

Peningkatan Manajemen dan Sustainable pada Kelompok Mitra Usaha Keripik Tempe Rahayu Mandiri Desa Langse, Pati Guna Kompetitif di Pasar Oleh-Oleh Wisata Nasional

Agung Subono¹, Kertati Sumekar², Taufiq Hidayat³, Sutono⁴

Universitas Muria Kudus¹²³⁴

Email: agung.subono@umk.ac.id¹, kertati.sumekar@umk.ac.id², taufiq.hidayat@umk.ac.id³, sutono@umk.ac.id⁴

Info Artikel

Riwayat Artikel

Diterima: 12-08-2024

Direvisi: 09-09-2024

Disetujui: 19-09-2024

Dipublikasikan: 30-09-2024

Keyword:

Manajemen

Sustainable

Kompetisi Pasar

Teknologi Terapan

Produk Makanan

Oleh-oleh

Abstract

This community service began with efforts to support creative economy programs and open employment opportunities with food products as regional tourist souvenirs (oleh-oleh wisata daerah). This PKM collaborates with the Rahayu Mandiri Tempe Chips Business Partner Group as partner 1 and Winong Pati Tempe Craftsmen as partner 2. Management and sustainability issues are still not optimal so they require TQM (total quality management) and Applied Technology (teknologi terapan). This service method involves interviewing and providing the necessary training so that PKM products increase their long-term profits and are able to compete with national souvenir food products. Output Results: meet Production Standards for MSME level that have been registered in Pati Regency; Meet the Wage Standards for employees according to the UMR of Pati Regency. Meet licensing standards related to PIRT (pangan industri rumah tangga), or home industrial food, where products are tested in the laboratory for nutritional content. Meet business environmental standards with minimal waste. Conclusions, suggestions, and limitations are discussed as well.

Pendahuluan

Ide dan gagasan Pengabdian kepada Masyarakat ini terinspirasi dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. Ketika (30/01/2023) siaran pers: Menparekraf meluncurkan Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI), yang bertujuan: sebagai upaya membangkitkan ekonomi dan membuka lapangan kerja seluas-luasnya. Dari hal tersebut menjadi salah satu tujuan pengabdian ini. Kenyataan bahwa Indonesia memiliki kekayaan alam dan keindahan alamnya yang sangat berpotensi menjadi peluang dan profit di setiap desa menjadi desa wisata. Kenyataan pula bahwa tiap desa memiliki demografi yang indah serta kuliner khas masing-masing desa. (KEMENPAREKRAF, 2023).

Berbagai pelaku usaha dan industri pariwisata ekonomi kreatif membutuhkan pengelolaan atau manajemen dan *sustainable* atau berkelanjutan (tumbuh, berkembang, dan maju) untuk jangka panjang melalui penerapan TQM (*Total Quality Management*). TQM atau manajemen mutu/kualitas terpadu merupakan sistem berkembang yang terdiri dari praktek, peralatan, dan metode pelatihan untuk mengelola SDM dan organisasi atau usaha dalam konteks perubahan yang cepat,



terlebih di pasar kompetitif oleh-oleh wisata yang seringnya hanya laku pada saat produk *booming* saja. Sistem ini tepat untuk mengelola kepuasan pelanggan dan meningkatkan kinerja usaha dengan menghilangkan cacat produk (barang) dan layanan (jasa) untuk mendukung pengelolaan desa wisata dan ekonomi kreatif di seluruh daerah di Indonesia. Produk barang, dalam hal ini makanan khas yang ada di Indonesia yang biasa disebut 'tempe' yang berbahan baku kedelai memiliki gizi tinggi dan rasanya enak, menjadi salah satu ekonomi kreatif yang memiliki peluang dan profit. Banyak sekali produk makanan yang terbuat dari tempe, kali ini keripik tempe yang gurih, renyah, dan bergizi tinggi produksi dari Desa Langse, Kec. Margorejo Kabupaten Pati menjadi salah satu makanan primadona di Jawa Tengah. Namun, produk tersebut masih memerlukan keseriusan manajemen *sustainable* dikarenakan masih menerapkan sistem pengelolaan yang sederhana dan tradisional yang kurang efektif (Berita10, 2018). Hal ini menunjukkan dibutuhkan akan teknologi terapan baik dari proses awal hingga kemasan akhir yang diterima konsumen.

Kelompok Mitra Usaha Keripik Tempe RAHAYU MANDIRI, sebagai mitra telah dikenal di area lokal pemasaran Desa Langse Kabupaten Pati. Kelompok tersebut telah mampu eksis sejak tahun 1991 dalam situasi yang fluktuatif dari sisi profit dan harga bahan baku. Menurut mitra hal tersebut disebabkan karena ketersediaan bahan baku tempe yaitu kedelai yang berkualitas merupakan bahan baku import yang dijual di agen di Kabupaten Pati dan didatangkan dari Surabaya dan kota-kota besar (Berita10, 2018). Mitra Keripik Tempe RAHAYU MANDIRI berkeinginan mengembangkan sistem manajemen atau pengelolaan agar mampu bersaing di pasar oleh-oleh wisata nasional seperti produk-produk keripik tempe yang telah terkenal seperti di kota Malang dan Bali (Malangkota, 2022) (Bali.bisnis, 2021). Namun, beberapa kendala harus dilewati agar produk lebih berpotensi untuk bisa tembus di pasar kompetitif level nasional. Kendala produksi yang masih kurang efektif untuk mencapai profit yang maksimal. Selain itu kemasan dan pemasaran produk yang masih sangat sederhana, kurang mampu bersaing di pasar oleh-oleh wisata desa di level nasional.

Mitra RAHAYU MANDIRI memproduksi sesuai kuantitas dan kemampuan produksinya, produk selalu terjual dan habis, sehingga selalu menyediakan produk hasil produksi yang baru. Hal ini menjadi peluang dan menunjukkan produk dikenal sesuai area pasarnya dan laku terjual dengan baik meskipun kemasan dan proses produksi belum mengenal proses yang inovatif (Hisrich, et.al. 2016 dan Bessant, et.al. 2015). Untuk mengelola atau manajemen *sustainable* atau berkelanjutan jangka panjangnya produk harus mampu bersaing di pasar lokal dan kemudian memasuki pasar dengan level yang lebih luas (Agustina, 2019). Sebagai contoh area desa wisata yang telah banyak terkelola di Jawa Tengah, mitra harus mampu berkompetitif. Termasuk pasar setingkat desa wisata terdekat seperti desa agrowisata Jollong, Kabupaten Pati Jawa Tengah (Jatengprov, 2021). Hal ini juga memerlukan

pengelolaan keuangan dan akuntabilitas profit secara tepat dan efektif, sehingga mitra siap memasuki pasar kompetitif oleh-oleh wisata nasional.



Gambar 1. Profil Produk Sebelum Manajemen Sustainable dan TQM

Pada Gambar 1 merupakan profil produk dan alat produksi Mitra sebelum mendapatkan Manajemen *Sustainable* dan TQM, hal ini menunjukkan pentingnya teknologi terapan sehingga proses awal hingga produk jadi mampu menjadi produk unggulan yang layak untuk berkompetisi di pasar oleh-oleh wisata nasional yang

dikenal luas. Sebagaimana contoh produk keripik apel dan buah-buahan dari hasil petani di kota Malang, kacang Bali, Bakpia Jogja, Dodol Garut, maupun daerah lain/ di luar Jawa yang mampu menjadi produk unggulan sehingga mampu bersaing sebagai produk oleh-oleh level nasional.

Adapun tujuan utama pelaksanaan Kemitraan ini yaitu Fokus Pengabdian kepada Masyarakat, yang dalam hal ini harapannya bisa mendukung program Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia terkait program Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI). Sehingga, menjadi suatu upaya membangkitkan ekonomi dan membuka lapangan kerja seluas-luasnya, dan tujuan terkhusus yaitu Mitra mampu berkompetisi di pasar oleh-oleh wisata nasional.

Permasalahan

Sebagaimana diketahui dewasa ini Produk inovatif dan kreatif harus dikelola dengan baik agar mampu memuaskan konsumen maupun pelanggan. Peluang yang dimiliki Kelompok Mitra Usaha Keripik Tempe RAHAYU MANDIRI sangat dapat diterima pasar lokal, terbukti dalam hari raya maupun hari biasa, produk selalu terjual atau selalu habis. Namun agar Mitra mampu eksis dan terus maju berkembang (*sustainable*), serta profit yang meningkat dan kompetitif di pasar oleh-oleh wisata nasional, maka permasalahan yang utama yang dihadapi Mitra harus bisa diselesaikan dan dikelola dengan tepat.

Permasalahan utama yang menjadi kendala mitra yaitu

1. Aspek manajemen: kurangnya kemampuan pengelolaan, padahal produk keripik tempe ini dikenal enak dan laris, namun produk belum berkembang dan hanya melayani pembelian lokal.
2. Aspek MSDM: produk dikelola sangat sederhana belum adanya pelatihan yang lebih efektif dan berkembang.
3. Aspek kemasan dan pemasaran produk yang masih sangat sederhana, kurang mampu bersaing di pasar oleh-oleh wisata desa di level nasional.
4. Aspek *sustainable* atau berkelanjutan jangka panjangnya, produk memiliki peluang namun dengan profit yang minim.
5. Aspek produksi, memerlukan sentuhan teknologi terapan atau berkebaruan dalam produksi dengan cara yang tradisional dengan proses waktu dan biaya yang tidak efektif-efisien, serta kemasan yang masih kuno atau tidak kekinian (*up to date*) yang menunjukkan belum siap atau belum layak memasuki pasar kompetitif oleh-oleh nasional.
6. Aspek manajemen keuangan dan akuntabilitas profit masih belum tertata dengan baik.

Solusi Permasalahan

Solusi yang ditawarkan yaitu sebagai berikut:

1. **Pentingnya pengetahuan dan pelatihan Manajemen dan *sustainable*.** Memberikan pengenalan dan pelatihan Manajemen terkait pengelolaan yang bersifat jangka panjang dan berkelanjutan (*Sustainable*) untuk Produk Makanan Keripik Tempe pada Mitra 1 dan untuk Pengrajin Tempe pada Mitra 2. Pengenalan dan pelatihan mengenai perencanaan, aktualisasi produk, organizing usaha, dan kontroling terkait pengendalian semua aspek penting (produksi, keuangan, pemasaran, SDM dan strategi)
2. **Pentingnya pengelolaan kualitas total (TQM).** Mengenalkan pengelolaan Kualitas Total (TQM) dimana memperkecil produk yang rusak hingga zero defect, Dikarenakan ini terkait rasa makanan, kualitas rasa menjadi hal utama, dan keamanan/ kesehatan terkait masa baik konsumsinya. Ditambah pula kualitas kemasan produk yang memastikan kualitas produk keripik tempe tetap terjaga dan menarik bagi konsumen.
3. **Pengenalan Teknologi Terapan untuk Kemasan Produk.** Mengenalkan kemasan Produk yang berkualitas dan menjaga kualitas bentuk-rasa Produk sehingga memuaskan konsumen.
4. **Memberikan pemahaman tentang kompetisi pasar dan pemasaran.** Memberikan pelatihan jangkauan pemasaran yang luas dan mampu berkompetitif menjadi salah satu oleh oleh wisata Nasional.
5. **Pentingnya pengelolaan finansial untuk jangka panjang.** Memberikan pelatihan pengelolaan Keuangan: terkait pengelolaan profit/ laba, akuntansi manajemen, dan Laporan Keuangan guna memajukan usaha dari sisi pemodalan atau investasi.

Metode

Metode pelaksanaan PKM ini dengan tahapan sebagai berikut:

Pertama, melakukan wawancara kepada ketua Mitra 1 (selaku produsen keripik tempe yang renyah gurih, kemasan menarik, dan memasarkannya) dan wawancara kepada ketua Mitra 2 (selaku penyedia bahan baku tempe mentah yang berkualitas). Wawancara ini berguna untuk mendapatkan informasi agar menghasilkan ide dan peluang yang logis atau aplikatif dapat diterapkan /dipraktikkan untuk pengelolaan usaha keripik tempe ini agar memiliki manajemen yang bagus/ efektif serta memiliki nilai *sustainable* yang menghasilkan produk unggulan.

Kedua, melakukan wawancara khusus ke Mitra 1 secara lebih intensif. Hal ini terkait kegiatan produksi mulai dari pengadaan bahan baku tempe mentah, proses produksi, proses packing/ kemasan, proses pemasaran, dan manajemen labanya. Wawancara ini juga bertujuan penggunaan Teknologi Terapan dan TQM yang tepat untuk produk ini pada level UMKM agar memiliki prospek Nasional. Teknologi terapan merupakan teknologi tepat guna, yang bertujuan mensejahterahkan masyarakat yang merupakan peralihan teknologi tradisional menuju teknologi

canggih (terkini). Total Quality Management atau manajemen mutu terpadu merupakan suatu pendekatan dalam menjalankan usaha yang mencoba untuk memaksimumkan daya saing organisasi melalui perbaikan terus menerus atas produk, jasa, manusia, proses dan lingkungannya (Tjiptono dan Diana, 2001:4).

Ketiga, evaluasi proses penjualan dan pemasaran, area distribusi agensi termasuk area pesaingnya dari produk oleh-oleh sejenis maupun produk oleh-oleh yang berbeda jenis, dalam hal ini digital marketing diperlukan. Serta evaluasi manajemen laba, berguna untuk membaca kemampuan, potensi, dan peluang, seberapa besar usaha mitra ini mampu berkompetisi di pasar yang lebih luas.

Keempat, berkoordinasi dengan dinas- dinas terkait, agar produk ini mampu eksis secara meluas/ dikenal (*known*) dan diminati untuk dibeli (*sold*) dan mampu berkompetisi dengan produk oleh-oleh yang telah eksis secara nasional dan tersedia (*available*) di setiap tempat wisata nasional di Indonesia. Oleh karena itu mitra harus berkoordinasi dan bekerjasama dengan dinas-dinas terkait seperti dinas pertanian (selaku koordinator produsen/petani kedelai sebagai bahan baku yang berkualitas), dinas perdagangan dan dinas pariwisata, sehingga produk ini mampu eksis menguntungkan dan bermanfaat sebagai salah satu produk pangan nasional yang bergizi.

Profil Mitra Usaha I

Kelompok Mitra Usaha Keripik Tempe “RAHAYU MANDIRI” diketuai oleh Bapak Haryoso merupakan warga setempat dengan alamat RT 01/ RW 01 desa Langse Kabupaten Pati Jawa Tengah. Beliau menurut warga setempat merupakan pelopor dan penggiat Kelompok Mitra Usaha Keripik Tempe. Produk usaha mitra ini telah berproduksi sejak tahun 1991, yang telah lama memiliki pengalaman dalam bidang usaha ini. Waktu yang telah lama tersebut menjadikan produk keripik tempe mampu eksis dan telah berpengalaman (*survive -success*). Hal tersebut menurut Bapak Haryoso tidak hanya dikarenakan kegigihan beliau menjalankan usaha ini, namun kepercayaan konsumen dan dedikasi karyawan atas produk yang diminati semua kalangan masyarakat. Berikut hasil wawancara dengan bapak Haryoso:

“Syukur Alhamdulillah, usaha ini dapat terus eksis, dengan tetap produksi Keripik Tempe meskipun dalam masa sulit maupun masa normal. Produk makanan ini tetap laku di pasar mas, setiap produksi pasti habis terjual. Namun kendala bahan baku kedelai yang harus impor, walaupun telah disediakan agen distributor kedelainya. Karena kedelai lokal tidak mencukupi kapasitas jumlahnya, serta kualitas kedelai impor lebih bagus untuk menghasilkan produk ini. Selain itu kendala mengatur penentuan profit, yang kadang sangat mepet untuk produksi kembali. Namun di saat keadaan ekonomi normal, usaha ini bisa menjanjikan keuntungan untuk dikembangkan ke depannya (manajemen dan *sustainable*).”



Gambar 2. Profil Kelompok Mitra Usaha Keripik Tempe “RAHAYU MANDIRI”

Selain hal tersebut, menurut beliau peluangnya usaha ini tidak bisa dipandang sebelah mata, jika dikelola dan diproduksi seperti produk makanan yang terkenal seperti oleh-oleh nasional di beberapa daerah yang mampu menembus pasar oleh-oleh nasional. Beliau juga menceritakan telah aktif mengikuti pengembangan usaha yang telah diselenggarakan Dinas-Dinas, serta beliau aktif dalam mengikuti regulasi dan kewajiban seperti syarat-syarat dan perizinan, bersertifikat dari pihak dinas kesehatan terkait produk makanan dan izin usaha dari dinas perdagangan.

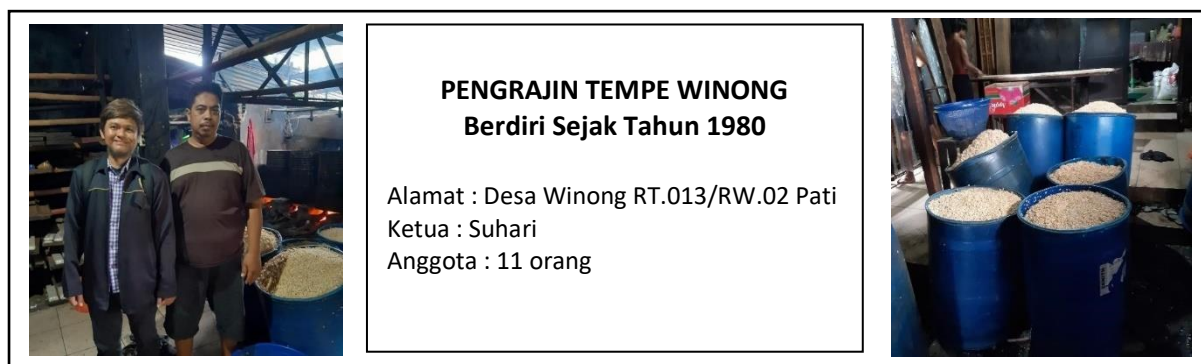
Kendala atau keterbatasan modal finansial maupun pengadaan Teknologi Terapan dalam proses produksi hingga kemasan dan pemasaran yang lebih luas, masih menjadi permasalahan usaha ini, yang harus mendapatkan perhatian dari pihak-pihak yang berwenang agar bisa menjadi produk yang mampu bersaing di pasar oleh-oleh nasional yang tersedia di tempat-tempat wisata maupun supermarket

yang meluas secara nasional. Gambar 3 menunjukkan kemasan dan proses packing yang masih sederhana namun tetap terjaga kualitasnya.



Gambar 3. Kemasan dan Packing Produk Jadi Mitra Usaha 1

Profil Mitra Usaha 2 yaitu Kelompok Pengrajin Tempe Winong sebagaimana pada Gambar 4. Mitra usaha ini diketuai oleh Bapak Suhari, usaha ini berdiri sejak tahun 1980, yang merupakan pengrajin tempe turun temurun. Dengan alamat di lorong gam Tempe RT 013/ RW 03 Desa Winong Kab. Pati. Menurut beliau usaha ini disebut Pengrajin tempe, dikarenakan cukup mengolah bahan baku kedelai menjadi produk tempe yang siap dimasak atau diolah apapun untuk menjadi produk makanan. Peluang usaha ini menjanjikan karena setiap hari konsumen membutuhkan produk tempe ini, adapun kendala saat harga bahan baku produk ini naik turun tidak stabil. Asalkan tetap tersedia bahan bakunya kami tetap produksi.



Gambar 4. Profil Mitra Usaha 2 Kelompok Pengrajin Tempe Winong

Pada Gambar 5. menunjukkan proses produksi dengan teknologi yang sederhana namun tetap menghasilkan produk yang berkualitas. Dalam proses produksi, proses tersebut memerlukan waktu dan ketelitian yang dilakukan secara manual dan menggunakan teknologi terapan.



Gambar 5. Proses Pengolahan Bahan Baku Tempe

Pada Gambar 6 menunjukkan proses akhir produk tempe yang siap untuk dipotong dan dikemas sesuai permintaan konsumen atau sesuai pesanan setiap harinya. Hal ini memerlukan teknologi terapan yang lebih efektif dan praktis. Sedangkan aspek pemasaran usaha ini tidak menjadi kendala, dikarenakan baik pasar tradisional maupun permintaan masyarakat selalu ada setiap harinya.



Gambar 6. Proses Akhir Produk Tempe yang Siap untuk Dipotong dan Dikemas

Hasil dan Pembahasan

Dalam pelaksanaan pengabdian ini, dengan memberikan modul, buku, ataupun *handout* yang diperlukan dan dengan menjelaskan maupun memberikan saran masukan tentang Praktik Manajemen terkait Produk Makanan dan Produksi Makanan dengan cara yang efektif dan kreatif yang menguntungkan saat ini, maka kualitas produk ini semakin meningkat secara *sustainable*.

Melalui pelatihan dasar Pengelolaan usaha di bidang Produk Makanan, khususnya dari tahapan Input, Proses, dan Output yang efektif efisien dalam ilmu manajemen berdasarkan teori maupun hasil-hasil Penelitian terkait di bidang ini, memberikan penjelasan secara dasar yang diperlukan terkait produk makanan dan

manajemen Produksinya, maka menambahkan pengetahuan produsen untuk pola pikir *sustainable* dan membantu meningkatkan profit usaha ini.

Terkait personalia, MSDM menjadi faktor utama untuk dilatih dan dikembangkan dalam jenjang *skill* dan kemampuannya agar Produk Keripik Tempe ini menjadi produk yang unggul dalam kompetisi pasar. Mengenalkan manajemen pemasaran dasar (marketing Mix dan STP/ *Segmenting, Targeting, positioning* produk). Sedangkan manajemen Keuangan dikenalkan sistem akuntabilitas dasar yang benar, sehingga minimal memiliki Laporan Keuangan, sehingga mitra usaha ini bertambah kompetensi manajerialnya.

Memberikan contoh Kemasan Produk yang kekinian dan memiliki daya jual yang lebih tinggi untuk pasar yang lebih luas (nasional). Serta membantu desain yang kreatif inovatif dan menarik, maka produk ini semakin memiliki daya beli yang lebih tinggi, dan layak berkompetisi di pasar oleh-oleh level nasional (Gambar 7).

Membantu mendesain Proses Produksi sesuai dengan Manajemen Operasional atau Produksi, dimana setiap tahapnya dengan kualitas yang terbaik **sesuai** dengan Prinsip TQM (Total Quality Manajemen) serta dengan proses yang efisien dan *zero* produk rusak atau cacat atau gagal. (Gambar 7) Mengenalkan teknologi mesin-mesin Produksi terkini untuk Produk Makanan olahan Keripik Tempe, dimana mesin atau alat tersebut mampu menjaga Kualitas Rasa, Bentuk, dan Hieginitas Keripik Tempe Mitra usaha.

Dengan mengenalkan dan membantu menghitung asset maupun modal dan kewajiban agar usaha mampu berkembang menguntungkan secara finansial dan eksis di pasar kompetitif (*Sustainable*). Serta mengenalkan HPP, penentuan Harga Pokok Penjualan, *break event point*, baik Laporan Kuangan untuk kebutuhan Internal (Akuntansi Biaya, Akuntansi Manajemen) maupun untuk kebutuhan Ekternal (Akuntansi Keuangan Dasar), sehingga kelompok mitra usaha ini memiliki laporan keuangan yang layak dan tertata yang menunjukkan pengelolaan / manajemen investasinya efektif.



Gambar 7. Gambar Produk



Gambar 8. Gambar Mesin

Luaran Memenuhi Standar Produksi untuk level UMKM yang telah terdaftar di Kabupaten Pati. Dengan mendesain Proses Produksi sesuai dengan Manajemen Operasional atau Produksi, dimana setiap tahapnya dengan kualitas yang terbaik **sesuai** dengan Prinsip **TQM** (Total Quality Manajemen) serta dengan proses yang efisien dan **zero** produk rusak atau cacat atau gagal. (Gambar 7) Mengenalkan teknologi mesin-mesin Produksi terkini untuk Produk Makanan olahan Keripik Tempe, dimana mesin atau alat tersebut mampu menjaga Kualitas Rasa, Bentuk, dan Hieginitas Keripik Tempe Mitra usaha.

Memenuhi Standar Upah bagi karyawannya sesuai UMR daerah Kabupaten Pati, usaha ini telah memenuhi standar ini karena telah memiliki 5 orang karyawan tetap yang diambil atau direkut di sekitar tetangga, sedangkan karyawan tidak tetap juga dilibatkan namun disesuaikan pada saat adanya lembur atau pesanan sedang banyak atau pada hari-hari tertentu seperti lebaran dan hari besar keagamaan lainnya.

Memenuhi Standar perizinan terkait PIRT, atau pangan industri rumah tangga, dimana produk diuji di Laboratorium untuk kandungan gizinya. Adapun bahan baku kedelai berusaha melibatkan produk petani lokal jika tersedia dan bisa dibeli, karena ketersediaan kedelai lokal terkadang minim ketersediaan dan kualitas bahan baku yang belum memenuhi.

Memenuhi Standar lingkungan usaha yang bersih dan higienis, dimana tidak menciptakan pencemaran lingkungan dan polusi udara. Hal ini bekerjasama dengan pemerintahan dengan menciptakan lingkungan industri kecil yang mensejahterakan masyarakat dan mendukung program wisata pemerintah di tingkat kabupaten maupun propinsi.

Simpulan

Peningkatan manajemen dan sustainable pada kelompok mitra usaha keripik tempe Rahayu Mandiri Desa Langse Pati, dapat tercapai ketika adanya penerapan teknologi terapan yang diperlukan dan adanya penerapan TQM atau manajemen mutu terpadu termasuk yaitu kualitas produk yang terus meningkat. Mitra usaha Pengrajin Tempe selaku penyedia bahan baku tempe mentah memerlukan juga teknologi terapan yang tepat sesuai kebutuhan produksinya.

Kedua kelompok mitra usaha ini dapat membantu menciptakan lapangan kerja, serta mendukung produk oleh-oleh wisata nasional sebagai upaya membangkitkan ekonomi kreatif dan wisata nasional.

Keterbatasan (*limitation*) pengabdian ini, produk keripik tempe baru mampu memasuki area kompetisi produk oleh-oleh lokal kabupaten atau bisa disebut pranasional, jadi masih memungkinkan untuk mengembangkan solusi yang telah diberikan, sehingga produsen dalam hal ini mitra/ kelompok usaha memahami tahapan area pasar kompetitif yang dihadapi, yaitu tahap pra-nasional, nasional, dan internasional atau ekspor.

Rekomendasi dan saran PkM di bidang produsen olahan pangan, khususnya produk keripik tempe ini, sebaiknya dari mitra-mitra yang ada se-Jawa Tengah bekerja sama dengan pihak-pihak terkait seperti petani-petani lokal untuk menghasilkan kedelai yang berkualitas sehingga arah produsen ke depan tidak perlu import kedelai, sekaligus efisiensi biaya produksi (bahan baku kedelai lokal) dan pemberdayaan petani kedelai secara nasional. Hal ini, tentunya lebih efektif bila kerjasama dan mendapat dukungan dari dinas-dinas terkait dari pemerintah seperti dinas pertanian (selaku koordinator produsen/petani bahan baku nasional berkualitas), dinas perdagangan dan dinas pariwisata (agar UMKM dapat kondusif dalam mengelola profit, investasi, dan pemasaran produk oleh-oleh nasional ini, sehingga *sustainable* - untuk jangka panjang industri pangan lokal ini di tempat-tempat wisata nasional).

Daftar Pustaka

- Agustina, T.S. (2019), *Kewirausahaan di Era Revolusi Industri 4.0*, Mitra Wacana Media, Jakarta
- Berita10 (2018) Haryoso, Warga Desa Langse Margorejo Pati Sukses Produksi Tempe Kripik (25 Maret 2018) <https://www.berita10.com/2018/03/haryoso-wargalangse-margorejo-pati-sukses-produksi-tempe-kripik/>
- Bessant, John and Tidd, Joe (2015), *Innovation and Entrepreneurship*, Wiley, 3rd ed.
- Bukit Naga Jollong Wisata Baru Kabupaten Pati JATENG <https://jatengprov.go.id/beritadaerah/bukit-naga-jolong-wisata-barukabupaten-pati/>
- Hakim M. L., dkk (2022) Penerapan Teknologi Provent Mesin Pemotong Tempe, Guna Meningkatkan Produktivitas dan Kehigienisan Produk Kripik Tempe untuk UMKM di Kelurahan Manyar, Surabaya

<https://journal.its.ac.id/index.php/sewagati/article/view/171>

- Hakim, M.L., Nugroho, G., Mashuri, Babgei, A.F., Soedjono, D.M.E., dan Subiyanto, H. (2022) Penerapan Teknologi Provent Mesin Pemotong Tempe, Guna Meningkatkan Produktivitas dan Kehigienisan Produk Kripik Tempe Untuk UMKM di Kelurahan Manyar, Surabaya. *Sewagati, Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(5), 2022 (e-ISSN:2613-9960)
- Hisrich, R.D., Peters, M.P., and Shepperd, D.A. (2016), *Entrepreneurships*, McGraw Hill, 10th ed.
- Imron, M.S., dan Nurdian, Y (2021) Digitalisasi Pemasaran Kripik Tempe Dalam Menghadapi Persaingan Dagang Selama Pandemi Covid-19. *Transformasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 17 (1), 2021: 65-76 p-ISSN 1858-3571 | e-ISSN 2580-9628 65
- KEMENPAREKRAF (2023) Siaran Pers: Menparekraf Luncurkan ADWI 2023 Targetkan 4.000 Desa Wisata Mendaftar
<https://www.kemenparekraf.go.id/berita/siaran-pers-menparekrafluncurkan-adwi-2023-targetkan-4000-desa-wisata-mendaftar>
- Kripik Tempe, Oleh oleh wajib dari Kota Malang
<https://malangkota.go.id/2022/08/20/keripik-tempe-oleh-oleh-wajib-darikota-malang/>
- Olah Camilan Tempe, Pengusaha Muda di Bali Raih Omzet Hingga Rp100 juta
<https://bali.bisnis.com/read/20210118/538/1344388/olah-camilan-tempe-pengusaha-muda-di-bali-raih-omzet-hingga-rp100-juta>
- Tempe Indonesia Rambah Pasar Jepang <https://kemlu.go.id/osaka/id/news/16380/tempe-indonesia-rambah-pasarjepang>
- Sebayang, R., Safrida, E., Fatira, M.A.K, Surbakti, B., dan Asmalidar (2020) No. 1 (2020) Penerapan Teknologi Tepat Guna pada Usaha Aneka Kripik. *Madiya: Jurnal Pengabdian Masyarakat Mandiri Berkarya* No. 1 Mei
- Tjiptono, Fandi dan Diana, Anastasia 2001. *Total Quality Management*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Wolchik, S. A., West, S. G., Sandler, I. N., Tein, J., Coatsworth, D., Lengua, L., et al. (2000). An experimental evaluation of theory-based mother and mother-child program for children of divorce. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 68, 843-856.
- Yasin, M.A., Hakim, A., dan Perdana, M.F. (2024) Penerapan *Kansei Engineering* dalam Desain Ulang Kemasan Kue Tambang di UMKM Sumber Jaya. *G-Tech: Jurnal Teknologi Terapan* Vol. 8, No. 3, Juli 2024, hlmn. 1705-1719 E-ISSN: 2623-064X | P-ISSN: 2580-8737