan atau pendamping makanan.

## C. Diskusi

Diskusi dilakukan untuk ketika pelatihan berlangsung dan setelah praktik pembuatan selesai. Dalam sesi

2389

ini, Narasumber berusaha untuk melakukan pendampingan secara individu agar setiap audiens mampu mengerti materi yang diberikan dengan baik dan mampu menyampaikan ilmu yang didapat kepada warga.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan pengembangan produk tempe rasa yang dilaksanakan di Desa Simpang Empat berhasil menarik perhatian 30 peserta, yang terdiri dari pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) serta anggota PKK setempat. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam mengolah tempe menjadi produk yang lebih inovatif dan bernilai jual tinggi.

Selama pelatihan, peserta diajarkan cara membuat tempe rasa dengan mencampurkan bahan-bahan alami seperti bawang putih, ketumbar, dan cabai. Proses pembuatan dimulai dengan pemilihan bahan baku tempe yang berkualitas, diikuti dengan langkah-langkah marinasi untuk memberikan rasa yang khas. Hasil akhir dari pelatihan ini adalah kripiq tempe yang memiliki cita rasa unik dan menarik, yang diharapkan dapat memenuhi selera konsumen yang beragam.

Peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi selama sesi praktik. Mereka tidak hanya menyaksikan proses pembuatan, tetapi juga berpartisipasi aktif dalam setiap langkah, mulai dari memotong tempe hingga menggoreng kripiq tempe. Hal ini menciptakan suasana belajar yang interaktif dan menyenangkan. Selain itu, diskusi yang berlangsung selama pelatihan memberikan kesempatan bagi peserta untuk mengajukan pertanyaan dan mendapatkan klarifikasi mengenai teknik yang diajarkan.



Gambar 1. Foto Pelaksanaan PkM

Inovasi produk tempe yang diperkenalkan dalam pelatihan ini memberikan nilai tambah yang signifikan bagi pelaku UMKM di Desa Simpang Empat. Tempe rasa yang dihasilkan tidak hanya menawarkan kelezatan, tetapi juga kandungan gizi yang tinggi, menjadikannya pilihan yang menarik bagi konsumen yang semakin peduli dengan kesehatan. Dengan menciptakan variasi rasa, seperti tempe rasa pizza, balado, jagung manis dan tempe rasa pedas, produk ini dapat menarik minat pasar yang lebih luas (Baltasar et al., 2023.).



Gambar 2. Hasil PkM

Strategi pemasaran juga menjadi fokus penting dalam pelatihan ini. Peserta diajarkan tentang pentingnya memanfaatkan media sosial dan platform digital lainnya untuk mempromosikan produk mereka. Dengan

kemasan yang menarik dan informasi yang jelas mengenai manfaat produk, diharapkan produk tempe rasa ini dapat bersaing di pasar yang semakin kompetitif (Evangeulista et al., 2023). Pelatihan ini memberikan wawasan yang berharga tentang bagaimana memasarkan produk UMKM secara efektif, terutama di era digital saat ini.

Dari segi dampak ekonomi, inovasi ini diharapkan dapat meningkatkan pendapatan pelaku UMKM di desa tersebut. Dengan produk tempe rasa yang berkualitas, diharapkan mereka dapat menjangkau konsumen yang lebih luas, baik di tingkat lokal maupun nasional. Produk tempe rasa ini berpotensi menjadi produk unggulan yang tidak hanya meningkatkan kesejahteraan pelaku UMKM, tetapi juga berkontribusi pada perekonomian lokal.

#### **Evaluasi**

Pelatihan pengembangan produk tempe rasa di Desa Simpang Empat telah memberikan dampak yang luas dan berkelanjutan bagi peserta. Salah satu aspek yang menonjol adalah peningkatan keterampilan praktis peserta dalam mengolah tempe menjadi produk yang lebih inovatif. Melalui sesi praktik yang interaktif, peserta tidak hanya belajar teori, tetapi juga langsung menerapkan teknik yang diajarkan, sehingga meningkatkan pemahaman mereka tentang proses produksi.

Selain itu, inovasi yang diperkenalkan dalam bentuk variasi rasa tempe menunjukkan potensi besar untuk menarik minat konsumen. Dengan menciptakan produk yang unik dan berbeda, pelaku UMKM dapat membedakan diri mereka di pasar yang kompetitif. Hal ini juga mencerminkan kemampuan peserta untuk beradaptasi dengan tren dan preferensi konsumen yang terus berubah. Dari segi pemasaran, pelatihan ini berhasil memberikan wawasan yang mendalam tentang pentingnya branding dan promosi produk. Peserta diajarkan untuk memanfaatkan media sosial dan platform digital sebagai alat pemasaran yang efektif, yang sangat relevan di era digital saat ini. Ini tidak hanya membantu mereka dalam menjangkau audiens yang lebih luas, tetapi juga dalam membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan.

Evaluasi juga menunjukkan bahwa pelatihan ini telah membangun jaringan antara pelaku UMKM, yang dapat menjadi sumber dukungan dan kolaborasi di masa depan. Dengan adanya saling berbagi pengalaman dan pengetahuan, peserta dapat saling menginspirasi dan mendorong satu sama lain untuk terus berinovasi. Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan pelatihan pengembangan produk tempe rasa ini. Terima kasih kepada peserta yang telah menunjukkan antusiasme dan keinginan untuk belajar, serta kepada narasumber yang telah berbagi pengetahuan dan pengalaman. Kami juga menghargai dukungan dari pemerintah desa dan anggota PKK yang telah membantu dalam penyelenggaraan kegiatan ini. Semoga kolaborasi ini dapat terus berlanjut dan memberikan manfaat yang lebih besar bagi masyarakat, khususnya dalam pengembangan UMKM di Desa Simpang Empat.

#### **IV. KESIMPULAN**

Melalui pelatihan pengembangan produk tempe rasa, peserta yang terdiri dari pelaku UMKM dan anggota PKK berhasil memperoleh pengetahuan dan keterampilan baru dalam mengolah tempe menjadi produk yang lebih inovatif dan bernilai tinggi. Inovasi yang diperkenalkan, seperti pembuatan tempe rasa dengan variasi bumbu alami, tidak hanya meningkatkan daya tarik produk tetapi juga memberikan nilai gizi yang lebih baik. Selain itu, pelatihan ini menekankan pentingnya strategi pemasaran yang efektif, terutama melalui pemanfaatan media sosial dan platform digital, untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Hasil dari pelatihan menunjukkan antusiasme peserta yang tinggi dan keterlibatan aktif dalam proses pembuatan, yang menciptakan suasana belajar yang interaktif. Dengan demikian, pelatihan ini diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi pendapatan pelaku UMKM dan berkontribusi pada perekonomian lokal.

#### **REFERENSI**

- Alvina, A., Hamdani, D. H., & Jumiono, A. (2019). Proses Pembuatan Tempe Tradisional. *Jurnal Ilmiah Pangan Halal*, 1(1). <https://doi.org/10.30997/jiph.v1i1.2004>
- Anizar, A., & Torong, Z. B. (2020). Mechanical Soy Bean Washing Improves The Performance Of Tempe Crafters. *ABDIMAS TALENTA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 26–32. <https://doi.org/10.32734/abdimestalenta.v5i1.4021>
- Annisa Izzatul Jannah, Asri Isnaeni, & Triyani. (2023). Strategi Pemberdayaan UMKM Untuk Meningkatkan Penjualan Kripik Tempe Hifary Desa Sampiran Kecamatan Talun Kabupaten Cirebon. *Darma Abdi Karya*, 2(2), 177–184.

---

<https://doi.org/10.38204/Darmaabdikarya.V2i2.1726>

- Apriyani, A., Haryono, D., & Nugraha, A. (2020). Analisis Harga Pokok Produksi, Nilai Tambah Dan Keuntungan Agroindustri Keripik Tempe Di Kota Metro. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 8(4), 571. <https://doi.org/10.23960/Jiia.V8i4.4700>
- Baltasar, S., Gumilar, D., Rasyid, R., & Perdiansyah, A. D. (N.D.). *Pemberdayaan UMKM Melalui Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing*.
- Dewi, A. M. (2022). Optimalisasi Aplikasi E-Commerce Shopee Food Sebagai Media Pemasaran Umkm Di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), 77. <https://doi.org/10.21460/Jrmb.2021.162.393>
- Evangeulista, G., Agustin, A., Putra, G. P. E., Pramesti, T., & Madiistriyatno, H. (2023). *Strategi Umkm Dalam Menghadapi Digitalisasi*. 16.
- Mawarni, S., Fikriawan, S., & Nafiah, T. M. (N.D.). *Pemberdayaan Ekonomi Ibu Rumah Tangga Melalui Produksi Kripik Tempe Di Desa Nambangrejo Sukorejo Ponorogo*.
- Mu'afa, K., Saputri, R. A. A., & Masithoh, S. C. (2021). *Inovasi Pembuatan Tempe Berbagai Rasa Guna Meningkatkan Nilai Jual Sekaligus Komoditas Utama Kelurahan Purwosari*. 3(1).
- Pakpahan, A. K. (2020). *COVID-19 Dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah*.
- Rochmah, S., & Indartuti, E. (2022). *Pemberdayaan Umkm Kripik Tempe Yang Dilakukan Oleh Pemerintah Kelurahan Manisrenggo Di Kota Kediri*. 2(02).