



# Archives of Community Services

Journal homepage: <https://ojs.sci-media.com/index.php/acs/index>



## Peningkatan Ergonomi Kerja dan Rebranding bagi Industri Tempe di Kecamatan Mlati guna Meningkatkan Produktivitas

Aris Eko Wibowo<sup>1,\*</sup>, Widarto<sup>1</sup>, Slamet Karyono<sup>1</sup>, Virda Hersy Lutviana Saputri<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Department of Mechanical Engineering Education, Faculty of Engineering, Universitas Negeri Yogyakarta, Kampus Karangmalang, Yogyakarta 55281, Indonesia

### ARTICLE INFO

#### Article history:

Received 27 August

Revised 1 September 2025

Accepted 2 September 2025

#### Keywords:

Pengabdian, ergonomi, rebranding, industri tempe, produktivitas

### ABSTRACT

Perkembangan industri kecil menengah di era revolusi industry berkembang semakin cepat. Untuk mampu bersaing dengan industry yang sudah eksis diperlukan adanya *improvement* pada industry tersebut. Salah satu aspek yang tidak kalah penting yaitu aspek ergonomi dalam bekerja dengan mempertimbangkan keamanan, kenyamanan, dan keselamatan pekerja. HM. Buchori merupakan salah satu industry kecil menengah yang berkegiatan dalam pembuatan tempe. Dalam hal ini HM. Buchori mengalami kendala dalam proses produksi dan manajemen. Pada aspek produksi, terdapat kendala peralatan yang digunakan masih terbatas sehingga membutuhkan waktu lebih untuk menyelesaikan pekerjaan dan kurangnya pengetahuan tentang konsep ergonomic dalam bekerja sehingga pekerjaan yang dilakukan kurang efektif dan efisien. Pada aspek manajemen, terdapat kendala kemasan yang belum bisa bersaing untuk dapat masuk ke dalam pasar yang lebih luas dan modern. Berdasarkan permasalahan tersebut melalui pengabdian ini dimaksudkan untuk mengatasi permasalahan yang ada di industry tempe HM. Buchori. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini menggunakan *transfer knowledge* kepada mitra. Strategi pelaksanaan menggunakan ceramah, diskusi, dan praktik langsung. Luaran dari pengabdian masyarakat ini yaitu satu artikel ilmiah pengabdian yang sudah di submit serta publikasi kegiatan pada media social. Hasil dari pengabdian yang dilaksanakan yaitu berupa teknologi tepat guna penyaring kedelai yang dibuat dengan mempertimbangkan aspek ergonomi serta *rebranding* tempe HM. Buchori melalui pembuatan desain kemasan baru.

## 1. Pendahuluan

Industri tempe merupakan suatu kegiatan usaha yang mengolah kacang kedelai menjadi

tempe melalui proses fermentasi biji kedelai oleh kapang yang berupa padatan, berbau khas dan berwarna putih keabu-abuan [1]. Industri tempe tergolong dalam Usaha Kecil Menengah

\* Corresponding author. Aris Eko Wibowo  
E-mail address: [arisekowibowo@uny.ac.id](mailto:arisekowibowo@uny.ac.id)

(UKM). Meski skalanya masih kecil, namun usaha ini dapat menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat, karena masih tingginya permintaan konsumen. Tempe mengandung protein nabati yang baik untuk kesehatan, sehingga tempe menjadi salah satu makanan khas yang disukai masyarakat.

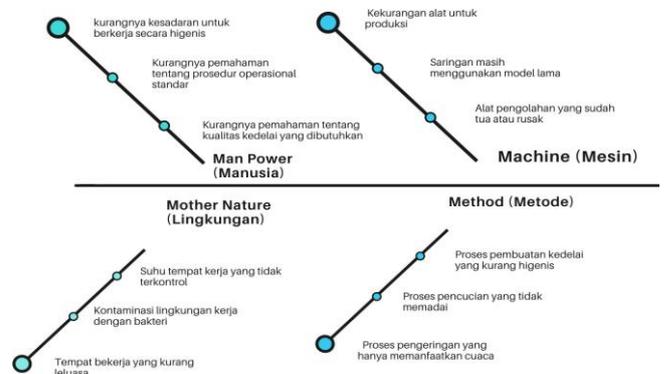
Perusahaan tempe HM. Buchori yang berada daerah Pundong, Mlati, Sleman, Yogyakarta. Perusahaan ini berdiri sejak tahun 1992 hingga sekarang dan sudah memiliki pekerja atau karyawan sejumlah 9 orang. Pabrik produksi tempe yang melibatkan beberapa sumber daya yang terdiri atas bahan baku (ragi tempe, cuka, dan kedelai), bahan bakar produksi (kayu bakar dan bensin) dengan kuantitas rata-rata produksi 400-500 kg per hari. Pabrik tempat produksi tempe Perusahaan HM. Buchori ini berada di tengah-tengah pemukiman warga, yang mana menjadi keuntungan dan kekurangan di waktu yang bersamaan. Pabrik ini memiliki luas 80 x 60 m<sup>2</sup>. Pabrik ini memiliki jumlah permintaan rata-rata sebesar 3500/minggu. Perbandingan jumlah permintaan yang tinggi dengan kondisi Sumber Daya Manusia (SDM) ini membuat proses produksi menjadi kurang optimal. Maka perusahaan perlu memiliki strategi perencanaan agar seluruh sumber daya dapat dioptimalkan dengan alokasi yang tepat sehingga dapat menghasilkan output yang dapat memberikan hasil yang maksimal.

Permasalahan aspek produksi, meliputi:

- 1) proses penyaringan masih menggunakan saringan kecil sehingga membutuhkan waktu lebih untuk menyelesaikan penyaringan,
- 2) penggunaan air untuk pembersihan kedelai menggunakan ember kecil sehingga membutuhkan tenaga langsung,
- 3) pelatan yang digunakan masih berupa *manual material handling* sehingga produksi menjadi kurang efektif dan efisien, serta menimbulkan seringkali rasa ketidaknyamanan pekerja saat melakukan aktivitas pekerjaan,
- 4) kurangnya kesadaran karyawan mengenai ke higienisan dalam proses produksi tempe.

Permasalahan aspek manajemen, meliputi: 1) produk tempe hanya beredar di toko- toko sekitar, 2) banyak produk serupa bermunculan dipasar dengan visual yang lebih menarik dan peletakan produk

yang strategis, sehingga perlu untuk adanya perbaikan identitas *brand*. Sedangkan untuk keseluruhan permasalahan yang ada pada industry tempe tersebut telah diidentifikasi menggunakan *fishbone* diagram seperti dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Identifikasi permasalahan

Pembuatan tempe merupakan salah satu industri rumah tangga yang telah menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat. Salah satu tahap penting dalam proses pembuatan tempe adalah penyaringan kedelai, yang pada umumnya masih dilakukan secara manual oleh para pengrajin tempe. Proses manual ini, meskipun memiliki keaslian dan tradisi, seringkali menyebabkan berbagai masalah, seperti kelelahan fisik dan efisiensi waktu yang rendah. Selain itu, dari aspek *branding* dirasa masih terlalu biasa sehingga akan sulit untuk bersaing dengan produk tempe lainnya, terutama yang sudah bisa masuk ke pasar supermarket.

Pengabdian kali ini akan berfokus pada aspek ergonomi pada proses produksi dan rebranding industry tempe. Alat ini digunakan pada salah satu proses produksi yang cukup memakan waktu. Dalam upaya untuk meningkatkan proses produksi dan kesejahteraan para pengrajin tempe, ergonomi industri menjadi fokus utama. Ergonomi industri adalah ilmu yang mempelajari desain peralatan, tata letak tempat kerja, dan sistem kerja untuk meningkatkan kinerja, kenyamanan, dan keamanan pekerja. Penerapan ergonomi dalam industri tempe diarahkan untuk mengatasi tantangan yang dihadapi oleh para pengrajin, terutama dalam hal proses penyaringan kedelai.

Berdasarkan permasalahan yang telah

diuraikan di atas, maka tujuan yang akan dicapai melalui program dosen berkegiatan di luar kampus ini adalah: (1) Meningkatkan produktivitas proses penyaringan melalui teknologi tepat guna; (2) Meningkatkan ketertarikan konsumen melalui rebranding kemasan tempe.

## 2. Tinjauan Literatur

### 2.1. Ergonomi

Istilah ergonomi berasal dari bahasa Yunani yang terdiri dari dua kata yaitu, *ergon* yang artinya kerja dan *nomos* yang artinya aturan atau hukum. Ergonomi adalah teknologi perancangan kerja yang didasarkan pada ilmu-ilmu biologi manusia, anatomi, fisiologi, dan psikologi [2]. Ergonomi merupakan disiplin ilmu yang secara terstruktur memahami dan menghimpun informasi mengenai perilaku, kapabilitas, keterbatasan, dan karakteristik manusia. Sasaran utama dari studi ergonomi adalah merancang mesin, peralatan, sistem kerja, dan lingkungan yang tidak hanya produktif, aman, dan efektif bagi manusia, tetapi juga memberikan kenyamanan. Ergonomi menggunakan pengetahuan tentang sifat manusia, kapabilitas, dan keterbatasannya untuk mengembangkan sistem kerja yang memungkinkan pencapaian tujuan secara efektif, dengan keamanan, dan memberikan kenyamanan kepada penggunaannya. Sebagai suatu cabang ilmu, ergonomi memiliki peran signifikan dalam menciptakan kondisi kerja yang mendukung kesejahteraan manusia serta meningkatkan efisiensi dan keamanan dalam berbagai situasi pekerjaan.

Ergonomi adalah bidang ilmu dan profesi yang berfokus pada pemahaman interaksi antara manusia dan komponen sistem. Dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan manusia, ergonomi menggunakan teori, prinsip, data, dan metode dalam perancangan produk, proses, dan sistem. Pendekatan ini mencakup penerapan prinsip-prinsip psikologis dan fisiologis untuk mengurangi kesalahan manusia, meningkatkan produktivitas dan ketersediaan sistem, serta meningkatkan keselamatan, kesehatan, dan kenyamanan. Ergonomi merupakan integrasi berbagai disiplin ilmu, termasuk psikologi,

sosiologi, teknik, biomekanik, desain industri, fisiologi, dan disiplin lainnya, yang bekerja sama untuk memahami perilaku manusia dan menghasilkan data yang relevan demi mencapai hasil yang optimal. Singkatnya, ergonomi memegang peranan penting dalam perancangan produk, proses, dan sistem untuk meningkatkan kesejahteraan manusia, mengurangi kesalahan, serta meningkatkan keselamatan dan produktivitas di berbagai sektor industri dan jenis pekerjaan. Ergonomi dibagi menjadi empat kelompok utama [3], yaitu : (a) Biomekanik, menitikberatkan pada aktivitas-aktivitas manusia ketika bekerja dan cara mengukur setiap aktivitas tersebut, (b) Display, menitikberatkan pada bagian dari lingkungan yang mengkomunikasikan manusia, (c) Lingkungan, menitikberatkan kepada fasilitas-fasilitas dan ruangan-ruangan yang biasa digunakan oleh manusia dan kondisi lingkungan kerja karena kedua hal tersebut banyak mempengaruhi tingkah laku manusia, (d) Antropometri, menitikberatkan pada nilai ukuran-ukuran yang sesuai dengan ukuran tubuh manusia. Dalam hal ini terjadi penggabungan dan pemakaian data antropometri dengan ilmu statistik yang menjadi prasyarat utama.

### 2.2. Rebranding

Suatu merk mudah terlibat dalam ancaman-ancaman yang ada di sekitarnya. Ancaman tersebut bermula dari persaingan antar brand yang semakin kompetitif. Pada dasarnya perusahaan akan berhadapan dengan strategi komunikasi untuk melakukan positioning atau repositioning sebuah merk dari benak konsumen akibat persaingan yang sangat ketat. Hal ini menjadikan munculnya *Rebranding*. *Rebranding* terjadi pada tiga tingkat yaitu (1) perusahaan, (2) unit bisnis strategis, (3) tingkat produk. *Rebranding* mengakibatkan terjadinya perubahan secara identitas visual dan organisasi maupun juga secara perubahan yang nyata dalam perusahaan. Sebagai aksi lanjutan yang melibatkan langkah-langkah sebagai proses perubahan identitas merk juga dapat disebut rebranding. Ada beberapa karakteristik dalam melakukan *rebranding* yaitu penciptaan nama usaha, *term*, simbol desain baru atau kombinasi dari semua dalam melakukan usaha

yang bertujuan untuk menciptakan merk baru mengikuti penekanan pada *positioning* baru [4]. Kemasan produk dan merk selain berfungsi sebagai pengaman produk yang terdapat di dalamnya juga berfungsi sebagai media promosi dan informasi dari produk yang bersangkutan. Kemasan produk yang baik dan menarik akan memberikan nilai tersendiri sebagai daya tarik konsumen. Namun demikian hingga saat ini kemasan produk menjadi masalah yang cukup mengganggu baik pelaku usaha terutama UMKM. Pengemasan termasuk aktifitas merancang dan membuat wadah atau pembungkus suatu produk [5]. Kemasan produk adalah bagian pembungkus dari suatu produk yang ada di dalamnya, merupakan salah satu cara untuk mengawetkan dan memperpanjang umur produk-produk pangan atau produk yang ada di dalamnya. Merk atau label adalah keterangan atau pernyataan produk yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya atau bentuk lain yang disertakan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan atau merupakan bagian kemasan. Dengan adanya rebranding dapat membantu dalam meningkatkan penjualan suatu industry [6].

### 3. Metode

Berdasarkan uraian permasalahan mitra di atas maka dapat diidentifikasi solusi permasalahan utama yang masih dialami serta target/indikator capaiannya, dalam rangka mendukung peningkatan kualitas produk produksi. Rangkuman permasalahan mitra beserta solusi untuk penyelesaian masalah dan target/indikator capaian yang dapat dilihat pada Tabel 1.

Kegiatan ini ditunjukkan bagi industry tempe HM Buchori. Melalui kegiatan PkM ergonomic kerja dan rebranding ini diharapkan dapat meningkatkan produktivitas industry tempe HM Buchori. Selain itu, melalui kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan ketertarikan konsumen terhadap produk tempe hasil produksi dari HM Buchori.

Tabel 1. Rangkuman permasalahan mitra beserta solusi dan target/indikator capaian

No	Aspek	Permasalahan	Solusi	Target
1	Aspek Produk	<ol style="list-style-type: none"> <li>Peralatan yang digunakan masih berupa <i>manual material handling</i> (MMH).</li> <li>Adanya keluhan ketidaknyamanan posisi kerja</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Redesain peralatan yang dapat mengurangi penggunaan manual material handling (MMH).</li> <li>Penerapan ergonomi pada tempat kerja.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Produktivitas produksi meningkat.</li> <li>Berkurangnya keluhan pekerja terkait ketidaknyamanan saat melakukan pekerjaan.</li> </ol>
2	Aspek Manajemen	<ol style="list-style-type: none"> <li>Produk tempe hanya beredar di toko-toko sekitar.</li> <li>Banyak produk serupa bermunculan dipasar dengan visual yang lebih menarik dan peletakan produk yang strategis</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Perancangan rebranding untuk memperbaiki citra dan nilai produk tempe.</li> <li>Membuat strategi brand berupa ide kreatif seperti logo, kemasan, dll.</li> </ol>	Meningkatkan penjualan produk tempe HM. Buchori

Metode pelaksanaan seluruh kegiatan pengabdian kepada masyarakat skema DLK ini dalam rangka membantu mengatasi permasalahan yang dihadapi mitra yakni

berkaitan dengan peningkatan produktivitas. Metode ini digunakan untuk kegiatan *transfer knowledge* kepada mitra. Kegiatan ini ditempuh dengan strategi ceramah, diskusi, dan paraktek langsung, sehingga manfaat dari program pengabdian dapat lebih mudah dirasakan dan dipahami oleh mitra. Langkah-langkah pelaksanaan sebagai berikut: (a) Penentuan jadwal Bersama mitra; (b) Persiapan bahan pendukung, (c) pelaksanaan pengabdian; (d) Evaluasi. Secara rinci metode dan tahap-tahap pelaksanaan pengabdian tersebut dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Tahapan dan metode pelaksanaan kegiatan

Tahap	Kegiatan	Strategi/Metode
Persiapan	Tim DLK bekerja sama dengan mitra.	Implementation of Agreement (IA)
	Tim menyusun kebutuhan kegiatan pengabdian.	Persiapan alat dan bahan, serta materi
	Tim menyiapkan daftar hadir dan angket evaluasi tentang pelaksanaan kegiatan.	Form hardfile
Pelaksanaan Pengabdian	1. Aspek Produksi: Ergonomi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penyesuaian langsung di lantai produksi dan lapangan</li> </ul>
	2. Aspek Manajemen: <i>Rebranding</i>	
Evaluasi	Meminta tanggapan umpan balik tentang pelaksanaan kegiatan pengabdian	Angket umpan balik
Pelaporan	1. Seminar laporan 2. Revisi laporan 3. Penjilidan laporan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentasi</li> <li>• Pelaporan di <a href="http://simppm.lppm.uny.ac.id">simppm.lppm.uny.ac.id</a></li> </ul>

Partisipasi mitra dalam pelaksanaan program antara lain mengkoordinasikan peserta (karyawan), penyediaan tempat pelatihan, penyediaan sarana prasarana lain yang mendukung kegiatan. Monitoring dan evaluasi (monev) oleh tim pengabdian dilakukan secara berkala dan rutin untuk

mengukur sejauhmana peralatan yang telah diberikan dapat digunakan, efektifitas dan efisiensinya serta melihat sejauh mana dapat menghasilkan peningkatan kapasitas produksi. Selain itu monitoring oleh tim pengabdian bertujuan untuk mendapatkan *feedback* dari para karyawan atas kegiatan yang dilaksanakan. Program ini memiliki keberlanjutan yang baik karena kegiatan yang dirancang berkaitan dengan peningkatan produktivitas.

#### 4. Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan dosen berkegiatan di luar kampus ini telah diawali dengan melakukan analisis masalah yang terjadi di lapangan. Tim menemukan adanya permasalahan pada aspek produksi dan aspek manajemen. Analisis masalah di lapangan dilakukan dengan observasi secara langsung berdasarkan hasil dari wawancara terhadap pemangku kepentingan di industry tempe HM Buchori. Analisis masalah dilakukan pada April 2024, dengan pertemuan langsung melalui diskusi antara tim dosen dan HM Buchori. Hasil dari diskusi pertemuan antara tim dosen dan HM Buchori menemukan adanya permasalahan terkait aspek produksi berupa keterbatasan alat penunjang produksi dan aspek manajemen terkait kemasan tempe yang dirasa masih sederhana dan tidak *up-to-date*. Adanya kolaborasi antara perguruan tinggi dengan industry tentunya menjadikan kesempatan bagi kedua belah pihak untuk melakukan penguatan budaya kerja industry melalui Kerjasama dengan dosen tim program dosen berkegiatan diluar kampus. Hasil analisis masalah selanjutnya tim menyusun rancangan solusi dan perumusan metode yang sesuai dalam pemecahan masalah yang ada di lapangan. Tim Dosen kemudian melakukan diskusi tim untuk menyusun skenario pelaksanaan program dosen berkegiatan diluar kampus guna memberikan solusi yang dihadapi dilapangan.

Dari diskusi yang dilakukan oleh tim menghasilkan skenario program yaitu melakukan PkM ergonomi kerja dan rebranding bagi industry tempe guna meningkatkan produktivitas. Dalam pelaksanaannya program dosen berkegiatan diluar kampus di bantu oleh mahasiswa, hal

ini di lakukan untuk memberikan pengalaman bagi mahasiswa dalam melaksanakan pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan PkM ini dilakukan secara insentif dalam rentang waktu April – Agustus 2024. Tim dosen bersama dengan mahasiswa secara rutin berkunjung ke industry tempe HM Buchori untuk melaksanakan kegiatan PkM ini. Kegiatan ini dilaksanakan dalam 2 tahap, yaitu: 1) Pembuatan teknologi tepat guna untuk membantu dalam proses penyaringan kedelai sehingga dapat meningkatkan produktivitas, dan 2) rebranding melalui inovasi kemasan tempe menjadi lebih menarik.

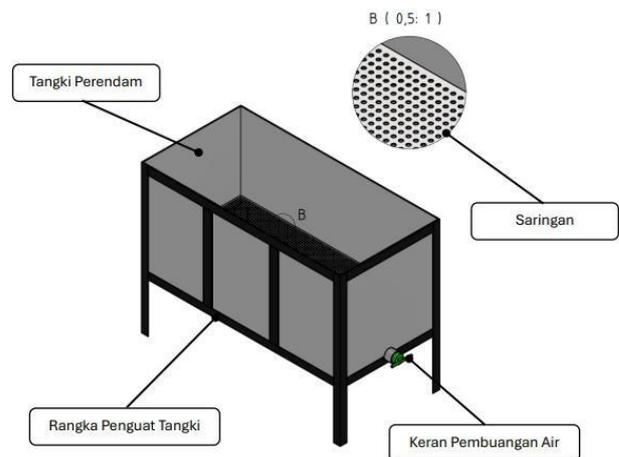
#### 4.1. Ergonomi Kerja (Produksi)

Pada aspek produksi masalah yang ingin diselesaikan yaitu pada proses perendaman dan penyaringan kedelai. Berdasarkan hasil pengamatan pada industri tempe HM Buchori ditemukan proses penyaringan yang menggunakan saringan kecil sehingga membutuhkan waktu lebih untuk menyelesaikan penyaringan. Selain itu, proses perendaman dan pembersihan kedelai masih menggunakan ember kecil sehingga membutuhkan tenaga langsung yang lebih banyak, serta kurangnya kesadaran karyawan mengenai kehygienisan proses produksi tempe. Adapun alat dan proses penyaringan pada kondisi eksisting ditampilkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Alat dan proses penyaringan kondisi eksisting

Berdasarkan kondisi tersebut maka tim pengabdian mengusulkan adanya teknologi tepat guna sebagai solusi permasalahan pada proses penyaringan kedelai tersebut. Inovasi teknologi tepat guna yang dirancang oleh tim pengabdian berupa alat penyaring kedelai dengan kapasitas yang lebih besar dan dilengkapi dengan peniris. Adapun desain dari inovasi teknologi tepat guna penyaring kedelai ditampilkan pada Gambar 3.



Gambar 3. Desain inovasi teknologi tepat guna penyaring kedelai

Pada proses penyaringan sebelumnya industri tempe membebandan sebanyak 5 kg untuk melakukan proses penyaringan dalam sekali penyaringan. Hal tersebut merupakan salah satu pertimbangan yang akan digunakan untuk melakukan desain alat daya tampung saringan yang lebih besar. Data yang telah didapatkan sebelumnya untuk waktu penyaringan 10 kg kedelai dapat memakan waktu selama 17,3 menit, maka dengan menggunakan alat baru memungkinkan adanya efisiensi waktu yang lebih cepat, hal ini dikarenakan kapasitas penyaringan yang lebih besar dan waktu untuk memindahkan kedelai yang dipersingkat. Sehingga dapat meningkatkan produktivitas industry tempe tersebut serta dapat mengurangi tingkat kelelahan pekerja. Adapun produk inovasi teknologi tepat guna penyaring kedelai dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Produk inovasi teknologi tepat guna perendam dan penyaring kedelai

#### 4.2. Rebranding (Manajemen)

Pada aspek manajemen, solusi masalah yang akan diselesaikan yaitu dengan perancangan *rebranding* untuk memperbaiki citra dan nilai produk tempe. Perancangan *rebranding* dilakukan dengan memberikan alternatif pembaharuan desain kemasan tempe. Adapun kemasan tempe yang saat ini sudah ada yaitu didesain dengan menggunakan cetak sablon 1 warna yaitu warna merah. Kemudian konten yang tercantum dalam kemasan tersebut juga belum up-to-date, sehingga perlu adanya pembaharuan visual dan konten pada desain kemasan tempe tersebut. Kemasan tempe eksisting ditunjukkan pada Gambar 5.



Gambar 5. Desain kemasan tempe eksisting

Berdasarkan hasil diskusi antara tim pengabdian dengan pihak industri tempe, serta benchmarking dengan beberapa produk tempe lain, maka disepakati adanya *rebranding* bagi

industri tempe HM Buchori melalui pemasangan banner sebagai identitas dan pembaharuan desain kemasan tempe. Adapun desain banner disajikan pada Gambar 6.



Gambar 6. Desain kemasan tempe pembaharuan

Desain *rebranding* ini dibuat dalam perpaduan warna hijau dan kuning yang memberikan kesan lebih fresh dan alami sesuai dengan produk yang dibuat yaitu tempe kedelai. Selain itu, dalam desain pembaharuan juga menghadirkan konten informasi yang lebih lengkap terkait tempe produksi HM Buchori. Dengan adanya desain *rebranding* ini harapannya dapat meningkatkan capaian market dari produk tempe HM Buchori. Dalam uji pasar yang pernah dilakukan, dari 900pcs produk tempe yang dibagi dalam dua kemasan yaitu kemasan baru dan kemasan lama, ternyata produk tempe HM Buchori dengan desain kemasan yang baru lebih banyak diminati oleh konsumen. Adapun desain kemasan tempe yang baru disajikan pada Gambar 7.



Gambar 7. Kemasan tempe yang baru

Tahap evaluasi kegiatan dilakukan untuk memastikan tingkat pencapaian keberdayaan mitra, yang dilihat dari peningkatan produktivitas industri tempe melalui pemanfaatan inovasi teknologi tepat guna dan *rebranding* desain kemasan. Evaluasi pelaksanaan program dilakukan melalui pengawasan selama kegiatan pendampingan, serta melalui diskusi dengan pemangku

kepentingan di industry tempe untuk menyempurnakan kegiatan yang telah berjalan. Selain itu, tim juga melakukan pendampingan secara berkala, memastikan bahwa mitra mampu melanjutkan kegiatan peningkatan produktivitas ini secara mandiri. Pendampingan secara kontinu ini bertujuan agar keterampilan yang diperoleh dapat diterapkan dengan optimal dalam kegiatan produksi sehari-hari, sehingga program ini benar-benar berdampak pada peningkatan kesejahteraan mitra. Respon industry tempe terhadap kegiatan ini sangat positif, mereka dapat merasakan adanya manfaat positif dari kegiatan ini. Faktor Pendukung keberhasilan kegiatan ini antara lain: (1) Kerjasama antara tim dosen dengan industry tempe; (2) Kesiapan HM Buchori sebagai peserta kegiatan untuk menjaga komitmen melaksanakan kegiatan; (3) Kerjasama yang baik (Perjanjian Kerjasama) antara Fakultas Teknik UNY dengan HM Buchori. Sementara itu, faktor penghambatnya yakni terbatasnya waktu, mengingat pelaksanaan kegiatan dilakukan di sela-sela waktu kerja.

## 5. Kesimpulan

Pelaksanaan kegiatan dosen berkegiatan diluar kampus dalam bentuk Ergonomi kerja dan rebranding bagi industry tempe di Kecamatan Mlati guna meningkatkan produktivitas dikatakan berhasil, ditandai dengan dapat diserahkannya 1 unit inovasi teknologi tepat guna berupa alat penyaringan kedelai dan terselesaikannya desain kemasan baru sebagai rebranding bagi industry tempe, yang ternyata sangat disukai oleh konsumen. Pelaksanaan kegiatan Ergonomi kerja dan rebranding bagi industry tempe di Kecamatan Mlati dapat meningkatkan produktivitas industry tempe HM Buchori. Industri tempe HM Buchori harapannya dapat mengimplementasikan hasil-hasil kegiatan PkM dalam produksi sehari-hari. UNY bersama komunitas industry tempe bersinergi dalam membangun Kerjasama peningkatan dan pemberdayaan potensi sehingga ekonomi menjadi lebih tumbuh dan berkembang.

## Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih atas pembiayaan pengabdian ini dari RKA-Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta Tahun 2024, sesuai dengan Surat Perjanjian Pelaksanaan Kegiatan, Nomor Kontrak: T/47.21/UN34.15/PM.01.01/2024

## Daftar Pustaka

- [1] Sekarmurti, P. K., Prastiwi, W. D., & Roessali, W. (2018). Preferensi penggunaan kedelai pada industri tempe dan tahu di Kabupaten Pati. *Jurnal Ilmu Pertanian Fakultas Pertanian Sungkai*, 6(1), 97-109.
- [2] J. Panero and M. Zelnik, *Dimensi Manusia dan Ruang Interior*. Jakarta: Erlangga, 2003.
- [3] I. Z. Sitalaksana, *Teknik Perancangan Sistem Kerja*. Bandung: ITB, 1979.
- [4] A. Z. Dewantari, R. Alvianto, C. P. Putri, M. D. Puspasari, P. M. Setiawati, and D. P. Arum, "Rebranding Produk Tas Rajut Terhadap Umkm Azza Rajut," *Community Dev. J. J. Pengabdi. Masy.*, vol. 3, no. 2, pp. 723–727, Jun. 2022, doi: 10.31004/cdj.v3i2.4651.
- [5] T. Abdullah and T. Francis, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012.
- [6] A. I. Mundiya, D. Septiadi, S. Nabila, N. M. W. Sari, and N. M. Zeamita, "Rebranding Produk Keripik Jamur Tiram Untuk Peningkatan Penjualan Pada Umkm Sporamushroom," *J. Pengabdi. Kpd. Masy. Membangun Negeri*, vol. 4, no. 1, pp. 77–83, Apr. 2020, doi: 10.35326/pkm.v4i1.549