

## Increasing the "Syahira" Tempe Chips UKM by Empowering Women to Be Competitive in Bukit Baru Village, Palembang

### Peningkatan UKM Keripik Tempe "Syahira" dengan Pemberdayaan Ibu-Ibu Agar Berdaya Saing di Kelurahan Bukit Baru Palembang

Imelda Saluza<sup>1</sup>, Mukhsin Patriansah<sup>2</sup>, Try Wulandari<sup>3</sup>, Agustina Heryati<sup>\*4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Universitas Indo Global Mandiri

E-mail: [imeldasaluza@uigm.ac.id](mailto:imeldasaluza@uigm.ac.id)<sup>1</sup>, [mukhsin\\_dkv@uigm.ac.id](mailto:mukhsin_dkv@uigm.ac.id)<sup>2</sup>, [wulan@uigm.ac.id](mailto:wulan@uigm.ac.id)<sup>3</sup>, [agustina.heryati@uigm.ac.id](mailto:agustina.heryati@uigm.ac.id)<sup>\*4</sup>

#### Abstract

*Empowering mothers has significant potential to enhance SME competitiveness, as demonstrated by the "Syahira" Tempe Chips SME in Bukit Baru Village. Challenges faced include slow production, non-durable products, lack of innovation, absence of branding, and limited business and marketing skills. This program aimed to improve tempe chip production, product quality, business management skills, and marketing reach. Methods used included training, mentoring, and evaluations through questionnaires analyzed with Microsoft Excel. The program involved 28 participants, including housewives and business actors. Results showed production increased to 30-50 kg per day with a tempe cutting machine and drainer, yielding crispier, more durable chips and reducing production time to under 10 minutes. Additionally, participants' production and management skills improved by an average of 82%. This community service initiative successfully enhanced the SME's performance and increased mothers' income in Bukit Baru Village, contributing to local economic growth.*

**Keywords:** Empowerment, SMEs, Digital Marketing, Tempe Chips.

#### Abstrak

*Pemberdayaan ibu-ibu memiliki potensi besar meningkatkan daya saing UKM, seperti dilakukan UKM Keripik Tempe "Syahira" di Kelurahan Bukit Baru. Kendalanya produksi lambat dan produk tidak tahan lama tanpa inovasi, logo, kurangnya keterampilan, manajemen usaha serta jangkauan pemasaran. Tujuan kegiatan ini meningkatkan produksi keripik tempe dan kualitas produk, meningkatkan keterampilan manajemen usaha, dan memperluas pemasaran. Metode digunakan pelatihan, pendampingan, dan evaluasi menggunakan kuesioner dianalisis dengan Microsoft Excel. Pelatihan diikuti 28 peserta terdiri dari ibu rumah tangga dan pelaku usaha. Hasil menunjukkan peningkatan produksi mencapai 30-50 kg per hari menggunakan mesin pemotong tempe dan alat peniris, yang membuat keripik lebih renyah dan tahan lama dengan waktu produksi kurang dari 10 menit. Selain itu, keterampilan produksi dan manajemen peserta meningkat rata-rata sebesar 82%. Kesimpulan dari kegiatan ini adalah program pengabdian berhasil secara signifikan meningkatkan kinerja UKM Keripik Tempe "Syahira" dan pendapatan Ibu-Ibu di Kelurahan Bukit baru, sehingga dapat berkontribusi pada peningkatan ekonomi lokal.*

**Kata kunci:** Empowerment, SMEs, Digital Marketing, Keripik Tempe

## 1. PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, industri makanan ringan telah berkembang pesat seiring dengan meningkatnya kesadaran konsumen terhadap kesehatan. tempe, sebagai salah satu produk olahan kedelai, kini semakin diminati karena kandungan gizi yang tinggi serta manfaat kesehatannya. Tempe memiliki cita rasa yang lezat dan gurih serta kandungan gizi seperti protein yang tinggi, serat, serta probiotik alami yang terbentuk selama proses hasil fermentasi kedelai ([Alvina et al., 2019](#)), ([Puspitasari et al., 2019](#)). Proses olahan tempe salah satunya keripik tempe. Keripik tempe merupakan cemilan sehat dan bergizi sangat digemari ([Simanjuntak et al., 2023](#)). Ditengah persaingan pasar dan berbagai jenis camilan atau snack alternatif yang diminati di pasaran. Akan tetapi permintaan akan keripik tempe sangat tinggi ([Karakter et al., 2021](#)). Namun, untuk tetap relevan dan bersaing di pasar yang semakin kompetitif, UMKM di sektor makanan

ringan perlu terus berinovasi. Inovasi dalam hal rasa, kemasan yang menarik, serta penggunaan teknologi untuk meningkatkan efisiensi produksi menjadi kunci utama dalam pengembangan produk ([Muh. Husriadi, 2024](#)). Selain itu, tren pemasaran digital seperti penggunaan media sosial dan konten video juga menjadi faktor penting dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya tarik produk di kalangan konsumen ([Muh. Husriadi, 2024](#)).

Salah satu produsen keripik tempe di kota Palembang yakni Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Keripik Tempe "Syahira", yang telah berdiri sejak tahun 2018. Mayoritas UKM mempekerjakan anggota keluarga dan memberdayakan ibu-ibu rumah tangga di Kelurahan Bukit Baru yang tidak bekerja dan berpenghasilan rendah.

Pemberdayaan ibu-ibu rumah tangga memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan perekonomian lokal ([Vera K. Mandey\\*, 2023](#)), ([Megavity et al., 2024](#)). Di Kelurahan Bukit Baru, banyak ibu rumah tangga yang memiliki potensi untuk berwirausaha namun terbatas oleh kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola usaha. Dengan pemberdayaan yang tepat, seperti pelatihan keterampilan produksi, manajemen keuangan, dan pemasaran digital ([Sari et al., 2024](#)) ibu rumah tangga dapat berperan aktif dalam meningkatkan produksi ([Satria Gunawan Zain et al., 2023](#)) dan pemasaran produk lokal (Dassucik, Ahmad Hafas Rasyidi, Sri Ayundha, 2024), yang pada gilirannya dapat meningkatkan pendapatan keluarga dan memberikan dampak positif terhadap ekonomi daerah. Pemberdayaan ini juga membantu berwirausaha baru ([Dassucik, Ahmad Hafas Rasyidi, Sri Ayundha, 2024](#)) dan memperluas akses mereka terhadap peluang ekonomi yang lebih baik ([Muh. Husriadi, 2024](#)).

Tantangan utama adalah proses produksi yang masih menggunakan cara tradisional, yang membatasi kapasitas produksi dan kualitas produk. Misalnya, produksi UKM keripik tempe "Syahira" masih rendah dikarenakan Semua proses cara tradisional mulai dari proses pemotongan tempe sampai pengemasannya ([Zulkifli et al., 2022](#)). Permintaan yang dulunya permintaan mencapai lebih dari 10-15 Kg/Perhari, untuk sekarang 30-50 Kg/Perhari. Sehingga banyak sekali permintaan yang tidak terpenuhi dan pelanggan menunggu orderan. Selain itu juga produk keripik tempe tidak tahan lama, tidak renyah, belum ada inovasi rasa, tidak ada logo serta ukuran kemasan yang tidak variatif ([Heryati1 et al., 2020](#)), sehingga tidak terjadi peningkatan produksi ([Ulya et al., 2022](#)). UKM Keripik Tempe "Syahira" menghadapi beberapa tantangan yang memengaruhi kemampuan mereka untuk berkembang menghambat efisiensi dan menghasilkan produk yang kurang tahan lama. Selain itu, kurangnya inovasi dalam rasa dan kemasan membuat produk mereka kurang menarik di pasar yang sudah dipenuhi dengan berbagai macam makanan ringan modern. UKM ini juga menghadapi kesulitan dalam pengelolaan keuangan dan kurangnya kesadaran melakukan pencatatan keuangan untuk bisnis mereka. ([Umkm et al., 2023](#)). Untuk UKM Keripik Tempe "Syahira" kurangnya pemahaman pengelolaan keuangan yang benar. Dikarenakan pengelola keuangan yang tidak tepat dapat menyebabkan UMKM tidak bertahan lama ([Dewi & Fitriya, 2021](#)).

Produk dipromosikan secara online, memperluas jangkauan konsumen dengan memanfaatkan media sosial untuk pemasaran ([Rahma Dani et al., 2024](#)). Digital marketing mampu memperluas cakupan pasar produk dan sekaligus mendukung peningkatan penjualan ([Adi et al., 2023](#)). Dengan cara ini, UMKM dapat meningkatkan daya saing mereka (Rahmi et al., 2021). Saat ini pemasaran keripik tempe belum lewat digital marketing lainnya seperti *instagram*, *facebook* dan belum adanya video konten yang berisikan promosi keripik tempe "Syahira".

Target utama adanya peningkatan UKM keripik tempe "Syahira" dan mencakup ibu-ibu yang bertanggung jawab atas urusan rumah tangga ([Tri et al., 2022](#)). Solusi yang diberikan tim PKM untuk ibu-ibu rumah tangga dan UKM ini untuk mengatasi permasalahan diatas diberikan pelatihan dan sosialisasi ([Heryati et al., 2024](#)) yang bertujuan untuk menambahkan keterampilan dan pengetahuan mitra menjadi lebih baik. Pelatihan dan sosialisasi yang di berikan diantaranya pelatihan dan pendampingan dari aspek produksi ([Orbayinah, 2021](#)), aspek manajemen usaha, dan aspek pemasaran.

Dengan diadakan pelatihan dan pendampingan, diharapkan pengetahuan dan keterampilan ibu-ibu rumah tangga dan UKM Keripik Tempe "Syahira" meningkat. Sehingga ibu-

ibu rumah tangga di Kelurahan Bukit Baru membantu menambah penghasilan keluarga dan dapat berwirausaha baru, sedangkan untuk Mitra meningkatnya produksi, kualitas keripik tempe menjadi lebih baik, kelola manajemen usaha yang baik dan pemasaran yang luas.

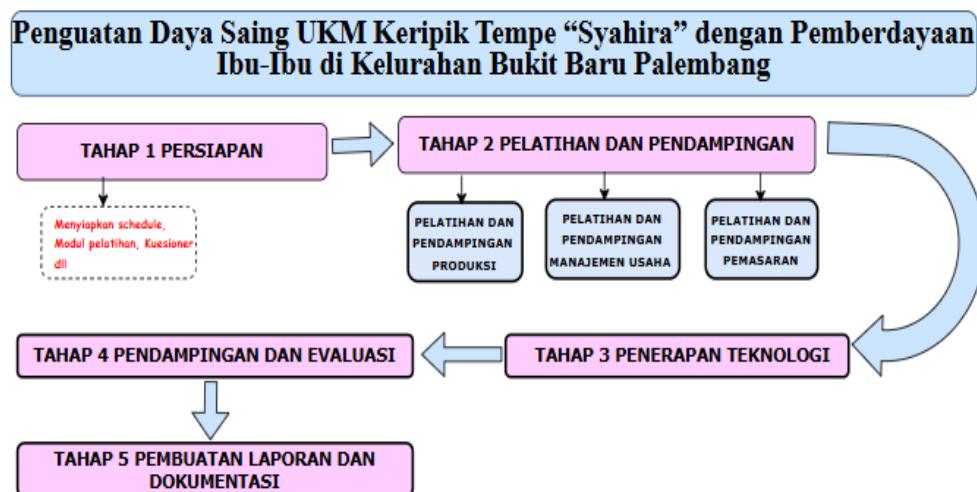
## 2. METODE

Pemberdayaan ibu-ibu telah membantu meningkatkan UKM Keripik Tempe "Syahira" agar menguatkan daya saing bisnis, Mitra beralamat jln. tanjung barangin lr tanjung palam rt 02 rw 03 Kel Bukit Baru Kec Ilir Barat 1 kota Palembang. Mitra terdiri dari berjumlah 28 orang.

Waktu Pelaksanaan untuk pelatihan dan pendampingan akan dilaksanakan selama 4 hari pelatihan dan 1 pendampingan, dimulai pada tgl 25-29 Agustus 2024. Tahap pertama yakni tahap produksi berupa pembuatan keripik tempe dan penggunaan alat, serta pembuatan logo, sosialisasi packaging dan Inovasi rasa, kemudian tahap manajemen usaha, tahap digital marketing, serta tahap pembimbingan.

Peran Mahasiswa dalam program yakni Mahasiswa akan bertindak sebagai fasilitator dan pendamping selama pelatihan dan bimbingan ([Istiqamah, 2024](#)). Mereka akan membantu dalam proses pengajaran, menyediakan materi pelatihan, memantau perkembangan peserta, serta memberikan bimbingan pribadi. Mahasiswa juga akan bertanggung jawab dalam pengumpulan dan analisis data melalui kuesioner untuk evaluasi akhir program serta membantu dalam administrasi selama kegiatan

Metode yang digunakan adalah pelatihan langsung, pendampingan, dan evaluasi berbasis kuesioner([Subarkah & Dkk, 2023](#)). Pelatihan langsung memungkinkan peserta untuk belajar secara praktis dan mengaplikasikan pengetahuan baru, sedangkan pendampingan berfokus pada memberikan dukungan berkelanjutan (Fitriani, n.d.). Pemilihan metode pelatihan dan pendampingan bertujuan agar UKM Keripik Tempe "Syahira" dan ibu-ibu rumah tangga meningkat keterampilan dan pengetahuan dalam pembuatan tempe, penggunaan alat pengabdian, bagian produksi, manajemen usaha serta tahap penerapan teknologi. Kegiatan PKM ini dilaksanakan dalam beberapa tahap, seperti yang ditunjukkan pada visualisasi Gambar 1:



Gambar 1. Tahapan PKM

Tahapan dari kegiatan dijelaskan sebagai berikut :

### 1. Tahap Persiapan

Kegiatan yang dilakukan adalah 1) Ketua PKM melakukan pembagian tugas dan tanggung jawab berdasarkan keterampilan dan keahlian sesuai dengan kegiatan PKM; 2) Melaksanakan kegiatan PKM sesuai dengan jadwal; 3) Melakukan evaluasi awal terhadap pengetahuan dan kemampuan pengurus mitra secara kuantitatif. Tahap Persiapan ini melakukan Identifikasi permasalahan Mitra. Dimana untuk masalah di bidang produksi: UKM keripik tempe masih

menggunakan alat tradisional sehingga kesulitan memenuhi permintaan masyarakat ([Wijayanti & dkk, 2016](#)); Peniris masih manual sehingga kualitas keripik tempe kerenyahannya tidak tahan lama; Rasa keripik tempe hanya gurih belum inovasi rasa lain, tidak ada logo; Kemasan tersedia dalam ukuran besar; Masalah di bidang manajemen usaha: Kurang pemahaman tentang manajemen keuangan dan belum terbentuknya kelompok usaha mandiri ([Novila Sari et al., 2022](#)); Masalah di bidang pemasaran: kurangnya pengetahuan pemasaran lewat digital marketing, dan belum inovasi promosi lewat konten video ([Yuliana et al., 2023](#)).

Kemudian dilakukan Identifikasi kebutuhan mitra diantaranya kebutuhan Teknologi untuk produksi inovasi rasa, kemasan dan logo: mitra memerlukan teknologi produk yang tepat guna. Tim PKM memberikan masukkan tentang penggunaan alat, yaitu Mesin Pemotong Tempe, Mesin Peniris Minyak Spinner; kebutuhan peningkatan SDM pengurus mitra. peningkatan SDM dengan pemberian topik pembuatan laporan keuangan dan digital marketing. Serta kebutuhan perluasan pemasaran: Kebutuhan untuk memiliki akses pasar yang luas, maka Tim PKM memberikan pelatihan dengan digital marketing.

## 2. Tahap Pelatihan dan Pendampingan

### a. Tahap Produksi

#### 1) Penggunaan Mesin Pemotong Tempe Dan Mesin Peniris Minyak Spinner

Tujuan pelatihan agar dapat menggunakan Mesin Pemotong Tempe dan Mesin Peniris Minyak Spinner. Pelatihan dan Pendampingan kepada mitra dan ibu-ibu rumah tangga materi diberikan: 1) Pelatihan alat mesin perajang tempe dan Alat spiner peniris minyak; 2) Praktek menggunakan alat; 3) Diskusi dan tanya jawab; 4) Pendampingan. Narasumber : Bpk. Kukuh Wiyono selaku suami dari owner Ibu Siti Aina.

#### 2) Inovasi rasa

Tujuan pelatihan dapat memberikan alternatif rasa keripik tempe sehingga inovasi rasa dengan tambahan bumbu seperti coklat, keju, balado, serta jagung bakar. Materi diberikan: 1) Pengenalan rasa keripik tempe dan praktek implementasi tempe dengan bumbu; 2) Diskusi dan tanya jawab; 3) Pendampingan, Pemateri: Mukhsin Patriansah.

#### 3) Peningkatan Kualitas Kemasan dan Logo

Tujuan ini adalah memberikan pengetahuan cara kemasan keripik tempe yang baik dan kemasan segala ukuran serta pembuatan logo untuk UKM kepada mitra dan ibu-ibu rumah tangga. Materi diberikan: 1) Pengenalan tata cara dan praktek kemasan dengan segala ukuran; 2) Praktek pembuatan logo; 3) Diskusi dan tanya jawab; 4) Pendampingan, Pemateri: Mukhsin Patriansah.

### b. Tahap Manajemen Usaha

#### 1) Pembuatan Laporan Keuangan UKM Keripik Tempe "Syahira".

Tujuan pelatihan adalah meningkatkan kemampuan mitra dan pemberdayaan ibu-ibu rumah tangga dalam mengelola keuangan. Materi: 1. Pengetahuan laporan keuangan ([Putri et al., 2024](#)) dengan Aplikasi "BukaWarung"; 2. Praktik membuat laporan keuangan; 3. Diskusi dan tanya jawab; 4. Pendampingan, Pemateri: Try Wulandari.

#### 2) Keterampilan Ibu-Ibu Rumah Tangga untuk Berwirausaha Mandiri

Tujuan penelitian adalah untuk memberikan dukungan yang keberlanjutan kepada UKM keripik tempe "Syahira" dan Pemberdayaan ibu-ibu menjadi wirasusaha mandiri. Materi: 1) Motivasi menjadi wirausaha baru yang mandiri; 2) Diskusi dan tanya jawab; 3) Pendampingan, Pemateri : Try Wulandari dan TIM PKM

### c. Tahap Pemasaran

#### 1) Pemasaran Produk melalui Digital Marketing

Tujuan ini adalah memberikan pengetahuan dan keterampilan dan pendampingan kepada mitra dan ibu-ibu rumah tangga cara kelola digital marketing dengan platform facebook,

tiktok dan instagram. Berisi materi: 1) Pengenalan tentang digital marketing dan cara pendaftaran akun bisnis di platform digital marketing; 2) Praktek pembuatan akun bisnis; 3) Diskusi dan tanya jawab; 4) Pendampingan. Pemateri : Imelda Saluza.

## 2) Pembuatan video konten kreatif

Pembuatan video agar mitra dan ibu-ibu rumah tangga memanfaatkan platform digital secara optimal. Materi yang diberikan: 1) Pengenalan tentang video konten dan praktik pembuatan video konten; 2) upload video konten; 3) Diskusi dan tanya jawab; 4) Pendampingan. Pemateri : Imelda Saluza dibantu oleh Tim PKM dan mahasiswa.

## 3. Tahap 3 Penerapan Teknologi

### a) Tahap Produksi

Untuk produksi penerapan teknologinya pada mesin pemotong tempe dan mesin peniris minyak spinner

### b) Tahap Manajemen Usaha

Penerapan teknologinya pada pembuatan laporan keuangan

### c) Tahap Digital Marketing

Penerapan teknologinya pada digital marketing untuk mitra terdiri dari platform facebook, instagram, dan tiktok.

## 4. Tahap 4 Pendampingan dan Evaluasi

### a. Tahap Pendampingan

1) Pelatihan Produksi (Alat - inovasi rasa – Kemasan - Logo); Pelatihan ini Bapak Mukhsin Patriansah sebagai membantu pelatihan penggunaan mesin pemotong tempe dan peniris minyak; pelatihan Inovasi rasa yang melibatkan 2 (dua) mahasiswa.

2) Pelatihan Manajemen Usaha; Pelatihan ini ibu Try Wulandari serta melibatkan 2 (dua) mahasiswa. Pelatihan pengetahuan laporan keuangan dengan Aplikasi "BukaWarung".

3) Pelatihan Digital Marketing; Pelatihan ini dipandu oleh Ibu Imelda Saluza sebagai pelatih Digital Marketing, dimulai dari sesi pelatihan hingga pembuatan akun media sosial (YouTube, Facebook, Instagram, dan TikTok), serta melibatkan 2 (dua) mahasiswa.

### b. Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi menjelaskan sistem mengukur tingkat keberhasilan dengan kegiatan penyebaran angket kepada peserta pelatihan berupa data kuesioner. Dalam tahap ini melibatkan 2 (dua) mahasiswa untuk mengelola data tersebut dengan microsoft excel.

Pengukuran evaluasi penyebaran kuesioner sebelum dan setelah pelatihan dengan menggunakan Skala Likert digunakan untuk menilai setiap jawaban dengan rentang 1-5, dengan 1 menunjukkan "Sangat Tidak Setuju" dan 5 menunjukkan "Sangat Setuju." Skala ini memberikan informasi yang jelas tentang seberapa besar perubahan yang terjadi pada peserta. Kuesioner tersebut dipilih karena memberikan data yang terstruktur dan mudah dianalisis untuk mengevaluasi efektivitas program secara objektif. Data yang dikumpulkan akan digunakan untuk perbaikan berkelanjutan dan untuk mengukur dampak program pada peningkatan keterampilan dan pengetahuan peserta.

## 5. Tahap 5 Pembuatan laporan dan Dokumentasi

Tahap berisikan membuat laporan PKM dan dokumentasi kegiatan pelatihan dan pendampingan kepada Mitra.

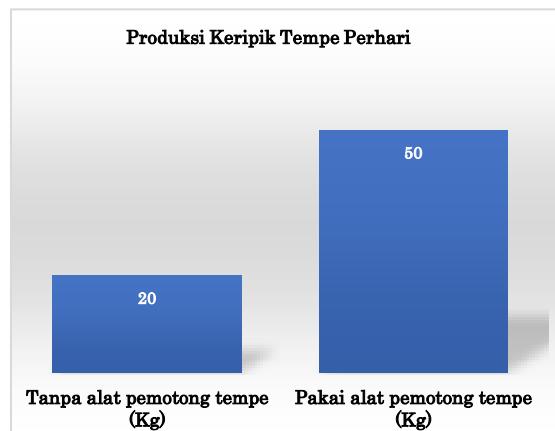
## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada Pembahasan pengabdian ini melakukan evaluasi menggunakan pembagian kuesiner kepada 28 peserta sebelum dan sesudah pelatihan dan pendampingan seperti:

1. Pengabdian kepada Hasil Evaluasi Penggunaan Alat Pemotong Tempe

Sebelum pelatihan dan pendampingan penggunaan alat pemotong tempe (otomatis), Mitra masih menggunakan alat manual, sehingga capaian produksi keripik tempe tidak terpenuhi mengakibatkan banyaknya orderan yang terlambat pengiriman.

Setelah dilakukan pelatihan dan pendampingan penggunaan alat pemotong tempe terpenuhnya capaian produksi keripik tempe perhari([Orbayinah, 2021](#)), setiap orderan dapat dikirim tepat waktu. Dibawah ini perbandingan tanpa alat dan pakai alat pemotong tempe pada gambar 2 :



Gambar 2. Hasil Evaluasi Penggunaan Alat Pemotong Tempe

Didapatkan hasil evaluasi dari gambar 2 bahwa perbandingan produksi keripik tempe per hari dalam kilogram (Kg) antara dua kondisi: tanpa menggunakan alat pemotong tempe dan dengan menggunakan alat pemotong tempe. Tanpa alat pemotong tempe: Produksi keripik tempe per hari adalah 20 Kg. Sedangkan Pakai alat pemotong tempe: Produksi keripik tempe per hari meningkat menjadi 50 Kg. Dapat disimpulkan bahwa penggunaan alat pemotong tempe meningkatkan produksi keripik tempe secara signifikan.

## 2. Hasil Evaluasi Penggunaan Alat Spinner penniris/ Pengering Keripik Tempe

Hasil evaluasi diolah sebelum penggunaan alat peniris minyak ini, pengeringan keripik tempe setelah dilakukan penggorengan membutuhkan waktu lama sehingga menyebabkan kualitas keripik tempe menurun produk tidak tahan lama dan tidak renyah. Setelah pemakaian alat peniris minyak, pengeringan keripik tempe menjadi lebih cepat produk lebih tahan lama dan renyah sehingga kualitas keripik tempe lebih baik. Dapat dilihat perbandingan tanpa dan pemakaian alat peniris minyak pada gambar 3:



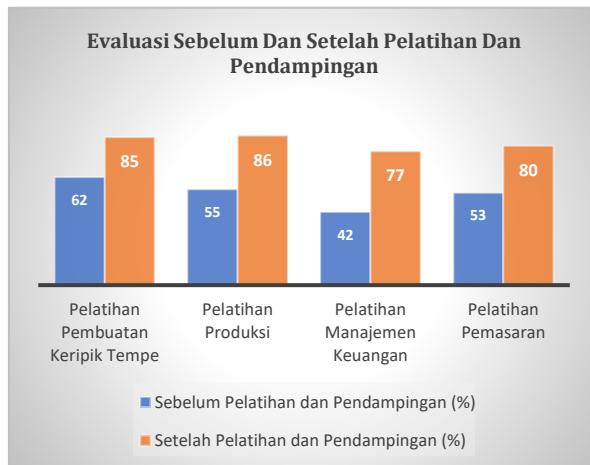
Gambar 3. Hasil Evaluasi Penggunaan Alat Spinner penniris/ Pengering Keripik Tempe

Gambar 3 ini membandingkan terkait penggunaan alat spinner peniris/ pengeringan minyak keripik tempe (dalam menit). Lama Penirisan/ pengeringan keripik tempe tanpa alat spinner selama 60 menit sedangkan dengan alat spinner hanya 20 menit. Kesimpulannya, penggunaan alat spinner ini dapat mengurangi waktu penirisan/ pengeringan keripik tempe sehingga lebih cepat untuk di kemas. Kualitas tempe menjadi lebih tahan lama, lebih renyah dan lebih kering.

### 3. Hasil Evaluasi Sebelum dan Setelah diadakan kegiatan pengabdian

Sebelum Pelatihan dan Pendampingan pada kegiatan pengabdian, keterampilan dan pengetahuan peserta masih terbatas, di mulai cara membuat keripik tempe sampai keripik tempe di kemas, juga keterampilan dan pengetahuan peserta masih minim dalam kelola manajemen usaha dan pemasaran produk lewat digital marketing.

Setelah kegiatan pengabdian ini, meningkatnya keterampilan dan pengetahuan peserta membuat keripik tempe yang benar, kualitas keripik tempe yang baik (keripik tempe yang tahan lama dan renyah adanya logo, inovasi rasa dan alternatif ukuran kemasan), bertambahnya keterampilan dan pengetahuan peserta terhadap kelola keuangan dan pemasaran produk. Evaluasi Kegiatan di lakukan dengan penyebaran kuesioner di 4 kali pelatihan yakni pelatihan pembuatan keripik tempe, produksi, manajemen usaha, pemasaran perbandingan sebelum dan sesudah dilakukan pelatihan dan pendampingan pada gambar 4:



Gambar 4. Hasil Evaluasi Sebelum dan Setelah Pelatihan dan Pendampingan

Pada gambar 4 didapatkan setelah dilakukan kegiatan tersebut untuk pelatihan pembuatan keripik tempe sebelum pelatihan dan pendampingan 62% dan setelah diadakan kegiatan ini mengalami kenaikan 85% pengetahuan dan keterampilan pemberdayaan ibu-ibu meningkat. Sebelum pelatihan dan pendampingan produksi hanya sebesar 55% pengetahuan dan keterampilan peserta produksi keripik tempe seperti kualitas produk, inovasi rasa, ukuran kemasan dan logo dan setelahnya mengalami peningkatan pada produksi sebesar 86%, sehingga meningkatnya dampak inovasi rasa signifikan untuk UKM Keripik Tempe "Syahira" produk memiliki berbagai variasi rasa dan logo untuk memperkenalkan produk lebih cepat serta berdaya saing. Pelatihan manajemen keuangan sebelum diadakan kegiatan ini pengetahuan peserta sebesar 42% sedangkan setelah pelatihan pendampingan peserta mengalami peningkatan sebesar 77%, sehingga efektivitas pelatihan manajemen keuangan menggunakan aplikasi tertentu. Dan untuk Pelatihan digital marketing sebelumnya keterampilan penerapan teknologi hanya sebesar peserta 53% sedangkan setelah pelatihan dan pendampingan peserta mengalami peningkatan keterampilan dalam penggunaan teknologi. Secara keseluruhan, melalui pelatihan dan pendampingan, peserta mengalami peningkatan sebesar 82% dalam pengetahuan dan keterampilan produksi setelah mengikuti empat sesi pelatihan.

Hasil yang dapat di terapkan di UKM lainnya dapat meningkatkan efisiensi produksi, kualitas produk, manajemen bisnis, dan strategi pemasaran mereka. Model pemberdayaan yang melibatkan pelatihan, inovasi, dan digitalisasi dapat diadopsi oleh berbagai UKM di sektor

makanan ringan maupun sektor lain untuk memperkuat daya saing mereka dan memberikan kontribusi lebih besar kepada perekonomian lokal.

#### 4. KESIMPULAN

Kesimpulan Program Kemitraan Masyarakat di laksanakan di UKM Keripik Tempe "Syahira" dengan memperdayakan ibu-ibu rumah tangga di Kelurahan Bukit Baru dilakukan 4 (empat) kali pelatihan dan pendampingan yakni 1) Pembuatan keripik tempe dan penerapan alat pemotong tempe dan peniris minyak; 2) Pelatihan produksi logo kemasan pada produk makanan; 3) Manajemen pembukuan keuangan; 4) Pelatihan Digital marketing. Hasil dari evaluasi yang dilakukan bagi peserta sebelum dan sesudah pelatihan dan pendampingan untuk penggunaan alat pemotong keripik tempe dan peniris minyak mengalami peningkatan alat pemotong tempe sebesar 50 kg sedangkan untuk peniris minyak keripik tempe lebih cepat hanya selama 20 menit, sehingga dapat menjaga kualitas keripik tempe agar lebih tahan lama dan lebih renyah. Sedangkan untuk pelatihan dan pendampingan kegiatan PKM yakni kegiatan produksi (pelatihan pembuatan logo, inovasi rasa dan ukuran kemasan), kegiatan manajemen usaha serta kegiatan pemasaran menunjukkan adanya peningkatan sebesar 82%.

Saran kesuksesan program PKM ini bukan hanya bisa tercapai dalam satu percobaan saja. UKM dapat menjalin kolaborasi dengan pemerintah dan institusi pendidikan. Partisipasi dalam bazar dan pameran produk lokal juga penting untuk memperluas jaringan pemasaran. Selain itu, pengembangan produk berkelanjutan melalui inovasi rasa, kemasan ramah lingkungan, dan produk premium dapat membantu menjangkau segmen pasar lebih luas. Mendorong ibu-ibu rumah tangga membuka usaha baru melalui pelatihan kewirausahaan untuk memberikan dampak ekonomi yang lebih besar. Penting bagi UKM keripik tempe :"Syahira" mengikuti stan atau bazar untuk memperkenalkan produk dan pelatihan menambah inovasi produk. Sedangkan Ibu-Ibu rumah tangga untuk membuka usaha baru atau mandiri agar dapat menambah perekonomian keluarga.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam kegiatan PkM penulis mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset dan Teknologi Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Riset dan teknologi yang telah mendanai Program Kemitraan Masyarakat tahun 2024 serta Universitas Indo Global Mandiri yang telah membantu memfasilitaskan untuk kelancaran PKM ini, UKM Keripik Tempe "Syahira" dan Ibu-Ibu rumah tangga sebagai Mitra yang telah membantu kesuksesan PKM ini. Tim PKM dan mahasiswa yang telah membantu terlaksananya PKM ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Adi, P., Mulyani, R., Noor, A., Putri, H., & Saputri, C. I. (2023). *Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Digital Marketing Pada Umkm Produk Pertanian Di Desa Bodag , Madiun , Jawa Timur Community Empowerment Through Digital Marketing Training In Agricultural Product Smes In Bodag Village , Madiun , East Java*. 6(2), 126–132.
- Alvina, A., Hamdani, D. H., & Jumiono, A. (2019). Proses Pembuatan Tempe Tradisional. *Jurnal Ilmiah Pangan Halal*, 1(1), 9–12. <Https://Doi.Org/10.30997/Jiph.V1i1.2004>
- Dassucik, Ahmad Hafas Rasyidi, Sri Ayundha, S. (2024). *Pemberdayaan Kewirausahaan Ibu-Ibu Rumah Tangga Melalui Pelatihan Pembuatan Berbagai Olahan Kelapa Untuk Meningkatkan Nilai Ekonomi Komoditas Lokal Di Dusun Tambak Ukir, Situbondo*. 3(1), 112–121.
- Dewi, N. N., & Fitriya, N. L. (2021). *Pengabdian Kepada Masyarakat Pengelolaan Keuangan Bagi Usaha Kecil Menengah Di Desa Wonoayu Kabupaten Sidoarjo*. 5, 139–145.
- Fitriani, R. Dkk. (N.D.). *Peningkatan Produktivitas Produksi Dan Kapabilitas Pemasaran Melalui Pendampingan Dan Pelatihan Pada Ukm Dian Jaya Karawang*. 62–65. <Https://Doi.Org/10.24853/Jpmt.6.1.62-65>
- Heryati, A., Afriyani, F., & Mubarat, H. (2024). *Peningkatan Daya Tarik Wisata Di Kota Palembang*

- Dengan Permainan Layang-Layang. 8(1), 5–12.
- Heryati1, A., Afriyani, F., & Ulfa, B. (2020). Pelatihan Packaging Produk Makanan Ringan Dan Otak-Otak. *Avoer Xii, November*, 18–19.
- Istiqamah, N. (2024). *Peran Mahasiswa Kkn-Ppl Universitas Nggusuwara Dalam Meningkatkan Kesadaran Bergotong Royong Warga Kelurahan Mande Di Kota Bima*. 3(4), 131–138.
- Karakter, P., Kuswidi, I., Lestari, D. F., & Arfinanti, N. (2021). *Eksplorasi Etnomatematika Pada Permainan Tradisional Layangan (Pemahaman Materi Bangun Datar Layang-Layang Dan)*. 3(2), 129–137.
- Megavitry, R., Haerani, & Sabril, A. (2024). Pelatihan Pembuatan Selai Buah Dan Sayur Pada Ibu-Ibu Rumah Tangga Kelurahan Tamarunang. *Science And Technology: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 124–130. <Https://Doi.Org/10.69930/Scitech.V1i2.41>
- Muh. Husriadi, A. N. (2024). Tantangan Dan Peluang Dalam Mengembangkan Umkm Di Kota Kendari: Analisis Strategis Dan Implikasinya. *Jurnal Ilmu Ekonomi (Jie)*, 3(1), 36–48. <Https://Risetekonomi.Com/Jurnal/Index.Php/Jie>
- Novila Sari, P., Travilta Oktaria, E., Derina Yusda, D., & Desita Wengrum, T. (2022). Pelatihan Manajemen Keuangan Bagi Pelaku Usaha Umkm Didesa Mekar Sari Kabupaten Mesuji. *Jurnal Pengabdian Umkm*, 1(1), 38–42. <Https://Jpu.Ubl.Ac.Id/Index.Php/Jpu>
- Orbayinah, S. (2021). *Peningkatan Kualitas Produk Dan Pengembangan Pasar Keripik Tempe*. 2106–2112. <Https://Doi.Org/10.18196/Ppm.45.701>
- Puspitasari, R. L., Elfidasari, D., & Perdana, A. T. (2019). Sosialisasi Tempe Sebagai Sumber Protein Bagi Ibu Hamil Dan Ibu Menyusui. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Universitas Al Azhar Indonesia*, 1(1), 12. <Https://Doi.Org/10.36722/Jpm.V1i1.333>
- Putri, S. A., Hertati, L., Terriavini, T., & ... (2024). Sosialisasi Peran Sia Dan Teknologi Informasi Dan Sdm Pengelola Bumdes. *Portal Riset* ..., 3(2), 94–101. <Https://Ojs.Transpublika.Com/Index.Php/Prima/Article/View/1185>
- Rahma Dani, S., Hertati, L., Heryati, A., Cahyani, N., & Puspitawati, L. (20024). Portal Riset Dan Inovasi Pengabdian Masyarakat (Prima) Pelatihan Promosi Produk, Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Umkm Go-Food. *Portal Riset Dan Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 84–93. <Https://Ojs.Transpublika.Com/Index.Php/Prima/>
- Rahmi, N., Maula, N., Nasti, N. N., Adilla, H., & Arief, M. (2021). *Pendampingan Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Pelaku Umkm*. 1, 64–70.
- Sari, L. P., Argeto, V., Widjastuti, R., & Annisa, D. (2024). *Pendampingan Pengelolaan Keuangan Dan Pemasaran Digital Bagi Umkm Desa Kemang*. 8(3), 876–884.
- Satria Gunawan Zain, Kurnia Prima Putra, & Edy, M. R. (2023). Pkm Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga Pesisir Pantai Panrangluhu Melalui Pelatihan Pembuatan Briket Arang Dengan Nilai Jual Tinggi Dan Ramah Lingkungan. *Teknovokasi : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 267–272. <Https://Doi.Org/10.59562/Teknovokasi.V1i3.658>
- Simanjuntak, B. Y., Wahyudi, A., Elly, N., Okfrianti, Y., Gizi, J., & Bengkulu, P. K. (2023). *Gemassika : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Produk Olahan Inovativ Tempe Sebagaimana Pendampingan Pengelolaan Keuangan Dan Pemasaran Digital Bagi Umkm Desa Kemang*. 7(3), 76–83.
- Subarkah, P., & Dkk. (2023). *Pelatihan Dan Pendampingan Mendesain Penulisan Artikel Ilmiah Berbasis Teknologi Informasi Menggunakan Trello Bagi Guru*. 4(1), 89–94.
- Tri, I., Boboy, M., Priyandoko, G., Mustikawaty, O., Raharja, G., Fauzi, M. L., Rofiqoh, L. A., Akuntansi, P. S., Malang, U. W., Studi, P., Elektro, T., Teknik, F., Malang, U. W., Manajemen, P. S., Malang, U. W., Pakisaji, K., Maps, G., & Permanu, D. (2022). *Pemberdayaan Sosial Melalui Inovasi Produk*. 5, 227–234.
- 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>
- Umkm, M., Purwanto, P., Safitri, D. Y., & Pudail, M. (2023). *Edukasi Pencatatan Laporan Keuangan Sederhana Bagi Pelaku Usaha Mikro, Kecil Dan*. 5(1), 1–14. <Https://Doi.Org/10.35316/Assidanah.V5i1.1-14>
- Vera K. Mandey\*, Dkk. (2023). *Pelatihan Pembuatan Produk Olahan Ikan “Kripik Ikan Cakalang”*

*Untuk Meningkatkan Perekonomian Ibu-Ibu Rumah Tangga Pada Pw Gki Siloam Waena.* 2(1), 55–62.

- Wijayanti, N., & Dkk. (2016). Peningkatan Efisiensi Dan Kapasitas Produksi Pada Proses Pengolahan Sambel Pecel, Keripik Tempe Dan Keripik Singkong. *Teknologi Pangan: Media Informasi Dan Komunikasi Ilmiah Teknologi Pertanian*, 7(3), 131–138. <Https://Doi.Org/10.35891/Tp.V7i3.518>
- Yuliana, Y., Siahaan, S. V., & Kontesta, R. P. (2023). Pelatihan Digital Marketing Pada Bumdes Guna Peningkatan Usaha Bisnis Kreatif Berbasis Digitalisasi. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 6(1), 135–140. <Https://Doi.Org/10.33330/Jurdimas.V6i1.1964>
- Zulkifli, L., Sasmita, Lala Dwi, Qomaria, A., Nurhandayani, D., Pangestuti, F. D., Ghurfah, A., Arya, L. R., Rahayu, D., Habib, L., Setiawati, N., Nurmasita, Juliansyah, M. R., Fitrianingsih, & Musmiawati, R. (2022). Pemberdayaan Umkm Melalui Inovasi Rasa, Pengemasan Serta Pemasaran Guna Meningkatkan Daya Saing "Kripik Singkong". *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan Ipa*, 5(1). <Https://Doi.Org/10.29303/Jpmi.V3i2.1384>