

## Pelatihan Branding dan Inovasi Produk Olahan Tempe di Desa Ngroto Grobogan

Nasya Adelia Putri<sup>1</sup>, Eli Sahiroh<sup>1✉</sup>, Nurlian Ramadhanty<sup>1</sup>, Muhammad Alfian Wicaksono<sup>1</sup>, Rengganis Kurnia Wardhani<sup>1</sup>, Manik Kusumaningrum<sup>1</sup>, Sumber Agung<sup>1</sup>, Rizky Wahyudi<sup>1</sup>, Ana Widyaningtyas<sup>1</sup>, Mohamad Farrel Arumki<sup>1</sup>, Mayra Gamma L.D<sup>1</sup>, Mutiara Anggi P<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Mahasiswa SI Kesehatan Masyarakat, Universitas Muhammadiyah Semarang

Korespondensi: [elisahiroh@gmail.com](mailto:elisahiroh@gmail.com)

Diterima: 2 Januari 2020

Disetujui: 19 Januari 2022

Diterbitkan: 29 Januari 2022

### Abstrak

**Latar belakang:** Desa Ngroto merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Gubug, Kabupaten Grobogan. Desa ini memiliki dua potensi besar yang masih perlu dikembangkan lagi. Potensinya ialah terdapat beberapa *home industry* olahan tempe (berupa keripik tempe dan tempe buntel). Dari kondisi ini penulis berinisiatif membentuk gerakan masyarakat untuk pengembangan produk desa melalui branding produk. **Metode:** metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan yaitu pertemuan dengan warga setempat, pengembangan sentra industri olahan tempe, evaluasi. **Hasil:** Kegiatan ini dilakukan secara bertahap yaitu: pertama, sosialisasi dilakukan kepada pemilik *home industry* supaya mereka mengerti dan mampu melaksanakan hygiene dan sanitasi dalam kegiatan produksi. Kedua, sosialisasi inovasi produk bertujuan untuk memberikan pengetahuan tentang inovasi, diharapkan nantinya akan menjadi produk yang lebih bervariasi, serta ketiga, pelatihan untuk pembuatan konsep desain merk, **Kesimpulan:** Adanya peningkatan kesadaran masyarakat akan potensi yang ada di Desa. Wawasan dan motivasi produsen juga meningkat dalam mengemas serta menginovasikan produk mereka masing-masing.

**Kata kunci:** pengembangan potensi, branding, tempe.

### Abstract

**Background:** Ngroto Village is one of the villages located in Gubug District, Grobogan Regency. This village has two great potentials that still need to be further developed. The potential is that there are several home industries for tempe processing (in the form of tempe chips and tempe buntel). From this condition the author took the initiative to form a community movement for the development of village products through product branding. **Methods:** the methods used in the implementation of the activities are meetings with local residents, development of tempe processing industrial centers, evaluation. **Results:** This activity was carried out in stages, namely: first, socialization was carried out to home industry owners so that they understood and were able to implement hygiene and sanitation in production activities. Second, product innovation socialization aims to provide knowledge about innovation, which is expected to become a more varied product, and third, training for making brand design concepts. **Conclusion:** There is an increase in public awareness of the potential that exists in the village. Insights and motivation of producers also increase in packaging and innovating their respective products.

**Keywords:** potential development, branding, tempe.

### PENDAHULUAN

Desa Ngroto merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Gubug, Kabupaten Grobogan. Desa ini memiliki dua potensi besar yang masih perlu dikembangkan lagi. Potensinya ialah terdapat beberapa *home industry* olahan tempe (berupa keripik tempe dan tempe buntel). Jika kebanyakan keripik tempe terbuat

dari irisan tempe yang tipis, keripik tempe dari desa Ngroto terbuat dari tempe yang sangat tipis, tidak menggunakan pengawet dan dibuat dari kedelai yang sudah dipisahkan dari kulit arinya. Sedangkan perbedaan tempe buntel dengan tempe yang lain yaitu tempe buntel dikemas memakai daun pisang yang dibalut dengan kertas sehingga tekstur dan rasanya lebih enak oleh aroma daun pisang. Masyarakat sekitar

belum sadar dan peduli untuk mengembangkan potensi yang ada di desa mereka. Berdasarkan survey yang telah kami lakukan bersama tokoh masyarakat desa Ngroto, diketahui bahwa kemas olahan produk tempe kurang menarik dan mengalami kendala dalam memasarkannya. Hal ini mengakibatkan potensi di desa Ngroto belum memberikan kontribusi yang maksimal terhadap kesejahteraan masyarakat di sana. Dari kondisi ini penulis berinisiatif membentuk gerakan masyarakat untuk pengembangan produk desa melalui branding produk [1].

## METODE

Berdasarkan permasalahan yang ada, metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan yaitu sebagai berikut [2]–[4].

Tabel 1. Rencana program pengabdian

MODEL	PROGRAM	TEKNIK
Pertemuan dengan warga setempat	Pertemuan dengan masyarakat untuk menjelaskan rencana pengembangan desa	Sosialisasi kegiatan : Pengembangan potensi Desa melalui branding
Pengembangan sentra industri olahan tempe	Meningkatkan pengetahuan terkait inovasi dan packanging produk olahan tempe kepada pemilik home industri olahan tempe Bazar produk olahan tempe	Memberikan pelatihan dan penyuluhan kepada pemilik home industri  Membuat bazar sederhana di malam pitulasan
Evaluasi	Evaluasi program	Perbandingan sebelum dan sesudah

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Sosialisasi mengenai hygiene dan sanitasi produksi

Sosialisai dilakukan kepada pemilik *home indutry* supaya mereka mengerti dan mampu melaksanakan hygiene dan sanitasi dalam kegiatan produksi. Hal ini akan berdampak positif terhadap para produsen karena produk yang mereka ciptakan akan terjamin keamanan dan kebersihan pangan, serta meningkatkan mutu produk dari segi kesehatannya [5], [6].



Gambar 1. Kegiatan sosialisasi program

### Sosialisasi inovasi produk

Sosialisasi ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan tentang inovasi, diharapkan nantinya akan menjadi produk yang lebih bervariasi. Misalnya keripik tempe yang diinovasikan menjadi keripik dengan berbagai varian rasa dan inovasi tempe buntel bisa diolah menjadi jadah tempe [7], [8].

### Pelatihan untuk pembuatan konsep desain merk

Pada kegiatan ini produsen diberi pengetahuan terlebih dahulu mengenai pemilihan merk dagang dan gambaran desain. Setelah itu para produsen melakukan praktek yang dibimbing dan didampingi langsung oleh tim pengabdian untuk mendesain konsep merk dagang yang mereka inginkan. Masing-masing pemilik *home industry* menggambarkan desain mereka di atas kertas HVS. Selanjutnya desain tersebut akan ditindaklanjuti oleh tim pengabdian di desain menggunakan aplikasi supaya bisa langsung dicetak oleh pemilik *home industry* [9], [10].



Gambar 2. Pengembangan merek produksi

### Bazar produk desa

Kegiatan bazar dilaksanakan bertepatan dengan pengajian malam pitulasan. Kegiatan bazar ini dilakukan untuk memperkenalkan keripik tempe dan tempe buntel sebagai produk khas Desa Ngroto. Kami bersama para produsen mendirikan stand untuk menjual dan memperkenalkan tempe produk khas Ngroto. Agar menarik masyarakat datang ke stand, kami bersama dengan para produsen secara aktif menawarkan produk kepada para jamaah pengajian.



Gambar 3. Bazar produk tempe

Kegiatan bazar juga dimaksudkan untuk membentuk masyarakat sadar wisata lokal sehingga pemenuhan

kebutuhan keseharian lebih banyak memanfaatkan produk lokal. Selain itu, lokasi pengabdian yang merupakan Desa wisata religious lokal juga diharapkan dapat dimanfaatkan oleh masyarakat untuk pemasaran produk tempe sebagai oleh-oleh sehingga akan lebih merangsang peningkatan produk dalam berbagai inovasi.

## KESIMPULAN

Setelah diadakan pengabdian ini terdapat peningkatan kesadaran masyarakat akan potensi yang ada di Desa untuk dikembangkan menjadi desa yang produktif mempunyai oleh-oleh khas yaitu berupa keripik tempe dan tempe buntel. Selain itu wawasan dan motivasi produsen juga meningkat dalam mengemas serta menginovasikan produk mereka masing-masing. Serta terciptanya RUGUNA LANDING sebagai wadah kelompok sadar potensi desa yang terfokus dalam branding pengembangan desa Ngroto.

## REKOMENDASI

Masyarakat yang terbentuk dalam kelompok branding perlu melanjutkan pengembangan potensi desa Ngroto melalui program-program yang berkelanjutan. Selain itu produk keripik tempe bisa dipasarkan ke pusat oleh-oleh di kabupaten Grobogan

## UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih kepada warga masyarakat Desa Ngroto, kepala dusun di Desa Betahwalang, Kepala Desa Betahwalang, serta kelompok branding Desa Betahwalang yang telah banyak membantu pelaksanaan pengabdian masyarakat ini.

## REFERENSI

- [1] Pemerintah Desa Ngroto, "Profil Desa Ngroto Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan," 2019.
- [2] LPPM UMJ, *Buku Pedoman Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat*. Jakarta: LPPM UMJ, 2016.
- [3] UNISNU Jepara, "Pengabdian Kepada Masyarakat (Program Kerja Berbasis Kemitraan)," 2022.
- [4] STIMED Nusa Palapa, *Panduan Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat*. Makassar: STIMED Nusa Palapa, 2015.
- [5] Depkes RI, *Higiene Sanitasi Makanan dan Minuman*. Jakarta: Dirjen PPL dan PM, 2004.
- [6] S. Fathonah, *Higiene dan Sanitasi Makanan*. Semarang: Unnes Press, 2005.
- [7] A. Vian, "Pengaruh Inovasi Produk dan Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing (Survey pada UKM Batik Deden Tasikmalaya)," *J. Fak. Ekon.*, vol. 5, pp. 39–48, 2012.
- [8] S. T. Dewi, "Analisa Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran," *J. Magister Manaj. Univ. Diponegoro*, vol. 6, pp. 102–111, 2006.

- [9] M. R. Klimchuk, *Desain Kemasan Perencanaan Merk Produk yang Berhasil Mulai Dari Konsep Sampai Penjualan*. Jakarta: Erlangga, 2007.
- [10] I. Tio, P. R., & Khasanah, "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Desain Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Merek Vicious Colony di Werehouse Store Banjarmasin," *Diponegoro J. Manag.*, vol. 5, no. 2, 2016.