

## PEMANFAATAN TEKNOLOGI DIGITAL DALAM PEMASARAN “TEMPE KRIUK” IBU YUS DI KABUPATEN OGAN KOMERING ULU TIMUR

**Winda Feriyana**

STIE Trisna Negara Sumatera Selatan

Email: Feriyanawinda@gmail.com

**Abstrak :** *Dalam pelaksanaan kegiatan ini adalah dengan memberi pemahaman (teori dan praktek) mengenai pemanfaatan teknologi digital dalam pembuatan keripik tempe bagi UMKM di Gumawang Kecamatan Belitang Ogan Komering Ulu Timur. Kegiatan ini bertujuan untuk melakukan data dan penelitian di lapangan untuk skala industri rumah tangga yang menggunakan tenaga kerja keluarga ataupun tetangga sekitar, Sehingga industri rumah tangga yaitu keripik tempe dapat menjadi penopang kehidupan dan sumber pendapatan untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari. Dan hasil dari penelitian ini pemahaman mengenai pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran produk tersebut dapat menjangkau pasar yang lebih luas hingga keluar daerah.*

**Kata Kunci:** Teknologi, Keripik Tempe.

### 1. PENDAHULUAN

Pertanian merupakan sektor penting dalam pertumbuhan ekonomi nasional. Hal ini disebabkan sebagian besar wilayah penduduk Indonesia bermata pencaharian sebagai petani dan sektor pertanian menduduki posisi strategis yang dikaitkan dengan fungsinya untuk mencapai beberapa tujuan antara lain untuk mencapai swasembada pangan, meningkatkan sumber devisa negara dan menaikkan pendapatan petani yang merupakan lapisan terbesar masyarakat. Indonesia banyak terdapat industri pengolahan hasil pertanian, salah satunya adalah industri pengolahan kedelai. Kedelai mempunyai peranan yang sangat penting bagi masyarakat, ini dapat dilihat dari adanya kenyataan bahwa sebagian besar masyarakat tidak dapat melepaskan diri dari bahan makanan yang berbahan baku kedelai. Proses pengolahan kedelai menjadi berbagai makanan pada umumnya merupakan proses yang sederhana, dan peralatan yang digunakan cukup dengan alat-alat yang biasa dipakai di rumah tangga, kecuali mesin pengupas, penggiling, dan cetakan. Kedelai banyak mengandung unsur dan zat-zat makanan.

Kedelai banyak mengandung unsur dan zat-zat makanan penting seperti pada tabel berikut: Tabel 1. Komposisi Gizi Kedelai per 100 gram Bahan Komponen Kadar Protein 19,5% Lemak 4% Karbohidrat 9,4% Vitamin B12 3,9-5% Sumber : Radiyahati, 1990. Salah satu bahan makanan berbahan baku kedelai adalah keripik tempe. Keripik tempe merupakan tempe tipis yang digoreng kering seperti kerupuk, teksturnya kering dan keras. Tempe yang digunakan dapat berasal dari tempe yang sudah dibuat berukuran tipis dan ada juga tempe yang diiris terlebih dahulu. Apabila disimpan di tempat kering dan bersih, keripik tempe dapat bertahan sampai beberapa minggu. Misalnya dipak dalam kantong plastik atau kaleng yang tertutup rapat dan tidak terkena pengaruh udara lembab.

Industri tempe sebagai usaha yang menjanjikan dan memiliki potensi untuk menjadi industri andalan. Industri tempe dalam data tersebut menurut penjelasan Disperindagkop yang dimaksud adalah industri tempe dan olahannya, termasuk keripik tempe. Industri tempe yang ada pada tabel produknya tidak hanya tempe, karena bentuk produk dengan bahan dasar tempe juga

termasuk di dalamnya. Salah satu produk dengan bahan dasar tempe yang masuk dalam kategori industri tempe adalah keripik tempe. Keripik tempe, menjadi salah satu makanan yang banyak digemari masyarakat karena harganya murah dan dapat dijadikan camilan maupun lauk pendamping nasi. Industri keripik tempe banyak terdapat di Kabupaten OKU Timur, terutama di Kecamatan Belitang. Berdasarkan data dan pengamatan di lapangan, skala industrinya masih ada pada industri rumah tangga yang menggunakan tenaga kerja keluarga ataupun tetangga sekitar. Industri keripik tempe dapat menjadi penopang kehidupan dan sumber pendapatan untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari. Industri rumah tangga keripik tempe dapat menjadi industri andalan di Kecamatan Belitang Kabupaten OKU Timur. Salah satu hal yang diperlukan adalah pemasaran produk. Pemasaran produk yang baik memerlukan strategi pemasaran yang tepat agar industri rumah tangga keripik tempe dapat berkembang, sehingga peneliti melakukan penelitian dengan tujuan memberikan masukan strategi yang tepat untuk memasarkan keripik tempe melalui pemanfaatan teknologi digital yang tengah berkembang saat ini.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### a. Pemasaran

Pengertian pemasaran menurut Lembaga Pendidikan dan Pembinaan Manajemen adalah untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen dan menjelmakannya, sehingga menjadi produk atau jasa. Usaha tersebut memberikan kepuasan kepada semua pihak yang berhubungan dengan perusahaan. Dari penjelasan tersebut di atas dapat diambil kesimpulan bahwa pemasaran adalah sabagian usaha untuk menciptakan dan mengarahkan suatu standar kehidupan masyarakat.

Beberapa pengertian pemasaran Menurut beberapa ahli :

#### 1) Philip Kotler

Philip Kotler, mendeskripsikan bahwa pemasaran adalah serangkaian kegiatan manusia di tujuan untuk memperlancar serta menyempurnakan pertukaran. Definisi pemasaran pendapat Philip Kotler:

##### a) Adanya kegiatan manusia

Segala macam pertukaran dan kegiatan produk adalah merupakan kegiatan yang di laksanakan oleh manusia. sedangkan pemasaran itu selalu menyangkut masalah transaksi dan pertukaran barang dan jasa.

##### b) Adanya yang dipertukarkan

Obyek pertukaran adalah barang, jasa, uang, perhatian, waktu, energi dan lain sebagainya.

##### c) Adanya pembeli dan penjual

Dalam masalah ini perlu diperhatikan :

- Adanya dua kelompok atau lebih yang perlu diperhatikan terhadap pertukaran barang dan jasa.
- Setiap yang dipertukarkan harus mempunyai nilai bagi kepentingan yang lainnya.
- Setiap pihak harus mampu berkomunikasi dan menyerahkan barang-barang dan jasa.

#### 2. D.W.Foster

D.W.Foster, mendefinikan bahwa pemasaran adalah suatu proses yang sistematis, berurutan dari perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan usaha. Pemasaran adalah suatu filsafat yang menyatakan bahwa perusahaan harus dipengaruhi oleh pasarnya (oleh konsumennya) dan bukan oleh fasilitas produksi atau teknik yang dimilikinya.

### b. Kedelai (*Glycine max* (L) Merrill)

Tanaman kedelai diklasifikasikan sebagai berikut :

Kingdom : Plantae

Divisio : Spermatophyta  
Subdivisio : Angiospermae  
Class : Dicotyledoneae  
Ordo : Polypetales  
Family : Leguminosae  
Subfamily : Papilionoideae  
Genus : Glycine  
Species : Glycine max (L.) Merrill

Kedelai dapat diolah menjadi tempe, keripik tempe, tahu, kecap, susu, dan lain-lain. Proses pengolahan kedelai menjadi berbagai makanan pada umumnya merupakan proses yang sederhana dan peralatan yang digunakan cukup dengan alat-alat yang biasa dipakai di rumah tangga, kecuali mesin pengupas, penggiling, dan cetakan (Cahyadi, 2007).

Kedelai merupakan komoditas pertanian yang sangat dibutuhkan di Indonesia, baik sebagai bahan makanan manusia, pakan ternak, bahan industri maupun bahan penyegar. Bahkan dalam perdagangan pasar internasional, kedelai merupakan komoditas ekspor berupa minyak nabati, pakan ternak. Kedelai juga mempunyai peran yang sangat penting bagi dalam pola konsumsi bahan pangan sebagai proses sumber protein nabati (Rukmana dan Yuyun, 1996).

### c. Tempe

Tempe merupakan produk olahan kedelai hasil fermentasi jamur *Rhizopus* sp yang bernilai gizi tinggi dan disukai cita rasanya. Cita rasa langu yang terdapat pada biji kedelai dapat dieliminasi selama proses pengolahan tempe. Sejauh ini, bahan baku tempe sebagian besar masih menggunakan kedelai impor yang dianggap memiliki kualitas fisik lebih baik dibanding kedelai lokal (Widowati dkk, 2009).

Ragi (inokulum) tempe atau laru merupakan kumpulan spora kapang tempe yang digunakan untuk bahan pembibitan dalam pembuatan tempe.

Tanpa laru sebagai benih kapangnya, kedelai yang difermentasi akan menjadi busuk. Laru adalah suatu benda yang mengandung benih kapang tempe dalam pembuatan tempe, laru dicampurkan pada kedelai yang telah dimasak, ditiriskan dan kemudian didinginkan. Penggunaan laru yang baik sangat penting untuk menghasilkan tempe yang bermutu baik (Sarwono, 2007).

Tempe yang digunakan untuk membuat keripik tempe adalah tempe kedelai yang dibungkus lebar dengan daun pisang, daun jati, atau kertas bekas berukuran lebar sekitar 15 cm dan panjang sekitar 20 cm. Alat pembungkus dibentangkan ditempat yang rata, misalnya meja kayu. Diatas pembungkus diletakkan diatas lembaran daun kecil sebagai pelapis tempe.

Bahan tempe sebanyak dua sendok makan diletakkan diatas lembaran daun kecil lalu diratakan sehingga panjangnya 10-12 cm dan lebarnya 7-10 cm (Sarwono, 2007).

### d. Keripik tempe

Keripik tempe adalah tempe tipis yang digoreng kering seperti kerupuk. Teksturnya kering dan keras. Apabila disimpan ditempat kering dan bersih, keripik tempe dapat tahan disimpan sampai beberapa minggu.

Misalnya dipak dalam kantong plastik, kaleng, atau stoples yang tertutup rapat dan tidak terkena pengaruh udara lembab (Sarwono, 2007). Keripik tempe adalah jenis makanan ringan hasil olahan tempe. Kadar protein keripik tempe cukup tinggi yaitu berkisar antara 23% - 25%.

Tempe yang digunakan untuk pembuatan keripik tempe melalui proses yang sedikit berbeda dengan proses pembuatan tempe untuk sayur. Tempe yang akan dijadikan keripik tempe lebih tipis dan langsung dicetak dengan alas daun. Alur proses pembuatan keripik tempe adalah sebagai berikut :

Kedelai

**Perebusan I** sampai menggelembung

- Perendaman sampai berbusa dan mengeluarkan bau asam
- Penirisan kemudian dicuci
- Pembelahan dan pengupasan biji kedelai dengan kaki atau mesin
- Pencucian

**Perebusan II**

- Penirisan dan pendinginan
- Inokulasi dengan ragi tempe (laru)
- Pengadukan agar ragi merata
- Pembungkusan dengan plastik atau daun pisang panjang 10-12 cm, lebar 7-10 cm, dan tebal 1-1,5 mm disimpan
- Tempe untuk keripik tempe
- Bungkusan tempe dibuka, dimasukkan dalam adonan tepung cair
- berbumbu kemudian digoreng sampai setengah kering.
- Tempe setengah kering digoreng lagi dalam minyak yang lebih panas sampai tampak kering kemudian diangkat dan ditiriskan.

### 3. METODE PELAKSANAAN

- a. Kegiatan PKM di Desa Gumawang Kecamatan Belitang Ogan Komering Ulu Timur disesuaikan dengan waktu dan tempat yang ditentukan oleh kesepakatan bersama antara pemilik home industri dan tim penyuluh;
- b. Sasaran kegiatan adalah bapak-bapak dan ibu-ibu rumah tangga yang mampu menggerakkan perekonomian keluarga;
- c. Penyuluhan dilaksanakan secara langsung oleh penyuluh kepada para bapak-bapak dan ibu-ibu rumah tangga agar memahami metode pemasaran dengan pemanfaatan teknologi digital dengan baik.

### 4. HASIL KEGIATAN

Hasil kegiatan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah sebagai berikut:

- a. UMKM “Tempe Kriuk” Ibu Yus Kecamatan Belitang Ogan Komering Ulu Timur memiliki kemampuan dan pengetahuan lebih baik tentang kewirausahaan.
- b. UMKM “Tempe Kriuk” Ibu Yus Kecamatan Belitang Ogan Komering Ulu Timur mampu mengembangkan dan manajemen usahanya dengan baik secara mandiri maupun berkelompok.
- c. UMKM “Tempe Kriuk” Ibu Yus Kecamatan Belitang Ogan Komering Ulu Timur mampu berwirausaha dengan “Tempe Kriuk” yang mereka buat sendiri hingga bisa dikenal sampai ke daerah lain atau berskala nasional.



Gambar 1  
Dari Tempe Mentah Sampai Menjadi Tempe Kriuk

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### a. Kesimpulan

Dalam kegiatan bimbingan pelatihan kewirausahaan UMKM adalah bagaimana cara pemasaran tempe kriuk dengan memanfaatkan teknologi digital bagi UMKM “Tempe Kriuk” Ibu Yus Kecamatan Belintang Ogan Komering Ulu Timur.

Kegiatan ini berjalan lancar sesuai dengan yang dijadwalkan. Kegiatan ini sangat menarik minat dari bapak-bapak dan ibu-ibu rumah tangga desa Gumawang untuk memulai usahanya di bidang kewirausahaan khususnya dalam pembuatan tempe kriuk secara mandiri ataupun berkelompok.

Berdasarkan hasil analisis situasi dan hasil kegiatan pengabdian masyarakat, diharapkan masyarakat lebih memahami bahwa untuk metode Pemasaran produk yang baik memerlukan strategi pemasaran yang tepat agar industri rumah tangga dapat berkembang, sehingga peneliti melakukan penelitian dengan tujuan memberikan masukan strategi yang tepat untuk memasarkan produk olahan skala rumah tangga.

### b. Saran

- 1) Untuk lebih meningkatkan lagi kualitas kreasi dan inovasinya dengan tetap terus memberikan produk yang berkualitas kepada konsumen.
- 2) Agar kegiatan UMKM ini memperoleh dukungan penuh dari pemerintah setempat agar bisa meningkatkan perekonomian keluarga dan daerah secara keseluruhan.

- 3) Melakukan pemasaran yang lebih luas secara continue dengan menggunakan teknologi digital yang ada, agar jangkauan pemasaran lebih luas.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Daryanto dan Aris Dwi Cahyono. 2013. *Kewirausahaan (Penanaman Jiwa Kewirausahaan)*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.
- Sarwono, Bambang. 2010. *Usaha Membuat Tempe dan Oncom*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Radiyah T., 1992. Pengolahan Kedelai. <http://warintek.ristek.go.id>. Akses 21 Februari 2008
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Mileinium. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Foster, DW. *Keunggulan Bersaing*. Jakarta: Erlangga, 1980
- Cahyadi, W., (2007), **Kedelai Khasiat dan Teknologi**, Bumi Aksara, Jakarta.
- Rukmana, R. dan Yuyun Yuniarsih., 1996. *Kedelai Budidaya dan pascapanen*. Kanisius, Yogyakarta.
- Widowati, S. 2009. *Tepung Aneka Umbi Sebuah Solusi Ketahanan Pangan*. Balai Besar Penelitian dan Pengembangan Pascapanen Pertanian dalam Tabloid Sinar Tani.