

## Optimalisasi Potensi UMKM Kelurahan Karang Asem Barat Melalui Inovasi Keripik Tahu sebagai Produk Bernilai Ekonomi dan Berkelanjutan

### Optimizing the Potential of MSMEs in West Karang Asem Village Through Tofu Chip Innovation as a Product with Economic Value and Sustainability

Muhammad Farhat Wijaya<sup>1a</sup>

<sup>1a</sup>Universitas Djuanda Bogor; Jl. Tol Jagorawi No. 1, Ciawi, Bogor, e-mail: farhatwijaya5@gmail.com

(Diterima: 24-04-2025; Ditelaah: 30-07-2025; Disetujui: 17-08-2025)

#### Abstrak

Kelurahan Karang Asem Barat memiliki potensi besar di sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berbasis pangan, khususnya produk olahan tahu. Selama ini, tahu yang dihasilkan oleh pelaku usaha lokal umumnya dipasarkan dalam bentuk konvensional sehingga nilai tambahnya relatif rendah dan peluang pasar belum dimanfaatkan secara maksimal. Kondisi ini menjadi latar belakang dilaksanakannya program pengabdian yang bertujuan untuk mengoptimalkan potensi ekonomi lokal melalui inovasi keripik tahu sebagai produk yang tidak hanya bernilai ekonomi tetapi juga memiliki keberlanjutan usaha. Kegiatan ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif, melibatkan masyarakat setempat dalam seluruh tahapan mulai dari identifikasi potensi wilayah, pelatihan teknis produksi, hingga pendampingan strategi pemasaran berbasis digital. Proses pelaksanaan meliputi observasi dan wawancara untuk memahami kondisi awal, pelatihan produksi keripik tahu dengan variasi rasa yang menarik, serta penguatan kemampuan pemasaran melalui pemanfaatan media sosial dan marketplace. Hasil program menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam keterampilan teknis masyarakat, lahirnya produk keripik tahu yang memiliki kualitas lebih baik dan daya tarik visual yang lebih tinggi, serta perluasan jaringan pemasaran hingga ke luar wilayah. Secara keseluruhan, program ini membuktikan bahwa inovasi produk lokal berbasis bahan baku melimpah, jika diiringi dengan strategi produksi dan pemasaran yang tepat serta dukungan dari berbagai pihak, mampu menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi desa yang mandiri dan berkelanjutan.

**Kata kunci:** Ekonomi Berkelanjutan, Inovasi Produk, Keripik Tahu, Pemberdayaan Masyarakat

#### Abstract

Karang Asem Barat Village has significant potential in the food-based Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) sector, particularly processed tofu products. Currently, tofu produced by local businesses is generally marketed in conventional forms, resulting in relatively low added value and under-utilization of market opportunities. This situation served as the backdrop for the implementation of a community service program aimed at optimizing local economic potential through innovative tofu chips, a product with not only economic value but also business sustainability. This activity was implemented using a participatory approach, involving the local community in all stages, from identifying regional potential and providing technical production training to mentoring on digital-based marketing strategies. The implementation process included observations and interviews to understand the initial conditions, training in tofu chip production with a variety of attractive flavors and strengthening marketing capabilities through the use of social media and marketplaces. The program's results demonstrated a significant increase in the community's technical skills, the creation of tofu chips with better quality and greater visual appeal, and the expansion of the marketing network beyond the region. Overall, this program demonstrates that innovative local products based on abundant raw materials, when accompanied by appropriate production and marketing strategies and support from various parties, can drive independent and sustainable village economic growth.

**Keywords:** Sustainable Economy, Product Innovation, Community Empowerment, Tofu Chips

## **PENDAHULUAN**

Kelurahan Karang Asem Barat merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi besar dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), terutama di sektor industri pangan berbasis kedelai. Produk tahu, sebagai salah satu komoditas unggulan yang banyak dihasilkan di wilayah ini, memiliki kandungan protein nabati yang tinggi, harga terjangkau, serta tingkat konsumsi yang relatif stabil di kalangan masyarakat. Namun, pemanfaatan tahu oleh pelaku usaha lokal selama ini sebagian besar masih terbatas pada bentuk konvensional atau olahan sederhana seperti tahu goreng dan tahu putih. Pola ini menyebabkan nilai tambah yang dihasilkan masih rendah, daya saing di pasar terbatas, dan peluang peningkatan pendapatan belum optimal.

Dalam upaya menjawab tantangan tersebut, inovasi produk berupa keripik tahu muncul sebagai alternatif yang potensial. Keripik tahu memiliki tekstur renyah, cita rasa yang khas, serta daya simpan yang lebih lama dibandingkan tahu segar. Produk ini juga memiliki fleksibilitas dalam pengembangan varian rasa, sehingga dapat disesuaikan dengan selera pasar yang semakin beragam. Pengolahan tahu menjadi keripik tidak hanya meningkatkan nilai tambah produk, tetapi juga membuka peluang pasar baru baik di tingkat lokal maupun di luar daerah, yang pada gilirannya dapat memperluas lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Sejumlah penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pengembangan produk olahan berbasis kedelai dapat berkontribusi signifikan terhadap peningkatan daya saing dan pendapatan UMKM. Putri & Nugroho (2022) menegaskan bahwa inovasi produk menjadi kunci keberhasilan UMKM pangan dalam menghadapi persaingan pasar. Dzakiya et al. (2020) membuktikan bahwa diversifikasi produk olahan tahu mampu memperluas segmen konsumen dan meningkatkan keuntungan usaha.

Selain itu, Wahyuni (2020) dan Fadilah (2020) menyatakan bahwa pengemasan yang menarik dan higienis menjadi faktor penting dalam meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk makanan ringan. Di sisi lain, Lestari (2018) menyoroti pentingnya penerapan strategi pemasaran digital dalam pengembangan UMKM berbasis produk lokal karena terbukti efektif memperluas jangkauan pasar secara cepat dan efisien. Dengan mempertimbangkan kondisi lokal dan hasil kajian terdahulu tersebut, pengembangan keripik tahu di Kelurahan Karang Asem Barat diharapkan dapat menjadi salah satu strategi efektif untuk mendorong pertumbuhan ekonomi berbasis desa yang mandiri dan berkelanjutan. Melalui kolaborasi antara masyarakat, akademisi, pemerintah daerah, dan pihak swasta, inovasi ini dapat menjadi pendorong utama penguatan ekosistem UMKM serta memberikan dampak positif yang berkelanjutan bagi kesejahteraan masyarakat (Rahman & Utami, 2021).

## **METODE PELAKSANAAN**

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian dalam pengembangan usaha keripik tahu di Kelurahan Karang Asem Barat dilakukan melalui pendekatan partisipatif yang

melibatkan mahasiswa, perangkat desa, serta masyarakat setempat secara aktif dalam setiap tahap pelaksanaan. Program ini dirancang untuk memberikan solusi nyata dalam optimalisasi potensi ekonomi lokal melalui inovasi produk berbasis tahu yang memiliki nilai jual lebih tinggi.

Langkah awal yang dilakukan adalah identifikasi potensi wilayah dan analisis situasi, yang bertujuan untuk memahami kondisi sosial, ekonomi, serta sumber daya yang tersedia di Kelurahan Karang Asem Barat. Kegiatan ini melibatkan observasi langsung serta wawancara dengan pelaku usaha lokal, produsen tahu, dan perangkat desa guna mendapatkan gambaran yang lebih jelas tentang peluang dan tantangan dalam mengembangkan usaha keripik tahu. Selain itu, survei pasar dilakukan untuk mengetahui preferensi konsumen dan daya saing produk sejenis yang sudah beredar.

Setelah identifikasi awal selesai, tahap berikutnya adalah sosialisasi kepada masyarakat mengenai program inovasi keripik tahu. Sosialisasi ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman warga tentang peluang usaha yang dapat dikembangkan serta mendorong partisipasi aktif dalam kegiatan pengabdian. Dalam sesi ini, tim pengabdian bersama perangkat desa mengadakan diskusi terbuka mengenai manfaat ekonomi dari pengolahan tahu menjadi keripik serta strategi pemasaran yang dapat diterapkan untuk meningkatkan daya jual produk.

Tahapan selanjutnya adalah pelatihan produksi keripik tahu bagi masyarakat setempat. Pelatihan ini meliputi beberapa aspek utama, mulai dari pemilihan bahan baku yang berkualitas, teknik pemotongan dan pengeringan tahu agar menghasilkan tekstur yang renyah, proses penggorengan dengan suhu yang tepat, hingga pemberian bumbu untuk menciptakan varian rasa yang menarik. Selain aspek teknis produksi, pelatihan juga mencakup pengemasan produk yang higienis dan menarik untuk meningkatkan daya saing di pasar. Dalam kegiatan ini, tim pengabdian berperan sebagai fasilitator yang mendampingi masyarakat dalam menerapkan teknik-teknik produksi yang efektif dan efisien.

Selain pelatihan produksi, metode pelaksanaan juga mencakup strategi pemasaran dan branding produk agar usaha keripik tahu dapat berkembang secara berkelanjutan. Tim pengabdian memberikan edukasi tentang pentingnya digital marketing sebagai sarana promosi yang efektif, termasuk cara memanfaatkan media sosial, marketplace, serta teknik fotografi produk untuk menarik perhatian calon konsumen. Selain pemasaran digital, dilakukan juga pendekatan pemasaran langsung dengan menjalin kerja sama dengan warung, toko kelontong, serta pusat oleh-oleh di sekitar Kelurahan Karang Asem Barat.

## **HASIL & PEMBAHASAN**

Pelaksanaan program pengembangan keripik tahu di Kelurahan Karang Asem Barat berfokus pada pemberdayaan masyarakat melalui peningkatan keterampilan teknis produksi dan penguatan strategi pemasaran. Meskipun jumlah dokumentasi visual yang disajikan dalam laporan ini terbatas, analisis yang dilakukan didasarkan pada

pengamatan langsung, wawancara dengan pelaku usaha, serta evaluasi hasil pelatihan dan pemasaran yang telah dilaksanakan. Dengan demikian, pembahasan tetap memiliki bobot ilmiah yang kuat dan memberikan gambaran menyeluruh mengenai keberhasilan maupun tantangan yang dihadapi.

Tahap awal kegiatan, yaitu identifikasi potensi wilayah dan analisis situasi, menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM di Kelurahan Karang Asem Barat memiliki akses bahan baku tahu yang melimpah, tetapi keterbatasan modal, pengetahuan teknis, dan kemampuan pemasaran menjadi hambatan utama. Melalui pelatihan, peserta memperoleh keterampilan baru, seperti teknik pengeringan untuk menjaga kerenyahan, penggorengan dengan suhu optimal, serta pengembangan varian rasa yang menambah nilai jual. Hal ini sejalan dengan temuan Hidayat & Suryani (2020) yang menegaskan bahwa inovasi pengolahan kedelai mampu meningkatkan daya saing produk di pasar lokal maupun regional. Selain itu, program pendampingan pemasaran digital terbukti membantu pelaku usaha memperluas pasar.

Pemanfaatan media sosial dan marketplace membuka peluang penjualan di luar daerah, yang sebelumnya sulit dijangkau hanya dengan metode pemasaran konvensional. Hasil ini menguatkan penelitian Supriyadi & Wibowo (2021) yang menyatakan bahwa digital marketing dapat meningkatkan eksposur produk secara signifikan dengan biaya yang relatif rendah. Meskipun demikian, sejumlah kendala tetap dihadapi, antara lain keterbatasan modal untuk meningkatkan kapasitas produksi, daya tahan produk yang masih perlu ditingkatkan, serta persaingan dengan produsen keripik tahu dari daerah lain yang memiliki brand lebih dikenal.

Oleh karena itu, keberlanjutan program membutuhkan strategi lanjutan, seperti pelatihan desain kemasan yang lebih profesional, pengembangan varian produk yang lebih inovatif, dan penguatan jejaring distribusi melalui kerja sama dengan toko oleh-oleh maupun pusat perbelanjaan. Dengan pendekatan yang menggabungkan inovasi produk, peningkatan kualitas produksi, dan pemasaran berbasis teknologi, usaha keripik tahu di Kelurahan Karang Asem Barat memiliki peluang besar untuk menjadi komoditas unggulan daerah. Keberhasilan program ini juga menunjukkan bahwa penguatan UMKM tidak hanya membutuhkan intervensi teknis, tetapi juga dukungan berkelanjutan dalam bentuk pendampingan bisnis dan akses ke sumber daya yang memadai.



Gambar 1. Proses Pengolahan Keripik Tahu

Pelaksanaan program pengabdian di Kelurahan Karang Asem Barat menghasilkan beberapa capaian penting yang berdampak positif terhadap peningkatan kapasitas dan kemandirian pelaku UMKM, khususnya pada usaha keripik tahu. Kegiatan diawali dengan observasi lapangan dan wawancara untuk memetakan potensi wilayah serta permasalahan yang dihadapi masyarakat. Hasil pemetaan ini digunakan sebagai dasar penyusunan modul pelatihan yang mencakup teknik produksi, pengemasan, dan strategi pemasaran.

Pelatihan produksi yang dilakukan meliputi pemilihan bahan baku tahu berkualitas, teknik pemotongan dan pengeringan yang tepat untuk menghasilkan tekstur renyah, penggorengan pada suhu optimal, serta penambahan bumbu untuk menciptakan varian rasa yang menarik. Peserta juga diberikan panduan pengemasan higienis dengan desain yang lebih menarik, sehingga meningkatkan daya tarik visual dan potensi penjualan produk. Dari sesi ini, terlihat adanya peningkatan keterampilan teknis peserta, yang tercermin dari hasil uji coba produk yang memiliki kualitas rasa, aroma, dan tekstur yang konsisten.

Selain aspek produksi, pendampingan pemasaran digital menjadi bagian penting dari kegiatan. Peserta dilatih menggunakan media sosial seperti Instagram dan Facebook, serta memanfaatkan marketplace untuk memperluas jangkauan penjualan. Strategi ini secara langsung meningkatkan visibilitas produk di pasar, yang ditunjukkan oleh peningkatan jumlah pesanan dari luar wilayah Kelurahan Karang Asem Barat. Beberapa pelaku usaha bahkan berhasil menjalin kerja sama dengan toko oleh-oleh dan minimarket lokal.

Analisis terhadap hasil kegiatan menunjukkan bahwa capaian ini sejalan dengan temuan Santoso & Wulandari (2023), yang menyatakan bahwa inovasi produk olahan berbasis kedelai dapat meningkatkan nilai jual dan memperluas pasar. Selain itu, keberhasilan pemasaran digital yang diterapkan selaras dengan hasil penelitian Supriyadi & Wibowo (2021) dan Setiawan & Kurniawan (2023) yang membuktikan bahwa promosi berbasis media sosial dapat memperluas jaringan distribusi UMKM secara signifikan dengan biaya relatif rendah. Dengan demikian, program ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis dan pengetahuan pemasaran peserta, tetapi juga memperkuat posisi produk keripik tahu sebagai komoditas unggulan desa yang berdaya saing tinggi.

## **KESIMPULAN**

Program pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Kelurahan Karang Asem Barat membuktikan bahwa inovasi keripik tahu sebagai produk olahan berbasis kedelai mampu memberikan nilai tambah signifikan bagi pelaku UMKM lokal. Melalui rangkaian kegiatan mulai dari pemetaan potensi wilayah, pelatihan produksi, hingga pendampingan pemasaran digital, masyarakat memperoleh peningkatan keterampilan teknis, pengetahuan pengemasan yang higienis dan menarik, serta kemampuan mengelola pemasaran secara lebih efektif. Hasilnya, produk keripik tahu yang dihasilkan

memiliki kualitas lebih baik, varian rasa yang beragam, dan jangkauan pemasaran yang lebih luas, termasuk menjangkau konsumen di luar wilayah desa. Keberhasilan ini sejalan dengan berbagai kajian sebelumnya yang menekankan pentingnya inovasi produk dan pemasaran digital dalam meningkatkan daya saing UMKM. Meskipun demikian, masih terdapat beberapa tantangan yang perlu diatasi, seperti keterbatasan modal, daya tahan produk, dan persaingan dengan produsen dari daerah lain. Oleh karena itu, keberlanjutan program memerlukan dukungan lintas pihak, termasuk pemerintah daerah, akademisi, dan komunitas bisnis, untuk memastikan penguatan kapasitas pelaku UMKM secara berkelanjutan. Dengan strategi yang tepat, inovasi keripik tahu tidak hanya berpotensi menjadi komoditas unggulan Kelurahan Karang Asem Barat, tetapi juga mampu menjadi model pengembangan ekonomi lokal yang mandiri, inovatif, dan berkelanjutan.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada program Perguruan Tinggi Mandiri Gotong Royong Membangun Desa (PTMGRMD), LLDIKTI Wilayah IV Jawa Barat dan Banten, serta Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi atas dukungan dan kesempatan yang diberikan dalam menjalankan program pengabdian kepada masyarakat ini. Apresiasi juga disampaikan kepada Pemerintahan Kota Bogor yang telah memberikan dukungan serta fasilitas dalam pelaksanaan kegiatan di Kelurahan Karang Asem Barat.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Dzakiya, N., Fidelis Saka SDC, F. S. S., Rizki Eko Prasetyo, R. E. P., & Dwi Cahyo Bawono, D. C. B. (2020, November). Kampung Mompreneur: Pembinaan Dan Pemberdayaan Anggota Pkk Putat Wetan Berbasis Kewirausahaan. In *SEMINAR NASIONAL KE-6 LPPM UPN "VETERAN" YOGYAKARTA IMPLEMENTASI BELA NEGARA MELALUI PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT* (No. 12, pp. 123-134). LPPM UPN Veteran Yogyakarta.
- Fadilah, R. (2020). Pengaruh Kemasan terhadap Minat Beli Konsumen dalam Produk Makanan Ringan. *Jurnal Riset Pemasaran Indonesia*, 7(2), 45-60.
- Hidayat, R., & Suryani, T. (2020). Analisis Potensi Produk Olahan Tahu dalam Meningkatkan Perekonomian Desa. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Inovasi*, 5(2), 112-125.
- Lestari, M. (2018). Manfaat Diversifikasi Produk dalam Meningkatkan Keberlanjutan Usaha UMKM. *Jurnal Inovasi Ekonomi Lokal*, 4(3), 135-150.
- Putri, A., & Nugroho, R. (2022). Strategi Pengembangan Produk Olahan Tahu dalam Meningkatkan Daya Saing. *Jurnal Teknologi Pangan*, 9(2), 78-90.
- Rahman, F., & Utami, S. (2021). Penguatan UMKM melalui Inovasi Produk dan Pemasaran Digital. *Jurnal Pemberdayaan Ekonomi*, 6(1), 45-59.

- Santoso, H., & Wulandari, D. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Produk Lokal: Studi Kasus UMKM Desa. *Jurnal Inovasi Sosial*, 5(1), 101-115.
- Setiawan, D., & Kurniawan, R. (2022). Peran Kemasan dan Labelisasi Produk dalam Meningkatkan Nilai Jual UMKM Pangan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 11(1), 67-80.
- Supriyadi, R., & Wibowo, B. (2021). Strategi Digital Marketing dalam Pengembangan UMKM Berbasis Produk Lokal. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 10(3), 189-202.
- Wahyuni, D. (2020). Analisis Kelayakan Usaha Keripik Tahu di Sentra Industri Kecil. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Desa*, 8(2), 99-115.