

**PENTINGNYA BRANDING DAN INOVASI PRODUK UNTUK  
PENGEMBANGAN BISNIS OLAHAN TEMPE PADA DESA PETUNG  
KECAMATAN BANGSALSARI KABUPATEN JEMBER**

**Ricky Oktavian Perdana Putra**

*Universitas Jember*

**Abstrak :**

*Pengembangan UMKM menjadi sangat strategis dalam menggerakkan perekonomian nasional, mengingat kegiatan usahanya mencakup hampir semua lapangan usaha sehingga kontribusi UMKM menjadi sangat besar bagi peningkatan pendapatan bagi kelompok masyarakat berpendapatan rendah. UMKM mempunyai peranan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, terbukti pada waktu bangsa Indonesia mengalami krisis yang terjadi beberapa waktu lalu, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) lebih tangguh dalam menghadapi realita tersebut, sedangkan usaha yang berskala besar mengalami stagnasi bahkan berhenti aktifitasnya. Salah satu permasalahan yang terjadi di Desa Petung, Kecamatan Bangsalsari, Kabupaten Jember saat ini adalah sedang turunnya pendapatan dan meningkatnya biaya produksi beberapa UMKM olahan tempe. Hal ini merupakan tujuan diadakannya edukasi tentang pentingnya pengembangan bisnis untuk menunjang pelaku usaha mengembangkan usahanya. Dengan dilakukannya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ada beberapa program diantaranya, memperkenalkan pentingnya branding untuk sebuah produk, perlu adanya inovasi dalam sebuah produk, sosialisasi menghitung Harga Pokok Produksi. Hasilnya menunjukkan bahwa sasaran mampu membuat identitas sebuah produk dengan nama Tempe Putra Glagasan serta dapat melakukan pengembangan produk dari olahan tempe mentah menjadi Nugget Tempe. Diharapkan untuk kedepannya terus mengalami peningkatan penjualan sehingga dapat meningkatkan perolehan laba di masa pandemi Covid – 19.*

**Abstract :**

*The development of MSMEs is very strategic in driving the national economy, considering that low activity covers almost all business fields so that the contribution of MSMEs is very large for increasing income for community groups. MSMEs have a strategic role in national economic development, as evidenced by the time the Indonesian nation experienced a crisis that occurred some time ago, Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) were more resilient in facing this reality, while even large businesses stagnated and even stopped their activities.*

*One of the problems that occur in Petung Village, Bangsalsari District, Jember Regency at this time is the decline in income and production costs of several SMEs processed tempe. This is the purpose of holding education about the importance of business development to support business actors in developing their businesses. With community service activities there are several programs including, introducing the importance of branding for a product, the need for innovation in a product, socialization to calculate*

*the Cost of Production. The results show that the target is able to create a product identity with the name Tempe Putra Glagasan and can develop products from processed raw tempeh into Tempe Nugget. It is hoped that in the future, sales will continue to increase so that it can increase profits during the Covid-19 pandemic*

**Kata kunci:** Branding, Inovasi, Olahan Tempe

## 1. PENDAHULUAN

Di masa Pandemi Covid-19 kondisi perekonomian Indonesia melemah. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki potensi besar untuk memulihkan perekonomian Indonesia dengan jumlah UMKM di Indonesia pada tahun 2020 mencapai 64,19 juta, dengan komposisi UMK mendominasi sebanyak 64,13 juta (99,92%) dari keseluruhan sektor usaha (Bahtiar, 2021). UMKM merupakan penyumbang Produk Domestik Bruto (PDB) terbesar dan bisa menyerap tenaga kerja. Terlepas dari hal tersebut, banyak sektor yang terdampak, salah satunya sektor Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dan Usaha Mikro Kecil (UMK). Tercatat bahwa masa pandemi ini menyebabkan 63,9% dari UMKM yang terdampak mengalami penurunan omzet lebih dari 30%, hanya 3,8% UMKM yang mengalami peningkatan omzet. Para UMKM tersebut tidak hanya tinggal diam, mereka melakukan upaya untuk mempertahankan kondisi usahanya, mulai dari langkah efisiensi seperti menurunkan produksi atau jasa, mengurangi jam kerja, dan mengurangi jumlah karyawan, namun ada UMKM menggunakan perluasan promosi sebagai strategi meningkatkan pemasaran dan bertahan (katadata.co.id, 2020).

Desa Petung merupakan salah satu desa di Kecamatan Bangsalsari, Kabupaten Jember. Desa Petung merupakan salah satu desa di Kecamatan Bangsalsari, Kabupaten Jember dengan luas 768,51 km<sup>2</sup> dengan penduduk sebanyak 10.282 jiwa yang terbagi pada beberapa wilayah yaitu lingkungan Krajan, Sira'an, Glagasan, dan Paguan Di Desa Petung ini memiliki banyak potensi melalui sektor penghasilan utama yaitu sektor pertanian, dan sektor industri pengolahan, sektor perdagangan besar dan eceran dan rumah makan (BPS, 2018). Kegiatan pengabdian kepada masyarakat diharapkan dapat membantu mahasiswa dalam melihat permasalahan yang terjadi di lapangan dan dapat menemukan solusi yang tepat.

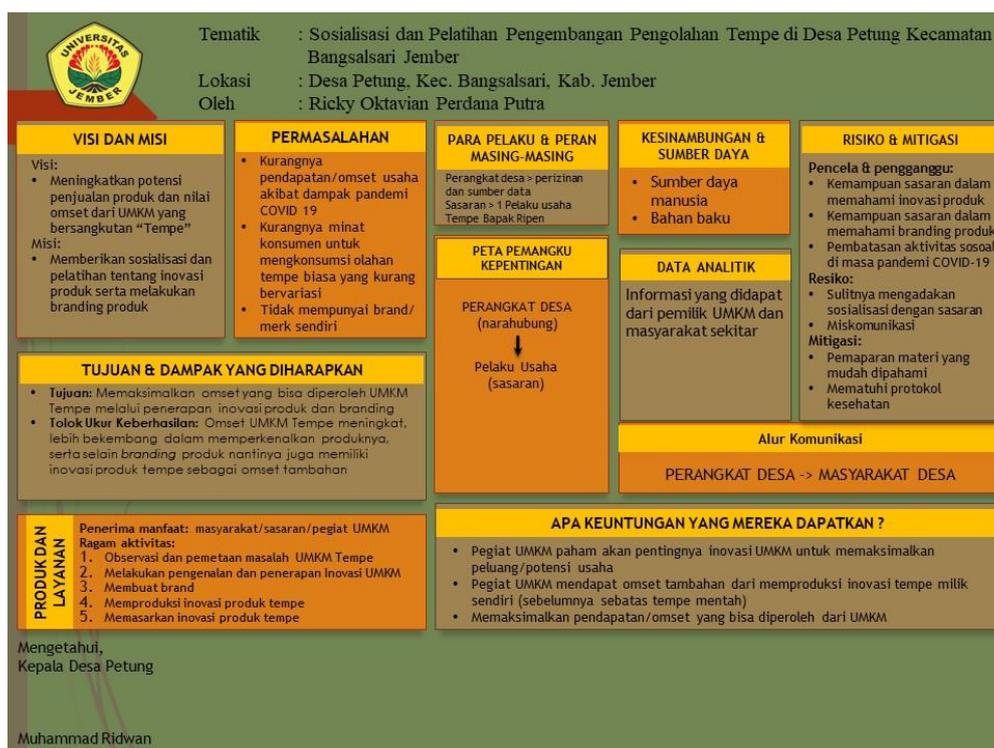
Pada bulan Februari 2020, Indonesia termasuk Negara terdampak Virus Corona (Covid-19). Pemerintah sudah melakukan beberapa pencegahan penyebaran Virus Corona dengan berbagai cara seperti menerapkan PSBB hingga PPKM level 1-4 di berbagai wilayah Indonesia. Penerapan pembatasan aktivitas social ini yang mempengaruhi omset penjualan sejumlah UMKM di desa Petung, dengan rata-rata penurunan omset mencapai 50% dalam sebulan dibanding omset yang biasa diperoleh sebelum adanya Pandemi.

UMKM menjadi sektor yang sangat terdampak di desa Petung, contohnya UMKM Tempe Bapak Samsul Arifin. Selain adanya pembatasan aktivitas sosial, penurunan omset yang berkelanjutan ini disebabkan UMKM Tempe Bapak Samsul Arifin tidak mempunyai nama produk yang mudah dikenali dan kurang menarik bagi konsumen, sehingga target pasar tidak mencakup berbagai kalangan. Nama produk yang menarik menjadi salah satu faktor untuk meningkatkan minat konsumen terhadap produk tersebut, sehingga dapat meluasnya target pasar. Membuat variasi baru terhadap olahan tempe membuat produk UMKM Tempe Bapak Samsul Arifin menjadi lebih menarik dan menjadi salah satu faktor pendukung untuk menarik minat konsumen, sehingga dapat meningkatkan omset penjualan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dijalankan adalah melakukan pengenalan dan sosialisasi inovasi produk tempe, sehingga

UMKM dapat memproduksi inovasi tempe sendiri hingga mampu memasarkan produk tersebut ke target pasar yang lebih luas.

**2. METODE PELAKSANAAN**

Adapun metode pelaksanaan yang berguna untuk mencapai tujuan yang di harapkan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat selama 30 hari yang dimulai 11 Agustus 2021 sampai 9 September 2021 yang sudah tersusun di *Bussines Canvas* dan *Roadmap* yang sudah penulis buat.



**Gambar 1. Bussines Canvas dan Roadmap**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat mempunyai rencana dan strategi kegiatan secara rinci untuk dijadikan acuan dalam menjalankan program. Tujuannya adalah untuk panduan dalam pelaksanaan maupun perubahan kegiatan sistematis, mempersatu seluruh kegiatan dalam ruang lingkup yang sudah ditetapkan, dan panduan dalam seluruh proses mulai awal hingga program.

Adapun untuk penjelasan alur kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebagai berikut :

1. Perencanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat  
 Pada tahap ini penulis menyusun kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui observasi dan pemetaan UMKM untuk melihat bagaimana kondisi serta kendala yang dialami oleh UMKM di Desa Petung, Bangsalsari, Jember.
2. Branding serta inovasi produk

Pada tahap ini dilakukannya beberapa sosialisasi tentang branding suatu produk dan berinovasi terhadap produk itu sendiri

3. Mengimplementasikan kegiatan pengabdian kepada masyarakat  
Pada tahap ini mulai memproduksi variasi produk tempe bersama sasaran serta melakukan distribusi produk ke warung-warung kecil sekitar rumah sasaran.
4. Evaluasi dan laporan akhir  
Pada tahap ini penulis selaku mahasiswa dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat mengevaluasi kegiatan yang telah dilaksanakan selama kurang lebih 30 hari dengan dilakukannya persuli (Pertemuan Seminggu Sekali) di setiap minggunya bersama Dosen Pembimbing Lapangan dengan adanya logbook di setiap minggunya.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Hasil Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Perencanaan kegiatan ini meliputi observasi permasalahan yang terjadi di desa Petung dengan melakukan pembahasan bersama Perangkat Desa serta membuat kegiatan yang akan dilaksanakan dalam 30 hari dan menyusun kegiatan pengabdian kepada masyarakat serta tetap mematuhi protokol kesehatan guna menjaga dalam penuluran virus Covid - 19.

Pada minggu pertama yaitu penerjunan kegiatan pengabdian kepada masyarakat observasi permasalahan selama terjadinya pandemi Covid-19 yang bertempat di Desa Petung serta membuat *roadmap* mengenai topik yang telah ditetapkan yaitu Pemberdayaan UMKM setempat.



**Gambar 2. Pembahasan kegiatan bersama perangkat desa**

Setelah itu penulis melakukan kunjungan langsung kepada sasaran untuk mengetahui permasalahan yang sedang di alami oleh UMKM tersebut. Lokasi sasaran berada di dusun glagasan yang bernama Bapak Samsul Arifin selaku pengusaha tempe tradisional, yang mana dalam pembungkusannya masih menggunakan pelepah pisang. Usaha Bapak Samsul Arifin berdiri sejak tahun 1996. Yang awal mulanya dapat memproduksi sekitar 30 kg perhari sekarang hanya dapat memproduksi 10 kg saja dalam satu hari. Hal ini adalah sebuah hambatan yang sangat buruk bagi keberlanjutan usaha. Sehingga penulis akan mengajarkan Bapak Samsul Arifin selaku wirausahawan tempe sebagai hasil dari komoditas kedelai untuk melakukan pengembangan produk menjadi Nugget Tempe yang memiliki

bahan utama yang sama. Produk baru ini nantinya akan menjadi produk unggulan yang akan diproduksi oleh UMKM Bapak Samsul Arifin.



**Gambar 3 dan 4. Pemetaan kondisi UMKM Olahan Tempe (Bapak Samsul Arifin)**

Pada Minggu ke 2 pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat penulis mengadakan kegiatan pendampingan dan pemberdayaan UMKM di Masa Pandemi Covid-19. Dalam skema kegiatan ini, penulis memberikan solusi terkait inovasi produk tempe agar sasaran dapat menerapkan inovasi produk yang telah saya sosialisasikan. Kemudian memberi solusi tentang pengolahan tempe. Mencoba mempraktekkan pengolahan tempe yang awalnya tempe mentah biasa menjadi nugget tempe yang lebih praktis serta memberi pendampingan dalam mempraktekkan olahan produk tempe baru tersebut. Setelah sasaran memahami dan mampu mempraktekkan membuat olahan produk nugget tempe kemudian penulis memberikan sosialisasi dan pelatihan terkait brand/merk produk. Dengan adanya pelatihan branding produk ini agar masyarakat dapat mengenali tempe produksi Bapak Samsul Arifin. Dalam hal ini telah disepakati bahwa nama produk yaitu Tempe Putra Glagasan



**Gambar 5. Pelatihan Pengembangan produk dan Brand Produk.**



**Gambar 6. Logo Tempe Putra Glagasan**

Pada minggu ketiga penulis dan sasaran membuat branding produk dengan membuat logo untuk olahan Tempe Putra Glagasan menggunakan aplikasi Canva agar produk terlihat lebih menarik bagi konsumen. Dalam hal ini pengemasannya menggunakan kresek yang nantinya akan disablon dengan logo yang sudah dibuat serta mencetak stiker yang nantinya akan ditempel pada mica pembungkus nugget tempe. Setelah itu melakukan inovasi produk, dengan melakukan percobaan untuk produksi nugget tempe bersama sasaran. Percobaan dilakukan beberapa kali untuk mendapatkan rasa, bentuk, dan kemasan yang cocok untuk produk tersebut.



**Gambar 7. Percobaan produksi nugget tempe bersama sasaran dan penyerahan kresek sablon nugget tempe (1).**



**Gambar 8. Percobaan produksi nugget tempe bersama sasaran dan penyerahan kresek sablon nugget tempe (2).**

Pada minggu keempat dilakukan produksi rutin seminggu sekali lalu membuat rincian harga pokok produksi bersama sasaran sehingga akan mengetahui berapa biaya yang harus dikeluarkan untuk memproduksi nugget tempe dan berapa laba yang akan diperoleh nantinya. Setelah itu penulis membantu untuk mendistribusikannya ke warung-warung kecil di sekitar rumah sasaran. Dalam hal ini pendistribusian tidak dalam jumlah besar mengingat produk masih baru dan masih dalam tahap pengenalan kepada konsumen. Distribusi nugget tempe hanya berjumlah 5pack untuk setiap warung. Dalam satu minggu peningkatan penjualan nugget tempe masih belum signifikan. Oleh karena itu nantinya distribusi akan diperluas sehingga akan meningkatkan efektifitas penjualan dan juga akan memberikan omzet tambahan bagi sasaran.



**Gambar 9 dan 10. Distribusi ke warung kecil sekitar rumah sasaran**

Pada saat penulis dan sasaran mendiskusikan tentang harga pokok produksi, telah disepakati bahwa dalam 1 pack berisi 5 buah nugget tempe yang akan dijual dengan harga Rp 5000/pack. Dengan harga tersebut sasaran akan menerima laba sebesar Rp 2000/pack.



**Gambar 11. Packaging produk Nugget Tempe Putra Glagasan**

### 3.2 Pembahasan

Keuntungan yang didapatkan sasaran yaitu:

Manfaat bagi Pelaku Usaha Tempe Bapak Samsul Arifin :

1. Pelaku usaha paham akan pentingnya inovasi produk untuk memaksimalkan peluang/potensi usaha
2. Pelaku usaha mempunyai *Brand/Merk* produk sendiri
3. Pelaku usaha mendapat omset tambahan dari memproduksi inovasi produk
4. Memaksimalkan pendapatan/omset yang bisa diperoleh pelaku usaha

Manfaat bagi desa dan masyarakat sekitar:

Dengan semakin berkembangnya pelaku usaha tempe memungkinkan pada suatu saat wirausaha ini mampu menyerap tenaga kerja khususnya pemuda-pemuda di desa setempat, karena sejauh ini usaha masih dikerjakan sendiri oleh Bapak Samsul Arifin dan keluarga

Hasil yang dicapai yaitu:

1. Menambah pendapatan/omzet dari pengembangan produk
2. Pelaku usaha mampu bersaing atau bertahan untuk melihat peluang pasar dengan cara mengembangkan produknya
3. Pelaku usaha dapat membuat identitas produk melalui pelatihan *brand/merk* produk yaitu bernama Tempe Putra Glagasan
4. Pelaku usaha dapat menentukan Harga Pokok Penjualan sehingga dapat meningkatkan laba

Kendala yang dihadapi :

1. Pada proses produksi: rasa dan bentuk nugget tempe yang dihasilkan berbeda – beda
2. Pada proses penjualan: nugget tempe yang dijual kurang maksimal karena terbatasnya tempat distribusi
3. Pada segi harga: nugget tempe tidak bisa dijual dengan harga tinggi mengingat segmentasinya orang desa

Solusi yang diambil :

1. Setiap proses produksi dicatat setiap takaran dan bahan – bahannya sehingga diperoleh hasil yang maksimal dan siap untuk dijual

2. Lebih memperluas tempat distribusi nugget tempe hingga ke setiap dusun yang berada di Desa Petung
3. Memperkecil ukuran nugget tempe sehingga menghemat biaya produksi dan meningkatkan penjualannya

#### 4. SIMPULAN DAN REKOMENDASI

##### 4.1 Kesimpulan

Dari hasil pembahasan yang sudah dipaparkan dapat di tarik sebuah kesimpulan yaitu:

1. Brand Produk adalah kumpulan atribut fisik, emosi, pemahaman logis, karakteristik, performa, aset, dan janji dari sebuah produk
2. Inovasi produk dapat diartikan sebagai upaya yang dilakukan pelaku usaha pembuat produk untuk memperbaiki, meningkatkan, dan mengembangkan produk yang diproduksi selama ini. Produk yang dikembangkan tidak selalu dalam bentuk barang, tetapi bisa berupa peningkatan pelayanan
3. Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia mendapatkan payung sebagai perlindungan menjalankan usaha sesuai dengan peraturan pemerintah Undang-Undang No.20
4. Seluruh kegiatan serta program kerja yang di agendakan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berjalan dengan lancar serta sesuai protokol kesehatan Program kerja yang telah dilaksanakan dapat menjadi solusi yang efektif dalam membantu kendala sasaran dalam memasarkan produk tempe dan berinovasi dalam memasarkan produk tempe.

##### 4.2 Rekomendasi

1. Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam Pelatihan Brand Produk dan inovasi Produk serta Pendampingan memproduksi nugget tempe sehingga Tempe Putra Glagasan bisa mengembangkan bisnisnya.
2. Dengan adanya pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada semoga bisa memberikan kontribusi secara maksimal bagi sasaran atau pelaku usaha dengan serangkaian agenda program pengabdian kepada masyarakat, pelaku usaha dapat meneruskan inovasi produk atau nugget tempe sehingga output pendapatan bisa sesuai dengan target usaha.
3. Harapannya, semoga dari apa yang telah dilaksanakan selama 30 hari dapat menjadi umpan yang maksimal dalam pendapatan penjualan dimasa pandemi.

#### DAFTAR PUSTAKA

Kemendes RI. 2020. Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor HK.01.07/MENKES/328/2020. *Pedoman Pencegahan Dan Pengendalian Coronavirus Disease 2019 (Covid-19)*.

Wikipedia. 2021. *Bussines Development*.  
[https://en.wikipedia.org/wiki/Business\\_development](https://en.wikipedia.org/wiki/Business_development). Diakses 10 September 2021 03.13 WIB

Bahtiar, R. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah serta solusinya. Bidang Ekonomi dan Kebijakan Publik. Vol: 3 (19-24).

- BPS Jember. 2018. Data Statistik Potensi Desa Kabupaten Jember 2018. <https://jemberkab.bps.go.id/> . Diakses pada 16 September 2021.
- Hidayah, I. (2018). Menghitung Harga Pokok Penjualan (HPP) untuk Usaha Dagang. <https://ukmindonesia.co.id> . Diakses pada 17 September 2021.
- Katadata.co.id. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap UMKM. <https://katadata.co.id/umkm> Diakses pada 17 September 2021.
- Rofiah., C.2020.Pelatihan Peningkatan Inovasi Produk UKM di Desa Jatigedong.Jurnal Pengabdian Masyarakat EKOBIS ABDIMAS. Volume 1. Nomor 2.
- Anjaningrum., W.D., Sidi., A.P.2018.Kreatifitas dan Inovasi Produk Industri Kreatif, ISSN Cetak: 2622-1276 ISSN Cetak: 2622-1284, Hal(61-70).
- Hanik., U. Mas'ud., M.I.2019.Perencanaan Inovasi Pengembangan Agrowisata Bukit Flora Dengan Pendekatan Metode Bisnis Model Kanvas.Journal Knowledge Industrial Engineering (JKIE). Vol 06. No 03. Hal(91-100)
- Hafni, R. dan A. Rozali. 2017. Analisis usaha mikro, kecil, dan menengah (umkm) terhadap penyerapan tenaga kerja di indonesia. *Ilmu Ekonomi Dan Studin Pembangunan*. 15(2):77-96.