

## Peningkatan Produktifitas Penjualan Tempe Pada Kampung Tempe

Thyophoida W. S. Panjaitan, Ani Susanti Sabailaket, dan Mira Junita Berisigep

Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya

Email: [thyophoidapanjaitan@gmail.com](mailto:thyophoidapanjaitan@gmail.com), [anisabailaket@gmail.com](mailto:anisabailaket@gmail.com), dan [berisigepjunitamira@gmail.com](mailto:berisigepjunitamira@gmail.com)

Diterima: 15 Juni 2019; Dipublikasikan 29 Juni 2019

### ABSTRAK

Tempe merupakan salah satu makanan yang banyak digemari oleh masyarakat Indonesia. Oleh karena itu banyak terdapat produsen tempe dan salah satu produsen tempe yang ada di Surabaya terletak pada Kampung Tempe. Dalam melaksanakan kegiatan usahanya tidak terlepas dari permasalahan yang akan dihadapi. Adapun permasalahan yang dihadapi oleh para produsen tempe yang ada pada kampung tempe adalah 1) pemasaran tempe tidak dapat berjalan secara optimal, 2) permasalahan dalam melakukan promosi sehingga memerlukan desain banner dan label produk, 3) permasalahan dalam penentuan biaya produksi dan penyusunan laporan keuangan. Adapun tujuan dilakukannya pengabdian masyarakat ini adalah dapat membantu meningkatkan penjualan tempe, sehingga dilakukan 1) desain ulang terhadap banner dan label produk sehingga dapat dikenal oleh konsumen, 2). didesain sistem promosi pada sosial media, serta 3). dapat menghitung biaya produksi dan membuat laporan keuangan. Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat meningkatkan penjualan dan banyak masyarakat yang mengetahui keberadaan dan dapat menghitung biaya produksi dan menyusun laporan keuangan.

**Kata Kunci:** Produktivitas, Tempe, produktifitas

### ABSTRACT

Tempe is one of the foods favored by many Indonesians. Therefore, there are many tempe producers and one of the tempe producers in Surabaya is located in Tempe Village. In carrying out its business activities can not be separated from the problems that will be faced. The problems faced by tempe producers in tempe villages are 1) tempe marketing cannot run optimally, 2) problems in promotion so that it requires banner design and product labels, 3) problems in determining production costs and preparation of financial statements. The purpose of this community service is to be able to help increase the sales of tempe, so that it can be done 1) redesigning the product banners and labels so that they can be recognized by consumers, 2). a system designed for promotion on social media, and 3). can calculate production costs and make financial reports. The results of the community service activities can increase sales and many people are aware of their existence and can calculate production costs and prepare financial reports.

**Keywords:** Productivity, Tempe, productifity

## PENDAHULUAN

Saat ini tempe menjadi salah satu makanan yang disukai oleh masyarakat Indonesia, dimana tempe tidak hanya dapat dijumpai di Indonesia tetapi juga dapat kita jumpai di luar negeri sehingga dapat dikatakan keberadaan tempe tersebut sudah mendunia. Tempe adalah merupakan bahan makanan yang diperoleh dari hasil fermentasi biji kedelai melalui bantuan mikroba, berbentuk serta memiliki bau berbau khas serta berwarna putih keabu-abuan (. Dimana salah penghasil produksi tempe tersebar di beberapa daerah di Indonesia. Salah satu tempat penghasil tempe yang ada di Surabaya adalah Kampung Tempe, yang berlokasi dikatakan kampung tempe karena warganya bergerak dalam usaha memproduksi tempe. Nama kampung tempe sendiri sudah dikenal sejak tahun 1970, dimana pada saat itu total pengusaha tempe yang ada kurang lebih 200 orang tetapi dengan sejalannya waktu saat ini hanya ada 5 orang yang bergerak dalam usaha tempe. Keberadaan dari kampung tempe ini digunakan sebagai rujukan bagi yang ingin mengetahui lebih banyak tetapi tempe dan proses produksi, dimana yang berkunjung tidak hanya dari Indonesia tetapi juga dari luar negeri.

Kampung tempe merupakan salah satu dari Usaha kecil dan menengah (UKM). Usaha kecil dan menengah merupakan salah satu bidang yang memberikan sumbangan dalam memacu tingkat pertumbuhan ekonomi, karena daya serap tenaga kerja pada usaha kecil dan menengah sangat besar serta sangat dekat dengan masyarakat kecil (Jauhari, 2010). Pemerintah kota Surabaya sangat mendukung keberadaan usaha kecil dan menengah yang ada di Surabaya, maka pada tahun 2014 Pemerintah Kota Surabaya mengadakan pelatihan usaha guna mengembangkan usaha yang dijalankan. Pada kampung tempe terdapat 5 kepala keluarga yang mengikuti pelatihan usaha tersebut dan sampai saat ini masih memproduksi olahan dari kedelai. Hasil olahan kedelai berbeda-beda tiap kepala keluarga tetapi olahan yang paling utama adalah tempe, lalu olahan lain seperti Keripik Tempe, Sari Kedelai, dan lain-lain.

Tempe merupakan salah satu makanan kesukaan masyarakat, maka sejalan dengan semakin banyaknya masyarakat yang menyukai tempe sehingga permintaan akan tempe semakin banyak, dimana permintaan tempe tidak hanya dari rumah tangga tetapi dari rumah makan dan hotel. Tetapi pada kenyataannya para produsen tempe mengalami kesulitan dalam memasarkan tempe karena harga yang diminta pengelolaan rumah makan dan hotel lebih murah daripada harga tempe pada saat di jual kepada konsumen individu. Pada umumnya produksi Tempe bermuara pada tahapan kegiatan pemasaran. Tahapan ini tidak dapat dipisahkan dari keberhasilan suatu usaha. Pembuatan dan pengemasan suatu produk harus dilakukan dengan menarik agar dapat menggugah minat distributor. Diharapkan dengan adanya kegiatan pengabdian masyarakat dapat memajukan dan meningkatkan penjualan dan perekonomian produsen tempe yang berada di Kampung Tempe.

Masalah utama yang sering dihadapi oleh UKM adalah pada bidang pemasaran). Kegiatan pemasaran yang menerapkan konsep konvensional memerlukan biaya yang tinggi, tetapi dengan semakin berkembangnya sosial media maka dapat menjadi sarana yang efisien dalam membuka jalur pemasaran bagi produk UKM. Melalui sosial media penyebaran informasi tentang keberadaan UKM lebih cepat serta jangkauannya lebih luas (Supardi, 2009).

Dalam memajukan dan meningkatkan perekonomian di Kampung Tempe, dilakukan beberapa kegiatan antara lain mempromosikan keberadaan kampung tempe melalui sosial media, antara lain instagram sehingga akan semakin banyak masyarakat

yang mengetahui keberadaan kampung tempe. Kegiatan promosi tidak hanya melalui sosial media tetapi juga membuat banner pada keranjang penjual serta mendesain label kemasan. Selain itu, sangat perlu untuk menetapkan harga jual tempe sehingga akan diperoleh keuntungan yang diharapkan. Oleh karena itu, dilakukan pendampingan dalam perhitungan harga produksi tempe sehingga akan diperoleh harga jual yang tepat, dengan adanya kegiatan pengabdian masyarakat akan dapat memberikan peluang besar bagi produsen tempe di Kampung Tempe untuk dapat lebih maju.

Berdasarkan hasil analisis sosial yang dilakukan oleh tim pengabdian masyarakat pada kampung tempe, maka diperoleh beberapa permasalahan yang dihadapi oleh pengusaha pada kampung tempe, yaitu::

1. Mitra pengabdian masyarakat mengalami permasalahan pada permodalan, sulitnya mendapatkan modal untuk proses produksi ini menjadi masalah bagi setiap produsen tempe di kampung tempe
2. Mitra pengabdian masyarakat mengalami permasalahan pada kegiatan pemasaran, sulitnya memasarkan hasil olahan tempe menyebabkan proses produksi pada kampung tempe tidak dapat berjalan secara konsisten dimana produsen tempe hanya melakukan memproduksi tempe bila ada pesanan dari konsumen.
3. Mitra pengabdian masyarakat mengalami permasalahan dalam penentuan biaya produksi yang akan mempengaruhi harga jual tempe.
4. Permasalahan bahan baku, sulitnya bahan baku kedelai dan juga harga kedelai yang tidak stabil di pasar mengakibatkan munculnya masalah yang berdampak di proses produksi dan penentuan profit yang di dapat, sehingga banyak produsen tempe berhenti berhenti menjadi produsen tempe dan memulai dengan pekerjaan yang lain di luar usaha tempe ini.
5. Belum melakukan pencatatan/pembukuan terhadap usaha yang dijalankan.
6. Permasalahan kemasan produk dan label produk yang kurang menarik perhatian konsumen.
7. Permasalahan perijinan dalam mendapatkan label nomor BPOM mengakibatkan produk olahan tempe ini tidak layak untuk masuk di usaha ritel yang besar.
8. Permasalahan alat produksi yang sebagian rusak atau masih belum mendukung dan menunjang proses produksi mengakibatkan kurang efisiennya proses produksi hasil olahan tempe di kampung tempe.

Berdasarkan beberapa permasalahan yang ada, maka yang menjadi fokus utama mendapat perhatian untuk diselesaikan pada kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah menekankan pada peningkatan penjualan hasil produksi tempe melalui kegiatan promosi pemasaran produk tempe sehingga keuntungan yang diperoleh akan meningkat. Selain itu dirasa perlu untuk melakukan pendampingan dalam menghitung biaya produksi serta pendampingan dalam pencatatan/pembukuan terhadap usaha yang dijalankan.

## **METODE PELAKSANAAN**

Kelayakan dari suatu usaha dilihat pada potensi profit yang dihasilkan. Oleh karena itu, sistem manajemen usaha, proses produksi, fasilitas produksi, pemasaran dan target pasar sangat perlu untuk diperhitungkan dan dilaksanakan secara terencana serta terukur dalam upaya mendapat keuntungan yang diharapkan. Adapun target luaran yang diharapkan dengan dilaksanakannya kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah

meningkatkan pemasaran tempe, ketepatan dalam menetapkan harga jual, serta adanya pembukuan terhadap usaha yang dijalankan.

Metode pendekatan yang dilakukan antara lain.

1. FGD (*Focus Group Discussion*)  
Kegiatan ini dilakukan melalui diskusi antara produsen Kampung Tempe dan kelompok yang mengadakan pengabdian masyarakat untuk membahas permasalahan yang terjadi pada produsen Kampung Tempe daerah Tenggilis Kauman Gang Buntu RT 04 RW 03 Surabaya agar menghasilkan solusi yang lebih baik.
2. Membantu mendesain banner, label nama dan sistem pengemasan yang baik dan menarik pada kemasan hasil olahan tempe agar menarik minat pembeli.
3. Mendampingi dan membantu dalam memasarkan produk dengan memanfaatkan sosial media (instagram, facebook).
4. Mendampingi pengusaha tempe dalam penghitungan biaya produksi, laporan keuangan serta tehnik dalam melakukan pemasaran.

Rencana dan tahapan-tahapan yang dilakukan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat, yaitu:

1. Melakukan koordinasi antara tim pengabdian masyarakat dengan para produsen tempe terhadap rencana melaksanakan pengabdian masyarakat di kampung tempe.
2. Melakukan persiapan terhadap kegiatan analisis sosial serta penetapan jadwal pelaksanaan kegiatan.
3. Melakukan FGD (*Focus Group Discussion*) dengan para produsen tempe guna menyampaikan hasil analisis yang telah dilakukan dan menetapkan secara bersama-sama program kegiatan yang akan dilaksanakan.
4. Membantu dalam mendesain banner dan label nama serta sistem pengemasan yang baik dan menarik pada kemasan hasil olahan tempe agar menarik minat pembeli.
5. Membuat materi promosi keberadaan kampung tempe pada sosial media, dengan tujuan semakin banyak masyarakat yang mengetahui keberadaan kampung tempe.
6. Melakukan kegiatan pelatihan bagi 5 (lima) pengusaha tempe dalam melakukan perhitungan biaya produksi, harga, dan strategi melakukan pemasaran. Serta memberikan masukan tentang pentingnya membuat pencatatan/pembukuan usaha serta penyisihan anggaran untuk keperluan investasi sehingga pada saat memerlukan pembeian alat penunjang proses produksi sudah tersedia dana sehingga tidak akan menghambat kegiatan proses produksi.

## HASIL KEGIATAN

### Hasil Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan pada Kampung Tempe yang berlokasi pada jalan Tenggelis Kauman gang Buntu RT 04 RW III Surabaya, yang diikuti oleh 5 pengusaha tempe, 1 orang pengabdian dan 6 orang mahasiswa yang ikut terlibat pada kegiatan Pengabdian Masyarakat di Kampung Tempe.

Pada tanggal 25 Mei 2019, pukul 20.00 WIB bertempat di Rumah Pak Nurhasan. Dilaksanakan *Focus Group Discussion* (FGD yang di hadiri oleh 5 (lima) orang pengusaha tempe. Berdasarkan hasil Forum Group Discussion ditetapkan beberapa permasalahan yang menjadi fokus pelaksanaan pada kegiatan pengabdian masyarakat ini, yaitu :

1. Permasalahan kemasan produk dan label produk yang kurang menarik.
2. Permasalahan alat produksi yang sebagian rusak atau masih belum mendukung proses produksi mengakibatkan kurang efisiennya proses produksi hasil olahan tempe di Kampung Tempe.
3. Permasalahan dalam pemasaran produk, terutama pada segi promosi
4. Permasalahan dalam penentuan biaya produksi.

Beberapa hasil kegiatan yang telah dilakukan oleh Tim Pengabdian Masyarakat bersama mitra usaha sebagai berikut :

### 1. Pembuatan desain banner dan label merek produk

Pada kegiatan ini dilakukan secara bersama antara tim pengabdian masyarakat dengan mitra usaha dalam hal ini pengusaha tempe, dimana dalam pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui forum komunikasi 2 (dua) arah sehingga akan terjadi hubungan timbal balik pada kedua belah pihak.



Dalam proses pembuatan desain banner dan label meminta masukan dari para pengusaha tentang materi apa yang mereka inginkan ada pada banner dan label tersebut. Tujuan pembuatan banner dan label adalah sebagai sarana promosi dalam memasarkan produk yang akan di tempatkan pada

kendaraan dan kemasan produk saat melakukan penjualan tempe sehingga akan dikenal oleh masyarakat. Berikut ini salah satu desain banner dan label produk:



Gambar 1. Desain Banner



Gambar 1. Desain Label

Kegiatan pembuatan banner dan label merupakan salah satu cara untuk mempromosikan keberadaan dari produk tempe tersebut.

### 2. Pemberian bantuan alat

Kegiatan pemberian bantuan berupa alat *Impulse Sealer* kepada produsen tempe dilakukan karena alat yang ada rusak dan keberadaan alat tersedia sangat penting dalam mendukung kelancaran proses pengemasan tempe yang akan dijual. Adapun tujuan dari pelaksanaan kegiatan ini adalah

- a. Untuk mempermudah dan mempercepat proses pengemasan tempe
- b. Untuk merapatkan plastik/kemasan dengan hasil yang lebih rapi
- c. Untuk mengurangi kecelakaan, jika menggunakan cara lama (dengan lilin, dll) sangat beresiko karena plastik dilekatkan pada kedua bibir kemasan ke api yang menyala.
- d. Membuat tampilan kemasan menjadi lebih menarik dan rapi

### 3. Pelatihan Perhitungan Harga Pokok Produksi dan Laporan Keuangan

Dalam pelaksanaan kegiatan pelatihan perhitungan harga pokok produksi mendatangkan narasumber dari akademisi yang memiliki kompetensi di bidang tersebut, narasumber tersebut adalah Ibu Lilik Indrawati yang merupakan Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.. Adapun tujuan dari dilaksanakannya kegiatan tersebut adalah memberikan pengarahan dan masukkan kepada mitra tentang cara perhitungan biaya produksi.

Pertama-tama mitra diminta untuk menyebutkan biaya-biaya apa saja yang mereka keluarkan dalam memproduksi tempe, ternyata ada biaya-biaya yang belum diperhitungkan, salah satunya adalah biaya tenaga kerja khususnya untuk tenaga mereka sendiri tidak diperhitungkan dan disarankan untuk memperhitungkan biaya tenaga kerja dalam menetapkan biaya produksi.

Selama ini pihak mitra belum memiliki laporan keuangan, disini tim pengabdian masyarakat dan narasumber menyatakan beta pentingnya memiliki laporan keuangan supaya pengusaha dapat mengetahui posisi keuangannya. Selama ini tidak ada pemisahan antara uang hasil usaha dengan keperluan pribadi, dimana sewaktu-waktu dapat mengambil uang hasil usaha untuk keperluan pribadi/keluarga dan juga digunakan untuk usaha sehingga pada saat memerlukan dana untuk usaha akan kekurangan modal. Oleh karena itu, disarankan untuk melakukan penyesuaian anggaran untuk pembelian alat-alat pendukung biaya produksi dan lain-lain, misalnya pembelian ember, harus diperkirakan usia dari ember sehingga tahu kapan akan melakukan pembelian kembali maka pendapatan yang diperoleh harus disisihkan untuk keperluan pembelian ember supaya pada saat ingin membeli ember baru sudah tersedia dana sehingga tidak akan menghambat kegiatan proses pembuatan tempe.

### KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang berjudul Peningkatan Produktifitas penjualan tempe pada Kampung Tempe di Daerah Tenggilis Kauman gg Buntu RT 04 RW III kecamatan Tenggilis Mejoyo Surabaya, melalui program kegiatan pembuatan desain banner dan label kemasan, melakukan promosi keberadaan kampung tempe melalui sosial media sehingga banyak yang mengetahui keberadaan kampung tempe tersebut, dan dilakukannya pelatihan dalam penghitungan biaya produksi sehingga dapat diketahui biaya yang dikeluarkan dan akan berdampak dalam penentuan harga jual tempe. Selain itu dipandang perlu pengusaha tempe untuk membuat laporan keuangan sehingga kegiatan usaha akan lebih terencana dan berjalan sebagaimana mestinya.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Artikel ini merupakan bagian dari laporan kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan pada Kampung Tempe di Surabaya. Oleh karena itu Penulis mengucapkan terimakasih kepada 1). Ketua LPPM Universitas Katolik Darma Cendika yang telah memfasilitasi terselenggaranya kegiatan Pengabdian masyarakat; 2). Bapak Nurhasan, selaku kordinator produsen tempe Kampung Tempe Jalan Tenggilis Kauman Gang Buntu RT 4 RW 3; 3). seluruh Produsen Tempe pada Kampung Tempe; 4). Rekan

Dosen selaku narasumber; 5). Semua pihak yang telah mendukung terlaksananya kegiatan pengabdian masyarakat ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

Anoraga, P., dan D. Sudantoko, 2002, *Koperasi, Kewirausahaan, dan Usaha Kecil*, Penerbit Rineka Cipta, Jakarta.

Hafsah, M.J. 2004. Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM).  
Jurnal Infokop, Nomor 25 Tahun XX.

Jauhari, J., 2010, Upaya Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Dengan Memanfaatkan E-Commerce, *Jurnal Sistem Informasi (JSI)*, Vol. 2 (1), pp. 159-168.

Pengrajin Tempe Teneggilis Kauman diakses pada Tgl 11 Juni 2019, Artikel, Pukul 18.23, Alamat

Supardi, Julian. 2009. Rancang Bangun Collaborative System Pemasaran Hotel Secara on-line Dengan Pendekatan Mediator based. *Jurnal Sistem Informasi Fasilkom Unsri* Vol 1 No 2

<https://news.detik.com/berita-jawa-timur/d-3606354/mengunjungi-sentra-perajin-tempe-di-tenggilis-kauman>

<https://kumparan.com/beritaanaksurabaya/kampung-tempe-kauman-penghasil-terbesar-tempe-di-surabaya-1rCylv9a1c2>, 22 juni 2019, 13.15

<https://www.inirumahpintar.com/2017/04/pengertian-sejarah-jenis-manfaat-tempe.html>, 24 Juni 2019, 13.00