

TemChoco: Pengembangan Produk Kuliner Kreatif Sebagai Camilan Sehat Kaya Protein

Nurul Hidayah Pratama ^{1*}, Nur Anny S Taufieq ²,
Noor Fadilah Romadhani ³, Dwi Wahyuni Aprianti ⁴, Nurlita Pertiwi ⁵

¹⁻⁵ Fakultas Teknik, Universitas Negeri Makassar

*nurul.hidayahp@unm.ac.id

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan keterampilan kewirausahaan dan kreativitas generasi muda melalui pengembangan tempe menjadi camilan sehat berbasis coklat yang memiliki nilai jual lebih tinggi. Kegiatan dilatarbelakangi oleh rendahnya variasi produk olahan tempe serta masih terbatasnya kemampuan mitra dalam pengolahan, perencanaan usaha, dan pemasaran produk pangan lokal. Metode pelaksanaan dilakukan melalui tahap persiapan, pelatihan produksi, pendampingan penyusunan rencana usaha, pemasaran digital, serta monitoring dan evaluasi. Peserta kegiatan terdiri atas 10 orang mitra wirausaha generasi muda yang dibagi dalam kelompok produksi dan pemasaran. Hasil kegiatan menunjukkan peserta mampu memproduksi TemChoco secara mandiri, menyusun analisis kelayakan usaha sederhana, serta memasarkan produk melalui bazar dan media sosial. Kegiatan ini memberikan manfaat berupa peningkatan keterampilan produksi, pengetahuan kewirausahaan, dan peluang usaha baru berbasis pangan lokal. Kegiatan ini menunjukkan bahwa keterlibatan aktif masyarakat mampu mendorong inovasi pangan lokal menjadi usaha kreatif yang bernilai ekonomi dan berkelanjutan.

Kata Kunci: *olahan tempe, kewirausahaan, inovasi pangan, camilan sehat, pengabdian masyarakat*

Pendahuluan

Sebagai pangan tradisional asli Indonesia, tempe memiliki profil gizi yang sangat baik, terutama kandungan protein nabatinya. Popularitas tempe kini terus meningkat seiring dengan kesadaran masyarakat akan pola makan sehat dan berkelanjutan. Kandungan gizi yang lengkap serta adanya komponen bioaktif pasca-fermentasi membuat tempe diakui secara luas sebagai pangan fungsional yang bermanfaat bagi kesehatan (Aryanta, 2020; Rosalina dkk., 2024). Di tingkat global, citra tempe terus meningkat seiring dengan tren gaya hidup sehat dan kebutuhan akan sumber protein yang berkelanjutan (Ahnan-Winarno dkk., 2021; Rizzo, 2024).

Tempe memiliki potensi ekonomi yang sangat besar jika dikelola dengan tepat. Penelitian menunjukkan bahwa inovasi teknologi pangan menjadi kunci untuk mengoptimalkan pemanfaatan tempe di pasar yang lebih luas. Di banyak wilayah, usaha

tempe bahkan menjadi pilar ekonomi masyarakat yang mendukung kemandirian ekonomi lokal (Hasniah dkk., 2025; Sundari dkk., 2025; Prasetyo dkk., 2025).

Namun, tantangan nyata yang dihadapi pelaku usaha di Indonesia adalah rendahnya variasi produk dan daya saing. Sebagian besar UMKM masih terfokus pada penjualan tempe mentah yang memiliki nilai jual rendah dan masa simpan yang singkat (Feiranita, 2021). Tanpa adanya sentuhan kreativitas, produk tempe sulit menarik minat generasi muda yang cenderung menyukai camilan dengan rasa dan kemasan yang lebih modern.

Berdasarkan hasil wawancara kepada mitra, dalam hal ini wirausaha generasi muda yang terdiri dari 10 orang, ditemukan beberapa masalah, yaitu 1) masih kurangnya keterampilan mitra dalam mengolah tempe menjadi camilan sehat kaya protein; 2) masih kurangnya pengetahuan mitra dalam menyusun rencana kelayakan usaha; dan 3) Masih kurangnya keterampilan mitra dalam memasarkan produk tempe sebagai camilan sehat kaya protein.

Kesenjangan inilah yang menjadi peluang bagi tim pengabdian dalam mendampingi mitra untuk terlibat langsung sebagai penggerak ekonomi kreatif. Melalui program pengabdian ini, mitra dapat berperan dalam mentransformasi tempe menjadi produk olahan inovatif seperti cokelat tempe. Inovasi ini bukan sekadar mengikuti tren, tetapi merupakan strategi nyata dalam meningkatkan nilai ekonomis produk lokal. Selain meningkatkan harga jual, teknik pengolahan ini secara efektif memperpanjang masa simpan produk sehingga jangkauan pemasarannya menjadi lebih luas.

Kegiatan ini juga bertujuan untuk mengasah jiwa kewirausahaan dan literasi pemasaran digital. Dengan pendampingan yang tepat, mitra dapat membangun identitas merek yang kuat agar produk inovatif mampu bersaing di pasar modern. Penggunaan platform digital menjadi jembatan agar produk lokal tidak lagi dipandang sebelah mata, melainkan menjadi pilihan oleh-oleh atau camilan kekinian yang bernilai estetis (Charli & Js, 2024; Nilasari dkk., 2024; Prasetyo dkk., 2025).

Secara luas, kegiatan ini tidak hanya berdampak pada aspek ekonomi, tetapi juga berfungsi sebagai sarana edukasi bagi masyarakat. Diversifikasi olahan tempe menjadi cara yang lebih menarik untuk meningkatkan konsumsi protein nabati di kalangan anak muda (Simanjuntak dkk., 2022). Sinergi antara kreativitas mitra dan kearifan lokal ini pada akhirnya akan memperkuat ketahanan ekonomi berbasis pemberdayaan masyarakat (Alawi & Minarti, 2026; Hanafiah dkk., 2025).

Berdasarkan latar belakang tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini difokuskan pada pengembangan usaha tempe coklat yang merupakan inovasi camilan sehat yang kaya protein. Tujuan utama dari kegiatan ini adalah untuk menginkubasi keterampilan kewirausahaan mitra melalui pelatihan pembuatan cokelat tempe yang terstandarisasi, penguatan kapasitas produksi, serta implementasi strategi pemasaran digital. Adapun manfaat yang diharapkan adalah terciptanya diversifikasi produk yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan daya saing kuat di pasar modern Kota Makassar. Melalui inisiatif ini, diharapkan TemChoco dapat menjadi model bisnis kuliner kreatif yang mandiri dan kompetitif, sekaligus mampu mengoptimalkan potensi tempe dan membuktikan bahwa pangan tradisional mampu bertransformasi menjadi camilan sehat yang relevan dengan kebutuhan konsumen.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan selama kurang lebih tiga bulan sejak 6 Maret- 28 April 2026. Pelaksanaan dilakukan mulai dari mencari permasalahan yang dihadapi oleh mitra, persiapan kegiatan, penguatan pemahaman mitra terkait kelebihan Tempe yang kaya akan protein, pengolahan tempe menjadi camilan sehat kaya protein, pelatihan pembuatan cokelat tempe yang terstandarisasi, penguatan kapasitas produksi, serta pendampingan pemasaran digital. Target konsumen meliputi pelajar, mahasiswa, anak-anak, dan masyarakat umum yang memiliki minat terhadap camilan inovatif berbahan dasar tempe. Target konsumen dipilih berdasarkan potensi pasar serta tingginya minat masyarakat terhadap produk makanan ringan kekinian.

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dilakukan secara bertahap agar proses pengembangan produk TemChoco dapat berjalan secara efektif dan terarah. Tahapan kegiatan meliputi tahap persiapan, tahap pelaksanaan, serta tahap monitoring dan evaluasi.

1. Tahapan Persiapan

Langkah awal dimulai dengan memastikan seluruh kebutuhan teknis terpenuhi. Tim melakukan koordinasi internal untuk membagi tanggung jawab dalam bidang produksi, pengemasan, hingga pemasaran. Selain menyusun jadwal kerja, tim juga menyiapkan peralatan seperti kompor, wajan, timbangan digital, dan alat pendukung lainnya. Bahan baku utama pun dipastikan ketersediaannya, mulai dari tempe berkualitas, coklat batang, hingga material kemasan. Mitra didampingi untuk melakukan survei kecil yang bertujuan untuk melihat tren minat konsumen dan merancang strategi promosi di media sosial agar pemasaran lebih efektif.

2. Tahap Pelaksanaan

Tahap ini merupakan inti dari kegiatan yang mencakup pelatihan dan pendampingan pada proses produksi hingga penjualan. Tim pengabdian memberikan pelatihan cara membuat tempe sebagai camilan yang sehat kaya protein. Kemudian mitra memproduksi dimulai dengan mengiris tempe secara tipis agar menghasilkan tekstur renyah setelah digoreng. Setelah ditiriskan dari minyak, tempe dicelupkan ke dalam coklat yang telah dilelehkan dengan teknik *tim* untuk menjaga kualitas rasa. Agar lebih menarik, mitra menambahkan aneka *topping* sebelum produk didinginkan dan dikemas secara higienis menggunakan *standing pouch*. Sejalan dengan itu, pemasaran dilakukan secara langsung maupun melalui Instagram dengan menampilkan visual produk yang menarik. Target utamanya adalah masyarakat umum dan generasi muda yang mencari camilan manis namun tetap kekinian.

3. Tahapan Monitoring dan Evaluasi

Untuk menjaga kualitas usaha, tim pengabdian memberikan pendampingan dengan melakukan pemantauan berkala terhadap setiap detail produksi dan respon konsumen. Hal ini mencakup pengecekan konsistensi rasa, kebersihan, hingga kerapian kemasan. Data penjualan juga dicatat secara rutin sebagai bahan evaluasi di akhir periode. Hasil dari evaluasi ini sangat penting untuk memetakan kendala yang

muncul, menghitung keuntungan, serta menentukan inovasi varian rasa ke depannya. Dengan begitu, usaha TemChoco tidak hanya berjalan sesaat, tetapi dapat terus berkembang dan bersaing di pasar secara berkelanjutan.

Keberhasilan kegiatan pengabdian ini ditandai dengan keterampilan peserta dalam mengolah tempe menjadi produk inovatif berupa TemChoco. Peserta diharapkan mampu mempraktikkan proses produksi secara mandiri mulai dari pengolahan bahan, pelapisan coklat, hingga pengemasan produk. Selain itu, keberhasilan kegiatan juga dilihat dari terbentuknya produk TemChoco yang memiliki kualitas rasa, tekstur, dan tampilan yang baik serta berhasil dipasarkan baik secara langsung maupun melalui media sosial. Kegiatan ini juga diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan peserta mengenai kewirausahaan dan pengelolaan usaha sederhana berbasis pangan lokal.

Hasil dan Pembahasan

Peningkatan Keterampilan Mitra dalam Mengolah Tempe Menjadi Camilan Sehat Kaya Protein

Mitra terlibat langsung dalam mengolah tempe menjadi camilan sehat kaya protein. Tim pengabdian memberikan pelatihan mulai dari cara memilih tempe yang tepat dan mengolah tempe menjadi camilan sehat kaya protein. Proses produksi dimulai dari pemilihan tempe yang masih segar, kemudian tempe diiris tipis agar mudah digoreng dan menghasilkan tekstur yang lebih renyah. Kemudian Tempe digoreng hingga kering dan berwarna keemasan. Selanjutnya, Coklat dilelehkan dengan metode tim, dan tempe dicelupkan ke dalam coklat leleh. Hasil akhir, mitra memberikan topping sehingga lebih menarik. Inovasi baru dengan memadukan tempe dengan coklat, memberikan kesan perpaduan lokal dan rasa modern, sehingga lebih mudah diterima oleh konsumen yang gemar memakan camilan, namun masih bisa memenuhi gizi dan protein bagi tubuh. Gambar 1 menunjukkan keterampilan mitra dalam mengolah tempe menjadi camilan sehat kaya protein.



Gambar 1. Mitra mempraktikkan pembuatan TemChoco

Peningkatan Pengetahuan Mitra dalam Menyusun Rencana Kelayakan Usaha

Tim pengabdian memberikan pemaparan materi terkait langkah praktis menyusun proposal usaha. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa mitra telah mampu dalam menyusun rencana usaha TemChoco sebagai model usaha mikro berbasis inovasi pangan lokal yang mencakup aspek produksi, kelayakan finansial, pemasaran, dan potensi kebermanfaatan bagi sasaran kegiatan. Berdasarkan hasil perencanaan, produk yang dihasilkan berupa Tempe Coklat (TemChoco) dalam kemasan 60 gram dengan kapasitas produksi 100 cup per bulan dan harga jual Rp11.000 per cup. Proses produksi dilakukan melalui tahapan persiapan bahan, pengolahan tempe, pelapisan coklat, penambahan topping, dan pengemasan.

Dari aspek finansial, hasil perhitungan menunjukkan bahwa usaha ini memerlukan modal awal sebesar Rp1.131.000 yang terdiri atas biaya tetap Rp290.000 dan biaya tidak tetap Rp841.000. Harga pokok produksi (HPP) sebesar Rp8.410 per cup menghasilkan keuntungan Rp2.590 per unit, dengan estimasi keuntungan total Rp259.000 per bulan. Ringkasan hasil analisis finansial disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Ringkasan Analisis Finansial Usaha TemChoco

No.	Komponen	Nilai
1	Total Modal Usaha	Rp1.131.000
2	Biaya Produksi per Cup (HPP)	Rp8.410
3	Harga Jual per Cup	Rp11.000
4	Keuntungan per Cup	Rp2.590
5	Kapasitas Produksi/Bulan	100 cup
	Total Keuntungan/Bulan	Rp259.000

Selain itu, identifikasi faktor kekuatan dan kelemahan menunjukkan bahwa usaha memiliki prospek yang baik. Kekuatan utama meliputi produk inovatif, bahan baku mudah diperoleh, kandungan gizi, dan pasar yang luas, sedangkan peluang utama berasal dari tren makanan kekinian dan pemasaran digital. Hasil ini menunjukkan bahwa TemChoco memiliki potensi untuk dikembangkan secara berkelanjutan.



Gambar 2. Hasil diagram Kekuatan dan Kelemahan Usaha TemChoco

Berdasarkan pemetaan situasi, TemChoco memiliki kekuatan (*strengths*) utama pada keunikan produk yang bergizi tinggi dan harga yang terjangkau bagi mahasiswa. Namun, terdapat kelemahan (*weaknesses*) berupa daya tahan produk yang terbatas dan perlunya edukasi pasar agar masyarakat terbiasa dengan konsep tempe sebagai camilan manis. Di sisi lain, terdapat peluang (*opportunities*) besar melalui tren makanan kekinian dan pemanfaatan pemasaran digital yang menjangkau pasar mahasiswa secara luas. Meski begitu, usaha ini harus tetap mewaspadai ancaman (*threats*) berupa persaingan dari produk camilan pabrikan serta potensi kenaikan harga bahan baku yang dapat memengaruhi biaya produksi.

Secara umum, hasil kegiatan menunjukkan bahwa TemChoco merupakan inovasi pangan yang memiliki potensi dikembangkan sebagai usaha mikro berbasis sumber daya lokal. Hal ini sejalan dengan teori inovasi produk yang menyatakan bahwa pengembangan produk baru melalui kombinasi unsur tradisional dan modern dapat menciptakan nilai tambah, diferensiasi pasar, dan daya saing usaha (Nandini dkk., 2025). Dalam konteks ini, TemChoco mengintegrasikan tempe sebagai pangan tradisional dengan coklat sebagai unsur modern, sehingga menghasilkan produk inovatif berbasis perpaduan. Temuan ini sejalan dengan hasil pengabdian kepada masyarakat terdahulu yang menyatakan bahwa produk coklat tempe memiliki tingkat penerimaan yang baik dari aspek rasa, aroma, dan tekstur, sehingga berpotensi dikembangkan sebagai diversifikasi pangan lokal (Nilasari dkk., 2024; Anggara dkk., 2024).

Secara lebih spesifik, dari aspek kelayakan usaha, hasil finansial menunjukkan adanya margin keuntungan positif. Menurut teori kelayakan usaha, indikator keuntungan dan efisiensi biaya merupakan parameter utama dalam menentukan keberlanjutan usaha. Nilai keuntungan Rp2.590 per unit menunjukkan bahwa usaha ini layak dijalankan pada skala mikro. Temuan ini sejalan dengan konsep usaha mikro berbasis modal rendah, di mana efisiensi penggunaan sumber daya lokal menjadi kekuatan utama dalam membangun usaha berkelanjutan.

Peningkatan Keterampilan Mitra dalam Memasarkan Produk Tempe Sebagai Camilan Sehat Kaya Protein

Keterampilan mitra meningkat melalui keikutsertaan TemChoco dalam kegiatan bazaar kewirausahaan. Hal ini sekaligus menjadi tahap monitoring dan evaluasi dari kegiatan pendampingan kepada mitra. Mitra telah mampu memasarkan produk sekaligus memasarkan tempe sebagai camilan sehat kaya protein menjadi indikator utama keberhasilan kegiatan pemberdayaan masyarakat ini. Produk ini mendapat respon yang sangat baik dari pengunjung dan pembeli, yang membuktikan bahwa inovasi ini memiliki daya tarik nyata bagi konsumen. Selain manfaat ekonomi, kegiatan ini memberikan dampak edukasi bagi mitra dalam meningkatkan wawasan kewirausahaan, pengalaman mengelola usaha, serta kemampuan kerja sama tim.

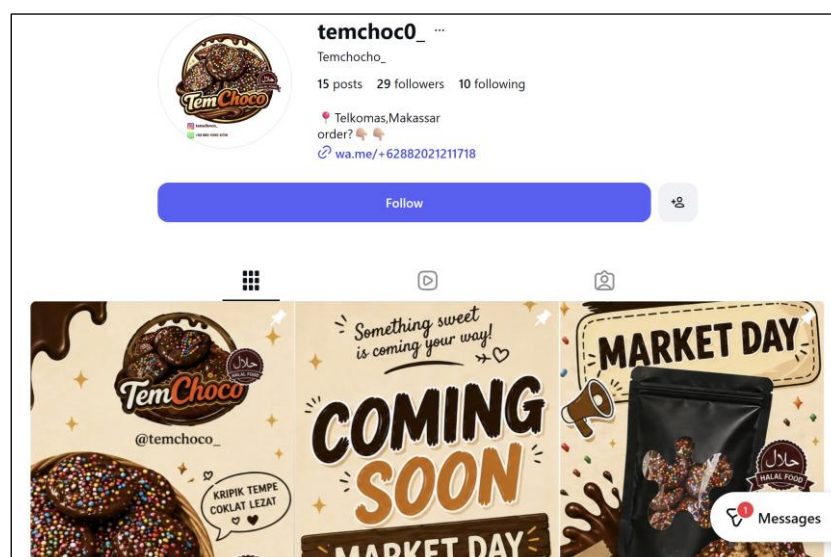
Segmentasi produk yang menjangkau pelajar, mahasiswa, dan pecinta camilan manis menunjukkan adanya kesesuaian antara karakteristik produk dan target konsumen. Hal ini mendukung teori perilaku konsumen yang menekankan bahwa atribut rasa, harga, kemasan, dan kebaruan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Temuan ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Savitri dkk. (2024) yang menunjukkan

bahwa preferensi konsumen terhadap snack inovatif dipengaruhi secara signifikan oleh unsur kebaruan, rasa, dan kemasan produk.



Gambar 3. Hasil pendampingan pengemasan TemChoco

Selain itu, tim pengabdian juga mendampingi mitra dalam memanfaatkan penggunaan media sosial sebagai strategi pemasaran. Hal ini menunjukkan adanya adaptasi terhadap perkembangan digital dalam pengelolaan usaha. Dalam perspektif pemasaran digital, media sosial berfungsi tidak hanya sebagai media promosi, tetapi juga sebagai sarana membangun hubungan dengan konsumen dan memperluas jangkauan pasar. Hal ini memperkuat bahwa strategi pemasaran TemChoco memiliki relevansi dengan model bisnis UMKM berbasis digital. Dari sisi edukasi, kegiatan ini meningkatkan pemahaman tentang inovasi pangan, manajemen usaha, dan pemanfaatan bahan lokal secara produktif.



Gambar 4. Akun Instagram TemChoco

Dari aspek kebermanfaatan, kegiatan ini memberikan manfaat bagi khalayak sasaran, khususnya mitra sebagai pelaku usaha generasi muda, dalam bentuk peningkatan wawasan kewirausahaan, pengalaman pengelolaan usaha, serta pemanfaatan bahan pangan lokal menjadi produk bernilai tambah. Selain manfaat ekonomi berupa potensi pendapatan, kegiatan ini juga memberikan manfaat sosial melalui penguatan kreativitas, kerja sama tim, dan peluang pengembangan usaha mandiri. Aspek kebermanfaatan ini penting karena menunjukkan bahwa kegiatan tidak hanya menghasilkan produk, tetapi juga memberi dampak nyata bagi penguatan kapasitas sasaran kegiatan.



Gambar 5. Foto bersama setelah kegiatan

Namun demikian, hasil kegiatan juga menunjukkan adanya tantangan, terutama pada daya tahan produk yang terbatas dan kebutuhan edukasi pasar terhadap produk inovatif berbasis tempe. Oleh karena itu, pengembangan varian rasa, peningkatan kualitas kemasan, dan diversifikasi distribusi menjadi strategi yang perlu dipertimbangkan.

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menghasilkan inovasi TemChoco, yakni campuran tempe dan coklat sebagai camilan sehat tinggi protein yang mampu menambah nilai pangan lokal serta menarik minat generasi muda terhadap tempe. Program tersebut tidak hanya menekankan pengolahan produk, melainkan juga menyediakan bimbingan komprehensif mulai dari produksi, pengemasan, analisis kelayakan bisnis, hingga pemasaran daring. Hasilnya menunjukkan peningkatan kemampuan dan wawasan mitra dalam menggarap usaha berbasis pangan lokal secara inovatif dan berkelanjutan. Manfaatnya dirasakan langsung oleh masyarakat target, terutama mitra wirausaha muda, melalui penguatan kewirausahaan, pengalaman

pengelolaan usaha, kolaborasi tim, serta munculnya peluang bisnis baru yang berpotensi meningkatkan pendapatan ekonomi.

Kegiatan ini berkontribusi pada pengembangan gagasan inovasi pangan lokal melalui penggabungan elemen tradisional dan modern guna menciptakan keunikan produk serta daya saing usaha kecil-menengah. Inovasi dari sumber daya lokal merupakan strategi ampuh untuk pemberdayaan masyarakat dan penguatan ekonomi kreatif berbasis UMKM. Meski begitu, masih ada hambatan seperti masa simpan produk yang singkat dan kebutuhan sosialisasi pasar mengenai tempe sebagai camilan manis. Maka, pengabdian lanjutan direkomendasikan untuk mengembangkan varian rasa, meningkatkan mutu dan teknologi kemasan, memperluas pemasaran digital, serta memberikan pendampingan berkesinambungan agar usaha TemChoco berkembang lebih luas dengan kompetitivitas lebih tinggi di pasar modern.

Ucapan Terimakasih

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M) Universitas Negeri Makassar atas dukungan dan fasilitasi yang diberikan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Kelompok Usaha Wirasausaha Generasi Muda sebagai mitra kegiatan yang telah memberikan kerja sama, partisipasi, serta dukungan selama proses pelaksanaan dan pengembangan usaha TemChoco sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik dan lancar.

Referensi

- Ahnar-Winarno, A. D., Cordeiro, L., Winarno, F. G., Gibbons, J., & Xiao, H. (2021). Tempeh: A semicentennial review on its health benefits, fermentation, safety, processing, sustainability, and affordability. *Comprehensive Reviews in Food Science and Food Safety*, 20(2), 1717–1767. <https://doi.org/10.1111/1541-4337.12710>
- Alawi, Z., & Minarti, S. (2026). Peningkatan Kapasitas UMKM dan Kewirausahaan Melalui Inovasi Produk Lokal: Pelatihan Pembuatan Coklat Tempe dan Penguatan Koperasi di Desa Kalisumber. *Jurnal Teras Pengabdian Masyarakat*, 2(1).
- Anggara, O. C., Setiawati, A., Azizah, A., Andita, I., Wahyuni, O., & Tyas, T. (2024). Peningkatan Ekonomi Masyarakat Desa Kedungadem Melalui Inovasi Tempe Menjadi Produk Tempe COklat (Cope-Cope). *Martabe : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(11). <https://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/martabe/article/view/18031>
- Aryanta, I. (2020). Manfaat Tempe Untuk Kesehatan. *Widya Kesehatan*, 2(1), 44–50. <https://doi.org/10.32795/widyakesehatan.v2i1.609>
- Charli, C. O., & Js, S. (2024). Strategi pemasaran digital untuk mengembangkan UMKM Tempe Azaki Padang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(5), 1538–1542. <https://doi.org/10.59837/jpmmba.v2i5.1060>
- Feiranita, N. V. (2021). Pengembangan dan inovasi produk tempe guna meningkatkan daya saing usaha mikro. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 1–18.

- Hanafiah, H., Damaiyanti, N. N., & Tamara, R. (2025). Strategi pengembangan UMKM melalui inovasi produk tempe pada Desa Pengampelan Kota Serang Banten. *Aksi Kita: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4), 980–987.
- Hasniah, N., Aziz, F. N., Kamil, R. Z., & Akter, T. (2025). *Journal of Applied Food Technology A Bibliometric Review of Tempeh Research : Trends , Collaborations , and*. 12(May), 85–91. <https://doi.org/10.17728/jaft.27277>
- Nandini, N. F. A., Yuniar, W., Novita, Y., & Ristiliana. (2025). Peran Inovasi Produk dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif UMKM. *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi, Manajemen & Bisnis (MUANOMI)*, 1(4), 3090–5729.
- Nilasari, Y., Komala, D. R., Badruddin, B. M., & Khuzaeri, I. (2024). Pembuatan coklat tempe sebagai inovasi produk UMKM di Desa Lemahabang. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat*, 4, 693–700.
- Prasetyo, A. H., Handayani, T., Putra, R. K., Karisma, D., Sari, W., Abibah, R., Sari, D. R., & Chintya, S. M. (2025). *Pengembangan Usaha Produksi Olahan Tempe Di UMKM Keripik Tempe Mak Ribut Desa Loning Kecamatan Petarukan Kabupaten Pemalang Development Of Tempe Production Business In Mak Ribut Tempe Chips Umkm , Loning Village , Petarukan District , Pemalang Regency Ins*. 5.
- Rizzo, G. (2024). Soy-Based Tempeh as a Functional Food: Evidence for Human Health and Future Perspective. *Frontiers in Bioscience-Elite*, 16(1). <https://doi.org/10.31083/j.fbe1601003>
- Rosalina, L., Bernward, B., Sumaryati, S., & Asmar, Y. (2024). Role of tempe from West Sumatra as a source of vitamin B12 and antioxidant capacity. *MSJ: Majority Science Journal*, 2(1), 312–319. <https://doi.org/10.61942/msj.v2i1.65>
- Savitri, D., Romadhoni, I. F., Handajani, S., & Miranti, M. G. (2024). Influence of Product Design and Food Taste on Consumer Interest in Momogi Snack. *Jurnal Ekbis- Analisis, Prediksi, Dan Informasi*, 25(2), 835–846.
- Simanjuntak, B. Y., Wahyudi, A., Elly, N., & Okfrianti, Y. (2022). Produk olahan inovatif tempe sebagai alternatif meningkatkan konsumsi dan peluang usaha. *GEMASSIKA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1), 76–83. <https://doi.org/10.30787/gemassika.v7i1.670>
- Sundari, S., Prayoga, Y., & Nasution, M. A. A. I. (2025). Inovasi dalam meningkatkan nilai jual tempe sebagai salah satu komoditas utama UMKM di Desa Simpang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 6(2), 2387–2392.