



## **Pelatihan dan Inkubasi SDM Kampung Industri Tempe Sanan: Strategi Pengembangan Produk Tempe Multirasa**

### ***Training and Incubation of Human Resources of Sanan Tempe Industrial Village: Product Development Strategy for Multi-Flavored Tempe***

**Zahra Firdaus<sup>1\*</sup>, Eka Putri Surya<sup>1</sup>, Umi Farih Nur Imami<sup>1</sup>, Alby Aruna<sup>1</sup>, Deny Setiawan<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> Universitas Negeri Malang, Malang

\*Corresponding author: zahra.firdaus.2203418@students.um.ac.id

#### **Abstrak**

Artikel pengabdian masyarakat ini membahas pelatihan dan inkubasi Sumber Daya Manusia (SDM) POKDARWIS Kampung Industri Tempe Sanan, dengan fokus pada strategi pengembangan produk tempe multirasa. Tim pelaksana menyelenggarakan program pelatihan untuk meningkatkan kemampuan dan pengetahuan para produsen tempe tentang cara mengolah tempe dengan berbagai rasa. Selain itu, tim pelaksana membantu dalam pengembangan produk tempe multirasa yang dapat menarik konsumen lebih luas. Melalui pendekatan berbasis aset *Asset Based Community Development (ABCD)*. Hasil pelatihan dan inkubasi ini mencakup peningkatan kualitas produk tempe melalui pengembangan diversifikasi produk bumbu tempe, pemahaman yang lebih baik tentang manajemen usaha bumbu tempe, dan pengenalan berbagai varian rasa bumbu tempe multirasa.

**Kata Kunci:** Inkubasi, SDM, Sanan, Bumbu Tempe, Multirasa

#### **Abstract**

*This community service article discusses the training and incubation of Human Resources (HR) POKDARWIS Tempe Sanan Industrial Village, with a focus on strategies for developing multi-flavor tempe products. The implementation team held a training program to improve the skills and knowledge of tempeh producers on how to process tempeh with various flavors. In addition, the implementation team assists in developing multi-flavor tempe products that can attract a wider range of consumers. Through an asset-based approach, Asset Based Community Development (ABCD). The results of this training and incubation include improving the quality of tempe products through the development of diversification of tempeh seasoning products, a better understanding of tempe seasoning business management, and the introduction of various multi-flavored variants of tempe seasoning.*

**Keywords:** Incubation, HR, Sanan, Tempe Seasoning, Multi-Flavored.

## **PENDAHULUAN**

Kampung Industri Tempe Sanan adalah kawasan industri yang berkonsentrasi pada produksi dan pengembangan produk tempe yang berkualitas tinggi. Upaya pengembangan produk yang berkelanjutan perlu adanya pengabdian yang bertujuan untuk melatih dan menginkubasi sumber daya manusia yang ada di pada strategi pengembangan produk bumbu multi rasa dalam kemasan sebagai produk unggulan yang layak untuk dijual di pasar domestik dan internasional sebagai hilirisasi dan strategi pengembangan produk tempe multi rasa (Suhendi et al., 2022). Konsumen semakin memperhatikan kualitas dan keberagaman produk yang ditawarkan karena persaingan di industri pangan semakin ketat di era globalisasi saat ini. Kegiatan perluasan pangsa pasar dan mempertahankan eksistensinya, Kampung Industri Tempe Sanan harus berusaha untuk membuat produk berkualitas tinggi dengan nilai tambah yang memadai. Salah satu



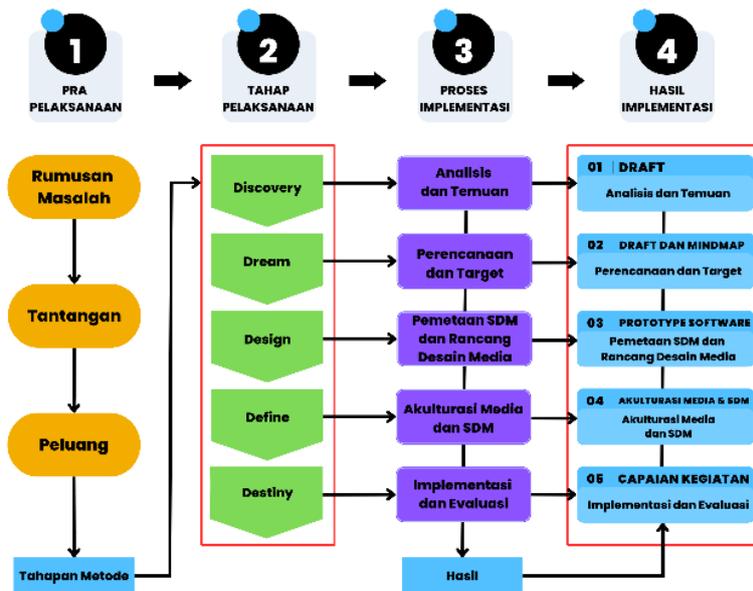
inovasi yang menarik adalah pengembangan bumbu multi rasa, yang akan menambah cita rasa tempe dengan berbagai rasa dan aroma, sesuai dengan selera pelanggan modern (Feranita, 2022).

Industri tempe kampung saat ini hanya menjual produk tempe yang sederhana seperti tahu dan tempe biasa (Arimbawa et al., 2022). Hal ini menyebabkan produk mereka tidak memiliki daya saing di pasar yang semakin kompetitif. Inovasi dalam produk tempe juga diperlukan karena perubahan preferensi pelanggan yang semakin beragam. Pelanggan masa kini lebih suka produk yang unik dan bervariasi, keanekaragaman rasa, dan varian produk tempe menjadi kebutuhan yang mendesak. Kampung Industri Tempe Sanan membutuhkan pelatihan dan inkubasi tenaga kerja untuk meningkatkan kemampuan membuat tempe multirasa yang sesuai dengan tren konsumen. Masalah ini sangat penting karena jika tidak ditangani segera, industri tempe kampung akan kehilangan daya saingnya terutama dalam proses kemandirian berkelanjutan, yang dapat membahayakan kehidupan orang-orang setempat yang bergantung pada industri ini.

Pengabdian ini akan berfokus pada pelatihan sebagai bagian dari inkubasi sumber daya manusia yang ada di Sanan. Pelatihan yang tepat akan memberi pekerja dan tenaga profesional di industri ini pengetahuan dan keterampilan terkini tentang manajemen kualitas bumbu, riset pasar bumbu terbaik, teknologi pengemasan ideal untuk pengembangan bumbu, dan pengembangan produk bumbu yang berkualitas. Melalui fokus pengembangan khusus ini, mereka akan siap untuk menghadapi tantangan yang muncul dari pasar global yang semakin berkembang dan beragam. Proses pendampingan dengan praktik produksi bumbu yang ramah lingkungan dan penggunaan bahan-bahan alami dan lokal, pengabdian ini akan mempertimbangkan aspek keberlanjutan lingkungan dalam rangka menjaga kesinambungan bisnis dan memastikan keberlanjutan ekonomi di industri ini (Iriaji et al., 2022). Diharapkan pengabdian ini akan membantu mengembangkan produk di Kampung Industri Tempe Sanan, melalui wujud meningkatkan kualitas sumber daya manusia, dan mempercepat pertumbuhan industri tempe secara berkelanjutan dengan ruang lingkup tujuan khusus hilirisasi. Implementasi pengabdian ini diharap dapat menjadikan produk Kampung Industri Tempe Sanan dalam kemasan ini akan menjadi pionir dalam menjadikan sebagai pusat pengembangan produk tempe unggulan multi rasa melalui upaya kolaboratif dan sinergis.

## **METODE**

Metode yang diimplementasikan dalam pengabdian masyarakat ini menggunakan *Asset Based Community Development (ABCD)* (García, 2020; Harrison et al., 2019). Program pelatihan ini akan memberdayakan masyarakat setempat dengan mengidentifikasi potensi rasa bumbu yang ideal dalam upaya mengoptimalkan aset yang ada dalam komunitas Pokok Sadar Wisata (POKDARWIS) Kampung Industri Tempe Sanan.



Gambar 1. Metode ABCD

Proses pelatihan dan inkubasi sumber daya manusia dibagi menjadi lima tahap yang mencakup *discovery*, *dream*, *design*, *define*, dan *destiny*. Tahap pertama dalam pengembangan produk ini dimulai dengan penemuan. Tim pengembangan produk harus menjalani proses riset menyeluruh untuk memahami pasar dan peluang yang ada. Mereka perlu mempelajari tren konsumen terkini, mengevaluasi kompetitor, dan memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan potensial terkait dengan bumbu tempe. Setelah menemukan peluang, tim pengembangan produk harus melakukan pemetaan potensi produk mereka. Tahap selanjutnya adalah merancang produk itu sendiri. Ini melibatkan pemilihan berbagai macam rasa dan bahan-bahan yang akan digunakan dalam bumbu tempe, merancang kemasan yang menarik dan fungsional, serta menentukan proses produksi yang efisien. Desain produk ini harus memenuhi standar kualitas yang tinggi. Tahap selanjutnya, tim akan merancang produk, tim perlu mendefinisikan strategi pemasaran, distribusi, dan harga yang akan digunakan. Mereka harus membuat rencana bisnis yang komprehensif, termasuk perhitungan biaya produksi, proyeksi pendapatan, dan langkah-langkah peluncuran produk. Definisi ini akan membantu memastikan bahwa produk dapat dijalankan secara efektif. Tahap terakhir adalah mewujudkan peluncuran resmi produk kepada masyarakat luas sebagai proses hilirisasi.

### Pengumpulan Data

Pengumpulan data dari kegiatan ini menggunakan pendekatan yang berpusat pada pemberdayaan dan pemanfaatan aset-aset yang ada dalam masyarakat Sanan Tempe. Pertama, survei partisipatif akan dilakukan di Desa Industri Tempe Sanan untuk mengumpulkan data analisis kebutuhan. Tujuan dari survei ini adalah untuk menemukan aset masyarakat, seperti keahlian lokal, pengetahuan tradisional, sumber daya alam, dan potensi tambahan yang dapat digunakan untuk mengembangkan produk bumbu tempe

dengan berbagai rasa. Pelaksanaan kegiatan ini akan mencakup wawancara mendalam dengan berbagai pemangku kepentingan, analisis kebutuhan industri tempe, diskusi kelompok terfokus, dan observasi langsung di Industri Tempe Sanan. Semua tahap ini bertujuan untuk memahami potensi dan hambatan dalam mengembangkan produk tempe berkualitas tinggi dengan berbagai rasa. Data yang dikumpulkan dari langkah-langkah ini menjadi dasar untuk menemukan peluang baru dalam pengembangan produk bumbu tempe multirasa.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Proses Pelaksanaan



Gambar 2. Pengembangan Formulasi Bumbu

Salah satu elemen penting dalam pelatihan dan inkubasi SDM Kampung Industri Tempe Sanan adalah pembuatan formulasi bumbu. Ini adalah strategi pengembangan produk tempe multirasa (Ulya et al., 2022). Di kampung industri ini, kegiatan ini telah memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan kualitas produk tempe. Pengembangan formulasi bumbu tempe adalah proses penting dalam proses pelatihan dan inkubasi yang bertujuan untuk membuat variasi rasa yang berbeda dan lebih menarik bagi pelanggan. Hasil dari pekerjaan ini termasuk formulasi bumbu yang telah diperbaiki dan disesuaikan dengan berbagai preferensi pasar. Proses pengembangan ini, berbagai bahan baku lokal yang berkualitas tinggi telah digunakan untuk menghasilkan berbagai rasa yang menakjubkan, seperti pedas, manis, gurih, dan asin (Yuliani, 2020).

Keunggulan utama dari pengembangan formulasi bumbu ini adalah peningkatan daya saing produk tempe dari Kampung Industri Tempe Sanan. Variasi rasa yang lebih beragam memungkinkan produsen tempe untuk menjangkau pangsa pasar yang lebih luas, termasuk konsumen dengan selera yang berbeda. Ini juga membuka peluang untuk mengeksport produk tempe dengan rasa yang unik dan menarik ke pasar internasional (Hemasdika & Setyowati, n.d.). Pengembangan formulasi bumbu ini juga meningkatkan

kualitas produk tempe secara keseluruhan. Melalui proses penyesuaian bumbu yang tepat, rasa dan tekstur tempe menjadi lebih baik, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan dapat membantu menjaga konsistensi kualitas produk, yang merupakan komponen penting dalam membangun reputasi yang baik di pasar (Fauziah et al., 2022).

Kesimpulan dari pengembangan formulasi bumbu dalam pelatihan dan inkubasi SDM Kampung Industri Tempe Sanan ini telah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengembangan produk tempe multirasa. Hal ini tidak hanya menyediakan berbagai rasa yang menarik bagi pelanggan, tetapi juga meningkatkan daya saing produk tempe kampung industri. Pengembangan formulasi bumbu ini menjadi salah satu langkah penting dalam strategi pengembangan produk tempe yang berhasil, dengan fokus pada peningkatan kualitas dan inovasi (Mu'afa et al., 2021).

Kampung Industri Tempe Sanan telah melakukan perjalanan yang penuh ketelitian dan inovasi untuk menghasilkan tiga rasa tempe meliputi black papper, pedas daun jeruk, dan bawang putih. Tim ahli rasa menggunakan bubuk lada hitam premium dan mencampurkannya dengan garam untuk menghasilkan rasa black papper yang menawan. Hasilnya produk mempunyai aroma lada hitam yang khas dan menarik. Selain itu, rasa pedas daun jeruk adalah karya seni yang luar biasa. Tim ini membuat campuran yang terdiri dari perasan daun jeruk yang segar dan wangi dan bubuk cabai pedas yang didosis dengan cermat. Rasa pedas ini diperkuat oleh aroma segar dari daun jeruk. Melalui campuran ini, tempe goreng memiliki rasa pedas dan segar yang tak tertandingi. Proses mendapatkan rasa bawang putih yang lembut, bubuk bawang putih harus digunakan dengan cermat. Melalui proses penyempurnaan dengan garam, hal ini memberikan karakter keripik tempe ini memiliki lapisan krispy dan rasa bawang putih yang khas. Kombinasi bumbu yang telah diuji dan disesuaikan dengan teliti, ketiga rasa ini telah memberikan produk tempe yang tak hanya unik tetapi juga memikat bagi pelanggan yang memiliki preferensi rasa yang beragam. Kampung Industri Tempe Sanan telah berhasil memberikan pengalaman rasa yang tak terlupakan, membuat produk tempe mereka diminati oleh banyak konsumen yang mencari variasi rasa yang unik dalam hidangan tradisional ini.



Gambar 3. Penempelan Label Bumbu

Selama pelatihan dan inkubasi karyawan di Kampung Industri Tempe Sanan, penempelan label bumbu telah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap strategi pengembangan produk tempe multirasa. Teknik ini digunakan untuk mengidentifikasi dan memberikan informasi yang jelas kepada pelanggan tentang berbagai rasa tempe yang tersedia. Secara keseluruhan, hal ini telah meningkatkan daya tarik produk tempe multirasa. Penempelan label bumbu adalah salah satu keuntungan utamanya, yaitu meningkatkan persepsi kualitas produk (Purnamasari et al., 2023). Dengan label bumbu yang rapi dan informatif, pelanggan dapat dengan mudah memahami variasi rasa yang tersedia dan memilih produk sesuai dengan preferensi mereka. Selain itu, ini membantu menciptakan citra yang lebih profesional dan terpercaya untuk produk tempe multirasa dari Kampung Industri Tempe Sanan.

Penempelan label bumbu juga menawarkan keuntungan dalam hal pemasaran dan branding. Produsen tempe multirasa mungkin lebih dikenal di pasar dan dapat menjadi opsi utama bagi pelanggan yang mencari variasi rasa dalam tempe (Effendi, n.d.). Pemberian label ini meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap merek Kampung Industri Tempe Sanan. Penempelan label bumbu meningkatkan aspek keamanan pangan selain keuntungan pemasaran (Santosa & Ramayasa, 2019). Konsumen dapat dengan cepat memahami bahan-bahan dan informasi nutrisi penting dengan label yang jelas dan informatif. Hal ini memastikan bahwa konsumen dapat membuat keputusan yang lebih baik tentang pilihan makanan mereka (Wulandari & Fitri, 2020). Secara keseluruhan, penempelan label bumbu dalam pelatihan dan inkubasi SDM di Kampung Industri Tempe Sanan adalah langkah strategis yang telah membawa kemajuan besar dalam pengembangan produk tempe multirasa. Proses ini telah membantu dalam pemasaran, branding, keamanan pangan, dan, yang paling penting, meningkatkan kepuasan konsumen dengan identitas yang khas (Yuliani, 2020).



Gambar 4. Hilirisasi Produk Bumbu Multirasa

Pelatihan dan inkubasi tenaga kerja di Kampung Industri Tempe Sanan telah menghasilkan inovasi yang signifikan dalam pengembangan produk tempe multirasa. Beberapa keuntungan yang patut dicatat dari inovasi ini. Pertama, produk ini

menggabungkan teknologi modern dengan metode tradisional pembuatan produk tempe untuk menghasilkan rasa yang beragam dan unik. Produk ini mampu memberikan rasa tempe yang belum pernah ada sebelumnya dengan menggunakan berbagai rempah dan bumbu alami. Keterbaruan ini dapat menarik berbagai demografi pelanggan yang menginginkan variasi rasa dalam makanan mereka, keunggulan ini membuka peluang bisnis yang lebih besar. Berkaitan dengan hal ini dalam proses kontribusi pada peningkatan ekonomi lokal. Kampung Industri Tempe Sanan telah menciptakan lapangan kerja baru dan meningkatkan pendapatan masyarakat setempat dengan memproduksi bumbu-bumbu ini secara local. Kualitasnya yang tinggi dan rasanya yang asli, produk ini memiliki potensi ekspor yang besar. Kualitas yang baik akan meningkatkan pendapatan lokal dan kontribusi terhadap perekonomian nasional.

Inovasi ini berkontribusi pada pengembangan keterampilan manusia di Kampung Industri Tempe Sanan. Pelatihan mencakup tidak hanya pembuatan produk, tetapi juga manajemen bisnis, pemasaran, dan kualitas produk. Tenaga kerja lokal menjadi lebih baik dalam mengelola bisnis mereka sendiri dan memasarkan produk mereka. Langkah yang sangat baik dalam strategi pengembangan produk tempe multirasa di Kampung Industri Tempe Sanan. Keunggulannya dalam variasi rasa, efek ekonomi lokal yang positif, dan peningkatan keahlian SDM telah membantu meningkatkan daya saing industri tempe multirasa di skala lokal, nasional, dan mempunyai proyeksi internasional.

## **Pembahasan**

Tujuan dari pengabdian ini adalah untuk membuat strategi produk untuk bumbu tempe multi-rasa yang dikemas sebagai produk unggulan yang dapat dijual. Salah satu produk kuliner tradisional, bumbu tempe, memiliki potensi besar untuk berkembang menjadi produk unggulan dalam industri makanan (Arum et al., 2017; Rahadi & Susilowaty, 2018). Persaingan dan kebutuhan memenuhi permintaan pasar yang semakin meningkat, strategi produk yang tepat harus dibuat dan dikembangkan (Utama, 2019).

Menentukan preferensi konsumen saat ini, strategi pertama yang diusulkan adalah penelitian pasar yang mendalam. Pelaksanaan pelatihan ini akan dilakukan analisis menyeluruh tentang tren dan kecenderungan konsumen terhadap berbagai rasa bumbu tempe, serta preferensi mereka terhadap kemasan yang praktis dan menarik (Wijanarko et al., n.d.). Data dari penelitian pasar akan menjadi dasar penting dalam menentukan varian rasa yang paling diminati oleh pasar dan membantu mengarahkan penelitian lebih lanjut.

Pengembangan formula bumbu tempe multi-rasa juga merupakan bagian penting dari strategi produk ini (Purwono et al., 2015; Wulandari & Fitri, 2020). Tim pengabdian akan bekerja sama dengan para ahli dan peneliti kuliner untuk menghasilkan formula bumbu tempe yang akan memenuhi keinginan pelanggan dan memberikan cita rasa yang unik dan menggugah selera. Untuk memastikan bahwa formula yang dibuat memenuhi



standar kualitas yang tinggi dan mampu bersaing di pasar yang kompetitif, perlu dilakukan berbagai uji coba dan penyempurnaan.

Kemasan dan label yang menarik dan fungsional juga penting saat mengembangkan strategi produk ini (Putra, 2022). Kemasan yang menarik dapat menarik pelanggan untuk membeli produk bumbu tempe multi-rasa (Effendi, n.d.; Nabilla & Feranita, 2022). Kemasan harus tidak hanya menarik, tetapi juga praktis dan mudah digunakan, serta menjaga kualitas dan kesegaran produk (Erlyana, 2019). Mengingat kesadaran konsumen terhadap lingkungan yang semakin meningkat, penggunaan bahan kemasan ramah lingkungan dapat menjadi nilai tambah dalam strategi produk ini.

Kolaborasi dengan lembaga pemerintah diproyeksikan dapat membantu perizinan dan sertifikasi produk, yang memungkinkan memasuki pasar secara legal. Sementara itu, keterlibatan perguruan tinggi dapat memberikan akses ke penelitian dan inovasi terbaru yang berkaitan dengan pembuatan produk bumbu tempe. Selain itu, pemain industri kuliner lokal dapat bekerja sama dengan produsen lain untuk mempromosikan dan mendistribusikan barang ini ditingkat lokal. Melalui produksi dan strategi produk yang matang, bumbu tempe multi-rasa berkemasan diharapkan dapat menjadi produk unggulan yang mampu bersaing di pasar dan menarik minat pelanggan (Irfani et al., n.d.). Pengabdian ini berpotensi menjadi contoh bagi produk kuliner tradisional lainnya untuk terus berkembang dan tetap relevan di tengah persaingan global. Ini juga akan memberikan kontribusi positif untuk pengembangan industri makanan lokal.

Tahap inkubasi akan dimulai setelah pelatihan agar tim pengembangan produk dapat menerapkan pengetahuan baru mereka (Iriaji et al., 2022). Pada titik ini, inovasi akan didorong, dan prototipe tempe dengan berbagai rasa akan diuji untuk mengetahui reaksi konsumen. Tim juga akan berkonsentrasi pada desain kemasan yang menarik, yang akan menunjukkan kualitas produk dan membedakan tempe buatan Sanan Tempe Industrial Village dari pesaingnya (Rahadi & Susilowaty, 2018). Selain itu, produk-produk terpilih akan dibuat dalam jumlah kecil untuk uji coba di pasar lokal dan mengumpulkan umpan balik pelanggan. Ini akan memungkinkan perbaikan dan penyesuaian produk sesuai dengan preferensi dan kebutuhan pelanggan yang sebenarnya.

Pengabdian ini akan mencakup berbagai produk tempe dengan rasa baru, termasuk rasa black papper, pedas daun jeruk, dan rasa bawang untuk meningkatkan daya tarik produk di pasar, kemasan dan label akan dirancang dengan cara yang menarik dan ramah lingkungan. Melalui proses ini, penekanan pada kualitas dan keunggulan produk menjadi fokus utama agar bumbu layak dihilirisasi.

## **KESIMPULAN**

Salah satu langkah strategis untuk meningkatkan nilai tambah produk dan memperluas pangsa pasar adalah mengembangkan inovasi produk bumbu tempe dengan berbagai rasa unggul dan kemasan berkualitas tinggi di Kampung Industri Tempe Sanan.

Sumber daya manusia ini akan memperoleh peningkatan keterampilan dan pengetahuan dalam pengembangan produk melalui pelatihan dan inkubasi produk bumbu tempe multi rasa melalui tiga varian rasa black papper, pedas daun jeruk, dan rasa bawang.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Kegiatan ini dilaksanakan melalui sumber dana tunggal Non APBN Universitas Negeri Malang Tahun 2023.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arimbawa, A. a. G., Sumarwahyudi, S., Aruna, A., Ishlah, N. F. P., Inayah, L., & Fitriya, U. A. (2022). Strengthening the Tempe Souvenir Packaging Design in Sanan Village, Malang. *KnE Social Sciences*, 70–76. <https://doi.org/10.18502/kss.v7i13.11646>
- Arum, W. P., Widjaya, S., & Marlina, L. (2017). *KELAYAKAN USAHA DAN NILAI TAMBAH AGROINDUSTRI TEMPE*. 5(2).
- Effendi, N. I. (n.d.). *PENINGKATAN PEMASARAN PRODUK MELALUI PELATIHAN DISAIN KEMASAN DAN PROMOSI MULTIMEDIA KERIPIK TEMPE DESA KUAMANG GADING KOTA JAMBI*.
- Erlyana, Y. (2019). PENGARUH DESAIN KEMASAN PRODUK LOKAL TERHADAP MINAT BELI MENGGUNAKAN MODEL VIEW: STUDI KASUS KERIPIK MAICIH. *SENADA (Seminar Nasional Manajemen, Desain Dan Aplikasi Bisnis Teknologi)*, 2, 302–308.
- Fauziah, A. P., Supriadin, A., & Junitasari, D. A. (2022). *Analisis Pengaruh Konsentrasi Ragi dan Waktu Fermentasi Terhadap Nilai Gizi dan Aktivitas Antioksidan Tempe Kedelai Kombinasi Kacang Roay*. 15.
- Feranita, N. V. (2022). Pengembangan Dan Inovasi Produk Tempe Guna Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro. *Majalah Ilmiah Pelita Ilmu*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.37849/mipi.v4i1.242>
- García, I. (2020). Asset-Based Community Development (ABCD): Core principles. *Research Handbook on Community Development*, 67–75.
- Harrison, R., Blickem, C., Lamb, J., Kirk, S., & Vassilev, I. (2019). Asset-Based Community Development: Narratives, Practice, and Conditions of Possibility—A Qualitative Study With Community Practitioners. *SAGE Open*, 9(1), 2158244018823081. <https://doi.org/10.1177/2158244018823081>



- Hemasdika, N. H., & Setyowati, N. (n.d.). *STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI KERIPIK TEMPE DI DESA KARANGTENGAH PRANDON KECAMATAN NGAWI KABUPATEN NGAWI*.
- Irfani, H., Yeni, F., & Wahyuni, R. (n.d.). *PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN PADA UKM DALAM MENGHADAPI ERA INDUSTRI 4.0*.
- Iriaji, I., Hariyanto, H., Vega, B., Marcelliantika, A., Aruna, A., & Surya, E. (2022). INCUBATION OF COMMUNITY SANAN VILLAGE TO PRESERVE CULTURAL ARCHIVES BASED ON NFT. *International Conference on Art, Design, Education and Cultural Studies (ICADECS)*, 4(1). <http://conference.um.ac.id/index.php/icadecs/article/view/7918>
- Mu'afa, K., Saputri, R. A. A., & Masithoh, S. C. (2021). *Inovasi Pembuatan Tempe Berbagai Rasa Guna Meningkatkan Nilai Jual Sekaligus Komoditas Utama Kelurahan Purwosari*. 3(1).
- Nabilla, I. N., & Feranita, N. V. (2022). PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK TEMPE ASRI RAHMAT DI PASAR KECAMATAN PANTI. *Majalah Ilmiah Cahaya Ilmu*, 4(1), 69. <https://doi.org/10.37849/mici.v4i1.284>
- Purnamasari, I., Winarno, A., Irawan, D., Aruna, A., & Surya, E. P. (2023). Pengembangan Brand Guideline Merk Industri Susu Lokal. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 68–68. <https://doi.org/10.31960/caradde.v6i1.1959>
- Purwono, J., Sugyaningsih, S., & Putri, R. T. (2015). *STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS RUMAH TEMPE INDONESIA DI KOTA BOGOR, PROPINSI JAWA BARAT*. 9(1).
- Putra, R. O. P. (2022). PENTINGNYA BRANDING DAN INOVASI PRODUK UNTUK PENGEMBANGAN BISNIS OLAHAN TEMPE PADA DESA PETUNG KECAMATAN BANGSALSARI KABUPATEN JEMBER. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Applied*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.19184/jpma.v1i1.31412>
- Rahadi, D. R., & Susilowaty, E. (2018). KREATIFITAS KEWIRAUSAHAAN SOSIAL DAN MENGGALI IDE USAHA BARU MELALUI PENGOLAHAN KRIPIK TEMPE LUPIN. *Jurnal Pengabdian dan Kewirausahaan*, 1(1). <https://doi.org/10.30813/jpk.v1i1.1002>
- Santosa, I. M. A., & Ramayasa, I. P. (2019). *Desain dan Labeling Kemasan yang Menarik dan Informatif dengan Memanfaatkan Teknologi Informasi*.



- Suhendi, Mariam Ulayya, Rusmita Aeni, Muhammad Dzahir, Gilang Maulida'ia, I Gede Dhiyo Brahmandika Prapanca, Rina Lisa Fitri, Elina Sopian, Fitria Wulandari, Liyliys Diana Dewik, & Moh. Irawan Zain. (2022). Diversifikasi Produk Tempe Menjadi Kripik Tempe di Desa Kalijaga Timur. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 5(3), 259–264. <https://doi.org/10.29303/jpmpi.v5i3.2105>
- Ulya, H. N., Shadrudin, 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>
- Utama, D. M. (2019). Penguatan Aspek Manajemen Produksi dan Kualitas Tempe Pada UKM Tempe. *JPPM (Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 3(1), 133. <https://doi.org/10.30595/jppm.v3i1.3641>
- Wijanarko, K. D., Sugiarti, M. I., & Erdiyansyah, M. I. (n.d.). Pemanfaatan Digital Marketing Dan Penerapan Branding Kemasan Dalam Pengembangan Umkm Kripik Tempe Saginah Desa Suwawal. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*.
- Wulandari, S. A., & Fitri, R. R. E. (2020). HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI DENGAN PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP TEMPE DI PASAR ANGSO DUO KOTA JAMBI. *Jurnal MeA (Media Agribisnis)*, 5(1), 47. <https://doi.org/10.33087/mea.v5i1.64>
- Yuliani, R. (2020). *PENINGKATAN PENJUALAN MELALUI INOVASI KEMASAN DAN LABEL PADA UMKM. 2.*