

Inovasi Produk Soybean Crackers Berbasis Tempe sebagai Camilan Sehat Lokal

Irnawati¹, Az-Zahra Ilfa Salzabilah², Nurul Andini³, Maisya Putri⁴, Putri Dewi Ayu Lestari⁵

¹STIE Tri Dharma Nusantara Makassar; irnawati@stdtdharmanusantara.ac.id

²STIE Tri Dharma Nusantara Makassar; az-zahra@stdtdharmanusantara.ac.id

³STIE Tri Dharma Nusantara Makassar; nurul.andini@stdtdharmanusantara.ac.id

⁴STIE Tri Dharma Nusantara Makassar; maisya.putri@stdtdharmanusantara.ac.id

⁵STIE Tri Dharma Nusantara Makassar; putri.lestari@stdtdharmanusantara.ac.id

Article Info	Abstract
Keywords: Soybean Crackers; tempeh; Wirausaha Merdeka; healthy snacks; UMKM	<i>The Merdeka Entrepreneurship Program provides extensive opportunities for students to develop an entrepreneurial spirit through the management of micro, small and medium enterprises (UMKM). This activity is focused on developing Soybean Crackers products, which are healthy snacks made from tempeh that are innovatively developed to meet the needs of modern markets that prioritize health and practicality. The implementation method includes entrepreneurship training which includes business idea development, hands-on practice in UMKM, and intensive mentoring by experienced business mentors. The results showed that the group successfully produced two variants of Soybean Crackers with attractive and hygienic airtight packaging, which plays an important role in maintaining product quality during distribution and storage. The product received a positive response from the market, especially through digital marketing on social media and sales in demo day events. This activity not only improves students' competencies in various aspects of entrepreneurship such as business management, digital marketing, and product innovation, but also significantly contributes to local economic empowerment and the development of UMKM based on local raw materials. The findings confirm the importance of collaborative education and real business practices to build sustainable and socially impactful entrepreneurship.</i>
Kata Kunci: Soybean Crackers; tempe; Wirausaha Merdeka; camilan sehat; UMKM	
Article History Received: 2025-06-01 Reviewed: 2025-06-02 Accepted: 2025-06-04	
 Lisensi: cc-by-sa	Abstrak Program Wirausaha Merdeka memberikan kesempatan yang luas kepada mahasiswa untuk mengembangkan jiwa kewirausahaan melalui pengelolaan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Kegiatan ini difokuskan pada pengembangan produk Soybean Crackers, yaitu camilan sehat berbahan dasar tempe yang dikembangkan secara inovatif untuk memenuhi kebutuhan pasar modern yang mengutamakan kesehatan dan kepraktisan. Metode pelaksanaan mencakup pelatihan kewirausahaan yang meliputi pengembangan ide bisnis, praktik langsung di UMKM, serta pendampingan intensif oleh mentor bisnis yang berpengalaman. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa kelompok berhasil memproduksi dua varian Soybean Crackers dengan kemasan kedap udara yang menarik dan higienis, yang berperan penting dalam menjaga kualitas produk selama distribusi dan penyimpanan. Produk ini mendapatkan respons positif dari pasar, terutama melalui pemasaran digital di media sosial dan penjualan dalam acara demo day. Kegiatan ini tidak hanya meningkatkan kompetensi mahasiswa dalam berbagai aspek kewirausahaan seperti pengelolaan bisnis, pemasaran digital, dan inovasi produk, tetapi juga berkontribusi signifikan terhadap pemberdayaan ekonomi lokal dan pengembangan UMKM berbasis bahan baku lokal. Temuan ini menegaskan pentingnya kolaborasi pendidikan dan praktik bisnis nyata untuk membangun kewirausahaan yang berkelanjutan dan berdampak sosial.
Corresponding Author	Nama Penulis CA Affiliation/Perguruan Tinggi CA; email@correspondingauthor
How to Cite (APA)	Irnawati, I., Salzabilah, A.-Z. I., Andini, N., Putri, M., & Lestari, P. D. A. (2025). Inovasi Produk Soybean Crackers Berbasis Tempe sebagai Camilan Sehat Lokal. <i>Intisari: Jurnal Inovasi Pengabdian Masyarakat</i> , 3(1), 33–38. https://doi.org/10.58227/intisari.v3i1.241

PENDAHULUAN

Kewirausahaan telah menjadi salah satu aspek krusial dalam pendidikan tinggi sebagai respons terhadap kebutuhan dunia kerja yang semakin kompetitif dan dinamis. Pendidikan kewirausahaan tidak hanya mempersiapkan mahasiswa untuk menjadi pencipta lapangan kerja, tetapi juga menanamkan pola pikir inovatif, kemampuan adaptasi, dan keterampilan manajerial yang dibutuhkan dalam menghadapi tantangan globalisasi ekonomi (Kurniawan et al., 2023; Pratama & Sari, 2024). Penelitian terkini menegaskan bahwa integrasi program kewirausahaan dalam kurikulum pendidikan tinggi mampu meningkatkan motivasi serta kesiapan mahasiswa dalam mengelola usaha kecil dan menengah (UKM), sehingga mendukung pertumbuhan ekonomi nasional secara berkelanjutan (Ramadhan & Faridatussalam, 2023; Faridatussalam et al., 2023).

Di Indonesia, program Wirausaha Merdeka (WMK) hadir sebagai inisiatif strategis pemerintah untuk memperkuat ekosistem kewirausahaan mahasiswa melalui pendekatan pembelajaran praktik langsung dan kolaborasi dengan dunia usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Program ini memungkinkan mahasiswa tidak hanya mengasah kemampuan teori, tetapi juga memperoleh pengalaman nyata dalam menjalankan bisnis, mengelola keuangan, serta membangun jaringan pemasaran (Ramadhan et al., 2023). Melalui kegiatan ini, mahasiswa dapat mengembangkan kapasitas kewirausahaan yang lebih holistik, yang meliputi aspek inovasi produk, strategi bisnis, hingga pengelolaan risiko usaha (Faridatussalam et al., 2023).

Selain itu, tempe sebagai produk pangan lokal memiliki potensi luar biasa yang belum sepenuhnya tergarap secara optimal sebagai sumber bahan baku camilan sehat. Tempe mengandung protein nabati berkualitas tinggi, serat, vitamin, dan mineral yang berkontribusi positif pada kesehatan masyarakat, khususnya dalam menghadapi masalah gizi dan pola makan modern yang cenderung kurang sehat (Nugroho & Haryanto, 2022; Wahyuni et al., 2023). Inovasi produk berbasis tempe, seperti Soybean Crackers, merupakan salah satu upaya strategis dalam mengembangkan pangan lokal yang tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumsi sehat tetapi juga menawarkan nilai tambah ekonomi melalui diversifikasi produk. Hal ini sejalan dengan tren global yang semakin mengutamakan produk makanan fungsional dan ramah lingkungan sebagai alternatif bagi konsumen urban (Santoso et al., 2023; Wijaya & Putri, 2024).

Pengembangan UMKM yang berfokus pada bahan baku lokal seperti tempe juga memberikan dampak positif terhadap pemberdayaan ekonomi masyarakat. Penguatan rantai pasok berbasis sumber daya lokal tidak hanya menciptakan nilai ekonomi yang berkelanjutan, tetapi juga dapat mendorong pelestarian budaya dan tradisi pangan yang telah lama diwariskan (Sari et al., 2023). Lebih jauh, pengembangan usaha mikro kecil dan menengah ini membuka peluang lapangan kerja baru serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat di tingkat akar rumput, yang merupakan salah satu pilar utama pembangunan ekonomi inklusif (Utami & Prasetyo, 2024).

Dalam konteks pembelajaran kewirausahaan, metode *experiential learning* (pembelajaran berbasis pengalaman lapangan) yang mengintegrasikan praktik langsung dan pendampingan intensif terbukti efektif dalam meningkatkan kompetensi mahasiswa. Melalui program WMK, mahasiswa dibekali keterampilan analisis pasar, pengembangan produk inovatif, manajemen usaha, dan pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran produk (Hidayat & Kusuma, 2023; Malik & Dewi, 2022). Keterampilan ini penting untuk menghadapi tantangan pasar yang dinamis dan persaingan bisnis yang semakin ketat di era digital saat ini.

Oleh karena itu, artikel ini bertujuan untuk menguraikan secara komprehensif proses pengembangan produk Soybean Crackers berbahan tempe dalam program Wirausaha Merdeka. Artikel ini juga membahas hasil pengabdian masyarakat yang berfokus pada pemberdayaan kewirausahaan mahasiswa sekaligus peningkatan nilai ekonomi produk lokal yang sehat dan

inovatif. Pendekatan ini diharapkan dapat menjadi referensi strategis dalam pengembangan program kewirausahaan dan pemberdayaan UMKM berbasis sumber daya lokal di masa depan.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengembangan Soybean Crackers dilaksanakan dalam tiga tahap utama. Tahap pertama adalah pre-immersion yang mencakup pelatihan dasar kewirausahaan seperti analisis pasar, penyusunan rencana bisnis, dan pengenalan *design thinking* serta *lean startup*. Selama tahap ini, mahasiswa mempersiapkan ide bisnis dan pitch deck sebagai dasar pengembangan produk. Tahap kedua adalah immersion, yaitu praktik langsung di UKM yang bergerak di bidang kuliner tempe. Mahasiswa terlibat dalam proses produksi, pengemasan, validasi produk, dan strategi pemasaran bersama mentor bisnis. Tahap ketiga adalah post-immersion berupa bootcamp untuk penyempurnaan model bisnis, pelatihan public speaking, dan pemasaran digital, serta evaluasi dan monitoring hasil penjualan pada demo day. Pendekatan kolaboratif dan mentoring intensif menjadi kunci keberhasilan pelaksanaan metode ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Selama pelaksanaan program Wirausaha Merdeka (WMK), kelompok kami berhasil mengembangkan dan memproduksi dua varian produk Soybean Crackers, yaitu varian original dan varian pedas daun jeruk. Pengembangan kedua varian ini tidak hanya sebatas menciptakan rasa yang disukai konsumen, tetapi juga memperhatikan aspek mutu produk secara menyeluruh. Proses produksi dilakukan dengan standar higienis yang ketat untuk memastikan keamanan pangan, dimulai dari pemilihan bahan baku, pengolahan, hingga pengemasan akhir. Kemasan kedap udara yang digunakan dirancang khusus untuk mempertahankan kerenyahan keripik tempe sekaligus melindungi produk dari kontaminasi dan kelembapan selama distribusi dan penyimpanan. Desain kemasan juga diprioritaskan agar menarik secara visual sehingga mampu menarik perhatian konsumen di pasar, termasuk pada platform digital yang menjadi media pemasaran utama.

Bahan baku utama, yaitu tempe lokal, dipilih berdasarkan kualitas tinggi dan ketersediaan yang berkelanjutan di sekitar wilayah produksi. Penggunaan bahan baku lokal ini tidak hanya memberikan nilai tambah dari sisi nutrisi karena tempe kaya akan protein nabati, serat, dan mikro nutrisi penting lainnya, tetapi juga mendukung ekonomi lokal serta pelestarian tradisi pangan khas Indonesia. Proses fermentasi alami tempe memberikan karakteristik unik pada produk, sekaligus menawarkan alternatif camilan yang sehat dan bergizi dibandingkan camilan olahan lain yang lebih banyak mengandung bahan pengawet dan bahan kimia tambahan. Ini sekaligus menjadi kontribusi dalam mengedukasi masyarakat tentang pentingnya konsumsi makanan sehat berbasis bahan alami.

Dalam aspek pemasaran, kami melakukan segmentasi pasar secara strategis dengan mengidentifikasi tiga kelompok utama konsumen: pelajar/mahasiswa, pekerja, dan ibu rumah tangga. Segmentasi ini disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi masing-masing kelompok, di mana ketiganya memiliki kebutuhan akan camilan sehat yang praktis dan mudah diakses. Untuk menjangkau segmen ini secara efektif, kami memanfaatkan platform digital seperti Instagram dan marketplace online yang menjadi media komunikasi dan transaksi utama konsumen masa kini. Kampanye pemasaran digital ini meliputi pembuatan konten edukatif tentang manfaat kesehatan Soybean Crackers, promosi melalui influencer lokal, serta penawaran diskon dan paket bundling untuk meningkatkan daya tarik pembelian.

Penjualan produk pada acara demo day berhasil meraih omzet sebesar Rp1.301.000, yang menunjukkan antusiasme pasar terhadap produk yang kami tawarkan. Penjualan pasca acara bahkan mengalami peningkatan signifikan mencapai Rp3.054.000, yang membuktikan keberlanjutan daya tarik produk di pasar dan efektivitas strategi pemasaran yang kami terapkan. Data penjualan ini menjadi indikator keberhasilan produk Soybean Crackers dalam memenuhi kebutuhan konsumen sekaligus membuka peluang pengembangan usaha lebih lanjut.

Selain keberhasilan produk, kegiatan ini juga berdampak positif pada pengembangan kompetensi kewirausahaan mahasiswa. Melalui keterlibatan aktif dalam seluruh rangkaian proses produksi dan pemasaran, mahasiswa memperoleh pengalaman praktis dalam mengelola bisnis UMKM secara menyeluruh. Keterampilan yang diperoleh meliputi pengelolaan keuangan, pengembangan produk, strategi pemasaran digital, dan penyusunan model bisnis yang fleksibel dan responsif terhadap perubahan pasar. Pendampingan intensif dari mentor bisnis menjadi faktor kunci yang membantu mahasiswa dalam mengidentifikasi potensi pasar, validasi ide produk, dan pengembangan strategi yang tepat guna meningkatkan daya saing produk. Hal ini memberikan landasan kuat bagi mahasiswa untuk mengembangkan jiwa kewirausahaan yang mandiri, inovatif, dan berkelanjutan di masa depan.

Keberhasilan produksi dua varian Soybean Crackers dengan kualitas produk dan kemasan yang unggul merupakan bukti konkret dari penerapan prinsip pemilihan bahan baku lokal berkualitas tinggi. Sebagaimana diungkapkan oleh Nugroho & Haryanto (2022), penggunaan bahan baku lokal seperti tempe memiliki peran penting dalam meningkatkan nilai tambah produk pangan berbasis fermentasi kedelai, tidak hanya dari aspek gizi tetapi juga keberlanjutan sumber daya lokal. Hal ini juga sesuai dengan penelitian Wahyuni et al. (2023) yang menegaskan bahwa produk pangan berbasis tempe yang dikemas secara higienis dan kedap udara mampu mempertahankan mutu dan memperpanjang umur simpan sehingga dapat diterima dengan baik oleh konsumen modern yang semakin peduli dengan keamanan dan kesehatan pangan.

Pengemasan produk yang memperhatikan standar keamanan pangan ini sangat relevan dengan kebutuhan konsumen masa kini yang mengutamakan kemudahan dan jaminan kualitas, khususnya pada segmen camilan sehat. Penelitian Santoso et al. (2023) menunjukkan bahwa konsumen pelajar, pekerja, dan ibu rumah tangga menghendaki produk camilan yang tidak hanya sehat dan bergizi, tetapi juga mudah diakses dengan harga yang kompetitif. Segmentasi pasar yang terarah seperti ini memungkinkan pengembangan produk yang lebih spesifik dan efektif dalam menjawab kebutuhan dan preferensi pasar, sekaligus memperkuat posisi produk di tengah persaingan pasar camilan lokal dan nasional.

Strategi pemasaran digital yang digunakan dalam pemasaran Soybean Crackers, khususnya melalui media sosial dan platform *marketplace online*, telah terbukti efektif dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan omzet penjualan. Hidayat & Kusuma (2023) menegaskan bahwa *digital marketing* merupakan alat utama yang mampu meningkatkan *brand awareness* dan memfasilitasi transaksi penjualan UMKM di era digital saat ini. Pendekatan ini juga didukung oleh Kurniawan et al. (2023), yang menyoroti bahwa pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran produk memberikan peluang besar untuk penetrasi pasar yang lebih luas dan peningkatan daya saing produk lokal. Bahkan, dalam konteks pengabdian masyarakat, Ramadhan et al. (2023) menekankan bahwa integrasi pemasaran digital dalam kegiatan kewirausahaan mahasiswa menjadi salah satu indikator keberhasilan dalam menciptakan usaha yang berkelanjutan dan adaptif terhadap perubahan pasar.

Dari sisi pengembangan kompetensi mahasiswa, kegiatan ini memperkuat temuan Faridatussalam et al. (2023), yang menegaskan pentingnya mentoring dan bimbingan dalam proses validasi ide bisnis dan pengembangan model bisnis yang responsif. Pendampingan yang intensif membantu mahasiswa dalam mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan usaha serta menyesuaikan strategi bisnis secara dinamis dengan kebutuhan pasar yang terus berubah. Hal ini sejalan dengan prinsip pembelajaran berbasis pengalaman lapangan yang diuraikan oleh Malik & Dewi (2022); Utami & Prasetyo (2024), yang menegaskan bahwa pembelajaran melalui pengalaman langsung dan bimbingan mentor merupakan metode paling efektif untuk membangun kemampuan kewirausahaan yang tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga mental adaptif dan inovatif.

Pendekatan pembelajaran ini sangat penting mengingat dunia usaha saat ini ditandai dengan perubahan yang cepat dan kompetisi yang ketat. Kemampuan mahasiswa untuk terus

berinovasi dan beradaptasi dengan dinamika pasar menjadi kunci keberhasilan dalam membangun usaha yang berkelanjutan. Selain itu, pengembangan produk seperti Soybean Crackers yang berbasis bahan pangan lokal juga mendukung agenda pengabdian masyarakat dalam pemberdayaan ekonomi lokal dan pelestarian budaya pangan tradisional yang berdampak pada bidang sosial dan ekonomi masyarakat (Kurniati, 2023).

Dengan demikian, keberhasilan kegiatan ini tidak hanya terlihat dari hasil produk dan penjualan, tetapi juga dari proses pembelajaran dan pemberdayaan mahasiswa yang menjadi agen perubahan dalam komunitas mereka. Integrasi aspek teknis produk, strategi pemasaran modern, dan pengembangan kompetensi kewirausahaan mahasiswa secara simultan menjadi model yang dapat direplikasi dalam program pengabdian masyarakat dan kewirausahaan di masa mendatang.

SIMPULAN

Program Wirausaha Merdeka berhasil mengembangkan produk Soybean Crackers berbasis tempe sebagai camilan sehat dan inovatif yang mendapatkan respons positif dari pasar. Keberhasilan ini didukung oleh produksi dua varian rasa yang berkualitas serta penggunaan kemasan higienis dan kedap udara yang mampu menjaga mutu produk. Strategi pemasaran digital yang efektif juga berperan penting dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan produk. Selain keberhasilan produk, kegiatan ini secara signifikan meningkatkan kompetensi mahasiswa dalam berbagai aspek kewirausahaan, termasuk pengelolaan bisnis, pemasaran, dan inovasi produk melalui pendampingan mentor yang intensif. Lebih jauh, program ini memberikan kontribusi nyata dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat dan pengembangan UMKM berbasis sumber daya lokal, sekaligus memperkuat nilai ekonomi dan keberlanjutan bahan baku tempe sebagai produk unggulan daerah.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada Universitas Muslim Indonesia sebagai penyelenggara program Wirausaha Merdeka, dosen pembimbing lapangan yang telah memberikan bimbingan dan dukungan, serta seluruh mentor dan praktisi UMKM yang membantu kelancaran kegiatan ini. Terima kasih juga kepada seluruh anggota tim yang telah bekerja sama dengan baik.

REFERENSI

- Faridatussalam, S. R., Abid, A. H., & Hasan, N. (2023). Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Kalangan Anak Muda Melalui Program Wirausaha Merdeka. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, 4(1), 74–80. <https://doi.org/10.35870/jpni.v4i1.117>
- Hidayat, R., & Kusuma, A. (2023). Digital Marketing Strategies for MSMEs: Enhancing Product Visibility and Sales. *Journal of Small Business Management*, 61(2), 345–362. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12567>
- Kurniati, H. M. (2023). Wirausaha Merdeka: Memerdekakan Kolaborasi Perguruan Tinggi dengan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Intisari: Jurnal Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 9–16. <https://doi.org/10.58227/intisari.v1i1.22>
- Kurniawan, D., Sari, R. P., & Hartono, M. (2023). Entrepreneurship Education Impact on University Students' Entrepreneurial Intentions: A Systematic Review. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 29(1), 88–105. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-12-2022-0920>

- Malik, S., & Dewi, L. (2022). The Role of Mentoring in Enhancing Entrepreneurial Skills among Students. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 16(3), 269-283. <https://doi.org/10.1108/APJIE-03-2022-0117>
- Nugroho, Y., & Haryanto, B. (2022). Utilization of Local Tempe in Developing Nutritional Snacks: A Case Study in Indonesia. *Journal of Food Science and Nutrition*, 7(4), 202-210. <https://doi.org/10.1016/j.jfsn.2022.07.003>
- Pratama, I. G., & Sari, N. K. (2024). The Influence of Entrepreneurship Program on Student's Business Skills Development. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 10(1), 33-48. <https://doi.org/10.32479/ijbe.v10i1.15567>
- Ramadhan, F., & Faridatussalam, S. R. (2023). Program Magang Wirausaha Merdeka Menumbuhkan Minat Berdaya Saing Wirausaha Mahasiswa. *Budimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 1-7. <https://doi.org/10.29303/budimas.v5i2.112>
- Santoso, A., Pramudito, A., & Hidayah, N. (2023). Consumer Behavior Analysis on Healthy Snack Products in Indonesia. *Journal of Marketing and Consumer Research*, 56(1), 65-72. <https://doi.org/10.7176/JMCR/56-07>
- Sari, P., Mulyono, H., & Lestari, D. (2023). Empowering Local SMEs through Innovation: A Review of Recent Developments. *Journal of Entrepreneurship and Business*, 8(1), 112-124. <https://doi.org/10.1016/j.jeb.2023.03.004>
- Utami, D. S., & Prasetyo, A. (2024). Enhancing Student Entrepreneurship via Experiential Learning: The Role of Mentorship. *Journal of Education and Entrepreneurship*, 12(1), 57-71. <https://doi.org/10.1080/20477934.2024.1745718>
- Wahyuni, S., Kusuma, D., & Prasetyo, H. (2023). Development of Tempe-Based Snacks to Promote Healthy Eating in Urban Communities. *Food Science & Nutrition*, 11(2), 594-604. <https://doi.org/10.1002/fsn3.3238>
- Wijaya, B., & Putri, T. (2024). Innovation in Local Food Products: The Case of Tempe Snacks in Indonesia. *International Journal of Food Science and Technology*, 59(1), 128-136. <https://doi.org/10.1111/ijfs.14932>