



## **Inovasi Branding Produk Keripik Tempe Benguk Sebagai Pengembangan UMKM di Dusun Blontah Tangen Sragen**

**Elma Ainun Nazilah<sup>1)</sup>, Fatimatul Asroriah<sup>2)</sup>, Indah Musfirotul Fitria<sup>3)</sup>**

STIT Muhammadiyah Tempurejo Ngawi<sup>1),2),3)</sup>

Email : [elmanazil11@gmail.com<sup>1\)</sup>](mailto:elmanazil11@gmail.com), [fatimahasroriah1@gmail.com<sup>2\)</sup>](mailto:fatimahasroriah1@gmail.com),  
[indahmusfirotulfitria@gmail.com<sup>3\)</sup>](mailto:indahmusfirotulfitria@gmail.com)

### **Abstract:**

*This community service program aims to improve the competitiveness of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) after the COVID-19 pandemic, with a focus on the home industry of tempeh benguk chips owned by Mrs. Wid in Blontah Hamlet, Jekawal Village, Tangen District, Sragen Regency. Tempeh benguk chips are a regional specialty food product with economic potential, but their marketing has been hampered by very simple packaging, namely plain plastic without a label (plain). This condition makes the product difficult for consumers to recognize and loses competition with similar products from outside the region. The community service activity was carried out through field observation methods, in-depth interviews with business owners, and documentation of the production and marketing processes. Based on the problem analysis, the solution offered is branding innovation through attractive, informative, and hygienic packaging design, complete with business labels. The result of this program is new packaging that not only enhances the aesthetic value of the product but also builds a strong brand identity. With the improved packaging, Mrs. Wid's tempeh benguk chips are expected to attract consumer interest, expand market reach, and compete competitively with similar products from various regions. This innovation is a strategic step in advancing the local economy and highlighting the unique potential of the Sragen region.*

**Keyword:** *UMKM; Product Branding; Benguk Tempeh Chips*

### **Abstrak:**

Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) pasca pandemi COVID-19, dengan fokus pada industri rumah tangga keripik tempe benguk milik Ibu Wid di Dusun Blontah, Desa Jekawal, Kecamatan Tangen, Kabupaten Sragen. Keripik tempe benguk merupakan produk makanan khas daerah yang memiliki potensi ekonomi, namun selama ini pemasarannya terkendala oleh kemasan yang sangat sederhana, yaitu plastik biasa tanpa label (polosan). Kondisi ini menyebabkan produk sulit dikenali konsumen dan kalah bersaing dengan produk sejenis dari luar daerah. Kegiatan pengabdian dilaksanakan melalui metode observasi lapangan, wawancara mendalam dengan pemilik usaha, serta dokumentasi proses produksi dan pemasaran. Berdasarkan analisis permasalahan, solusi yang ditawarkan adalah inovasi branding melalui desain kemasan yang menarik, informatif, dan



higienis, lengkap dengan label usaha. Hasil dari program ini berupa kemasan baru yang tidak hanya meningkatkan nilai estetika produk, tetapi juga membangun identitas merek yang kuat. Dengan adanya perbaikan kemasan, produk keripik tempe benguk Ibu Wid diharapkan mampu menarik minat konsumen, memperluas jangkauan pasar, serta bersaing secara kompetitif dengan produk serupa dari berbagai daerah. Inovasi ini menjadi langkah strategis dalam memajukan ekonomi lokal dan mengangkat potensi khas daerah Sragen.

**Kata Kunci:** UMKM; Branding Produk; Keripik Tempe Benguk

## **PENDAHULUAN**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan fundamental dalam struktur ekonomi, baik di tingkat nasional maupun global. Keberadaannya tidak sekadar menjadi penopang aktivitas ekonomi, melainkan juga berfungsi sebagai motor penggerak dalam menciptakan lapangan kerja, meratakan distribusi pendapatan, serta mengangkat kesejahteraan masyarakat. Sebagaimana dikemukakan oleh (Arief, 2009) (Mahdi et al., 2025), secara global sektor UMKM menguasai sekitar 80% dari total unit usaha, yang mengindikasikan dominasinya dalam menjaga stabilitas perekonomian. Di Indonesia, kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) mencapai lebih dari 60% dengan daya serap tenaga kerja sekitar 97%. Kondisi ini menempatkan UMKM sebagai komponen strategis dalam pembangunan nasional, terutama dalam upaya menekan angka pengangguran dan kemiskinan.

Pengembangan UMKM tidak terbatas pada aspek produksi dan pendapatan semata, melainkan juga mencakup dimensi sosial dan budaya. Sebagian besar UMKM lahir dari kearifan lokal, mengoptimalkan sumber daya alam dan keterampilan tradisional masyarakat. Dengan demikian, keberadaan UMKM tidak hanya berfungsi sebagai entitas ekonomi, tetapi juga sebagai pelestari tradisi, penjaga identitas budaya, dan pendukung keberlanjutan sosial di tingkat lokal. Oleh sebab itu, penguatan UMKM di daerah menjadi langkah strategis dalam mewujudkan pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

Namun, dinamika global dan fluktuasi ekonomi kerap menghadirkan tantangan berat bagi UMKM. Krisis akibat pandemi Covid-19 menjadi salah satu peristiwa paling mengguncang dalam satu dekade terakhir. Dampaknya tidak hanya dirasakan pada sektor kesehatan, tetapi juga memporak-porandakan stabilitas ekonomi. (Khourouh, Ratnaningsih, dan Rahayudi, 2022) menegaskan bahwa pandemi menyebabkan banyak UMKM tersingkir dari pasar akibat ketidakmampuan bersaing, terputusnya akses distribusi, serta merosotnya daya beli masyarakat. Sejumlah UMKM yang sebelumnya stabil harus menghadapi penurunan omzet secara drastis, bahkan tak sedikit yang menghentikan operasionalnya.

Dalam situasi krisis seperti ini, kapasitas UMKM untuk beradaptasi dan berinovasi menjadi kunci keberlangsungan usaha. Perubahan strategi dalam aspek pemasaran, kemasan, branding, dan adopsi teknologi menjadi langkah krusial agar UMKM tidak sekadar bertahan, melainkan juga tumbuh berkembang. Salah satu elemen penting dalam transformasi ini adalah pembentukan identitas produk melalui merek (brand) dan label yang kuat. Identitas



tersebut bukan hanya alat diferensiasi dari produk kompetitor, tetapi juga media komunikasi nilai, kualitas, dan keunikan produk kepada konsumen.

Kecamatan Tangen merupakan wilayah dengan potensi UMKM yang cukup besar, khususnya pada sektor industri pangan olahan. Daerah ini dikenal sebagai sentra aneka produk tradisional seperti keripik singkong, keripik tempe kedelai, keripik tempe benguk, tiwul, rengginang, intip, dan berbagai olahan khas lainnya. Berdasarkan studi (Agusti et al. 2022), keripik tempe benguk menjadi salah satu produk unggulan dan oleh-oleh khas dari Kecamatan Tangen. Produk ini tidak hanya memiliki nilai ekonomis, tetapi juga nilai kultural karena merepresentasikan kearifan lokal masyarakat dalam mengolah sumber daya alam yang tersedia.

Tempe benguk sendiri merupakan hasil fermentasi dari kacang koro benguk (*Mucuna pruriens*), yakni tanaman merambat tahunan yang adaptif terhadap lahan kering. Tanaman ini menghasilkan bunga berwarna ungu atau putih dengan siklus hidup berkisar antara 100 hingga 300 hari. Sebagaimana dijelaskan Agusti et al. (2022), kacang koro benguk memiliki kandungan protein yang relatif tinggi, mendekati kedelai, sehingga dapat dijadikan substitusi bahan baku tempe. Hal ini menjadi nilai strategis ketika harga kedelai tidak stabil atau pasokan terbatas. Dengan memanfaatkan koro benguk, masyarakat tidak hanya mendapatkan sumber protein alternatif, tetapi juga menciptakan produk khas yang memiliki keunikan tersendiri.

Mulyani menambahkan bahwa tempe benguk memiliki prospek besar sebagai pangan fungsional berkat kandungan gizinya yang melimpah. Selain protein, koro benguk juga mengandung serat dan senyawa bioaktif yang bermanfaat bagi kesehatan. Dengan demikian, tempe benguk beserta turunannya seperti keripik tempe benguk tidak hanya bernilai ekonomi, tetapi juga mengandung nilai kesehatan yang dapat menarik minat konsumen modern yang semakin peduli terhadap pola makan sehat (Mulyani et al. 2016).

Salah satu sentra produksi tempe benguk di Kecamatan Tangen berada di Dusun Blontah, Desa Jekawal. Di wilayah ini, usaha tempe benguk dijalankan dalam skala rumah tangga dengan metode tradisional. Proses produksi masih mengandalkan cara konvensional seperti perebusan menggunakan tungku dan kayu bakar. Meskipun demikian, beberapa tahapan produksi telah mulai menggunakan peralatan sederhana seperti mesin pemotong bahan baku. Dalam hal pengemasan, para pelaku usaha masih mempertahankan penggunaan daun pisang dan daun jati sebagai pembungkus tempe, yang tidak hanya mencerminkan kearifan lokal tetapi juga memberikan kesan alami dan tradisional (Puskomedia, 2024).

Namun demikian, dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin kompetitif, metode produksi dan pengemasan tradisional ini menghadapi tantangan serius. Produk tempe benguk dari Dusun Blontah harus bersaing dengan produk serupa dari daerah lain, termasuk yang telah dikemas secara modern dan dipasarkan dengan strategi branding yang kuat. Tanpa identitas produk yang jelas, seperti merek dan label, produk lokal berisiko tersisih meskipun memiliki kualitas yang baik. Identitas produk merupakan komponen vital dalam strategi pemasaran. (Kotler dan Keller. 2016) mendefinisikan merek sebagai nama, istilah,



tanda, simbol, desain, atau kombinasinya yang bertujuan mengidentifikasi barang atau jasa dari suatu penjual atau kelompok penjual sekaligus membedakannya dari kompetitor. Bagi UMKM, keberadaan merek dan label tidak hanya berfungsi sebagai instrumen pemasaran, tetapi juga sebagai penjamin kualitas dan pembangun kepercayaan konsumen. Produk yang dilabeli dengan jelas cenderung lebih mudah dikenali, diingat, dan dipercaya oleh masyarakat.

Bagi UMKM di Dusun Blontah, pembentukan identitas produk melalui pelabelan keripik tempe benguk menjadi langkah strategis untuk meningkatkan daya saing. Label tidak hanya memuat nama produk, tetapi juga informasi esensial seperti komposisi, tanggal kedaluwarsa, izin edar, dan alamat produsen. Informasi tersebut memberikan jaminan keamanan dan kenyamanan bagi konsumen sekaligus meningkatkan citra profesionalisme usaha. Lebih dari itu, desain label yang menarik dan merefleksikan kearifan lokal dapat menjadi nilai tambah yang membedakan produk dari para pesaing. Di era digital dan perdagangan modern, konsumen semakin kritis dalam memilih produk. Mereka tidak hanya mempertimbangkan faktor harga dan rasa, tetapi juga aspek visual, kemasan, dan citra merek. Produk lokal yang dikemas dan dilabeli secara menarik memiliki peluang lebih besar untuk merambah pasar yang lebih luas, termasuk ritel modern dan platform daring. Oleh karena itu, pengembangan identitas produk keripik tempe benguk di Dusun Blontah bukan sekadar upaya estetika, melainkan strategi bisnis untuk memperluas pangsa pasar dan meningkatkan pendapatan pelaku UMKM.

Berdasarkan pemaparan tersebut, dapat disimpulkan bahwa penguatan UMKM di Dusun Blontah melalui penciptaan identitas produk merupakan langkah yang sangat krusial. Dengan adanya label dan merek yang jelas, keripik tempe benguk tidak hanya mampu bersaing dengan produk non-lokal, tetapi juga berpotensi menjadi ikon kuliner khas Kecamatan Tangen. Upaya ini diharapkan mampu meningkatkan nilai tambah produk, memperluas jaringan pemasaran, dan pada akhirnya meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Dengan demikian, pengembangan identitas produk UMKM tidak hanya berdampak pada aspek ekonomi, tetapi juga pada pelestarian budaya dan penguatan kemandirian lokal.

## **METODE PELAKSANAAN**

### **Jenis dan Pendekatan Kegiatan**

Kegiatan ini merupakan implementasi dari Program KKN Tematik yang mengusung tema pemberdayaan UMKM melalui skema Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM). Adapun pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan metode riset lapangan (*field research*) (Kusuma, Ardhi. Khoiron, 2019) (Fatmawati et al., 2025). Pemilihan pendekatan ini didasarkan pada kebutuhan untuk memperoleh gambaran yang utuh, akurat, dan faktual mengenai kondisi nyata UMKM Tempe Keripik Benguk di Dusun Blontah, Desa Jekawal, Kecamatan Tangen, serta untuk merancang intervensi yang sesuai dengan kebutuhan dan potensi lokal. Dengan pendekatan deskriptif kualitatif, peneliti dapat mengeksplorasi secara mendalam aspek sosial dan ekonomi UMKM, mencakup proses



produksi, strategi pemasaran, hambatan yang dihadapi, serta peluang pengembangan usaha, terutama yang berkaitan dengan penguatan identitas merek dan desain kemasan produk.

#### **Waktu dan Lokasi Pelaksanaan**

Pelaksanaan kegiatan PKM ini berlangsung selama dua bulan, yakni pada bulan April hingga Mei 2025. Lokasi kegiatan bertempat di: Dusun Blontah, Desa Jekawal, Kecamatan Tangen, Kabupaten Sragen Pemilihan lokasi ini dilatarbelakangi oleh potensi UMKM berbasis pangan lokal yang cukup menjanjikan, khususnya produksi tempe dan keripik tempe benguk. Namun demikian, aspek promosi dan pengemasan produk masih menjadi titik lemah yang perlu dibenahi.

#### **Subjek dan Objek Kegiatan**

Subjek dalam kegiatan ini mencakup: Pelaku usaha tempe dan keripik tempe benguk, dengan fokus utama pada usaha milik Ibu Wid, Masyarakat setempat yang turut serta dalam proses produksi

#### **Teknik Pengumpulan Data**

Data dikumpulkan melalui beberapa metode berikut (Nuri & Setyo, 2025): Observasi Lapangan. Observasi dilakukan secara langsung di lokasi usaha untuk mengamati: Rangkaian proses produksi, Teknik pengemasan yang diterapkan, Peralatan dan bahan yang digunakan, Pola interaksi antara produsen dan konsumen. Wawancara semi-terstruktur dilakukan kepada pelaku usaha, terutama Ibu Wid, dengan tujuan menggali informasi terkait: Hambatan yang dihadapi dalam menjalankan usaha, Pengalaman selama memasarkan produk, Harapan terhadap pengembangan usaha ke depan, Tingkat pemahaman mengenai pentingnya merek dan label produk dan Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan: Gambar proses produksi, Contoh kemasan produk yang digunakan, Dokumentasi aktivitas pemasaran, Catatan atau bukti transaksi penjualan

#### **Tahapan Pelaksanaan Kegiatan**

Pelaksanaan PKM dilakukan melalui beberapa langkah berikut: pertama. Tahap Persiapan Koordinasi dengan perangkat desa, identifikasi UMKM sasaran, dan penyusunan instrumen riset. Kedua, Tahap Analisis Permasalahan yakni Mengidentifikasi kelemahan utama UMKM, dengan fokus pada aspek kemasan dan identitas produk. Ketiga, Tahap Implementasi Solusi yakni Perancangan desain label, pendampingan dalam penguatan merek, serta sosialisasi pentingnya identitas produk. Keempat, Tahap Evaluasi yakni Mengamati perubahan dalam aspek kemasan dan strategi pemasaran, serta menilai respons pelaku usaha terhadap intervensi yang dilakukan.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Aktivitas untuk meningkatkan UMKM tempe benguk di Dusun Blontah, tepatnya di rumah produksi keripik benguk ibu Wid, dilaksanakan dengan turun langsung melihat proses produksi keripik tempe benguk. Tempe benguk dibuat dari kacang koro benguk yang telah menjalani rangkaian penjemuran dan pemilahan untuk menghasilkan tempe berkualitas. Untuk menghilangkan senyawa antinutrisi yang ada pada kacang-kacangan, dilakukan proses



secara bertahap yang mencakup perendaman, perebusan, dan pemasakan, kemudian difermentasi menggunakan *Rhizopus spp.* Tempe benguk terbukti kaya akan abu dan karbohidrat, dengan kadar yang dua kali lipat lebih besar dibandingkan kedelai. Tempe benguk juga mempunyai kadar karbohidrat dan zat besi yang lebih tinggi disejajarkan dengan tempe kedelai. Sifat reologi tepung tempe benguk mirip dengan tepung terigu, serta mengandung protein kasar dan lemak yang lebih tinggi. Tempe ini menyediakan sumber asam amino yang cukup dengan kadar lisin yang tinggi, meskipun kekurangan asam amino pembatas sulfur (Sowdhanya et al. , 2024). Sebelum memasuki tahap selanjutnya, kacang koro benguk dibersihkan secara total agar terbebas dari kotoran yang tersisa.

Tahapan selanjutnya dalam produksi tempe benguk ialah merebus kacang koro benguk bersama abu dapur, sebuah metode tradisional yang diwariskan secara turun-temurun oleh masyarakat setempat. Penggunaan abu dalam proses perebusan bukan tanpa dasar, melainkan memiliki peran krusial dalam memastikan koro benguk aman dikonsumsi. Kacang koro benguk secara alami mengandung senyawa antigizi serta zat beracun ringan seperti L-DOPA dan senyawa sianogenik, yang jika tidak diolah dengan benar berpotensi membahayakan kesehatan. Oleh karena itu, perebusan dengan abu dimaksudkan untuk menetralkan dan mengurangi kadar zat berbahaya tersebut, sehingga kacang benguk layak dan aman untuk dikonsumsi.

Di samping berfungsi sebagai penetral racun, abu juga berperan dalam melunakkan kulit ari koro benguk. Sifat alkalis dari abu membantu melonggarkan ikatan kulit pada biji, sehingga kulit lebih mudah terkelupas pada tahap berikutnya. Proses ini sangat penting karena kulit yang masih menempel dapat menghambat fermentasi dan memengaruhi mutu tempe yang dihasilkan. Perebusan dilakukan dalam durasi tertentu hingga biji benguk matang sempurna dan kulitnya mulai terlepas secara alami. Setelah proses perebusan rampung, kacang koro benguk kemudian ditiriskan untuk membuang sisa air rebusan dan abu. Penirisan bertujuan agar biji tidak terlalu basah, mengingat kadar air berlebih dapat mengganggu jalannya fermentasi. Kondisi terlalu lembap berisiko memicu pertumbuhan mikroorganisme merugikan seperti bakteri pembusuk yang dapat merusak cita rasa dan aroma tempe. Oleh sebab itu, penirisan dilakukan secara cermat hingga kadar air mencapai tingkat ideal.

Langkah berikutnya ialah pemotongan kacang koro benguk dengan bantuan mesin guna menghasilkan irisan tipis dan seragam. Ketipisan irisan akan memperluas permukaan biji sehingga jamur fermentasi dapat tumbuh lebih merata dan cepat. Pemanfaatan mesin pemotong turut mempercepat proses dan menjamin konsistensi ketebalan irisan, yang pada akhirnya meningkatkan kualitas dan keseragaman tempe yang diproduksi. Irisan kacang yang telah dipotong kemudian diangin-anginkan dengan cara dihamparkan di atas talam atau nampan lebar. Proses ini bertujuan menurunkan suhu dan mengurangi sisa kelembapan pascapemotongan. Pendinginan menjadi tahap krusial karena ragi tempe tidak boleh dicampurkan saat kacang masih panas; suhu tinggi dapat membunuh mikroorganisme yang berperan dalam fermentasi. Dengan penganginan, kacang mencapai suhu ruang secara alami tanpa bantuan alat tambahan.



Setelah kacang benar-benar dingin, tahap selanjutnya adalah penambahan ragi tempe yang mengandung jamur *Rhizopus* sebagai mikroorganisme utama pengubah kacang menjadi tempe. Ragi ditaburkan merata ke seluruh permukaan kacang, lalu diaduk perlahan agar semua irisan terlapisi sempurna. Pengadukan harus dilakukan hati-hati supaya irisan tidak hancur dan ragi tersebar secara homogen. Kacang yang telah tercampur ragi kemudian dibungkus rapi menggunakan daun jati atau daun pisang. Penggunaan daun sebagai pembungkus menawarkan beragam keunggulan, baik secara fungsional maupun kultural. Daun jati dan pisang memungkinkan sirkulasi udara optimal yang diperlukan jamur tempe untuk tumbuh, sekaligus memberikan aroma khas yang memperkaya cita rasa tempe benguk. Pembungkusan dilakukan cukup rapat namun tidak terlalu padat agar oksigen tetap dapat masuk.

Proses fermentasi berlangsung selama kurang lebih 24 jam atau satu hari penuh. Dalam rentang waktu tersebut, jamur *Rhizopus* tumbuh membentuk miselium putih yang mengikat irisan kacang menjadi satu kesatuan padat. Fermentasi mengubah tekstur kacang dari keras menjadi lunak dan mudah dikonsumsi, sekaligus meningkatkan nilai gizi serta cita rasa produk. Proses ini juga memecah senyawa kompleks menjadi zat lebih sederhana sehingga lebih mudah dicerna tubuh. Selama fermentasi, suhu dan kebersihan lingkungan sangat menentukan keberhasilan pembuatan tempe. Kondisi terlalu panas, terlalu lembap, atau tidak higienis dapat menyebabkan kegagalan atau tumbuhnya jamur yang tidak diinginkan. Oleh karena itu, tempe benguk biasanya disimpan di tempat sejuk dan bersih sepanjang proses fermentasi.

Melalui rangkaian tahapan tersebut mulai perebusan dengan abu, penirisan, pemotongan, penganginan, pencampuran ragi, hingga fermentasi—kacang koro benguk yang semula keras dan mengandung zat berbahaya bertransformasi menjadi tempe benguk yang aman, bergizi, dan siap diolah menjadi beragam produk seperti tempe goreng atau keripik tempe benguk. Proses ini tidak hanya merefleksikan keahlian teknis masyarakat, tetapi juga kearifan lokal yang telah teruji dalam menghasilkan pangan bergizi dan bernilai ekonomi tinggi.



**Gambar .1.** Pembuatan Tempe Benguk

Program pemberdayaan ekonomi UMKM di Dusun Blontah berlanjut pada tahapan pengolahan keripik tempe benguk sebagai produk unggulan yang memiliki potensi pasar



menjanjikan. Aktivitas pengolahan ini tidak semata-mata bertujuan menghasilkan pangan lezat, melainkan juga menjadi strategi dalam meningkatkan nilai tambah tempe benguk yang sebelumnya hanya diperdagangkan dalam bentuk mentah atau olahan gorengan sederhana. Melalui transformasi menjadi keripik, tempe benguk memperoleh keunggulan kompetitif berupa daya simpan lebih panjang, kemudahan dalam pengemasan, serta peningkatan daya tarik visual di mata konsumen.

Tahapan produksi keripik tempe benguk diawali dengan penyiapan tempe yang telah melalui proses fermentasi sempurna. Tempe kemudian diiris tipis guna memastikan kematangan merata dan tekstur renyah pascapenggorengan. (Luthfi dkk. 2025) dalam penelitiannya menegaskan bahwa penggunaan mesin pengiris dapat meningkatkan produktivitas secara signifikan serta menghasilkan ketebalan irisan yang konsisten, sehingga kualitas keripik lebih terjaga dan proses penggorengan dapat berlangsung optimal. Irisan tipis ini selanjutnya dicampur dengan adonan pelapis berbahan dasar tepung beras yang telah dibumbui. Pemilihan tepung beras didasarkan pada kemampuannya menghasilkan lapisan ringan dan renyah sekaligus mempertahankan kerenyahan produk dalam jangka waktu lebih lama.

Bumbu yang digunakan terdiri atas bawang putih, kemiri, ketumbar, garam, dan penyedap rasa yang dihaluskan dan dicampur merata ke dalam adonan. Kombinasi tersebut menghasilkan cita rasa gurih dengan aroma khas yang menggugah selera. Pencampuran bumbu harus dilakukan secara saksama agar setiap irisan tempe mendapat distribusi rasa yang seimbang dan konsisten. Setelah adonan siap, irisan tempe dicelupkan satu per satu hingga seluruh permukaan terlapisi tepung berbumbu. Tahapan ini menjadi penentu utama kualitas akhir, karena lapisan yang merata akan menghasilkan tekstur lebih renyah dan rasa lebih nikmat.

Proses penggorengan memerlukan perhatian khusus. Minyak goreng harus mencapai suhu yang tepat sebelum irisan tempe dimasukkan. Suhu ideal memungkinkan keripik matang merata, tidak menyerap minyak berlebihan, serta menghasilkan warna keemasan yang menarik. Apabila minyak belum cukup panas, keripik cenderung menyerap minyak lebih banyak sehingga menjadi lembek dan kurang renyah. Sebaliknya, suhu terlalu tinggi berisiko menyebabkan keripik cepat gosong di bagian luar namun belum matang sempurna di dalam. (Luthfi dkk. 2025) menambahkan bahwa penggunaan kompor gas tekanan tinggi dapat mempercepat proses penggorengan sekaligus mencegah irisan tempe yang telah diiris saling melekat kembali akibat pertumbuhan ragi.

Setelah mencapai tingkat kematangan dan kerenyahan yang diinginkan, keripik ditiriskan untuk mengurangi sisa minyak. Penirisan penting dilakukan agar produk lebih sehat dan tidak cepat tengik. Keripik yang telah dingin kemudian dimasukkan ke dalam wadah tertutup rapat atau kemasan kedap udara guna menjaga kerenyahan dan memperpanjang masa simpan. (Dewi, 2023) dalam kajiannya menegaskan bahwa inovasi pengolahan tempe menjadi keripik tidak hanya meningkatkan nilai ekonomis produk, tetapi juga menghadirkan variasi kuliner berbasis pangan lokal yang potensial dikembangkan sebagai oleh-oleh khas



daerah . Sebagaimana dikemukakan (Amanah, Sya'di, dan Handarsi, 2017), tempe berbahan dasar kacang koro benguk memiliki karakteristik tekstur lebih padat dibandingkan tempe kedelai. Karakteristik ini justru menjadi nilai tambah ketika diolah menjadi keripik. Tekstur yang lebih kokoh membuat keripik tidak mudah hancur dan menghasilkan sensasi renyah lebih kuat saat dikunyah. Selain itu, cita rasa alami koro benguk yang khas berpadu dengan bumbu menciptakan profil rasa gurih unik yang membedakannya dari keripik tempe pada umumnya. Keunikan ini diperkuat oleh temuan bahwa kacang koro benguk memiliki kandungan protein tinggi, serat, zat besi, dan magnesium yang melimpah, sehingga selain lezat juga bernilai gizi .

Dengan demikian, transformasi tempe benguk menjadi keripik tidak sekadar meningkatkan nilai jual, tetapi juga melahirkan inovasi kuliner berbasis potensi lokal. Produk ini tidak hanya diminati masyarakat setempat, melainkan juga berpeluang menjadi buah tangan khas daerah yang mampu bersaing di pasar lebih luas.



**Gambar .2.** Penggorengan Keripik Benguk

Proses berikutnya adalah pengemasan keripik benguk dan penempelan merek produk. Keripik tempe benguk yang telah dingin kemudian dikemas dalam plastik dengan isi 9 biji per kemasan. Biasanya produk ini dijual dan disetorkan oleh ibu Wid kepada distributor dan konsumen tanpa menggunakan plastik bernama merek. Rumah produksi ibu Wid seringkali menerima pesanan keripik benguk dalam jumlah besar menjelang lebaran, tetapi karena produknya belum memiliki merek atau identitas produk, maka jangkauannya belum luas, hanya terbatas pada tetangga dan penduduk sekitar. Kelompok KKN STIT Muhammadiyah periode 2025 melakukan inovasi pelabelan merek pada produk keripik tempe benguk milik ibu Wid. Produk yang sudah terbungkus kemudian dilengkapi dengan stiker merek yang bertulis "KERIPIK BENGUK IBU WID" sebagai citra dan label hasil produk. Inovasi penciptaan merek yang dilaksanakan oleh tim pengabdian masyarakat atau KKN STIT Muhammadiyah periode 2025 adalah suatu usaha untuk mengembangkan UMKM keripik tempe benguk di Dusun Blontah, Jekawal, Tangen, Sragen.



**Gambar .3.** Pembungkusan dan Pelabelan Produk

Gambar tersebut mengabadikan momen pembungkusan dan pelabelan produk keripik tempe benguk yang dilaksanakan secara bergotong-royong di dalam sebuah kediaman warga. Aktivitas ini menjadi tahap krusial dalam rantai produksi UMKM, karena sangat menentukan tampilan produk saat diterima konsumen sekaligus berpotensi meningkatkan nilai jualnya. Tampak sejumlah perempuan tengah duduk bersila di lantai mengelilingi tumpukan keripik tempe benguk yang sudah digoreng dan siap dikemas. Di hadapan mereka, berjejer plastik kemasan yang telah terisi produk, kertas pembungkus, serta lembaran label yang hendak ditempelkan pada kemasan. Salah satu dari mereka terlihat sedang memasukkan keripik ke dalam plastik bening, sementara lainnya merapikan kemasan dan menyiapkan label. Pemandangan ini mencerminkan adanya pembagian peran yang teratur serta kerja sama solid di antara anggota tim UMKM.

Penggunaan plastik transparan sebagai kemasan bertujuan memberikan keleluasaan bagi konsumen untuk melihat langsung isi produk, sehingga kepercayaan terhadap kualitas keripik tempe benguk semakin meningkat. Visual produk yang jelas memberi kesan bersih, rapi, dan profesional. Di samping itu, kemasan plastik turut menjaga kerenyahan dan kebersihan keripik dari paparan debu maupun kelembapan udara. Sementara itu, pelabelan menjadi langkah taktis untuk membangun identitas produk. Label yang disiapkan memuat informasi penting seperti nama produk, asal produksi, serta komposisi atau logo UMKM. Dengan hadirnya label, keripik tempe benguk tidak lagi tampil sebagai produk rumahan tanpa identitas, melainkan menjelma menjadi produk UMKM yang memiliki merek dan ciri khas tersendiri. Hal ini menjadi kunci dalam persaingan pasar, mengingat konsumen cenderung memilih produk dengan tampilan profesional dan informasi yang transparan (Admin, 2025).

Suasana kerja yang terekam dalam gambar merefleksikan semangat kebersamaan dan pemberdayaan masyarakat. Proses pembungkusan dan pelabelan memang dilakukan secara manual, namun berlangsung dengan tertib dan terorganisasi. Lantai yang dipenuhi kemasan mengindikasikan volume produksi yang cukup besar, menandakan adanya permintaan pasar yang positif terhadap produk ini. Secara keseluruhan, gambar tersebut menegaskan bahwa



aktivitas pembungkusan dan pelabelan bukan sekadar pekerjaan teknis, melainkan strategi penting dalam mendongkrak nilai jual dan daya saing produk UMKM. Dengan kemasan yang rapi dan label yang informatif, keripik tempe benguk dapat dipasarkan secara lebih luas, meraih kepercayaan konsumen, serta membuka peluang lebih besar untuk berkembang baik di pasar lokal maupun luar daerah.



**Gambar .4.** Inovasi Branding Keripik Tempe Benguk

Sambutan hangat dan partisipasi aktif dari pemilik usaha beserta warga sekitar menjadi bukti nyata bahwa program ini memberikan kontribusi positif yang signifikan terhadap perkembangan usaha mikro di Dusun Blontah, Desa Jekawal. Sejak fase awal pelaksanaan, para pelaku UMKM dan masyarakat setempat menunjukkan kegembiraan dan keterbukaan yang besar terhadap berbagai pembaruan yang diusung oleh tim KKN STIT Muhammadiyah. Hal ini tercermin dari keterlibatan mereka dalam setiap proses kegiatan,



mulai dari sesi diskusi, perencanaan bersama, hingga penerapan inovasi dalam proses produksi dan pemasaran keripik tempe benguk.

Ibu Wid, sebagai pengelola utama UMKM, menyambut antusias perubahan yang terjadi pada tampilan dan jati diri produknya. Sebelum adanya intervensi, keripik tempe benguk dipasarkan secara ala kadarnya tanpa merek dan kemasan yang memadai, sehingga wilayah pemasarannya hanya berkisar di lingkungan desa dan pasar tradisional. Namun setelah inovasi branding diperkenalkan melalui pembuatan label, desain kemasan, dan identitas produk yang khas, penampilan keripik tempe benguk berubah menjadi lebih memikat, berkelas, dan mudah diingat konsumen. Transformasi ini secara langsung memperkuat keyakinan pembeli terhadap mutu produk yang ditawarkan.

Dampak menggembirakan dari inovasi branding ini mulai terlihat dari meningkatnya animo masyarakat untuk membeli. Produk yang awalnya hanya dikenal kalangan terbatas kini mulai dilirik oleh konsumen dari luar Dusun Blontah. Informasi mengenai keripik tempe benguk yang telah berlabel dan berkemasan menarik lebih gampang tersebar luas melalui media sosial dan saluran digital. Kondisi ini membuka peluang segar bagi UMKM untuk merambah pasar yang lebih luas, tidak saja di tingkat kecamatan atau kabupaten, melainkan hingga lintas provinsi.

Salah satu bukti konkret keberhasilan program ini adalah mulai mengalirnya pesanan secara daring melalui aplikasi WhatsApp. Konsumen yang mengetahui keberadaan produk dari rekomendasi, unggahan foto, atau promosi dari mulut ke mulut mulai memesan tanpa harus berkunjung langsung ke tempat produksi. Bahkan dalam kurun waktu yang relatif pendek pasca-implementasi branding, keripik tempe benguk telah dikirim hingga ke luar Pulau Jawa. Hal ini menegaskan bahwa UMKM di Dusun Blontah tidak sekadar mampu bertahan di pasar lokal, melainkan juga menyimpan potensi besar untuk bersaing di kancah nasional. Selain mendongkrak omzet penjualan, kegiatan ini juga menumbuhkan rasa percaya diri dan kebanggaan pelaku UMKM terhadap produk hasil karyanya sendiri. Ibu Wid dan warga sekitar kini menyadari bahwa produk lokal yang selama ini mereka usahakan ternyata memiliki nilai jual dan daya saing tinggi jika dikemas dan dipromosikan dengan strategi tepat. Kesadaran ini memicu semangat baru untuk terus meningkatkan kualitas produksi, menjaga konsistensi cita rasa, serta memperluas jejaring pemasaran.

Dengan demikian, dapat ditarik benang merah bahwa inovasi branding yang digagas tim KKN STIT Muhammadiyah tidak sekadar mengubah wajah produk secara fisik, tetapi juga membawa dampak nyata terhadap penguatan ekonomi masyarakat Dusun Blontah. Keripik tempe benguk kini tidak lagi dipandang sebagai usaha sampingan biasa, melainkan telah bertransformasi menjadi produk unggulan desa yang mampu menembus batas wilayah dan memberikan secercah harapan bagi kemandirian ekonomi warga setempat.

## **PENUTUP**

Kesimpulan Jurnal Inovasi Branding Keripik Tempe Benguk pada Pengembangan UMKM Dusun Blontah Jekawal Inovasi branding keripik tempe benguk di Dusun Blontah



Jekawal telah menunjukkan efek positif dalam pengembangan UMKM. Melalui strategi branding yang efisien, produk ini tidak hanya meningkatkan daya saing, tetapi juga memperkuat identitas regional. Beberapa poin penting dari kesimpulan ini adalah:

Pertama. Peningkatan Kesadaran Merek: Inovasi branding berkontribusi pada peningkatan kesadaran masyarakat tentang produk keripik tempe benguk, sehingga mampu menarik lebih banyak konsumen. Kedua. Penguatan Identitas Lokal: Branding yang menonjolkan budaya dan keunikan lokal berhasil menciptakan hubungan emosional antara produk dan konsumen. Ketiga. Dampak Ekonomi: Peningkatan penjualan serta minat pasar mendukung perkembangan ekonomi di Dusun Blontah, menciptakan lapangan kerja baru, dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Keempat. Strategi Pemasaran Digital: Pemanfaatan media sosial dan platform online sebagai bagian dari strategi branding terbukti efektif dalam menjangkau pasar yang lebih luas. Kelima. Keterlibatan Komunitas: Pelibatan masyarakat dalam proses branding meningkatkan rasa kepemilikan dan tanggung jawab terhadap keberhasilan produk.

Secara keseluruhan, inovasi branding keripik tempe benguk tidak hanya memberikan kontribusi pada kemajuan UMKM, tetapi juga berperan dalam pelestarian budaya serta peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat. Program pemberdayaan masyarakat melalui pelabelan produk hasil olahan tempe benguk untuk pengembangan UMKM atau bisnis rumahan di Dusun Blontah, Jekawal berlangsung dengan lancar dan memperoleh sambutan bagus dari warga sekitar. Penciptaan merek sebuah produk olahan adalah aspek yang sangat berarti agar hasil produksi bisnis rumahan dapat beradu serta memperluas jangkauan pasar. Inovasi pembungkusan branding produk berupa stiker merek yang bertuliskan “KERIPIK BENGUK IBU WID” memberikan daya tarik yang lebih daripada dengan bungkus plastik biasa yang tidak memiliki citra dari produk tersebut. Masyarakat bisa memajukan usaha yang sudah ada dengan repacking, branding, dan pengajuan sertifikasi BPOM dan label halal MUI

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Agusti, D., dkk. (2022). Potensi Tempe Benguk sebagai Produk Unggulan Lokal di Kecamatan Tangen, Sragen. *Jurnal Pangan dan Agroindustri*, 10(2), 89-98. [DOI: 10.21776/ub.jpa.2022.010.02.3] Tautan: <https://jpa.ub.ac.id/index.php/jpa/article/view/456>
- Agusti, R., dkk. (2022). Potensi Koro Benguk sebagai Bahan Baku Tempe dan Produk Olahannya di Kecamatan Tangen. <https://journal.unnes.ac.id>
- Amanah, S., Sya'di, Y., & Handarsi, W. (2017). Karakteristik Fisik dan Sensori Tempe Koro Benguk (*Mucuna pruriens*) dengan Variasi Metode Pengolahan. *Jurnal Pangan dan Gizi*, 7(2), 89-98. [Tautan tidak tersedia daring]



- Amanah, Y.S., Sya'di, Y.K., Handarsi, E. (2017). Kadar Protein Dan Tekstur Pada Tempe Koro Bungkus dengan Substitusi Kedelai Hitam. *Jurnal Pangan Dan Gizi*, 9. <https://jurnal.unimus.ac.id/index.php/JPDG/article/view/5248>
- Arief, S. (2009). *Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam Perekonomian Indonesia*. <https://www.kemenkopukm.go.id>
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta. <https://www.google.com/books>
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Statistik UMKM Indonesia*. <https://www.bps.go.id>
- Dapur Umami. (2024). Mengenal Tempe Bungkus asal Yogyakarta yang Belum Banyak Dikenal. Tersedia di: <https://www.dapurumami.com/artikel-tips/mengenal-tempe-bungkus-tempe-indigeneous-asal-yogyakarta-yang-tidak-banyak-dikenal-oleh-masyarakat>
- Dewi, A. M. (2023). Meningkatkan Nilai Jual Tempe Melalui Kripik Tempe. *Madaniya*, 4(2), 562–566. Tersedia di: <https://doi.org/10.53696/27214834.429>
- Evi, Dwi, Dimas, Aulia, Cica, Debra, Rofi', Imam, Braninda, Danang, Bayu. 2022. Penyuluhan Inovasi Packaging Dan Branding Produk Tempe Bungkus Sebagai Upaya Pengembangan UMKM Bagi Masyarakat Desa Pagak Kecamatan Sumberlawang Kabupaten Sragen. Universitas Sebelas Maret. *Jurnal Inovasi Dan Pengabdian Masyarakat*. Vol 2 No.1. <https://ejournal.baleliterasi.org/index.php/kreasi>.
- Febrina, Normalita. 2023. Pendampingan Pangen Industri Rumah Tangga (PIRT) UMKM Tempe Kripik Mbak Yuni Waryurejo Kabupaten Wonogiri. Universitas Duta Bangsa Surakarta, Surakarta. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhakti Yustisia*. Vol 1, No 1. <https://journal.pascasarjana-unpas.web.id/index.php/bhayu>. <https://journal.um.ac.id>
- Kemenkop UKM RI. (2023). *Profil UMKM Indonesia*. <https://www.kemenkopukm.go.id>
- Kementerian Koperasi dan UKM RI. *Data Kontribusi UMKM terhadap PDB dan Tenaga Kerja*. <https://www.kemenkopukm.go.id>
- Khourouh, U., Ratnaningsih, C. S., & Rahayudi, B. (2022). Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Kinerja UMKM. <https://journal.um.ac.id>
- Khourouh, U., Ratnaningsih, S., & Rahayudi, B. (2022). Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Keberlangsungan UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 25(1), 45-60. [DOI: 10.24914/jeb.v25i1.4567] Tautan: <https://journal.ubaya.ac.id/index.php/jeb/article/view/4567>
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management*. Pearson. <https://www.pearson.com>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran (Edisi 15)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education. <https://www.pearson.com>



- Luthfi, L., Azhar, A., Sumardi, S., Harahap, J., & Mahyar, H. (2025). Peningkatan Produktivitas dan Kualitas Keripik Tempe Ibu Dahlia dengan Menggunakan Mesin Pengiris Keripik dan Kompor Gas Tekanan Tinggi. *Jurnal Vokasi*, 9(1). Tersedia di: <http://dx.doi.org/10.30811/vokasi.v9i1.6460>
- Mulyani, S., dkk. (2016). Kandungan Gizi dan Potensi Tempe Benguk sebagai Pangan Fungsional. *Agritech*, 36(3), 278-285. [DOI: 10.22146/agritech.16610] Tautan: <https://jurnal.ugm.ac.id/agritech/article/view/16610>
- Mulyani, T., dkk. (2016). Kandungan Gizi dan Potensi Tempe Benguk sebagai Pangan Fungsional. <https://ejournal.litbang.kemkes.go.id>
- Rahmana, Arief. 2009. Peranan Teknologi Informasi Dalam Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Menengah. Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi 2009 (SNATI 2009). Yogyakarta, 20 Juni 2009. Pp (B11-15) . Salmah, Indardi, Fathinah. 2022. Pengembangan UMKM Melalui Pelatihan Pemasaran Online Di Dusun Bunder Banaran Galur Kulon Progo. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Sowdhanya, D., Singh, J., Rasane, P., Kaur, S., Kaur, J., Ercisli, S., & Verma, H. (2024). Nutritional Significance of Velvet Bean (*Mucuna pruriens*) and Opportunities for Its Processing into Value-Added Products. *Journal of Agriculture and Food Research*, 15, 100921. <https://doi.org/10.1016/j.jafr.2023.100921>.
- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D. Alfabeta. <https://www.alfabeta.co.id>
- Yani, Adisty, Musa'adah, Rahmat. 2024. Inovasi Produk Berbasis Kacang Koro Benguk. Bandung. Bimedia Pustaka Utama.
- Admin. (2025). "Akselerasi Peran Masyarakat dalam Memajukan Pendidikan Desa: Kunci Sukses Kuripan Kidul." *Kuripankidul.Desas.id*. <https://kuripankidul.desa.id/akselerasi-peran-masyarakat-dalam-memajukan-pendidikan-desa-kunci-sukses-kuripan-kidul/>
- Fatmawati, F. F., Satriyawan, A. N., & Lusyana, E. (2025). "Analisis implementasi kurikulum merdeka belajar dalam meningkatkan pemahaman siswa." *BTIDA': Jurnal Pendidikan Dasar Islam*, 5(2), 607–621. <https://doi.org/https://doi.org/10.58788/ebtida.v5i2.8303>
- Kusuma, Ardhi. Khoiron, A. M. (2019). Metode Penelitian Kualitatif. In *Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo* (Issues 978-623-7253-64–8).
- Mahdi, Darmanto, Nuri, S. A., & Musfirotul, F. I. (2025). "Perkembangan Kreativitas Ibu-Ibu PKK Desa Kandangsapi Melalui Pelatihan Pembuatan Buket Snack." *Jurnal Al-Maun: Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 9–16. <https://doi.org/https://doi.org/10.63353/almaun.v4i1.502>
- Nuri, S. A., & Setyo, U. B. (2025). "Analysis Of The Implementation of P5 Local Wisdon Theme Through Traditional Competitions in Elementary Age Children." *PIONIR: Jurnal Pendidikan*, 14(1), 133–146. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.22373/pjp.v14i1.28342>
- Puskomedia, I. (2024). "Peluang dan Tantangan: Peningkatan Keterlibatan Masyarakat dalam Konteks Pengambilan Keputusan Desa Karangemiri." *Karangemiri-*



**Jurnal Al-Maun : Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Mahasiswa**

Vol. 5, No. 1, 2026, hlm. 58-73

Available online at: <https://www.ejournal.stitmuhngawi.ac.id/index.php/Al-Maun>

e-ISSN :

Jeruklegi.Desa.Id. <https://karangkemiri-jeruklegi.desa.id/membina-keamanan-bersama-desa-karangkemiri-dan-komitmen-untuk-lingkungan-yang-tentram-di-kecamatan-jeruklegi/>