

**INOVASI PRODUK RENDANG TEMPE  
BERBAHAN BAKU KORO PEDANG**

**SKRIPSI**

**WIDI ANDES LADIBA**  
**2011131001**



**FAKULTAS TEKNOLOGI PERTANIAN  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
2024**

# INOVASI PRODUK RENDANG TEMPE BERBAHAN BAKU KORO PEDANG

Widi Andes Ladiba<sup>1\*</sup>, Azrifirwan<sup>2\*</sup>, Alfi Asben<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>Mahasiswa Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Andalas,  
Limau Manis-Padang 25163

<sup>2</sup>Dosen Departemen Teknologi Pertanian, Fakultas Teknolgi Pertanian, Universitas Andalas Limau,  
Manis-Padang 25163

## ABSTRAK

Tempe adalah produk makanan olahan bergizi tinggi yang dibuat dari bahan baku kedelai melalui proses fermentasi. Angka impor kedelai nasional telah melebihi dua juta ton per tahun selama enam tahun terakhir. Oleh karena itu diperlukannya bahan baku alternatif lain untuk menggantikan kedelai. Kacang Koro Pedang (*Canavalia ensiformis*) mengandung protein yang besar membuat protein koro pedang memiliki kemampuan untuk menggantikan protein kedelai dalam pembuatan tempe. Namun, kacang koro pedang juga mengandung zat toksik yaitu asam sianida (HCN) sehingga memiliki rasa tengik dan bau langu, karenanya dilakukan inovasi sebuah produk baru. Inovasi produk berkaitan erat dengan peluncuran produk. Salah satu bentuk dari inovasi produk baru pada penelitian ini yaitu dengan membuat rendang tempe untuk meminimalisir hal tersebut. Oleh karena itu dilakukan analisis terhadap karakteristik tempe serta identifikasi minat beli konsumen serta minat produksi produsen maka dilanjutkan dengan merancang model bisnis rendang tempe koro pedang tersebut. Dalam membuat model bisnis pada pengembangan produk rendang tempe maka peneliti menggunakan integrasi metode anatara *Bussines Model canvas* (BMC) dengan *Quality Function Deployment* (QFD). Hasil analisis karakteristik kadar air 40,07%, kadar abu 0,23%, protein 33,98%, lemak 1,73%, karbohidrat 23,99% dan serat kasar 2,41%. Untuk kadar HCN setelah ditambahkan NaCl 10 % dari 5,4 ppm turun menjadi 2,7ppm. Kemudian identifikasi minat beli konsumen dikelompokkan tiga variabel yaitu harga, kualitas, dan pengembangan minat beli, sedangkan minat produksi produsen dikelompokkan tiga faktor yaitu SDA, SDM, Modal. Pada metode BMC terdapat sembilan elmen yang menjelaskan model bisnis rendang tempe, dan metode QFD ini bertujuan untuk memetakan hasil pengembangan produk yang telah diidentifikasi sebelumnya, dengan melihat tingkat kepentingan dan kepuasan konsumen serta persyaratan teknis dalam meningkatkan atau memperbaiki dalam mengembangkan produk baru rendang tempe koro pedang

*Kata kunci* – inovasi;koro pedang;rendang tempe;BMC;QFD