



Transformasi UMKM Tempe melalui Integrasi Penguatan Manajemen, Digitalisasi Usaha, dan Legalitas Berbasis Pendekatan ABCD di Kawasan Sanan

Transformation of Tempe SMEs through the Integration of Management Strengthening, Business Digitalization, and Legal Compliance Based on the ABCD Approach in the Sanan Area

Rizky Fahmi Saputra^{1*}, Muhammad Naufal Aulia Maulana², Agung Winarno³, Wening Patmi Rahayu⁴

¹⁻⁴Manajemen, Universitas Negeri Malang, Indonesia

*Penulis Korespondensi: rizky.fahmi.2504138@students.um.ac.id

Riwayat Artikel:

Naskah Masuk: Maret 13, 2026;

Revisi: April 14, 2026;

Diterima: Mei 15, 2026;

Tersedia: Mei 21, 2026

Keywords: Business Digitalization; Legal Compliance; Significance; SMEs; Transformation

Abstract: This community service program aims to transform the management of tempeh MSMEs in the Sanan area through the integration of management strengthening, business digitalization, and legality based on the Asset-Based Community Development (ABCD) approach. The activities were carried out by combining the ABCD and Participatory Action Research (PAR) approaches through the stages of discovery, dream, design, and destiny, involving the active participation of business actors in every process. This approach emphasizes the utilization of local potential and community assets, enabling MSME actors to develop their businesses independently and sustainably. The results of the program indicate that the implementation of standard operating procedures (SOPs) and cross-training programs improved the consistency of production processes, work efficiency, and workforce flexibility in responding to changing production demands. In addition, the use of social media and business location tagging on digital platforms contributed positively to expanding market access and increasing product visibility. Assistance in copyright registration also strengthened the legality and protection of MSME products. Overall, this activity significantly enhanced the adaptive capacity of MSMEs in facing market dynamics and encouraged more structured, competitive, innovative, and sustainable business management.

Abstrak

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mentransformasi pengelolaan UMKM tempe di kawasan Sanan melalui integrasi penguatan manajemen, digitalisasi usaha, dan legalitas berbasis pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD). Kegiatan dilaksanakan dengan mengombinasikan pendekatan ABCD dan *Participatory Action Research* (PAR) melalui tahapan *discovery*, *dream*, *design*, dan *destiny* yang melibatkan partisipasi aktif pelaku usaha pada setiap proses kegiatan. Pendekatan ini menitikberatkan pada pemanfaatan potensi dan aset lokal yang dimiliki masyarakat sehingga pelaku UMKM mampu mengembangkan usaha secara mandiri dan berkelanjutan. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa penerapan standar operasional prosedur (SOP) dan program *cross-training* mampu meningkatkan konsistensi proses produksi, efisiensi kerja, serta fleksibilitas tenaga kerja dalam menghadapi perubahan kebutuhan produksi. Selain itu, pemanfaatan media sosial dan penandaan lokasi usaha pada platform digital memberikan dampak positif terhadap perluasan akses pasar dan peningkatan visibilitas produk. Pendampingan pendaftaran hak cipta juga memperkuat aspek legalitas dan perlindungan produk UMKM. Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan kapasitas adaptif UMKM terhadap dinamika pasar serta mendorong pengelolaan usaha yang lebih terstruktur, kompetitif, inovatif, dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Digitalisasi Usaha; Legalitas; Signifikansi; Transformasi; UMKM

1. PENDAHULUAN

Kawasan Sanan di Kota Malang telah lama dikenal sebagai episentrum industri tempe nasional yang memadukan kearifan lokal dengan aktivitas ekonomi produktif lintas generasi. Sejak tahun 1995, industri tempe di wilayah ini telah menjadi tulang punggung ekonomi bagi ratusan keluarga, namun dinamika pasar modern menuntut efisiensi tinggi dan adopsi teknologi digital agar pelaku usaha tradisional tidak berada pada posisi yang rentan (Hidayat & Maulida, 2023). Salah satu unit usaha yang menjadi fokus pengabdian ini merupakan representasi dari transisi menuju manajemen profesional dengan jumlah tenaga kerja berkisar antara 8 hingga 10 orang.

Analisis situasi menunjukkan bahwa kondisi objektif subyek pengabdian menghadapi tantangan multidimensional. Dari sisi produksi, terdapat ketergantungan tinggi terhadap kedelai impor Amerika Serikat serta hambatan cuaca yang memengaruhi stabilitas fermentasi tempe. Selain itu, meskipun usaha ini telah menerapkan prinsip ekonomi sirkular dengan mengolah limbah menjadi pakan ternak dan biogas, potensi narasi "*Zero Waste*" ini belum dimaksimalkan dalam strategi pemasaran. Pemasaran yang bersifat pasif dan hanya mengandalkan *word of mouth* membuat usaha sulit berkembang di tengah melemahnya daya beli masyarakat (Charli & Js, 2024; Setiawan & Nugroho, 2023).

Isu krusial lainnya adalah terkait perlindungan hukum atas karya dan inovasi. Tanpa adanya pencatatan ciptaan yang resmi, UMKM berisiko menghadapi kerugian akibat peniruan produk atau identitas merek oleh pesaing (Sulasno & Nabila, 2020). Pelindungan melalui *e-hakcipta.dgip.go.id* menjadi aset yang bernilai ekonomis bagi pemilik produk guna menjamin keberlanjutan usaha (Novianty & Halim, 2025). Dari sisi internal, minimnya formalitas manajemen keuangan yang masih tercampur antara urusan pribadi dan usaha menjadi hambatan dalam pemetaan kesehatan finansial yang akurat (Prasetyo & Lestari, 2022; Rahmawati & Fadli, 2021).

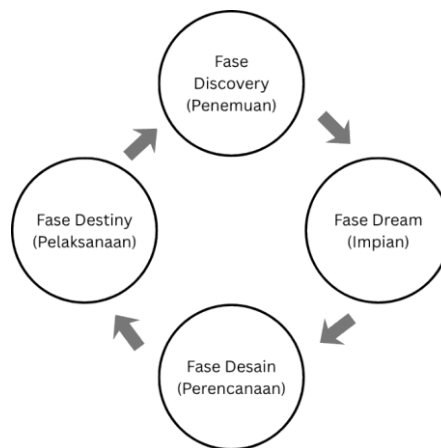
Tujuan akhir dari pengabdian ini adalah terciptanya transformasi sosial yang ditandai dengan munculnya pranata baru dalam pengelolaan UMKM. Perubahan sosial yang diharapkan mencakup peralihan gaya kepemimpinan menuju manajemen berbasis standar (*SOP-based management*) serta kemandirian dalam pengelolaan media sosial bisnis untuk menghubungkan produk lokal Sanan dengan pasar digital yang lebih luas (Yuwono, 2025; Qomar et al., 2022). Melalui pendampingan ini, diharapkan industri tempe Sanan tumbuh menjadi motor penggerak ekonomi yang modern, terlindungi secara hukum, dan kompetitif.

2. METODE

Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini menggunakan metode *Asset-Based Community Development* (ABCD) yang dikolaborasikan dengan model *Participatory Action Research* (PAR). Pendekatan ABCD memandang bahwa pengrajin tempe di Sanan memiliki aset dan potensi internal yang kuat untuk dikembangkan secara mandiri (Najamudin et al., 2024; Wajdi et al., 2024). Subyek pengabdian mencakup pemilik dan seluruh karyawan di Pabrik Tempe Sanan, Kota Malang.

Pengorganisasian Komunitas dan Perencanaan Aksi

Proses perencanaan aksi dilakukan secara partisipatif untuk menjamin keberlanjutan program (Ita et al., 2023). Tahapan pengabdian mengikuti siklus ABCD yang terdiri dari empat fase utama (Cunningham, 2012; Bela et al., 2021):



Gambar 1. Diagram Tahapan Pengabdian

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan melalui empat tahapan berbasis pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD). Pada fase *discovery* (penemuan), tim pengabdian melakukan pemetaan aset internal yang dimiliki UMKM, seperti pengalaman produksi yang telah berlangsung selama puluhan tahun serta sistem pengolahan limbah mandiri yang sudah berjalan dengan baik. Selanjutnya, pada fase *dream* (impian), tim pengabdian bersama pelaku usaha membayangkan kondisi ideal usaha, yaitu produk terlindungi secara hukum melalui hak cipta, dikenal luas melalui platform media sosial seperti TikTok dan Instagram, serta lokasi usaha mudah ditemukan oleh konsumen melalui penandaan di Google Maps dan pemasangan banner usaha di depan lokasi produksi. Pada fase *design* (perancangan), dilakukan penyusunan langkah-langkah teknis berupa pembuatan draf standar operasional prosedur (SOP) produksi, perancangan spanduk dan stiker usaha, penyusunan

konten kreatif media sosial, pendaftaran lokasi usaha di Google Maps, serta persiapan dokumen pendaftaran ciptaan melalui sistem *e-hakcipta* (Novianty & Halim, 2025). Tahap terakhir yaitu fase *destiny* (pelaksanaan), diwujudkan melalui implementasi pembuatan akun TikTok dan Instagram, pembuatan konten promosi produk, pendaftaran hak cipta di *e-hakcipta.dgip.go.id*, penyerahan draf SOP, serta penandaan lokasi usaha (Putri et al., 2025).

3. HASIL

Proses pendampingan terhadap mitra dilakukan melalui pendekatan sistemik yang mengintegrasikan penguatan manajerial internal dengan strategi perluasan jangkauan pasar. Tahapan awal difokuskan pada standarisasi operasional melalui penyusunan draf Standar Operasional Prosedur (SOP) produksi yang komprehensif, mulai dari pemilihan bahan baku hingga pengemasan akhir. SOP ini berfungsi sebagai panduan baku untuk menjaga konsistensi kualitas produk sekaligus menjadi materi utama dalam program *cross-training* karyawan. Melalui ini, tenaga kerja didorong untuk menguasai berbagai keterampilan di lini produksi (multi-skill), yang secara signifikan meningkatkan fleksibilitas operasional dan meminimalisir risiko stagnasi produksi jika terdapat individu kunci yang berhalangan hadir. Sebagai pelengkap penguatan internal, tim pengabdian melakukan optimasi titik koordinat pada Google Maps guna memastikan lokasi usaha dapat ditemukan dengan akurat oleh mitra logistik maupun konsumen mandiri.

Pada dimensi eksternal, tim pengabdian melakukan transformasi identitas visual dan legalitas usaha untuk meningkatkan kredibilitas merek di mata publik. Aksi teknis ini meliputi perancangan dan pemberian atribut fisik berupa banner informatif serta stiker usaha yang berfungsi sebagai media komunikasi visual di lokasi produksi. Secara paralel, akselerasi pemasaran digital dilakukan melalui pembuatan akun bisnis di platform TikTok dan Instagram sebagai kanal distribusi konten edukatif. Narasi konten disusun secara strategis untuk mengomunikasikan nilai tambah produk, terutama penerapan sistem ekonomi sirkular *Zero Waste* yang ramah lingkungan sebagai diferensiasi pasar (Charli & Js, 2024; Ilmi et al., 2023).

Untuk memitigasi risiko peniruan dan memberikan kepastian hukum atas inovasi yang dikembangkan, dilakukan pendampingan intensif dalam pendaftaran hak cipta pada laman resmi Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) melalui sistem *e-hakcipta*. Objek pendaftaran mencakup elemen visual desain kemasan dan narasi branding yang menjadi kekayaan intelektual khas produk tempe Sanan (Darajat et al., 2023). Dengan terpenuhinya aspek legalitas dan penguatan ekosistem digital, diharapkan mitra memiliki fondasi yang kokoh

untuk bertransformasi dari usaha tradisional menjadi entitas bisnis yang kompetitif, terlindungi secara hukum, dan mampu beradaptasi dengan dinamika pasar global. Perubahan kondisi sebelum dan sesudah pengabdian dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1. Perubahan Kondisi Sebelum dan Sesudah Pengabdian

Aspek	Kondisi Sebelum	Kondisi Sesudah
Manajemen Produksi	Berbasis intuisi dan memori lisan	Berbasis SOP tertulis dengan sistem <i>cross-training</i> karyawan
Pemasaran Digital	Belum memiliki media sosial bisnis resmi dan penandaan Lokasi usaha pada Google Maps	Memiliki akun TikTok dan Instagram aktif dengan konten kreatif dan Lokasi usaha sudah tertandai pada Google Maps
Legalitas Ciptaan	Karya desain belum terlindungi hukum	Pencatatan ciptaan terdaftar pada lama Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual di e-hakcipta.dgip.go.id
Budaya Kerja	Sangat tergantung pada pekerja kunci	Fleksibilitas tinggi melalui tenaga kerja multi-skill

4. DISKUSI

Penerapan SOP dalam pengabdian ini membuktikan bahwa dokumentasi teknis bukan sekadar kebutuhan administratif, melainkan instrumen vital untuk membimbing operasional ke arah yang konsisten dan terukur (Yuwono, 2025). Dengan draf SOP yang telah disusun, kualitas produk tempe Sanan tidak lagi bersifat fluktuatif, sehingga kepercayaan konsumen dapat terjaga meskipun terjadi rotasi atau pergantian personel di lini produksi (Sumbe, 2023). Hal ini diperkuat dengan keberhasilan program *cross-training* yang menciptakan redundansi positif dalam organisasi, pekerja yang adaptif terhadap berbagai peran (*multi-skill*) secara langsung meningkatkan efisiensi dan resiliensi industri kecil menghadapi kendala teknis (Iskandar, 2021). Transformasi ini secara efektif membawa UMKM keluar dari "perangkap informalitas" menuju entitas bisnis yang memiliki memori organisasional kuat dan sistematis.



Gambar 2. Interaksi Pendamping dengan Pelaku UMKM dalam Proses Produksi Optimalisasi Identitas Visual dan Pemasaran Konten Kreatif Penggabungan antara branding fisik (*banner* dan stiker) dengan strategi pemasaran digital di TikTok dan Instagram menciptakan kehadiran merek (*brand presence*) yang menyeluruh. Penggunaan media sosial

memungkinkan UMKM melakukan pemasaran yang lebih inklusif dan interaktif, menjangkau audiens yang lebih luas di luar batasan geografis tradisional (Safitri et al., 2021). Temuan di lapangan menunjukkan bahwa konten yang mengedepankan prinsip ekonomi sirkular "Zero Waste" bukan hanya sekadar tren, melainkan strategi diferensiasi yang kuat di mata konsumen modern yang sadar lingkungan (Charli & Js, 2024; Ilmi et al., 2023). Selain itu, penandaan lokasi di Google Maps melengkapi ekosistem digital ini dengan memastikan bahwa ketertarikan konsumen di media sosial dapat dikonversi menjadi kunjungan fisik atau transaksi logistik yang efisien.



Gambar 3. Pendampingan Pemanfaatan Limbah Tempe untuk Pakan Ternak

Perlindungan Kekayaan Intelektual melalui e-Hakcipta adalah langkah strategis dan merupakan titik balik dalam pengamanan aset intelektual UMKM. Perlindungan hukum ini memberikan rasa aman bagi pelaku usaha untuk terus bereksplorasi dalam inovasi kemasan dan narasi merek tanpa kekhawatiran akan plagiarisme. Secara ekonomis, sertifikat hak cipta meningkatkan *perceived value* produk di mata mitra ritel maupun investor potensial (Sulasno & Nabila, 2020). Proses pendampingan ini juga berhasil menggeser paradigma pengrajin tradisional yang sebelumnya memiliki kesadaran hukum rendah menjadi lebih proaktif dalam melindungi karya orisinal mereka (Novianty & Halim, 2025).



Gambar 4. Foto bersama Pemilik UMKM

Melalui kegiatan observasi lapangan, diskusi partisipatif, serta pendampingan intensif pada aspek produksi dan pengelolaan usaha, mitra mengalami transformasi signifikan dari sistem yang semula berbasis intuisi menjadi lebih terstruktur melalui penerapan SOP tertulis dan mekanisme cross-training karyawan. Selain itu, pada aspek pemasaran digital, mitra telah mengembangkan identitas usaha melalui aktivasi media sosial dan penandaan lokasi usaha pada platform digital, sehingga memperluas jangkauan pasar. Dari sisi legalitas, desain produk yang sebelumnya belum terlindungi kini telah didaftarkan sebagai kekayaan intelektual. Perubahan ini juga berdampak pada budaya kerja yang semula bergantung pada pekerja kunci menjadi lebih fleksibel dengan penerapan tenaga kerja multi-skill, sehingga meningkatkan efisiensi dan keberlanjutan operasional usaha.

5. KESIMPULAN

Integrasi manajemen modern melalui formalisasi SOP dan program cross-training telah berhasil meningkatkan fleksibilitas operasional serta efisiensi tenaga kerja di Pabrik Tempe Sanan secara signifikan. Transformasi internal ini diseimbangkan dengan perluasan akses pasar digital melalui pemanfaatan akun bisnis TikTok dan Instagram yang didukung oleh narasi ekonomi sirkular *Zero Waste*, yang terbukti efektif meningkatkan daya tarik produk di segmen konsumen modern. Selain itu, penguatan identitas visual melalui atribut fisik, optimasi aksesibilitas pada Google Maps, serta pencatatan ciptaan resmi pada sistem *e-hakcipta* DJKI memberikan fondasi perlindungan hukum dan profesionalisme yang kuat bagi inovasi mitra. Secara keseluruhan, sinergi antara manajemen sistematis, pemasaran digital yang inklusif, dan legalitas kekayaan intelektual telah membangun kapasitas adaptif komunitas pengrajin tempe dalam menghadapi dinamika ekonomi modern.

UCAPAN TERIMAKASIH

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Universitas Negeri Malang atas dukungan dan fasilitas administratif yang diberikan yang memungkinkan terlaksananya program ini. Apresiasi tinggi juga disampaikan kepada pemilik usaha pengrajin tempe Fayoga yang telah berpartisipasi aktif dan kooperatif selama proses pendampingan berlangsung. Sehingga rangkaian kegiatan peningkatan kapasitas manajemen dan digitalisasi ini dapat berjalan dengan sukses dan semoga memberikan dampak positif yang berkelanjutan bagi mitra.

DAFTAR REFERENSI

- Bela, H. Y., Annshori, M. F., & Marshalita, M. (2021). Asset-based community development: Program inovasi Kampung Bantar. *Matra Pembaruan: Jurnal Inovasi Kebijakan*, 8(1), 61–74. <https://doi.org/10.21787/mp.8.1.2024.61-74>
- 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/jpmba.v2i5.1060>
- Cunningham, G., et al. (2012). *Mobilizing assets for community-driven development*. Coady International Institute. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v2i5.1060>
- Darajat, P. P., Choirina, P., Wahyudi, F., Cipta, B. S. I., Jannah, U. M., & Tasaufi, B. N. (2023). Pendampingan UMKM dalam aspek legalitas, branding, dan pemasaran sebagai upaya meningkatkan ekonomi masyarakat Desa Pagak Kabupaten Malang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*. <https://doi.org/10.33379/icom.v3i4.3465>
- Hidayat, R., & Maulida, N. (2023). Digital marketing strategy for strengthening MSMEs competitiveness in the era of society 5.0. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 4(2), 115–126. <https://doi.org/10.55927/jebd.v4i2.4567>
- Ilmi, M., Dahliani, Y., Ningsih, W. F., Ilhamsyah, A. F., & Agustin, E. L. (2023). Penguatan branding dan digitalisasi marketing UMKM Marning Desa Pontang, Kecamatan Ambulu, Kabupaten Jember. *ABDIMAS Artika*, 2(2), 160–166. <https://doi.org/10.57119/abdimas.v2i2.38>
- Iskandar, R. (2021). Pengelolaan SDM berbasis kompetensi di UMKM. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(3), 210–225.
- Ita, et al. (2023). Penguatan kapasitas masyarakat dalam pengabdian masyarakat. *Jurnal Pengabdian Inovasi Masyarakat Indonesia*.
- Najamudin, F., & Adam. (2024). Pemberdayaan masyarakat berbasis sumber daya lokal melalui pendekatan ABCD untuk mencapai SDG 1. *Focus: Jurnal Pekerjaan Sosial*, 58936. <https://doi.org/10.24198/focus.v7i2.58936>
- Novianty, & Halim, K. I. (2025). Pelatihan dan implementasi standard operating procedure penjualan sebagai upaya meningkatkan kualitas layanan UMKM. *DIMASEKA: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(2). <https://doi.org/10.31941/dimaseka.v3i2.722>
- Prasetyo, A., & Lestari, D. (2022). Implementation of standard operating procedures in improving MSME production management. *Jurnal Manajemen Industri*, 17(1), 44–53. <https://doi.org/10.9744/jmi.17.1.44-53>
- Putri, E. R., Awaludin, D. T., Zakka, U., Kurniadi, P., Susilowati, E. M., & Muda, Y. P. (2025). Pelatihan pembuatan konten kreatif untuk promosi produk lokal melalui TikTok dan Instagram. *JIPITI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 214–220.
- Qomar, M. N., Karsono, L. D. P., Aniqoh, F. Z., Aini, C. N., & Anjani, Y. (2022). Peningkatan kualitas UMKM berbasis digital dengan metode participatory action research (PAR). *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 74–81. <https://doi.org/10.31004/cdj.v3i1.3494>

- Rahmawati, I., & Fadli, M. (2021). Legal protection of intellectual property rights for micro, small and medium enterprises in Indonesia. *Jurnal Hukum dan Pembangunan*, 51(3), 389–401. <https://doi.org/10.21143/jhp.vol51.no3.3121>
- Safitri, Rahmadhany, & Irwansyah. (2021). Pemanfaatan media sosial dalam strategi pemasaran UMKM sektor kuliner. *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 1–9. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.180>
- Setiawan, B., & Nugroho, Y. (2023). Social media utilization to enhance market access for local food-based MSMEs. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 12(4), 287–298. <https://doi.org/10.14710/jab.v12i4.52109>
- Sulasno, & Nabila. (2020). Pentingnya perlindungan hukum terhadap kekayaan intelektual bagi pelaku usaha UMK. *Jurnal Pengabdian UMKM*, 1(2), 92–97. <https://doi.org/10.24269/ls.v2i1.2941>
- Sumbe. (2023). Pembuatan standard operating procedures (SOP) untuk pengembangan usaha mikro kecil menengah (UMKM) susu kambing “SUMBE”. *Media Kontak Tani Ternak*, 5(2), 46–52. <https://doi.org/10.24198/mktt.v5i2.47352>
- Wajdi, M. B. N., et al. (2024). Leveraging local strengths for empowering communities: A bibliographic analysis. *Engagement: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(1).
- Yuwono. (2025). Pengaruh penerapan SOP terhadap efektivitas kinerja internal. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 11(1), 59–66. <https://doi.org/10.9744/jmp.11.1.59-66>