

## Pengembangan Inovasi Rasa Keripik Tempe “Ceria”

Rizka Freeco Rantika<sup>1</sup>, Nindya Rachamwati Ningsih<sup>2</sup>, Alip Sugianto<sup>3\*</sup>

<sup>1, 2, 3</sup> Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Indonesia

\*e-mail korespondensi: [sugiantoalip@gmail.com](mailto:sugiantoalip@gmail.com)

Received: 30-09-2024; Accepted: 11-10-2024; Published: 26-10-2024

---

### ABSTRAK

Inovasi dalam industri pangan menjadi langkah krusial untuk mempertahankan dan memperluas pasar. Artikel ini membahas tentang pengembangan keripik tempe dengan tiga varian rasa, yaitu Original, Balado, dan Jagung Manis, pada UMKM keripik tempe Ibu Via di Desa Mangge, Kabupaten Magetan. Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat, inovasi ini bertujuan untuk meningkatkan daya tarik dan nilai jual produk dengan memadukan kualitas tempe tradisional dengan varian rasa yang sesuai dengan selera konsumen masa kini. Hasil inovasi ini tidak hanya menambah variasi produk, tetapi juga membuka peluang ekspansi ke pasar yang lebih luas, baik lokal maupun regional. Pendampingan dalam pengemasan dan branding produk juga dilakukan untuk mendukung keberhasilan inovasi ini. Dengan demikian, inovasi varian rasa dan kemasan diharapkan dapat meningkatkan produksi, penjualan, dan berdampak ekonomi bagi usaha.

**Kata Kunci:** Inovasi; Keripik Tempe; Produk.

### ABSTRACT

*Innovation in the food industry is a crucial step to maintain and expand the market. This article discusses the development of tempeh chips with three flavors-Original, Balado, and Sweet Corn-at Ms. Via's tempeh chips MSME in Mangge Village, Magetan Regency. Through community service activities, this innovation aims to increase the attractiveness and selling value of the product by combining the quality of traditional tempeh with flavors that match modern consumer preferences. The results of this innovation not only increase product variety, but also open up opportunities for expansion to a wider market, both locally and regionally. Assistance in product packaging and branding was also implemented to support the success of this innovation. Thus, flavor and packaging innovations are expected to increase production, sales, and economic impact for the business.*

**Keywords:** Innovation; Product; Tempeh Chips.

## **PENDAHULUAN**

Inovasi produk adalah langkah yang diambil oleh pelaku usaha untuk memperbaiki, meningkatkan, dan mengembangkan produk mereka. Inovasi ini dapat didefinisikan sebagai proses pengembangan yang menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi pada sebuah produk usaha (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19, 2002). Tujuan dari inovasi produk adalah untuk meningkatkan kualitas, memenuhi kebutuhan konsumen dan pelanggan, menciptakan pasar baru, mengembangkan serta menerapkan pengetahuan, mengganti produk dan layanan, serta meningkatkan efisiensi. Oleh karena itu, inovasi produk sangat diperlukan untuk meningkatkan profitabilitas dan penjualan suatu usaha. Inovasi tidak hanya terbatas pada produk.

Inovasi juga mencakup berbagai bidang dalam pengolahan produk makanan, termasuk produk olahan seperti keripik yang berbahan dasar kedelai dan tepung. Produk keripik tempe yang kini telah tersebar diberbagai daerah yang disebabkan adanya social media sehingga sudah banyak orang yang dapat mengikuti cara pembuatannya. Fakta tersebut tidak selalu menjamin keberhasilan seseorang dalam memproduksinya, karena setiap penjual memiliki racikan khusus yang menjadi ciri khas dari produknya. Peluang pasar untuk makanan kering semakin menjanjikan, karena keripik tempe yang sederhana ini kaya akan serat yang bermanfaat bagi tubuh manusia. Proses pembuatan keripik tempe membutuhkan penambahan tepung tapioka dan tepung garut untuk bahan-bahannya, sehingga dapat menciptakan tekstur yang renyah pada keripik tersebut.

Keripik tempe telah menjadi salah satu camilan tradisional yang tidak hanya digemari di Indonesia, tetapi juga mulai menarik perhatian di pasar internasional. Keunikan keripik tempe terletak pada rasa gurih dan teksturnya yang renyah, serta kandungan gizinya yang tinggi sebagai hasil dari fermentasi kedelai yang kaya akan protein nabati. Seiring dengan berkembangnya industri makanan, inovasi dalam cita rasa dan variasi produk menjadi penting untuk memenuhi kebutuhan pasar yang terus berubah dan semakin menuntut keragaman.

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan di lapangan, bahwa di Kelurahan Mangge Kabupaten Magetan terdapat usaha keripik tempe milik ibu via. Berdasarkan kegiatan inkulturasi dan identifikasi aset komunitas, produk keripik tempe ini masih membutuhkan inovasi seperti penambahan rasa agar menarik bagi konsumen (Ulya et al., 2022). dikembangkanlah inovasi keripik tempe dengan tiga rasa unggulan: original, balado, dan jagung manis. Ketiga varian ini dipilih berdasarkan popularitas rasa di kalangan masyarakat serta potensi mereka untuk menjangkau berbagai segmen pasar. Rasa original tetap mempertahankan keautentikan dari keripik tempe tradisional, sementara rasa balado memberikan sentuhan pedas manis yang banyak digemari oleh pencinta makanan beraroma kuat. Di sisi lain, rasa jagung manis menawarkan alternatif rasa yang lebih ringan dan manis, cocok untuk mereka yang menyukai camilan dengan cita rasa yang lebih lembut.

Inovasi ini tidak hanya bertujuan untuk memperluas pilihan bagi konsumen, tetapi juga untuk meningkatkan nilai tambah produk keripik tempe di pasaran. Dengan menggabungkan teknik produksi yang terjaga kualitasnya dengan kreasi rasa yang

disesuaikan dengan preferensi konsumen modern, diharapkan keripik tempe ini dapat semakin diterima dan menjadi camilan yang digemari di berbagai kalangan. Selain itu, inovasi dalam pengemasan produk keripik tempe juga dilakukan. Dengan adanya inovasi ini, diharapkan volume penjualan dan produksi keripik tempe pada usaha milik Ibu Via di Kelurahan Mangge, Kabupaten Magetan, dapat meningkat.

Dengan memberikan inovasi pada usaha keripik tempe sebagai solusi berkelanjutan, artikel ini bertujuan bagaimana pengembangan inovasi pada produk keripik tempe, baik sisi rasa maupun pengemasan, sekaligus menjelaskan bagaimana inovasi, baik dalam produk maupun pemasaran, diharapkan dapat meningkatkan penjualan dan produksi, serta memberikan manfaat ekonomi bagi usaha yang dijalankan ibu Via di Kelurahan Mangge, Kabupaten Magetan.

## **METODE**

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat melalui pembinaan UMKM di wilayah Mangge Barat, Magetan, dilakukan sebagai langkah untuk mewujudkan kesejahteraan, kesetaraan, dan perbaikan ekonomi masyarakat setempat. Selain itu, kegiatan ini juga merupakan salah satu upaya untuk mendukung pembangunan ekonomi baik di tingkat nasional maupun regional dengan pembentukan UMKM yang berfokus pada pengolahan tempe bakal (kedelai fermentasi) menjadi makanan siap saji berupa keripik tempe dengan tambahan inovasi tiga rasa (Original, Balado, Jagung Manis).

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan melalui pelatihan keterampilan, peningkatan pengetahuan, diskusi, dan pendampingan, dengan melibatkan langsung pemilik UMKM keripik tempe dalam setiap tahap proses, mulai dari pengolahan tempe bakal (kedelai fermentasi) hingga menjadi produk keripik tempe yang siap dipasarkan.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian dimulai dengan koordinasi bersama Ibu Via sebagai pemilik UMKM, yang akan menerima pelatihan dan pembinaan terkait pengolahan keripik tempe dengan tambahan inovasi tiga rasa (Original, Balado, Jagung Manis). Pelatihan dan pembinaan hanya dilakukan satu kali selama kegiatan pengabdian, sedangkan selanjutnya akan diadakan pendampingan serta diskusi mengenai branding usaha, seperti pembuatan logo.



**Gambar 1.** Diskusi dengan pemilik UMKM  
Sumber: diolah dari kegiatan pengabdian

Proses pengolahan keripik tempe yang dijelaskan pemilik umkm sebagai berikut: kedelai yang akan digunakan direndam selama 1 malam, kemudian paginya direbus sampai berubah warna dan dikupas hingga bersih, setelah itu kedelai dicampur dengan tepung tapioca dan tempung garut dengan perbandingan 1:1. Adonan ini nantinya akan dimasukkan kedalam plastik untuk dibentuk dan dipadatkan, selain itu tujuannya juga sebagai wadah karena adonan akan mengalami proses fermentasi untuk bisa menjadi mentahan keripik tempe. Mentahan keripik tempe yang sudah jadi kemudian diiris tipis sebab berpengaruh pada kerenyahan keripik nantinya, langkah selanjutnya mentahan keripik direndam dengan air yang telah diberikan bumbu-bumbuan sebelum masuk kedalam tahap penggorengan. Setelah melalui tahap penggorengan keripik tempe yang sudah matang ditiriskan. Kemudian diberikan bumbu rasa sesuai inovasi yang diberikan mahasiswa kkn yaitu ori, balado, jagung manis (sesuai keinginan).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat melalui pengembangan pengolahan tempe bakal (kedelai fermentasi) menjadi keripik tempe 3 rasa dilaksanakan di wilayah Mangge Barat, lebih tepatnya bertempat di Dusun Karang, Mangge, Kec. Barat, Kab Magetan.

Lokasi yang digunakan untuk pelaksanaan kegiatan ini adalah rumah pemilik UMKM keripik tempe sagu, yang sebelumnya telah melalui proses seleksi dan menyatakan kesediaannya untuk menerima inovasi baru dari kegiatan pengabdian masyarakat ini, yaitu pengembangan pengolahan tempe bakal (kedelai fermentasi) menjadi keripik tempe dengan tiga varian rasa. Selain itu, pemilik UMKM juga sepakat untuk bekerja sama dalam pengembangan inovasi baru berupa keripik tempe tiga rasa dan branding produk.

Melalui pelatihan dan pendampingan yang melibatkan pemilik UMKM, tercipta produk keripik tempe dengan tiga varian rasa: Original, Balado, dan Jagung Manis. Inovasi ini tidak hanya meningkatkan daya tarik produk di pasar lokal, tetapi juga membuka peluang ekspansi ke pasar yang lebih luas.

### **Produksi produk dengan inovasi 3 rasa**

Produksi adalah proses di mana barang dan jasa, yang disebut input, diubah menjadi barang dan jasa yang disebut output. Proses perubahan bentuk dari faktor-faktor produksi ini dikenal sebagai proses produksi. Dari perspektif teknis, produksi adalah upaya memanfaatkan sumber daya yang ada untuk menghasilkan lebih banyak dari setiap pengorbanan yang telah dilakukan. Sementara itu, dari sudut pandang ekonomi, produksi adalah proses memanfaatkan semua sumber daya yang tersedia untuk menghasilkan produk yang terjamin kualitas dan kuantitasnya, dikelola dengan baik sehingga menjadi komoditas yang dapat diperdagangkan. Hubungan antara faktor-faktor produksi yang digunakan dan output yang dihasilkan dinyatakan dalam suatu fungsi produksi (Agusti et al., 2022).

Produksi keripik tempe dengan inovasi tiga rasa melibatkan beberapa tahapan kunci. Proses dimulai dengan pembuatan tempe bakal, yang kemudian diolah menjadi keripik. Setelah tempe direndam, direbus, dan difermentasi, tempe diiris tipis dan digoreng hingga renyah. Selanjutnya, keripik yang sudah matang diberi bumbu sesuai dengan tiga varian rasa yang telah dikembangkan: Original, Balado, dan Jagung Manis. Setiap rasa menawarkan karakteristik unik rasa asli yang gurih, balado yang pedas manis, dan jagung manis yang lembut yang menambah variasi dan daya tarik produk di pasar. Setelah pemberian bumbu, keripik dikemas dengan branding yang menarik untuk dipasarkan.



**Gambar 2.** pengolahan keripik tempe dengan inovasi baru  
Sumber: diolah dari kegiatan pengabdian

Kegiatan produksi dimulai dengan demonstrasi, yang bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada pemilik UMKM keripik tempe sagu mengenai inovasi tiga rasa. Menurut Syaiful Bahri dan Aswan, metode demonstrasi adalah cara menyajikan pelajaran dengan memperagakan atau menunjukkan kepada seseorang suatu proses, situasi, atau benda tertentu yang sedang dipelajari, baik yang asli maupun tiruan, sering kali disertai dengan penjelasan lisan. Hasil dari demonstrasi ini kemudian dicontohkan oleh pemilik UMKM agar dapat diproduksi lebih lanjut setelah kegiatan KKN selesai. Selama demonstrasi, penting untuk memperhatikan rasa yang dihasilkan agar produk akhir sesuai dengan keinginan produsen (Agusti et al., 2022).

### **Branding Produk**

Branding produk keripik tempe adalah proses penting yang melibatkan penciptaan identitas unik untuk produk agar dapat dikenali dan diminati oleh konsumen. Branding ini meliputi beberapa elemen utama, seperti pemilihan nama produk yang menarik, pembuatan logo yang mencerminkan karakteristik keripik tempe, desain kemasan yang menarik dan fungsional, serta strategi pemasaran yang efektif. Selain itu, branding juga harus mampu menyampaikan nilai-nilai yang ingin diusung oleh produk, seperti kualitas, inovasi rasa, dan keaslian bahan baku. Dengan branding yang kuat, keripik tempe dapat memiliki posisi yang jelas di pasar, membedakannya dari kompetitor, dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Kemasan merupakan elemen yang sangat penting dalam suatu produk. Bagian luar yang melindungi produk disebut kemasan. Produk yang dikemas secara sederhana cenderung tertinggal dan hanya mampu bertahan di pasar tradisional. Sebaliknya,

produk yang dikemas dengan cara yang menarik dan inovatif akan memiliki nilai tambah. Kemasan memiliki peran penting dalam produk makanan, karena dapat meningkatkan nilai tambah dan daya tarik produk tersebut (Yuliani, 2020).

Hasil di lapangan produk keripik tempe "ceria" masih menggunakan kemasan yang sangat tradisional, sebelum di adakan pelatihan kemasan :



**Gambar 3.** Kemasan lama keripik tempe "Ceria"  
Sumber: diolah dari kegiatan pengabdian

Inovasi yang diberikan mahasiswa kkn berupa bantuan standing pouch dengan ukuran yang berbeda sehingga terlihat lebih menarik:



**Gambar 4.** Kemasan baru keripik tempe "Ceria"  
Sumber: diolah dari kegiatan pengabdian

Dengan kemasan standing pouch, produk tersebut dapat memasuki pasar modern, yang memungkinkan peningkatan produksi karena pasar yang dijangkau tidak lagi terbatas pada pasar tradisional. Logo produk keripik tempe harus mencerminkan karakter dan keunikan produk, seperti kelezatan, keaslian, dan inovasi rasa. Desain logo sebaiknya sederhana namun menarik, dengan elemen visual yang menggambarkan tempe atau keripik, serta warna-warna yang menarik perhatian konsumen. Logo ini juga harus mudah diingat dan relevan dengan identitas produk, sehingga dapat membantu membangun kesan positif dan meningkatkan brand recognition di pasar.

Logo pada sebuah produk makanan sangat penting agar produk tersebut dikenal oleh masyarakat. Beberapa elemen yang selalu ada pada label meliputi:

- 1) Merek produk untuk membedakan produk satu dengan yang lain
- 2) Berat bersih produk



- 3) Sertifikasi Halal MUI atau No P-IRT, yang berhubungan dengan jaminan keamanan produk makanan
- 4) Tanggal kedaluwarsa
- 5) Daftar komposisi produk
- 6) Tanggal pembuatan produk.



**Gambar 5.** Logo keripik tempe "Ceria"  
Sumber: diolah dari kegiatan pengabdian

Desain label pada produk diharapkan dapat menjadi ciri khas produk tersebut, dan ukuran label disesuaikan dengan kemasan produk. Untuk kemasan yang kecil, ukuran label juga harus kecil agar sesuai dengan kemasannya.

## KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian Universitas Muhammadiyah Ponorogo kepada masyarakat telah berhasil dilaksanakan dengan baik. Kesuksesan dari kegiatan ini terlihat dari terlaksananya kegiatan pengembangan inovasi rasa pada keripik tempe dan branding produk. Pengembangan inovasi keripik tempe dengan tiga rasa (Original, Balado, dan Jagung Manis) di Mangge Barat, Magetan, berhasil meningkatkan daya tarik produk ini di pasar lokal dan membuka peluang untuk ekspansi ke pasar yang lebih luas. Inovasi ini, yang melibatkan perubahan dalam proses produksi, pemberian rasa, serta pengemasan, tidak hanya menambah nilai jual produk tetapi juga memperkuat identitas keripik tempe sebagai camilan yang berkualitas dan bernilai gizi. Dengan branding yang kuat dan kemasan yang lebih modern, keripik tempe "Ceria" diharapkan dapat bersaing lebih baik di pasar modern dan memberikan manfaat ekonomi yang lebih besar bagi UMKM yang mengelolanya.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ucapkan terimakasih kepada LPPM Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah mendukung kegiatan pengabdian dan juga artikel kegiatan.

## Daftar Pustaka

- Agusti, V. N., Kinanti Resmi H, S.Hum., M. ., Chastity, V., & Olczewski, P. S. (2022). Olahan Keripik Tempe Sagu dan Pembinaan UMKM Kelurahan Kupang Krajan Kecamatan Sawahan Surabaya. *Karya Unggul: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1, 291–301.
- Muhtadi. (2017). Pendampingan Bank Sampah Melati Bersih Berbasis Pemberdayaan Bagi Masyarakat Urban. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat: Media Pemikiran Dan Dakwah Pembangunan*, 1(2).
- Muhyidin Thohir, dkk. (2024). Penguatan Pendidikan Karakter dan Nilai-Nilai Islam Ahlussunah Waljama’ah (Aswaja) Pada Pelajar IPNU-IPPNUMetro. *Educommunity Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1).
- Nisa, S. Z., & Saputro, D. R. (2021). Pemanfaatan Bank Sampah sebagai upaya Peningkatan Pendapatan Masyarakat di Kelurahan Kebonmanis Cilacap. *Bantenese: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2).
- Putri Nurhidayah. (2017). *Pemberdayaan Masyarakat Melalui Bank sampah Di Dusun Serut Desa Palpabang Kecamatan Bantul Kabupaten Bantul*. Fakultas Ilmu Pendidikan Sosial Universitas Negri Yogyakarta.
- Suhardi. (2018). *Pengantar Manajemen dan Aplikasinya*. Gava Media.
- Ulya, H. N., Shadruddin, R., & Ayu, D. P. (2022). Peningkatan Inovasi Produk Keripik Tempe “Cipta Rasa” di Ketawang Madiun. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 3(1), 97–111. <https://doi.org/10.37680/amalee.v3i1.1290>
- Undang-Undang No.18 Tahun 2018 Tentang Pengelolaan Sampah Bab III Pasal 6.
- Yuliani, R. (2020). Peningkatan Penjualan Melalui Inovasi Kemasan Dan Label Pada Umkm. *Jurnal Keuangan Umum dan Akuntansi Terapan*, 2(2), 71–76.
- Zainal Arifin, D. (2021). The Assistance Economic Independence through Making Fermented Animal Feed in the Cattle Farmer Community at Rejomulyo Sub-District South Metro. *International Journal of Community Engagement Payungi*, 1(1).