

PENGEMBANGAN UMKM TEMPE DAN KERUPUK SEBAGAI POTENSI EKONOMI DI DESA PELEMPANG KECAMATAN KELEKAR KABUPATEN MUARA ENIM

**Dinda Permata Sari¹, Anisha Khairani², Rahman Ruki³, Selli Mariana⁴, Amanda
Ika Nurjanah⁵, Mona Ritakova⁶, Shakillah Andyni⁷, Betty⁸**

UIN Raden Fatah Palembang, Indonesia

Email : permatasaridd75@gmail.com

Diterima: 19-10-2025 Direvisi : 19-11-2025 Disetujui : 19-12-2025 Diterbitkan : 19-01-2026

Abstract

This study aims to examine efforts to develop tempeh and cracker micro, small, and medium enterprises (MSMEs) as village economic potential through mentoring activities conducted in the Community Service Program (Kuliah Kerja Nyata/KKN). The focus of this community service activity is tempeh and cracker MSME actors in Pelempang Village, with the aim of improving production quality, product packaging, and marketing strategies. The method used in this activity is a qualitative approach, with data collection techniques including observation, interviews, and direct mentoring of business actors. The results show an increase in MSME actors' understanding of implementing more hygienic production processes, improving product packaging, and utilizing social media as a marketing tool. In addition, this activity encourages the emergence of value-added tempeh-based product innovations. Overall, the development of tempeh and cracker MSMEs contributes positively to improving product competitiveness and has the potential to support economic growth and community welfare in Pelempang Village.

Keywords: MSMEs, tempeh, crackers, village economic development, community service.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji upaya pengembangan UMKM tempe dan kerupuk sebagai potensi ekonomi desa melalui kegiatan pendampingan yang dilakukan dalam program Kuliah Kerja Nyata (KKN). Fokus kegiatan pengabdian ini adalah pelaku UMKM tempe dan kerupuk di Desa Pelempang, dengan harapan dapat meningkatkan kualitas produksi, pengemasan, serta strategi pemasaran produk. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan pendampingan langsung kepada pelaku usaha. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pelaku UMKM dalam menerapkan proses produksi yang lebih higienis, perbaikan kemasan produk, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran. Selain itu, kegiatan ini juga mendorong munculnya inovasi produk olahan tempe yang memiliki nilai tambah. Secara keseluruhan, pengembangan UMKM tempe dan kerupuk memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan daya saing produk dan berpotensi mendukung pertumbuhan ekonomi serta kesejahteraan masyarakat Desa Pelempang.

Kata kunci: UMKM, tempe, kerupuk, pengembangan ekonomi desa, pengabdian masyarakat.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar penting dalam menopang perekonomian masyarakat desa. Keberadaan UMKM tidak hanya berperan sebagai sumber pendapatan, tetapi juga menjadi sarana pemberdayaan masyarakat melalui pemanfaatan potensi lokal. Terutama di Desa Pelempang, Kecamatan Kelekar, Kabupaten Muara Enim, UMKM berbasis pangan seperti tempe dan kerupuk berkembang sebagai usaha rumahan yang dijalankan oleh masyarakat setempat. UMKM berkontribusi dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendorong pemanfaatan potensi lokal secara optimal (Saddam et al., 2023).

Salah satu jenis UMKM yang banyak berkembang di desa Pelempang adalah UMKM berbasis pangan, khususnya usaha tempe dan kerupuk. Tempe dan kerupuk merupakan produk pangan yang dekat dengan kehidupan sehari-hari masyarakat serta memiliki permintaan pasar yang relatif stabil. Selain itu, bahan baku yang mudah diperoleh dan proses produksi yang sederhana menjadikan usaha ini sebagai peluang ekonomi yang potensial untuk dikembangkan di tingkat desa. Selain itu, produk tempe dan kerupuk telah menjadi bagian dari kebutuhan sehari-hari masyarakat, sehingga keberlanjutan usahanya memiliki prospek yang baik (Yuwita et al., 2022).

Meskipun memiliki potensi yang besar, UMKM tempe dan kerupuk masih menghadapi berbagai kendala dalam pengembangannya. Beberapa di antaranya adalah keterbatasan pengetahuan dalam pengemasan produk, kurangnya variasi produk, serta strategi pemasaran yang masih bersifat tradisional. Kondisi ini menyebabkan produk yang dihasilkan belum mampu bersaing secara optimal dan jangkauan pemasarannya masih terbatas di lingkungan sekitar desa. Dalam konteks tersebut, pengembangan UMKM menjadi solusi strategis untuk meningkatkan nilai tambah dan daya saing produk. Aspek pengembangan mencakup peningkatan kualitas produk, perbaikan kemasan, serta pemanfaatan strategi pemasaran digital yang lebih efektif. Pengembangan ini diharapkan mampu mengoptimalkan potensi UMKM sebagai salah satu pilar ekonomi desa. Pengembangan UMKM tempe dan kerupuk menjadi langkah strategis untuk meningkatkan nilai tambah produk serta memperluas peluang pasar. Upaya pengembangan dapat dilakukan melalui peningkatan kualitas produk, perbaikan desain kemasan, serta pemanfaatan media pemasaran yang lebih modern (Nabil et al., 2023).

Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan salah satu bentuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dapat berkontribusi dalam pengembangan UMKM di

desa. Melalui kegiatan pendampingan, mahasiswa berperan dalam membantu pelaku UMKM mengidentifikasi permasalahan usaha serta memberikan solusi praktis yang sesuai dengan kondisi dan potensi lokal masyarakat. Pendekatan ini sejalan dengan tujuan pengabdian, yaitu meningkatkan kapasitas dan kemandirian masyarakat.

Berdasarkan uraian tersebut, kegiatan pengabdian ini difokuskan pada pengembangan UMKM tempe dan kerupuk sebagai potensi ekonomi desa. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas proses produksi, memperbaiki sistem pengemasan, serta memperluas jangkauan pemasaran produk UMKM. Diharapkan, kegiatan ini dapat memberikan dampak positif terhadap peningkatan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat desa.

METODE

Lokasi Kegiatan: Desa Pelempang, Kecamatan Kelekar, Kabupaten Muara Enim.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif melalui pendampingan langsung kepada pelaku UMKM tempe dan kerupuk di Desa Pelempang. Pendekatan ini menempatkan masyarakat sebagai subjek utama kegiatan, sehingga mereka terlibat secara aktif dalam setiap tahapan pengabdian. Sasaran kegiatan adalah pelaku UMKM tempe dan kerupuk yang menjalankan usaha pada skala rumah tangga. Tahap awal kegiatan dilakukan melalui observasi lapangan dan identifikasi permasalahan. Observasi bertujuan untuk mengetahui kondisi awal UMKM, meliputi proses produksi, kebersihan lingkungan kerja, bentuk pengemasan, serta sistem pemasaran yang digunakan. Selain itu, dilakukan wawancara singkat dengan pelaku UMKM untuk menggali informasi terkait kendala dan kebutuhan yang dihadapi dalam menjalankan usaha.

Tahapan berikutnya adalah pendampingan dan sosialisasi yang difokuskan pada peningkatan kualitas produksi tempe dan kerupuk. Pendampingan mencakup penerapan kebersihan selama proses produksi, perbaikan cara pengemasan produk, serta pemberian pemahaman mengenai strategi pemasaran sederhana. Pelaku UMKM juga diperkenalkan pada pemanfaatan media sosial sebagai alternatif sarana promosi produk. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini bersifat deskriptif kualitatif, dengan menitikberatkan pada pengamatan perubahan kondisi sebelum dan setelah pendampingan. Indikator keberhasilan kegiatan meliputi peningkatan pemahaman pelaku UMKM terhadap pentingnya kebersihan dan kualitas produk, perubahan pada tampilan kemasan, serta adanya variasi dalam cara pemasaran produk.

Evaluasi ketercapaian kegiatan dilakukan dengan membandingkan kondisi UMKM pada awal kegiatan dan setelah proses pendampingan berlangsung. Perubahan yang diamati meliputi aspek sikap, keterampilan, serta pola pemasaran pelaku UMKM. Hasil evaluasi ini digunakan untuk menilai efektivitas kegiatan pengabdian dalam mendukung pengembangan UMKM tempe dan kerupuk sebagai potensi ekonomi desa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada pengembangan UMKM tempe dan kerupuk menunjukkan adanya perubahan positif pada pelaku usaha sasaran. Berdasarkan hasil observasi awal, UMKM tempe dan kerupuk merupakan usaha rumah tangga yang telah berjalan cukup lama dan menjadi sumber pendapatan tambahan bagi masyarakat desa. Namun, sebelum pendampingan dilakukan, proses produksi dan pemasaran masih bersifat sederhana serta belum sepenuhnya memperhatikan aspek kualitas dan daya saing produk.

Pada aspek produksi tempe, hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman pelaku UMKM terhadap tahapan pembuatan tempe yang lebih higienis. Proses pembuatan tempe yang dilakukan oleh pelaku UMKM diawali dengan pemilihan bahan baku berupa kedelai berkualitas. Kedelai direndam selama kurang lebih 8–12 jam untuk menghilangkan kotoran dan mengembangkan butirannya. Selanjutnya, kedelai direbus, kulitnya dikupas, dan dicuci hingga bersih sebelum dicampur dengan ragi tempe. Campuran kedelai dan ragi kemudian dibungkus dengan daun pisang atau plastik berlubang dan difermentasi selama 24–48 jam sampai tempe terbentuk. Setelah dilakukan pendampingan, pelaku UMKM mulai memperhatikan kebersihan bahan baku, peralatan produksi, dan lingkungan kerja. Selain itu, pengendalian proses fermentasi juga berkontribusi terhadap mutu dan cita rasa tempe yang lebih baik (Muhamad Najib, Asfahani, 2024).

Begitu pula dengan produksi kerupuk, proses pembuatannya melalui tahapan pencampuran bahan utama seperti tepung tapioka, air, dan bumbu sesuai resep. Adonan kemudian dimasak hingga kalis, dibentuk tipis, dikukus hingga matang, lalu dijemur hingga benar-benar kering sebelum digoreng dan siap dijual. Penjemuran yang masih bergantung pada kondisi cuaca menjadi tantangan tersendiri dalam produksi kerupuk skala rumah tangga. Hal ini mirip dengan temuan analisis pengembangan UMKM keripik tempe di Banyumas yang menunjukkan bahwa penggunaan bahan baku dan proses tradisional memberi karakter tersendiri sekaligus tantangan dalam standarisasi usaha UMKM pangan (Hari Purwanto, Heny Sidanti, Dedy Richi Rizaldy, 2025).

Dari segi kualitas, setelah dilakukan pendampingan, pelaku UMKM menunjukkan peningkatan dalam penerapan higiene produksi. Kebersihan alat dan lingkungan produksi menjadi fokus utama sehingga produk tempe dan kerupuk yang dihasilkan semakin layak untuk dikonsumsi dan memiliki peluang diterima di pasar yang lebih luas. Peningkatan kualitas ini juga memberi dampak psikologis positif bagi pelaku usaha karena mereka semakin percaya diri terhadap produk yang dihasilkan.

Selain kualitas produksi, aspek pengemasan juga mengalami perubahan yang cukup signifikan. Awalnya produk tempe dan kerupuk dikemas secara sederhana tanpa label atau identitas produk. Melalui pendampingan, pelaku UMKM mulai menggunakan kemasan yang lebih menarik, mencantumkan nama produk, serta informasi dasar seperti tanggal pembuatan. Perbaikan kemasan ini meningkatkan daya tarik produk sehingga lebih siap dipasarkan secara formal. Hal ini sejalan dengan penelitian tentang penguatan entrepreneurship melalui inovasi dan repackaging produk UMKM keripik tempe di Kota Madiun yang menunjukkan bahwa kemasan yang menarik dan strategi pemasaran digital dapat meningkatkan daya saing produk lokal (Durroh, Badiatud, 2023).

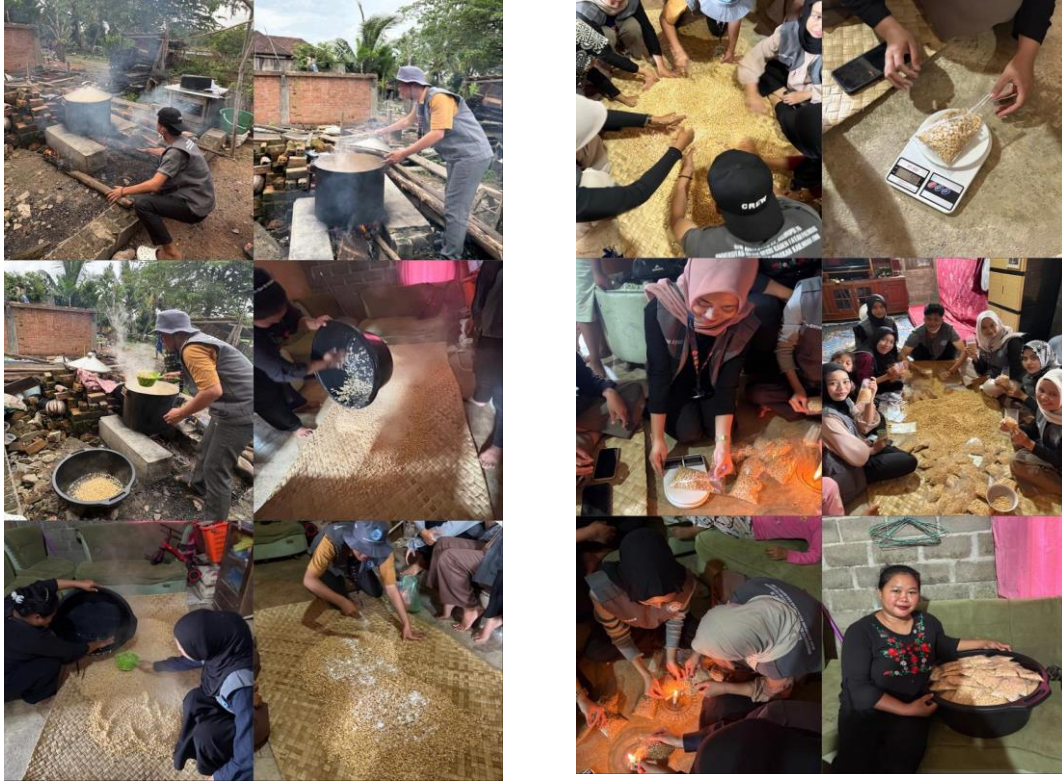
Pada aspek pemasaran, hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelaku UMKM mulai menggunakan strategi pemasaran yang lebih modern, misalnya melalui pemasaran online melalui media sosial seperti WhatsApp, Instagram, dan marketplace lokal. Perubahan ini memberi dampak positif terhadap jangkauan penjualan produk yang sebelumnya hanya mengandalkan penjualan langsung di lingkungan sekitar desa. Hal ini sejalan dengan temuan lain bahwa pendampingan digitalisasi UMKM kerupuk tempe membantu pelaku usaha menghadapi tantangan pemasaran di era digital (Aisha Sabina Prameswari, 2023).

Selanjutnya, inovasi produk menjadi pembahasan penting dalam pengembangan UMKM tempe. Selain produksi tempe konvensional, beberapa pelaku usaha mulai mengeksplorasi varian baru seperti keripik tempe atau produk olahan tempe lain dengan tambahan rasa atau bentuk yang menarik. Inovasi ini bertujuan untuk meningkatkan nilai jual produk dan menambah pilihan bagi konsumen. Penelitian pemberdayaan olahan tempe lain menunjukkan bahwa inovasi produk dapat memperluas pasar dan meningkatkan pendapatan pelaku usaha UMKM (Erlina Gentari, 2024).

Secara keseluruhan, hasil pengembangan UMKM tempe dan kerupuk menunjukkan adanya kemajuan dalam hal kualitas produksi, pengemasan, strategi pemasaran, dan inovasi produk. Semua perubahan ini menjadi landasan penting dalam meningkatkan potensi ekonomi desa melalui pemberdayaan UMKM lokal. Hal ini

menunjukkan bahwa kegiatan pengembangan UMKM yang dilakukan secara terstruktur mampu menciptakan dampak yang berkelanjutan bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat desa.

DOKUMENTASI TEMPE



DOKUMENTASI KERUPUK



KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan melalui program KKN, dapat disimpulkan bahwa pengembangan UMKM tempe dan kerupuk di Desa Pelempang memiliki potensi besar dalam mendukung peningkatan ekonomi masyarakat desa. Kegiatan pendampingan yang dilakukan secara partisipatif mampu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM, khususnya dalam penerapan proses produksi yang lebih higienis, perbaikan kualitas dan kemasan produk, serta penerapan strategi pemasaran yang lebih modern melalui pemanfaatan media sosial. Selain itu, kegiatan ini juga mendorong munculnya inovasi produk olahan tempe yang memberikan nilai tambah dan memperluas pilihan produk bagi konsumen. Secara keseluruhan, pengembangan UMKM tempe dan kerupuk yang dilakukan secara terstruktur memberikan dampak positif terhadap peningkatan kualitas usaha dan daya saing produk, sehingga berpotensi menjadi upaya berkelanjutan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Pelempang.

REFERENSI

- Aisha Sabina Prameswari. (2023). *DIGITALISASI PEMASARAN PRODUK USAHA MIKRO, KECIL, MENENGAH (UMKM) OLEH SUKU DINAS PERINDUSTRIAN, PERDAGANGAN, KOPERASI, USAHA KECIL, DAN MENENGAH KOTA ADMINISTRASI JAKARTA UTARA PROVINSI DKI JAKARTA*. 1–15.
- Durroh, Badiatud, M. Y. D. (2023). *PENDAMPINGAN UMKM KRIPIK TEMPE MELALUI INOVASI KEMASAN PRODUK SEBAGAI UPAYA STRATEGI PEMASARAN DI*. 4(6), 13561–13564.
- Erlina Gentari, L. M. D. (2024). *Upaya pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (umkm) tempe di kampung cidadap banjarsari cipocok jaya kota serang*. 3(1), 14–18.
- Hari Purwanto, Heny Sidanti , Dedy Richi Rizaldy, W. J. (2025). *Penguatan Entrepreneurship Melalui Sosialisasi Inovasi dan Repackaging Produk Bagi Pelaku UMKM Keripik Tempe di*. 3(3), 631–636.
- Muhamad Najib, Asfahani, K. F. (2024). *Pemberdayaan UMKM Masyarakat Dalam Pembuatan Tempe Berbahan Dasar Kedelai Di Desa Prajegan Kecamatan Sukerejo Kabupaten Ponorogo*. 277–288.
- Nabil, D. H., Anjeli, P., Duanda, H., Dwi, A., Refina, E., Nursesmita, J., Rahmi, D., & Kurniawan, H. G. (2023). *Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kerupuk Sagu Di Desa Pulau Banjar Kari , Kecamatan Kuantan Tengah , Kabupaten Kuantan Singingi Micro , Small And Medium Enterprises (MSME) Development Strategy Sago Crackers In Banjar Kari Island Village , District Central Kuantan , Kuantan Singingi Regency*. 1(4).
- Saddam, A., Sucipto, H., Sholeha, A., Zaman, M. B., Ekonomi, F., & Setiabudi, U. M. (2023). *Pemberdayaan UMKM Tempe dan Kerupuk Aci melalui Legalitas Usaha Di Desa Randusanga Wetan , Kabupaten Brebes*. 2(1), 146–157.
- Yuwita, N., Amaliyyah, N., Setiadi, G., & Pasuruan, U. Y. (2022). *KERIPIK TEMPE COKLAT DALAM UPAYA MENINGKATKAN*. 173–182.