

MEMBAWA RASA KELUAR DESA MELALUI VIDEO PROFIL TEMPE MENDOAN IKON DESA SRI MULYA

Lyka Antasari¹, Puspita Devi², Novelin Oktavia³, Gita Ayu Kinanti⁴, Shinta Triani⁵, Aji Ranu Praja⁶

^{1 2 3 4 5 6}Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Baturaja, Baturaja, Indonesia
Email Corresponding: devi.fisipunbara@gmail.com

Received: 27 Januari 2025 Accepted: 28 Februari 2025 Published: 28 Februari 2025

Abstrak

Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memperkenalkan tempe mendoan sebagai ikon kuliner khas Desa Sri Mulya ke pasar yang lebih luas melalui media digital. Tempe mendoan yang diproduksi secara tradisional menggunakan daun pisang sebagai pembungkus dan kayu bakar sebagai alat masak mencerminkan kearifan lokal yang perlu dilestarikan. Dalam program ini, mahasiswa KKN bekerja sama dengan pelaku usaha lokal untuk memproduksi video profil tempe mendoan. Video ini menampilkan proses pembuatan tempe mendoan dari awal hingga siap disajikan, dengan fokus pada keunikan tradisi yang terjaga. Metode pelaksanaan meliputi pengumpulan data melalui observasi dan wawancara, pengambilan video, editing, hingga pengunggahan ke platform digital. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa video profil yang diunggah melalui media sosial *WhatsApp*, *Instagram* dan *Youtube* desa berhasil meningkatkan daya tarik tempe mendoan, yang ditandai dengan meningkatnya pesanan dari konsumen luar desa. Selain itu, program ini meningkatkan kesadaran masyarakat desa tentang pentingnya pemasaran digital dalam mengembangkan produk lokal. Kesimpulan dari kegiatan ini adalah bahwa teknologi digital, khususnya video profil, dapat menjadi sarana efektif untuk melestarikan budaya lokal sekaligus memperluas peluang ekonomi. Selanjutnya, produsen tempe dapat memanfaatkan *e-commerce* untuk memperluas pasar dan bekerja sama dengan restoran atau kafe sebagai mitra distribusi. Selain itu, inovasi pada varian produk seperti tempe mendoan kemasan siap saji dapat menambah nilai jual.

Kata Kunci: Tempe mendoan, kearifan lokal, pemasaran digital

PENDAHULUAN

Indonesia dikenal sebagai negara yang kaya akan keberagaman kuliner tradisional yang mencerminkan kearifan lokal dan identitas budaya masyarakatnya. Salah satu kuliner khas yang telah menjadi ikon di berbagai daerah adalah tempe mendoan. Tempe adalah olahan makanan hasil fermentasi asal Indonesia yang dalam proses pembuatannya menggunakan ragi yang mengandung mikroorganisme (Barus et al., 2020). Bahan baku utama tempe berupa biji kedelai yang difermentasikan menggunakan ragi tempe. Ragi sangat berperan pada proses fermentasi, karena didalamnya mengandung inokulum kapang *Rhizopus oligosporus* yang akan tumbuh pada kedelai hingga menjadi tempe (Amin et al., 2020). Selain rasanya yang enak dan harganya yang relatif terjangkau, tempe memiliki banyak nilai kandungan gizi diantaranya vitamin B6 (pyridoxine), vitamin K, protein dan merupakan makanan berserat tinggi (Erkan et al., 2019). Nutrisi yang terkandung dalam tempe

bermanfaat bagi kesehatan seperti menurunkan resiko penyakit *osteoporosis*, jantung dan stroke, kanker serta gangguan pencernaan (Tahir et al., 2018).

Desa Sri Mulya, Kecamatan Ogan Komerling Ulu, merupakan salah satu wilayah yang menjadikan tempe mendoan sebagai produk unggulan. Keunikan tempe mendoan dari desa ini terletak pada proses pembuatannya yang masih mempertahankan cara tradisional, yaitu menggunakan daun-daunan seperti daun pisang sebagai pembungkus dan memasak dengan api kayu bakar untuk menjaga keaslian rasanya.

Penggunaan daun pisang sebagai pembungkus tempe memiliki nilai filosofis dan praktis yang mendalam. Secara filosofis, pembungkus alami ini mencerminkan upaya menjaga tradisi dan keaslian produk lokal. Sementara itu, secara praktis, daun pisang memiliki sifat antibakteri alami yang dapat menjaga kualitas dan kebersihan tempe selama proses fermentasi. Selain itu, tempe dengan pembungkus daun pisang memiliki aroma khas



yang lebih disukai, hal ini dikarenakan pada daun pisang mengandung senyawa polifenol berupa katekin (Rahmadhia et al., 2019)

Di tengah era modernisasi, di mana penggunaan plastik sebagai pembungkus semakin marak karena kemudahannya, masyarakat Desa Sri Mulya tetap memilih mempertahankan bahan alami ini sebagai identitas dan daya tarik utama tempe mendoan mereka. Selain itu, pengolahan tempe mendoan di Desa Sri Mulya juga mempertahankan cara memasak tradisional menggunakan api kayu bakar. Proses ini tidak hanya menjadi simbol penghormatan terhadap tradisi, tetapi juga memberikan rasa yang lebih autentik dibandingkan metode memasak modern menggunakan kompor gas atau listrik. Wishnu (2025) menjelaskan bahwa ketika makanan dimasak menggunakan kayu bakar, asap yang dihasilkan mengandung senyawa kimia seperti fenol dan aldehid yang memberikan rasa yang lebih kompleks dan khas pada makanan. Senyawa ini dapat memberikan aroma dan rasa yang khas, yang tidak didapatkan dengan menggunakan kompor gas atau listrik. Namun, proses ini sering kali kurang diapresiasi oleh pasar yang lebih luas karena terbatasnya informasi yang tersedia tentang keunikan dan nilai budaya dari proses tradisional tersebut.

Dalam konteks pengembangan produk lokal, tempe mendoan dari Desa Sri Mulya memiliki potensi besar untuk dipromosikan secara lebih luas. Sayangnya, kendala utama yang dihadapi adalah kurangnya eksposur dan pemasaran produk ini di luar wilayah desa. Produk unggulan ini masih terbatas dikenal oleh masyarakat sekitar, sementara di sisi lain pasar domestik maupun internasional semakin terbuka terhadap produk berbasis tradisi yang menawarkan keunikan dan keaslian. Dalam menghadapi tantangan tersebut, pemanfaatan teknologi informasi dan media digital menjadi solusi yang relevan. Salah satunya adalah melalui pembuatan video profil tempe mendoan sebagai sarana promosi untuk mengenalkan keunikan dan nilai jual produk kepada khalayak yang lebih luas.

Arsyad A. (2011), menyatakan bahwa video merupakan gabungan beberapa banyak *frame* yang diproyeksikan secara mekanis menggunakan media digital. Sedangkan menurut Haryoko (2012), video profil adalah media yang sangat efektif yang digunakan mempromosikan daerah, produk, dan mempromosikan suatu perusahaan tertentu. Di era

teknologi informasi seperti sekarang, promosi produk melalui platform digital semakin penting karena dapat menjangkau *audiens* yang lebih luas tanpa batasan geografis. Pembuatan video profil yang informatif dan menarik akan menjadi sarana yang efektif untuk memperkenalkan tempe mendoan Desa Sri Mulya kepada khalayak umum, serta meningkatkan kesadaran masyarakat tentang nilai budaya dan keunikan produk tersebut.

Selain itu, teknologi video memungkinkan visualisasi yang lebih hidup dan jelas mengenai proses pembuatan tempe mendoan, serta aspek-aspek menarik lainnya, seperti bahan baku yang digunakan, cara pembuatan yang tradisional, hingga manfaat kesehatan dari tempe itu sendiri. Video profil yang kreatif dan berkualitas dapat menjadi alat promosi yang sangat efektif dalam menarik perhatian pasar yang lebih luas, baik itu pasar domestik maupun nasional. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa strategi pemasaran berbasis video kreatif mampu meningkatkan daya tarik produk lokal secara signifikan. Widowati et al. (2019) menemukan bahwa visualisasi proses produksi yang autentik dan menarik dapat menciptakan hubungan emosional antara konsumen dan produk, sehingga meningkatkan minat beli.

Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk membawa rasa tempe mendoan dari Desa Sri Mulya keluar desa, melalui pembuatan video profil yang dapat digunakan sebagai media pemasaran digital. Mahasiswa KKN yang terlibat dalam kegiatan ini akan memberikan pelatihan kepada masyarakat desa, terutama pelaku usaha tempe mendoan, dalam pembuatan video profil yang menarik dan berkualitas. Dengan melibatkan masyarakat secara langsung dalam proses pembuatan video ini, diharapkan para pelaku usaha tidak hanya memahami teknik pembuatan video, tetapi juga dapat lebih mengapresiasi pentingnya pemanfaatan teknologi dalam pemasaran produk lokal.

Melalui kegiatan ini, diharapkan masyarakat Desa Sri Mulya dapat mengoptimalkan potensi kuliner lokal mereka, memanfaatkan kemajuan teknologi sebagai sarana promosi, serta meningkatkan perekonomian lokal melalui peningkatan daya saing tempe mendoan di pasar yang lebih luas. Program ini juga bertujuan untuk memperkenalkan tempe mendoan sebagai bagian dari warisan kuliner Indonesia yang perlu



dilestarikan, serta sebagai produk unggulan yang dapat dijadikan simbol identitas Desa Sri Mulya di tingkat lokal bahkan nasional.

Dengan demikian, artikel ini akan membahas langkah-langkah pelaksanaan program, tantangan yang dihadapi, serta dampak yang dihasilkan dari kegiatan pembuatan video profil tempe mendoan sebagai alat promosi. Semoga kegiatan ini dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi masyarakat Desa Sri Mulya dan menjadi contoh penerapan teknologi dalam mendukung pemberdayaan ekonomi lokal berbasis potensi budaya dan kearifan lokal.

METODE PELAKSANAAN

Program kerja ini dirancang untuk meningkatkan daya tarik dan pemasaran tempe mendoan, ikon kuliner khas Desa Sri Mulya, melalui pembuatan video profil. Program ini juga berfokus pada pelestarian proses pembuatan tempe secara tradisional yang menggunakan daun-daunan sebagai pembungkus dan kayu bakar sebagai sumber energi, guna menjaga kealamian produk serta memperkuat nilai budaya lokal.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Data kuantitatif mencakup jumlah pesanan tempe mendoan sebelum dan sesudah video profil diunggah ke media sosial, sementara data kualitatif diperoleh melalui observasi dan wawancara dengan pelaku usaha serta masyarakat desa mengenai dampak pemasaran digital. Analisis data dilakukan dengan membandingkan jumlah pesanan sebelum dan sesudah promosi serta menilai respons masyarakat terhadap konten digital yang diproduksi.

Selama kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN), mahasiswa terlibat langsung dalam pembuatan video profil tempe mendoan, dari tahap observasi hingga produksi, yang bertujuan untuk mengenalkan produk lokal ini ke masyarakat luar desa.

Pelaksanaan pembuatan video profil UMKM Tempe Mendoan ini dilaksanakan di Desa Sri Mulya Unit 14 Dusun 6, dengan waktu pelaksanaan pada tanggal 7-9 Januari 2025. Target pembuatan video profil ini yaitu membangun citra merek tempe mendoan, menjangkau pasar yang lebih luas dan menarik pelanggan baru untuk tempe mendoan serta menguatkan posisi tempe mendoan sebagai

produk lokal yang berkualitas melalui visualisasi dalam video profil.

Video profil ini bermanfaat untuk memberikan dukungan kepada para pelaku usaha tempe mendoan dalam mengembangkan bisnisnya melalui peningkatan visibilitas dan kredibilitas serta membantu pelaku usaha tempe mendoan dalam memperluas jaringan pemasaran dan mencapai target penjualan yang lebih tinggi.

Proses pembuatan video profil tempe mendoan ini dimulai dengan tahap perencanaan matang. Penulis melakukan observasi mendalam terhadap proses produksi tempe mendoan, mulai dari pemilihan bahan baku berkualitas hingga teknik penggorengan yang khas. Wawancara mendalam dengan pemilik UMKM menjadi kunci untuk menggali cerita di balik setiap langkah produksi.



Gambar 1. Wawancara



Gambar 2. Mencampur ragi



Gambar 3. Mencampur ragi





Gambar 4. Merebus kedelai

Gambar ini menampilkan proses merebus kedelai sebagai salah satu tahap awal dalam pembuatan tempe mendoan. Kedelai yang telah dicuci bersih dimasukkan ke dalam wadah besar dan direbus menggunakan tungku tradisional berbahan bakar kayu. Uap panas mengepul dari air rebusan, menandakan proses perebusan sedang berlangsung untuk melunakkan kedelai sebelum masuk ke tahap perendaman dan fermentasi.



Gambar 5. Proses memasak dengan kayu bakar

Penggunaan kayu bakar dalam proses ini mencerminkan metode tradisional yang masih dipertahankan oleh masyarakat Desa Sri Mulya, menjaga cita rasa khas dan keaslian tempe mendoan yang dihasilkan.

Setelah itu, penulis menyusun naskah yang detail, menggambarkan alur cerita yang menarik dan informatif. Tahap selanjutnya adalah pengambilan *footage* atau rekaman mentah video. Kamera penulis merekam setiap detail proses produksi, mulai dari tangan-tangan terampil yang mengolah tempe hingga hasil akhir yang menggugah selera.



Gambar 6. Mengambil foto/video



Gambar 7. Membungkus tempe

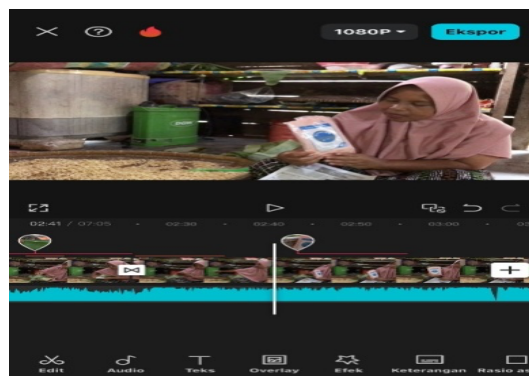


Gambar 8. Tempe siap masak



Gambar 9. Tempe Mendoan

Semua *footage* yang telah terkumpul kemudian disusun secara kreatif dalam proses editing. Musik latar yang sesuai dengan suasana tradisional dan efek visual yang menarik ditambahkan untuk memperkaya *storytelling*.



Gambar 10. Proses editing video



Gambar 11. Proses editing desain promosi Instagram



Gambar 12. Desain Sticker kemasan tempe

HASIL KEGIATAN

Video produksi profil tempe mendoan ini berhasil diproduksi dengan lancar dan menampilkan berbagai aspek yang menjadi daya tarik tempe mendoan sebagai ikon kuliner Desa Sri Mulya. Video ini menyuguhkan proses pembuatan tempe mendoan dari awal hingga akhir, termasuk penjelasan mengenai bahan-bahan yang digunakan serta teknik memasak yang khas.

Penggunaan daun pisang sebagai pembungkus tempe mendoan bukan hanya menjaga kealamiannya, tetapi juga memberikan aroma khas yang tidak dapat diperoleh dari bahan pembungkus plastik. Selain itu, metode ini mendukung keberlanjutan lingkungan karena daun pisang mudah terurai dan ramah lingkungan. Tidak hanya itu, pemilihan penggunaan kayu bakar untuk memasak juga memberikan cita rasa otentik yang menjadi daya tarik bagi konsumen.

Program ini berhasil memperlihatkan bagaimana nilai tradisional dapat menjadi aset pemasaran yang kuat. Video profil yang menonjolkan keunikan proses tradisional memberikan edukasi kepada konsumen mengenai pentingnya melestarikan budaya lokal. Menurut Antari (2019) strategi pemasaran berbasis kearifan lokal efektif dalam meningkatkan daya

saing produk tradisional di pasar modern. Ditambah lagi, di era digital saat ini, video profil juga dapat menjadi salah satu media yang tepat untuk mempengaruhi opini publik serta menginspirasi masyarakat (Zuni Astuti et al., 2023).

Tidak hanya itu, video profil tempe mendoan berhasil meningkatkan visibilitas produk di media sosial. Konsumen yang melihat video merasa lebih tertarik untuk mencoba produk karena video tersebut memberikan informasi mendalam mengenai keaslian dan kualitas tempe. Informasi yang disampaikan didalam video disampaikan secara langsung oleh narasumber yang bersangkutan. Sehingga akan mempertajam dan memperkuat informasi yang sedang dibahas

Selama pelaksanaan pembuatan video profil Tempe Mendoan ini, mahasiswa mendapatkan dukungan besar dari perangkat desa maupun dusun, serta pemilik usaha. Disisi lain, keterbatasan ketersediaan daun pisang kadang menjadi kendala saat produksi tempe mendoan. Tidak semua musim menyediakan daun pisang dalam jumlah cukup, sehingga diperlukan rencana cadangan, seperti menggunakan daun jati. Hal tersebut senada dengan apa yang disampaikan oleh Sarwono (2005), bahwa bakal tempe dapat dibungkus menggunakan daun pisang dan daun jati.

Video ini diunggah ke media sosial yaitu *WhatsApp* group desa, *Instagram* Desa Sri Mulya @officialsrimulya. Tidak hanya itu., Karya video profil yang sudah jadi diterapkan melalui platform media sosial *Youtube* www.Youtube.com/@desasrimulya sebagai penasaran yang efektif untuk memperkenalkan secara komprehensif produk unggulan Desa Sri Mulya ini kepada target pasar yang lebih luas. Melalui kanal *Youtube* yang memiliki jangkauan luas. Program ini menunjukkan bahwa teknologi digital dapat digunakan untuk mempromosikan tradisi lokal secara efektif. Pelestarian budaya dapat dikombinasikan dengan strategi modern untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Selanjutnya, produsen tempe dapat memanfaatkan *e-commerce* untuk memperluas pasar dan bekerja sama dengan restoran atau kafe sebagai mitra distribusi. Selain itu, inovasi pada varian produk seperti tempe mendoan kemasan siap saji dapat menambah nilai jual.

Dalam satu minggu setelah peluncuran video, terdapat peningkatan pesanan dengan



sebagian besar pembeli berasal dari luar desa, namun tetap dalam lingkup kecamatan yang sama, tidak menutup kemungkinan nantinya akan ada pesanan-pesanan lain dari luar kecamatan, bahkan luar provinsi.

Hasil pengumpulan data menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam jumlah pesanan tempe mendoan. Sebelum program ini dilaksanakan, pesanan tempe mendoan hanya berkisar 50 pcs per hari. Namun, setelah promosi melalui *WhatsApp*, *Instagram*, dan *Youtube* desa, pesanan meningkat menjadi 100–150 bungkus per hari. Tempe ini dijual dengan harga Rp.2.000,- (Dua ribu rupiah) per bungkus yang didalamnya terdapat 3 (tiga) keeping tempe. Peningkatan ini menunjukkan bahwa pemasaran digital efektif dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan minat konsumen terhadap produk lokal.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa KKN di Desa Sri Mulya melalui pembuatan video profiltempe mendoan telah memberikan dampak positif bagi masyarakat setempat. Tempe mendoan, sebagai ikon kuliner dari daerah Desa Sri Mulya, tidak hanya sekadar makanan, tetapi juga mencerminkan budaya dan kearifan lokal yang kaya. Melalui pembuatan video profil yang memvisualisasikan keunikan proses pembuatan tempe, mulai dari fermentasi, pembungkusan dengan daun, hingga proses masak dengan kayu bakar, masyarakat Desa Sri Mulya berhasil menunjukkan nilai tradisional, kealamian, dan daya tarik produk mereka ke khalayak yang lebih luas. Hasil dari program ini tidak hanya berupa peningkatan pesanan tempe mendoan, tetapi juga peningkatan kesadaran masyarakat tentang pentingnya melestarikan metode tradisional yang ramah lingkungan. Kegiatan ini memberikan dampak ekonomi yang signifikan bagi para pengrajin tempe, sekaligus mendorong masyarakat untuk terus mempertahankan praktik tradisional yang sejalan dengan konsep keberlanjutan. Secara keseluruhan, program ini membuktikan bahwa penggabungan teknologi digital, seperti video profil, dengan kearifan lokal, seperti penggunaan daun dan kayu bakar, dapat menjadi strategi efektif untuk mempromosikan produk lokal secara kreatif dan ramah lingkungan. Meskipun terdapat peningkatan pesanan mendoan sebelum dan sesudah program namun, peningkatan pesanan ini

juga memunculkan kendala dalam proses pengantaran, terutama untuk pesanan yang berasal dari lokasi jauh. Saat ini, metode pengantaran masih menggunakan sistem Cash on Delivery (COD) melalui supir travel yang menuju kota, karena akses ke jasa pengiriman cukup jauh. Kendala ini menjadi tantangan bagi produsen tempe mendoan dalam mengembangkan strategi distribusi yang lebih efektif di masa depan. Untuk pengembangan ke depan, diperlukan kolaborasi yang lebih luas dengan berbagai pihak, seperti pemerintah desa dan platform *e-commerce*, untuk memaksimalkan potensi tempe mendoan sebagai ikon kuliner yang dapat dikenal secara nasional

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, M.N.G., Kusnadi, J., Hsu J.L, Doerksen R.J., Huang, T.C. (2020). Identification of a Novel Umami Peptide in Tempeh (Indonesian Fermented Soybean) and Its Binding Mechanism to The Umami Receptor T1R. *Food Chemistry*, 333: 1-9. doi: 10.1016/j.foodchem.2020.127411
- Antari, N. N. W., & Wulandari, R. (2019). Pemberdayaan produk berbasis kearifan lokal melalui digitalisasi pemasaran. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Tradisional*, 12(3), 45-55.
- Arsyad, A. (2011). *Media Pembelajaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Barus, T., Sanjaya, J.W., Hartanti, A.T., Yulandi, A., Prasasty, V.D., Tandjung, D. (2020). Genotypic Characterization of *Rhizopus* species from Tempeh and Usar: Traditional Inoculum of Tempeh in Indonesia. *Microbiology Indonesia*, 14 (3): 101–107. doi : 10.5454/mi.14.3.3.
- Erkan, S.B., Gürler, H.N., Bilgin, D.G., Germec, M., Turhan, I. (2019). Production And Characterization Of Tempehs From Different Sources Of Legume By *Rhizopus Oligosporus*. *Food Science and Technology*, 119: 1-18. doi:10.1016/j.lwt.2019.108880
- Haryoko, S. (2012). *Teknologi Media Pembelajaran: Konsep, Pengembangan, dan Implementasi*. Yogyakarta: Gava Media.
- Rahmadhia, S.N, Santoso, U., Supriyadi, S. (2019). Ekstrak Daun Pisang Klutuk (*Musa balbisiana* Colla) sebagai bahan tambahan pada pembuatan kemasan aktif berbasis methyl cellulose. *Jurnal Teknik Kimia*, 6 (1): 7 -14. doi:



- <http://dx.doi.org/10.26555/chemica.v6i1.13724>
- Sarwono. 2005. *Membuat Tempe dan Oncom*. Jakarta : Penebar Swadaya.
- Tahir, A., Anwar, M., Mubeen, H., Raza, S. (2018). Evaluation of Physicochemical and Nutritional Contents in Soybean Fermented Food Tempeh by *Rhizopus oligosporus*. *Journal of Advances in Biology & Biotechnology*, 17(1), 1 –9. doi:<https://doi.org/10.9734/jabb/2018/26770>
- Widowati, S., & Lestari, H. (2019). Penggunaan Media Digital untuk Promosi Produk Lokal. *Jurnal Pengembangan Masyarakat*, 6(2), 89-97.
- Wishnu, a. (2025, 13 Januari). Citra rasa makanan yang dimasak dengan kayu bakar. *Radio Republik Indonesia*. <https://www.rri.co.id/kuliner/1251339/cita-rasa-makanan-yang-dimasak-dengan-kayu-bakar>
- Zuni Astuti, E., Ernawati, A., & Yogananti, A. F. (2023). Menumbuhkan Minat Dan Keterampilan Produksi Film Dokumenter Pada Generasi Muda: Pelatihan Pada Siswa-Siswi Sma Negeri 3 Kota Semarang. *Jurnal Abdidas*, 4(4), 333–345. <https://doi.org/10.31004/Abdidas.V4i4.818>

