

PENINGKATAN OMZET KERIPIK TEMPE LEK JA'IM MELALUI PENINGKATAN KAPASITAS PRODUKSI DAN DIVERSIFIKASI KEMASAN

**Rifky Ardhana Kisno Saputra^{1*}, Awawin Mustana Rohmah², Teguh Pribadi³, Sofiyatur
Rohmah⁴, Andri Hardiyansyah⁵, Ronadhiyana Kisno Saputri⁶**

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Darul `Ulum Lamongan

²Program Studi Matematika, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Islam
Darul `Ulum Lamongan

³Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Nahdlatul Ulama
Sunan Giri

⁴Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Darul `Ulum Lamongan

⁵Program Studi Matematika, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Islam
Darul `Ulum Lamongan

⁶Program Studi Farmasi, Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Nahdlatul Ulama Sunan Giri

*rifkyardhana@unisda.ac.id

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel :

Diterima : 10 Agustus 2024

Disetujui : 20 Oktober 2024

Kata Kunci :

Omzet, keripik tempe, kapasitas produksi, diversifikasi kemasan

ABSTRAK

Keripik tempe Lek Ja'im dirancang dengan bentuk bulat, tipis, renyah dan memiliki dominan kedelai. Saat ini, kapasitas produksi mengalami penurunan dan strategi pemasaran yang masih terbatas pada pemasaran berbasis digital. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk peningkatan omzet Keripik Tempe Lek Ja'im melalui peningkatan kapasitas produksi dan diversifikasi kemasan. Mitra pada kegiatan ini adalah industri rumahan Keripik Tempe Lek Ja'im. Peningkatan omzet melalui peningkatan kapasitas produksi melalui pembelian mesin pengiris tempe baru dan diversifikasi kemasan sebagai strategi marketing. Mitra diberikan sosialisasi terkait tentang fungsi desain kemasan yang dievaluasi menggunakan pre-post test. Hasil pengabdian menunjukkan mesin pengiris tempe baru dapat meningkatkan kapasitas produksi. Pengetahuan mitra terkait fungsi kemasan meningkat dan diversifikasi kemasan dilakukan dengan penambahan 3 ukuran kemasan primer dan 1 ukuran kemasan sekunder. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat meningkatkan omzet keripik tempe Lek Ja'im melalui peningkatan kapasitas produksi dan diversifikasi kemasan.

ARTICLE INFO

Article History :

Received : 10 August 2024

Accepted : 20 October 2024

Keywords:

Omzet, keripik tempe, kapasitas produksi, diversifikasi kemasan

ABSTRACT

Lek Ja'im's soya chips are designed to be round, thin, crispy and soya-dominant. Currently, production capacity has decreased and marketing strategies are limited to digital-based marketing. This community service activity aims to increase the turnover of Lek Ja'im's soya chips through increasing production capacity and diversifying packaging. The partner in this activity is the Lek Ja'im's soya chips home industry. Increased turnover through increased production capacity through the purchase of a new tempeh slicing machine and packaging diversification as a marketing strategy. Partners are given socialisation related to the function of packaging design which is evaluated using a pre-post test. The results of the service showed that the new tempeh

slicing machine can increase production capacity. Partners' knowledge related to packaging functions increased and packaging diversification was carried out by adding 3 primary packaging sizes and 1 secondary packaging size. Community service activities can increase the turnover of Lek Ja'im's soya chips through increased production capacity and packaging diversification.

1. PENDAHULUAN

Keripik tempe Lek Ja'im merupakan produk utama usaha rumahan yang telah mulai dijual sejak tahun 2013. Produk keripik tempe dirancang dengan bentuk bulat, tipis, renyah dan memiliki dominan kedelai. Industri ini terbentuk dari niat pemilik, Puji Susanto, untuk menghasilkan produk yang dapat digunakan sebagai oleh-oleh khas Bojonegoro. Produk unggulan keripik tempe dipilih berdasarkan kandungan gizi tempe yang tinggi protein dan tingkat kesukaan masyarakat terhadap tempe yang tinggi. Pemilik usaha keripik tempe Lek Ja'im untuk menjaga kualitas tempe sebagai bahan dasar produk unggulannya, telah mengikuti kegiatan sertifikasi pengolahan bahan pertanian yang dilaksanakan oleh Balai Besar Pelatihan Pertanian di Malang. Salah satu ciri tempe yang berkualitas adalah yang memiliki rasa tidak pahit.

Tempat produksi yang terletak di dekat kawasan industri minyak dan gas bumi strategis untuk menyasar pangsa pasar pegawai industri minyak dan gas bumi yang merupakan perantau. Selain para perantau yang ada di Bojonegoro, keripik tempe Lek Ja'im juga digunakan sebagai oleh-oleh warga asli Bojonegoro yang merantau ke luar kota atau ke luar negeri. Jumlah konsumen semakin meningkat tiap tahunnya, apalagi mendekati momen khusus seperti hari raya idul fitri, hari raya idul ad'ha, liburan sekolah atau tahun baru.

Keripik tempe Lek Ja'im telah dipasarkan pada beberapa pusat oleh-oleh yang ada di daerah Bojonegoro, Tuban, Lamongan dan Gresik. Keripik tempe Lek Ja'im senantiasa menjaga mutu produk dengan memilih tempe berkualitas, mengiris tempe dengan ukuran yang seragam, mengeringkan keripik tempe setelah digoreng hingga mengurangi jumlah minyak. Alat pengiris tempe yang dimiliki didesain khusus agar dapat menghasilkan ukuran tempe yang dirasa tepat, tidak terlalu keras dan tidak

mudah hancur. Tempe yang berkualitas selanjutnya ditambahkan dengan bahan tambahan lain seperti tepung tapioka, ketumbar, bawang putih dan garam untuk menghasilkan rasa dan tekstur yang lebih baik. Namun, pada saat ini, kapasitas produksi Keripik tempe Lek Ja'im mengalami penurunan karena alat produksi yang mengalami penurunan fungsi, sehingga diperlukan adanya alat pemotong tempe yang baru.

Legalitas produk keripik tempe Lek Ja'im telah juga diperhatikan dengan didapatkannya nomor izin Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT), sertifikasi halal MUI dan paten untuk merk. Informasi terkait nomor PIRT dan nomor registrasi halal tercantum pada kemasan produk. Sertifikasi Pangan-Industri Rumah Tangga (PIRT) adalah sertifikasi yang ditetapkan oleh pemerintah Indonesia berdasarkan UU No. 18 tahun 2012 yang dipertegas oleh Per-BPOM No. 10 tahun 2021. P-IRT mengatur keamanan produk pangan dari bahan baku, proses pengolahan, hingga produk akhir. Adanya sertifikat P-IRT menunjukkan produk usaha rumahan memiliki komposisi produk dan takaran yang telah terjamin keamanannya (Kurniaji, 2023). Jaminan kualitas produk juga dilihat dengan kehalalan suatu produk. Adanya sertifikat halal dari MUI menunjukkan bahwa produk telah terjamin memiliki bahan yang terjamin halal. Keripik tempe memiliki titik kritis kehalalan dari bahan tambahan seperti perasa atau bahan lain yang bisa jadi tidak halal. Sedangkan bahan utama yaitu kedelai, sebagian besar sudah pasti halal (Sucipto, Syahputri and Septifani, 2021).

Strategi pemasaran yang digunakan hingga saat ini masih terbatas pada pemasaran berbasis digital sesuai dengan hasil pelatihan digital yang pernah didapatkan dari Auto2000 dan kecamatan Kapas. Strategi pemasaran lain yang dapat meningkatkan ketertarikan konsumen terhadap produk adalah desain kemasan menarik dan menampilkan informasi penting produk yang

dijual (Putri, Muttaqien and Atamtajani, 2019). Kemasan produk memiliki beberapa fungsi seperti pelindung, sumber informasi, *branding* dan sebagai sarana komunikasi antara produsen dan konsumen. Desain dan variasi kemasan perlu sangat diperhatikan oleh pelaku UMKM agar dapat meningkatkan penjualan produk (Hastati *et al.*, 2022). *Branding* diartikan sebagai usaha untuk mengenalkan produk ke masyarakat sebagai konsumen dengan tujuan mengajak konsumen untuk memilih produk yang ditawarkan dibandingkan produk sejenis (Irianto and Rozci, 2023). Keripik tempe Lek Ja'im telah memiliki merk yang potensial karena mengandung bahasa lokal sehingga mudah diingat, yaitu kata *Lek*. Untuk meningkatkan *branding* upaya yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan diversifikasi kemasan

Saat ini, kemasan keripik tempe Lek Ja'im masih terbatas variasi ukuran beratnya dan belum ada kemasan sekunder. Kemasan primer untuk produk keripik tempe Lek Ja'im adalah kemasan plastik atau *standing pouch*. Pada beberapa pesanan, konsumen ada yang meminta kemasan khusus seperti toples atau mika untuk kue tart. Saat pembelian jumlah banyak, keripik tempe akan dikemas menggunakan kemasan sekunder berupa kardus bersih bekas produk lain untuk menjaga keripik tempe dari kerusakan akibat benturan. Untuk itu, dalam upaya peningkatan omzet, diperlukan diversifikasi kemasan dengan desain yang menarik. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk peningkatan omzet Keripik Tempe Lek Ja'im melalui peningkatan kapasitas produksi dan diversifikasi kemasan.

2. METODE

Mitra pada kegiatan ini adalah industri rumahan Keripik Tempe Lek Ja'im. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan selama kurang lebih 4 bulan bertempat di industri rumahan Keripik Tempe Lek Ja'im di desa Ngampel, Bojonegoro. Kegiatan direncanakan dilaksanakan 3 tahap, yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan, tahap monitoring dan evaluasi. Tahap persiapan meliputi identifikasi keadaan dan masalah yang dialami mitra serta koordinasi pelaksanaan kegiatan dengan tema diversifikasi kemasan produk. Tahap pelaksanaan meliputi kegiatan sosialisasi

tentang fungsi desain kemasan sebagai strategi pemasaran dan diskusi antara tim dengan mitra terkait desain kemasan yang dapat meningkatkan minat konsumen untuk memilih produk. Tahap monitoring dan evaluasi dilakukan dengan mengamati jumlah penjualan dan omzet setelah kemasan baru digunakan.

Tujuan utama dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah peningkatan omzet melalui peningkatan kapasitas produksi dan diversifikasi kemasan sebagai strategi marketing. Peningkatan kapasitas produksi dilakukan dengan pengadaan mesin pengiris tempe baru untuk menggantikan mesin pengiris tempe lama yang telah menurun kapasitas produksinya. Diversifikasi kemasan dilakukan dengan pembuatan kemasan primer dengan 3 ukuran baru dan kemasan sekunder yang menggunakan desain menarik untuk dapat meningkatkan penjualan. Sebelum dilaksanakan diversifikasi, mitra diberikan sosialisasi terkait tentang fungsi desain kemasan sebagai strategi pemasaran yang dilaksanakan dengan metode ceramah dan diskusi. Kemasan berupa *standing pouch aluminium foil* akan dicetak dengan desain variatif. Partisipasi mitra pada pelaksanaan program berupa keikutsertaan mitra dalam mengikuti kegiatan sosialisasi, mengisi *pre-post test* terkait fungsi kemasan sebagai sarana pemasaran dan berdiskusi dalam penentuan desain kemasan.

Evaluasi pelaksanaan kegiatan sosialisasi dilakukan dengan menggunakan *pre-post test* yang telah dikerjakan dan evaluasi peningkatan omzet dengan menghitung omzet setelah 3 bulan penggunaan kemasan baru dibandingkan dengan omzet saat belum dilaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil identifikasi masalah yang dialami mitra menunjukkan bahwa saat ini mitra membutuhkan alat pemotong tempe baru untuk dapat meningkatkan kapasitas produksi dan diversifikasi kemasan berupa penambahan ukuran kemasan primer dan penambahan kemasan sekunder dengan desain yang mampu menarik konsumen. Untuk solusi pemecahan masalah yang ditawarkan adalah dengan pemberian alat pengiris tempe untuk dapat meningkatkan kapasitas produksi dan melakukan

diversifikasi kemasan. Alat pengiris tempe yang digunakan saat ini disajikan pada gambar 1. Alat ini telah digunakan lebih dari 10 tahun, sehingga telah mengalami penurunan fungsi, khususnya dari kapasitas mesin. Saat ini, mesin hanya dapat memproses pengirisan tempe sebesar 2-3 kg tiap harinya. Tempe yang telah diiris kemudian diberikan bahan tambahan dan digoreng. Untuk mengurangi minyak, keripik tempe ditiriskan menggunakan alat peniris tempe dengan spesifikasi alat yang tidak menyebabkan keripik hancur. Keripik tempe selanjutnya siap dikemas dengan rasa original dan dapat ditambahkan rasa lain seperti balado, BBQ, pedas manis, ayam



Gambar 1. Mesin Pengiris Tempe

panggang dan ekstra pedas.

Tabel 1. Nilai *Pre-Post Test*

Inisial Mitra	Nilai	
	<i>Pre Test</i>	<i>Post Test</i>
PS	50,00	91,67
SNT	41,67	75,00
SSL	33,33	83,33
SU	41,67	83,33
MNS	41,67	83,33
SN	33,33	83,33
NA	50,00	83,33
ST	8,33	91,67
Y	16,67	75,00
SA	16,67	83,33
SF	25,00	75,00
S	41,67	91,67
K	41,67	100,00
KS	41,67	91,67
TF	50,00	91,67

Perbaruan terhadap mesin pengiris tempe dilakukan dengan pembelian unit baru dengan spesifikasi yang lebih terjamin tahan lama. Pemilihan mesin baru dilakukan dengan melakukan observasi terkait spesifikasi alat pemotong bahan yang telah digunakan pada industri keripik (Saputra *et al.*, 2022). Penggunaan mesin sesuai spesifikasi dapat meningkatkan proses produksi dengan lebih efisien (Darmanto and Priangkoso, 2018). Produksi keripik tempe menggunakan mesin baru meningkat hingga 4-5kg tempe tiap harinya. Peningkatan kapasitas produksi sejalan dengan peningkatan penjualan.

Peningkatan penjualan dapat dilakukan dengan penambahan strategi pemasaran (Firdaus, Habib and Informatika, 2018). Strategi pemasaran yang dapat dikembangkan adalah diversifikasi kemasan. Langkah awal yang dilakukan adalah sosialisasi terkait fungsi kemasan sebagai sarana pemasaran dilaksanakan kepada seluruh anggota mitra yang berjumlah 15 orang. Pengetahuan mitra terkait fungsi kemasan, desain kemasan dan cara menggunakan aplikasi desain diukur sebelum dan setelah pelaksanaan sosialisasi melalui nilai *pre-post test*. Hasil nilai *pre-post test* disajikan pada tabel 1. Berdasarkan tabel 1 diketahui bahwa semua anggota mitra meningkat pengetahuannya terkait kemasan setelah diberikan sosialisasi. Keberhasilan metode sosialisasi dapat dipengaruhi oleh penyampaian materi oleh narasumber yang interaktif (Saputri *et al.*, 2022). Pemateri kegiatan sosialisasi menyampaikan materi dengan bahasa sederhana dan disertai contoh yang ada dalam masyarakat pada umumnya seperti mengibaratkan kemasan dengan pakaian, sehingga materi dapat diterima dengan baik.

Kegiatan dilanjutkan dengan diskusi antara tim dengan mitra terkait desain kemasan. Tim pengabdian kepada masyarakat mengikuti langkah Irianto and Rozci, (2023) yang memulai dengan survey terhadap produk, menggali potensi produk yang dapat diunggulkan, kemudian berdiskusi terkait warna dan pemilihan informasi yang ditampilkan dalam kemasan. Hasil diskusi memutuskan bahwa diversifikasi produk dengan 3 ukuran pada kemasan primer dan 1 ukuran untuk kemasan sekunder. Pembuatan desain kemasan awalnya dilakukan dengan aplikasi canva, dengan hasil akhir

diserahkan pada jasa cetak keemasan untuk



Gambar 2. Kemasan Lama



Gambar 3. Kemasan Baru

disesuaikan dengan standar percetakan. Kemasan Keripik Tempe Lek Ja'im sebelum dilaksanakan kegiatan disajikan pada gambar 2 dan desain kemasan yang akan digunakan pada kemasan *standing pouch aluminium foil* disajikan pada gambar 3. Kemasan kontak produk terdiri dari kemasan primer, sekunder dan tersier. Kemasan primer merupakan kemasan yang langsung mewadahi atau membungkus bahan primer, sedangkan kemasan sekunder merupakan kemasan yang memiliki fungsi utama untuk melindungi kelompok kemasan lain dan kemasan tersier adalah kemasan yang melindungi produk saat proses pengangkutan.

Keterbaruan kemasan selain dari bentuk jenis kemasan, juga dalam bentuk desain. Desain dipilih warna merah untuk dapat menarik mata konsumen. Warna merah mampu mendorong dan memberikan energi untuk melakukan sesuatu (Thejahanjaya and Yulianto, 2022). Desain juga dilengkapi dengan gambar produk asli dengan

visualisasi yang baik sehingga semakin menarik konsumen. Desain kemasan untuk semua jenis ukuran akan disamakan sebagai identitas produk.

Monitoring dan evaluasi kegiatan dilakukan dengan perhitungan kapasitas produksi dan omzet setelah tiga bulan setelah kemasan baru digunakan. Sebelum kegiatan pengabdian kepada masyarakat, kapasitas produksi harian terbatas pada 2-3 kg tempe dan setelah pemberian alat pengiris tempe, kapasitas produksi harian menjadi 4-5 kg. Omzet usaha keripik tempe Lek Ja'im telah mencapai 180.000.000/tahun. Setelah 3 bulan kegiatan, penjualan meningkat dengan perkiraan omzet per tahun akan naik menjadi 200.000.000/tahun. Hal ini menunjukkan bahwa diversifikasi kemasan mampu meningkatkan omzet dari industri rumahan keripik tempe Lek Ja'im.

4. PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat meningkatkan omzet keripik tempe Lek Ja'im melalui peningkatan kapasitas produksi dan diversifikasi kemasan. Peningkatan kapasitas produksi keripik tempe dari 2-3kg/hari menjadi 4-5kg/hari dan peningkatan omzet dari 180.000.000/tahun kemungkinan menjadi 200.000.000/tahun.

4.2. Saran

Perlu dilakukan monitoring dan evaluasi penjualan produk selama minimal 1 tahun agar didapatkan hasil yang lebih signifikan.

4.3 Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Riset dan Teknologi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi atas hibah pada Program Pengabdian kepada Masyarakat yang telah diberikan.

5. DAFTAR PUSTAKA

Darmanto, D. and Priangkoso, T. (2018) 'Peningkatan Kapasitas Produksi Pengrajin Keripik Singkong Dengan Menggunakan Mesin Perajang Rotari', *Abdimas Unwahas*, 3(2), pp. 3-6. Available at: <https://doi.org/10.31942/abd.v3i2.2494>.

- Firdaus, M., Habib, A. and Informatika, T. (2018) 'Peningkatan Kualitas Dan Kapasitas Produksi Serta Pemasaran Produk Ukm (Studi Kasus Ukm Keripik Pisang Dan Ketela Di Trawas', in *Seminar Hasil Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat*2. Surabaya: LPPM Universitas 17 Agustus 1945, pp. 168–178. Available at: <https://jurnal.untagsby.ac.id/index.php/sehasil/article/view/1870>.
- Hastati, D.Y. *et al.* (2022) 'Penerapan Kemasan Dan Label Untuk Produk Olahan Singkong Di Kelompok Tani Barokah', *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), pp. 178–183. Available at: <https://doi.org/10.31004/cdj.v3i1.3647>.
- Irianto, O.D. and Rozci, F. (2023) 'Diversifikasi Logo Dan Kemasan Produk Sebagai Strategi Branding UMKM Kerupuk Rengginang Kaisa', *SEWAGATI: Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), pp. 82–91.
- Kurniaji, K. (2023) 'Prosedur Proses Sertifikasi P-IRT (Pangan-Industri Rumah Tangga) pada UMKM Pasca-Pandemi Covid 19', *Jurnal Multidisiplin West Science*, 2(03), pp. 200–214. Available at: <https://doi.org/10.58812/jmws.v2i03.266>.
- Putri, S.A., Muttaqien, T.Z. and Atamtajani, A.S.M. (2019) 'Desain Kemasan untuk Mendukung Pemasaran Produk Olahan Pangan Kelompok Wanita Tani Kreatif Permata', *Charity*, 2(1), pp. 1–10. Available at: <https://doi.org/10.25124/charity.v2i1.2143>.
- Saputra, R.A.K. *et al.* (2022) 'Observasi Sendang Jaka Tarub Sebagai Upaya Meningkatkan Potensi Wisata Desa Sumberagung Plumpang Tuban', *Jurnal Mandala Pengabdian Masyarakat*, 3(2), pp. 202–209. Available at: <https://doi.org/10.35311/jmpm.v3i2.97>.
- Saputri, R.K. *et al.* (2022) 'Pelatihan Pembuangan Masker sebagai Upaya Pencegahan Penyakit Infeksi di Desa Sukowati Kecamatan Kapas Kabupaten Bojonegoro', *Journal of Research Application in Community Services*, 1(1), pp. 23–27.
- Sucipto, Syahputri, E.M. and Septifani, R. (2021) 'AGROINTEK : Jurnal Teknologi Industri Pertanian', *AGROINTEK: Jurnal Teknologi Industri Pertanian Agrotek*., 15(1), pp. 736–747.
- Thejahanjaya, D. and Yulianto, Y.H. (2022) 'Penerapan Psikologi Warna Dalam Color Grading Untuk Menyampaikan Tujuan Dibalik Foto', *Jurnal Adiwarna*, 1(1), p. Hal 1-9.