

## **Pendampingan UMKM Kripik Tempe Melalui Inovasi Label dan Kemasan Sebagai Upaya Penyebarluasan Pemasaran di Desa Ingilo-Ilo Kec Slahung, Kab Ponorogo**

**Mahmud Rifaannudin<sup>1</sup>, Zufar Iliya Ahmad<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> Universitas Darussalam Gontor, Indonesia; mahmudrifaannudin@unida.gontor.ac.id

<sup>2</sup> Universitas Darussalam Gontor, Indonesia; ziailiya04@gmail.com

---

### **ARTICLE INFO**

**Keywords:**

UMKM,  
Tempe Kripik  
Packaging Innovation

---

**Article history:**

Received 2025-01-10

Revised 2025-02-15

Accepted 2025-04-04

### **ABSTRACT**

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) have an important role in improving the economy of a region, including in Indonesia. One of the MSME sectors that has great prospects is the food and beverage industry, which is an attraction for the wider community. However, MSMEs in this sector face various challenges, especially in terms of product competitiveness, including packaging quality and legality such as halal certification. This article discusses the mentoring program for the MARWITO Tempe Kripik MSME in Ngilo-Ilo Village, Slahung District, Ponorogo Regency, which aims to improve product competitiveness through packaging innovation and halal label registration. The method used in this activity is direct mentoring, which includes problem identification, routine visits, halal label registration, packaging design updates, billboard creation, and monitoring and evaluation of program results. The results of this mentoring show a significant increase in the legality and marketing aspects of the product, where the MARWITO Tempe Kripik product has successfully obtained halal certification and experienced a change in packaging to be more attractive and professional. The conclusion of this activity is that packaging innovation and halal certification play an important role in increasing the competitiveness of MSMEs in local and national markets. With a more attractive packaging design and fulfilled legality, MSME products are more easily accepted by consumers and have a greater opportunity to grow. This mentoring program is expected to be a model for other MSMEs in improving the quality and marketing of their products.

*This is an open access article under the [CC BY](#) license.*



---

**Corresponding Author:**

Mahmud Rifaannudin

Universitas Darussalam Gontor, Indonesia; mahmudrifaannudin@unida.gontor.ac.id

---

## 1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau yang biasa kita sebut UMKM merupakan salah satu upaya penting untuk meningkatkan pendapatan suatu daerah ataupun negara tak terkecuali di Indonesia. Perkembangan UMKM di Indonesia sendiri bertujuan untuk menopang perekonomian negara Indonesia secara signifikan. Dengan munculnya banyak inovasi, banyak sekali bermunculan UMKM-UMKM di Indonesia dengan berbagai inovasi yang dimilikinya. Usaha Mikro Kecil dan Menengah di berbagai negara berkembang selalu menjadi kegiatan ekonomi dalam skala jumlah dan juga penyerapan tenaga kerjanya.

Salah satu UMKM yang menjadi banyak daya Tarik masyarakat Indonesia dan memiliki prospek yang bagus dan signifikan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat adalah UMKM di bidang makanan dan minuman. Hal ini sejalan dengan informasi yang disampaikan oleh Dirjen Industri Kecil dan Menengah Kementerian Perindustrian Euis Saedah bahwa prospek bisnis usaha kecil masih sangat bagus, mengingat jumlah penduduk di Indonesia sangat besar, yang berjumlah sekitar 250 juta jiwa. Namun di samping itu, terdapat persaingan perdagangan antara para pengusaha UMKM dalam sektor makanan ringan, UMKM lokal dan juga impor baik itu illegal maupun legal. Maka dari itu, pelaku UMKM ringan perlu meningkatkan daya saing yang dimana salah satunya adalah quality. Pelaku UMKM di sektor pangan juga harus memenuhi berbagai ketentuan, terutama yang menyangkut keamanan pangan seperti pencantuman nama produk, nama perusahaan, berat bersih, tanggal kadaluarsa, komposisi dan kandungan nutrisi, Standar Nasional Indonesia atau SNI, Hazard Analytical Critical Control Point (HACCP), dan tanda halal bagi yang sudah memenuhinya (Saedah, 2013).

Beberapa persyaratan di atas seringkali diabaikan oleh para kalangan pelaku UMKM ringan. Selain itu, dalam mencapai keberhasilan suatu usaha, kemasan menjadi indikator utama untuk menentukan pandangan pertama para konsumen apakah barang ini layak dibeli atau tidak. Kemasan bukan hanya bahan pembungkus, akan tetapi juga sebagai sarana komunikasi dan informasi tentang produk tersebut kepada konsumen. Apabila hal ini disepakati, maka produk UMKM ringan maupun lokal tidak akan dapat bersaing dengan produk impor. [ N. Faizah Ahmad Zanaton Hj Iksan, "Edmodo-Based Science Module Development on Students' Mastery of Science Process Skills: Need Analysis" Vol 12 No 11 (22 November 2021): 2609–23, <https://doi.org/DOI: 10.4236/ce.2021.1211195>.] Pendapat yang sama juga dikemukakan oleh Levit dalam Kotler (2000), bahwa persaingan sekarang ini umumnya terjadi pada tingkat produk tambahan, seperti tambahan jasa dan manfaat yang dapat membedakan produk kita dari produk pesaing.

Selain memperhatikan kemasan yang produk, label produk juga menjadi perhatian besar bagi para konsumen produk pangan dan minuman. Salah satu label yang dapat dicantumkan pada kemasan produk merupakan label halal untuk produk makanan dan minuman. Labelisasi halal merupakan rangkaian persyaratan yang seharusnya dipenuhi oleh pelaku usaha yang bergerak dibidang produk pengolahan minuman dan makanan atau diistilahkan secara umum. [ Hendri Hermawan Adinugraha, "Persepsi Konsumen Non-Muslim Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Halal," Li Falah: Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam 5, no. 1 (23 Juni 2020): 150, <https://doi.org/10.31332/lifalah.v5i1.1692>.] Namun, banyak para pengusaha diluar sana yang berpikir bahwa kualitas sebuah produk serta bagaimana cara pemasaran produk tersebut jauh lebih penting untuk meningkatkan penjualan jika dibandingkan dengan fokus pada kemasan produk dan juga mencantumkan label halal dan lain sebagainya. Wiguna (2007) dalam penelitiannya menemukan bahwa kemasan berpengaruh terhadap keputusan membeli pada produk jajan di Kota Gresik. Ini menunjukkan salah satu bukti bahwa kemasan merupakan hal penting yang dapat meningkatkan penjualan dan keberhasilan usaha. Tak kalah penting juga, pendaftaran label juga komponen penting yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk UMKM.

Dari pemaparan diatas, tim KKNT 36 kelompok 23 kami memilih salah satu UMKM di Desa Ngilo-Ilo yang mengalami kendala dalam pengelolaan usahanya dan proses pemasarannya termasuk aspek kemasan produk adalah Usaha Tempe Kripik MARWITO yang merupakan salah satu UMKM yang memproduksi makanan ringan. Usaha ini merupakan UMKM yang dimulai sejak tahun 2018.

Terinspirasi dari Ibu yang memproduksi tempe sayur, Ibu Sumarmi sebagai pemilik dari UMKM ini ingin membantu pemasaran dari segi tempe kripik. Di mulai dari pembelian bahan-bahan pokok pembuatan tempe, yaitu kedelai dan ragi, kemudian proses perebusan dan peragian, kemudian proses percetakan dan penggorangan, dan yang terakhir proses pengemasan, semua itu dipelajari melalui You Tube. Produk akhir dari usaha ini dikemas dalam bentuk yang masih sangat sederhana, yaitu menggunakan plastik kioan yang distaples tanpa label dan disertakan potongan kertas fotokopu yang merupakan label produk Kripik Tempe MARWITO itu sendiri dengan tanpa warna. Hal ini berbeda dengan pesaing terdekatnya yang relatif sudah lebih maju dalam aspek produksi maupun pemasarannya (kemasan dan penjualan). Dari latar belakang inilah, kami tim pengusul menyadari pentingnya kegiatan pendampingan bagi usaha ini sehingga dapat memberikan manfaat bagi perkembangan usahanya di masa yang akan datang.

Fokus utama pada KKNT 36 kelompok 23 ini adalah menaftarkan label halal untuk produk serta penerbitan HKI untuk produk, serta pembaharuan desain kemasan untuk menambahkan daya Tarik warga terhadap produk yang ia miliki.

## 2. METODE

Kegiatan pengabdian terhadap masyarakat ini dilakukan oleh penulis penelitian Mitra UMKM Tempe Kripik MARWITO yang bertempat di Desa Ngilo-Ilo Kecamatan Slahung Kabupaten Ponorogo. Pemilik usaha keripik tempe ini adalah Ibu Sumarmi. Tempat produksi dan penjualan beralamat di jalan desa Ngilo-Ilo, Dusun Sukamaju, Ponorogo. Usaha ini berdiri sejak tahun 2018 yang merupakan lanjutan dari tempe sayur. Keberadaan usaha ini juga sudah cukup dikenal di masyarakat Desa Ngilo-Ilo. Proses produksi dan pemasaran yang dilakukan masih menggunakan teknologi sederhana. Pemasarannya pun belum meliputi luar desa, hanya dalam lingkupan desa saja. Alat-alat produksi yang digunakan masih sederhana dan pemasarannya dengan cara menyetorkan kepada took-toko kecil yang ada di Desa dan juga bisa menggunakan sistem pesan. Metode yang dilakukan dalam pengabdian ini adalah dengan melakukan pendampingan yaitu : 1) Tahap Pertama Pada tahapan ini tim KKNT 36 kelompok 23 melakukan kunjungan ke mitra UMKM Kripik Tempe MARWITO untuk melakukan identifikasi masalah 2) Tim KKNT 36 melakukan kunjungan rutinan guna membantu proses produksi 3) Melakukan pendaftaran label halal untuk produk UMKM Tempe Kripik MARWITO 4) Melakukan pendampingan selama proses pendaftaran label halal 5) Pembaharuan desain merk untuk kemasan produk 6) Pembuatan desain papan reklame di depan rumah 7) Monitoring dan evaluasi inovasi produk dan kemasan UMKM Tempe Kripik MARWITO setelah pendampingan dan pemberian dana bantuan

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan berdasarkan identifikasi masalah dengan mitra UMKM Tempe Kripik MARWITO yang menghasilkan kesepakatan untuk mengadakan pendampingan inovasi produk dan kemasan UMKM di UMKM Tempe Kripik MARWITO Desa Ngilo-Ilo, Kecamatan Slahung, Kabupaten Ponorogo dengan tahapan pelaksanaan sebagai berikut :

Tahap pertama dalam kegiatan KKNT 36 ini adalah melakukan kunjungan ke mitra UMKM Tempe Kripik MARWITO untuk melakukan identifikasi masalah yang ada pada UMKM Kripik Tempe Kripik MARWITO Desa Ngilo-Ilo terkait tentang inovasi produk dan kemasan UMKM dan juga pendaftaran pelebelan halal untuk produk. Pada tahapan ini diperoleh kata sepakat untuk dilakukannya pembaharuan desain kemasan produk UMKM Tempe Kripik MARWITO, Desa Ngilo-Ilo, Kecamatan Slahung, Kabupaten Ponorogo. Dimulai dengan pelatihan inovasi produk dan kemasan, pendampingan, pemberian dana dan monitoring serta evaluasi inovasi produk dan kemasan UMKM.

Tahap Kedua tim KKNT 36 kelompok 23 melakukan kunjungan rutinan ke lokasi produksi gunan melihat dan membantu proses produksi.

Tahapan Ketiga tim KKNT 36 kelompok 23 melakukan pendaftaran pelabelan halal untuk produk UMKM Tempe Kripik MARWITO kepada pihak berwajib. Hal ini disusul dengan penggunaan dana sebesar Rp. 230.000 guna melakukan legalisasi penggunaan label halal pada produk. Disamping itu, pemilik UMKM juga mendapatkan NIB (Nomor Induk Berusaha) resmi secara tertulis.

Tahapan Keempat melakukan pengawalan selama proses pendaftaran pelabelan halal. Hal ini dikarenakan pendaftaran pelabelan halal membutuhkan proses yang panjang dan beberapa hal yang terbilang rumit untuk dilakukan masyarakat sekitar, sehingga membutuhkan bantuan selama proses pendaftaran, hingga nanti selesai.



Gambar 1. Inovasi packaging keripik tempe mukadas



Gambar 2. Proses packaging

Tahapan Kelima tim KKNT 36 melakukan pembaharuan desain merk untuk kemasan produk. Sebelumnya, Ibu Sumarmi menggunakan kertas biasa yang kemudian di fotokopi untuk dijadikan desain merk yang akan dicantumkan pada bungkus produk. Namun hal ini sangat tidak menarik konsumen dikarenakan cetakan desain yang tanpa warna dan juga kurang adanya daya tarik yang dapat membuat percaya konsumen. Maka dari itu, tim KKNT 36 kelompok 23 berupaya melakukan pembaharuan desain merk untuk kemasan produk.

Tahap ke 6 pembuatan desain untuk papan reklame yang akan dipasang di depan rumah Ibu Sumarmi sebagai penanda lokasi produksi Tempe Kripik MARWITO. Pembuatan papan reklame ini merupakan sarana media promosi, dalam penggunaannya dan pemasangannya pun sangat mudah dan tidak terlalu sulit.

Tahap ke 7 yaitu tahap monitoring dan evaluasi yang dimana tahap ini merupakan tahap pengukuran sejauh mana program yang kita tawarkan kepada pihak mitra telah terlaksana. Selain itu, tahap ini juga merupakan tahapan dalam melihat potensi dari hasil setelah dilakukannya beberapa perubahan pada UMKM Tempe Kripik MARWITO.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan yang sudah dilakukan selama berjalannya kegiatan KKNT 36 ini adalah tim berhasil mendaftarkan pelabelan halal untuk produk UMKM Tempe Kripik MARWITO dan juga membuat desain produk dan inovasi produk serta kemasan yang dilengkapi dengan merk dan logo. Dengan begitu, pemasaran dan juga pengembangan inovasi yang akan dilakukan setelahnya terlihat lebih mudah lebih banyak peluang untuk mengembangkan usaha yang dimiliki oleh Ibu Sumarmi.

#### Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan terimakasih banyak kepada Universitas Darussalam Gontor dan juga Lembaga Pengabdian Masyarakat (LMP) UNIDA Gontor yang telah mendukung dan memberikan bantuan finansial untuk melaksanakan program pendampingan. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada pemilik UMKM Tempe Kripik MARWITO yang telah bersedia menerima dan juga membantu dalam pengumpulan data. Terimakasih juga kepada seluruh tim yang telah bekerjasama dalam pelaksanaan program pendampingan kepada masyarakat.

#### REFERENSI

- Adinugraha, Hendri Hermawan. "Persepsi Konsumen Non-Muslim Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Halal." *Li Falah: Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam* 5, no. 1 (23 Juni 2020): 150. <https://doi.org/10.31332/lifalah.v5i1.1692>.
- Zanaton Hj Iksan, N. Faizah Ahmad. "Edmodo-Based Science Module Development on Students' Mastery of Science Process Skills: Need Analysis" Vol 12 No 11 (22 November 2021): 2609–23. <https://doi.org/DOI: 10.4236/ce.2021.1211195>.

