

Sosialisasi Peningkatan Usaha Tahu Pada UD. Tagor Gebang Jember

Norita Citra Yulianti dan Budiono
Universitas Muhammadiyah Jember
Email: norita@unmuhjember.ac.id

Diterima: 17 Mei 2019, Dipublikasikan: 29 Juni 2019

ABSTRAK

UD. Tagor merupakan perusahaan keluarga dengan bidang usaha mengolah kacang kedelai menjadi tahu. Tahu merupakan makanan yang digemari masyarakat, baik masyarakat golongan bawah hingga atas. Tahu di buat oleh para pengrajin rumah tangga dimana teknologi dan peralatannya pun masih sangat sederhana. Namun tahu yang dibuat oleh semua pabrik tahu selalu monoton, tidak ada inovasi baru yang membuat tahu tersebut lebih menarik dan memiliki nilai jual yang lebih tinggi. Pembuatannya pun terkadang masih menggunakan cara tradisional seperti pada proses pencucian kedelai yang biasanya dilakukan di sungai terdekat, lalu pada proses penghancuran kedelai menjadi sari kedelai juga masih menggunakan cara tradisional yaitu dengan cara diinjak-injak. Bertolak dari cara pembuatan yang masih menggunakan cara tradisional seperti itulah tahu jarang dikonsumsi oleh para pejabat sebagai jamuan dalam makan malam atau dalam rapat-rapat penting yang biasanya menyuguhkan makanan yang berkelas tinggi. Untuk itu tahu sebagai salah makanan tradisional perlu dilakukan usaha-usaha pembinaan yang mengarah kepada : a). Menciptakan inovasi tahu yang menarik dan tasteful sehingga membuat nilai jual menjadi lebih tinggi, b). Peningkatan usaha memasyarakatkan dan memperluas cakupan konsumen pangan tradisional di daerah lain di luar daerah asal makanan yang bersangkutan, c). Mengemas tampilan tahu agar dapat menjadi makanan “berkelas tinggi” namun dengan harga yang ekonomis.

Kata Kunci : tahu, pemasaran, brand

ABSTRACT

UD. Tagor is a family company with a business in processing soybeans into tofu. Tofu is a food that is popular with the public, both the lower and upper classes of society. Tofu is made by household craftsmen where the technology and equipment are still very simple. But knowing that what is made by all tofu factories is always monotonous, there are no new innovations that make the tofu more attractive and have a higher selling value. The making is sometimes still using traditional methods such as the soybean washing process which is usually done in the nearby river, then the process of destroying soybeans into soybean juice is also still using traditional methods, namely by trampling. Starting from the method of making which still uses traditional methods such as tofu is rarely consumed by officials as a dinner meal or in important meetings which usually offer high-class food. For this reason, knowing that as one of the traditional foods needs to be carried out coaching efforts that lead to: a). Creating innovation knows that is interesting and tasteful so as to make the selling value higher, b). Increasing efforts to socialize and expand the coverage of traditional food consumers in other regions outside the area of origin of the food in question, c). Packaging the look of tofu to be a "high class" food but at an economical price.

Keywords: know, marketing, brand

PENDAHULUAN

Tahu adalah makanan tradisional yang sudah di miliki negara kita selama berpuluh-puluh tahun. Tahu merupakan makanan murah yang kaya gizi sudah menjadi kebutuhan pokok terutama bagi masyarakat dengan daya beli terbatas. Tahu merupakan makanan yang digemari masyarakat, baik masyarakat golongan bawah hingga atas. Tahu di buat oleh para pengrajin rumah tangga dimana teknologi dan peralatannya pun masih sangat sederhana. Walaupun protein tahu tidak sebaik protein hewani, tetapi perannya dalam kehidupan masyarakat Indonesia sangat berarti dalam memperbaiki nilai gizi masyarakat. Keberadaannya sudah lama dan diakui sebagai makanan yang sehat, bergizi dan harganya murah. Hampir di setiap kota di Indonesia dijumpai industri tahu.

Meskipun berharga murah dan bentuknya sederhana, ternyata tahu mempunyai mutu yang istimewa dilihat dari segi gizi. Hasil-hasil studi menunjukkan bahwa tahu kaya protein bermutu tinggi, tinggi sifat komplementasi proteinnya, ideal untuk makanan diet, rendah kandungan lemak jenuh dan bebas kolesterol, kaya mineral dan vitamin, makanan alami yang sehat dan bebas dari senyawa kimia yang beracun.

Pembuatan tahu sudah banyak dilakukan pada skala industri rumah tangga, maupun dalam skala pabrik tahu secara kecil-kecilan. Dasar pembuatan tahu adalah melarutkan protein yang terkandung dalam kedelai dengan menggunakan air sebagai pelarutnya. Setelah protein tersebut larut, diusahakan untuk diendapkan kembali dengan penambahan bahan pengendap sampai terbentuk gumpalan-gumpalan protein yang akan menjadi tahu. Salah satu cara pembuatan tahu ialah dengan menyaring bubur kedelai sebelum dimasak, sehingga cairan tahu yang sudah terpisah dari ampasnya. Namun tahu yang dibuat oleh semua pabrik tahu selalu monoton, tidak ada inovasi baru yang membuat tahu tersebut lebih menarik dan memiliki nilai jual yang lebih tinggi. Pembuatannya pun terkadang masih menggunakan cara tradisional seperti pada proses pencucian kedelai yang biasanya dilakukan di sungai terdekat, lalu pada proses penghancuran kedelai menjadi sari kedelai juga masih menggunakan cara tradisional yaitu dengan cara diinjak-injak. Bertolak dari cara pembuatan yang masih menggunakan cara tradisional seperti itulah tahu jarang dikonsumsi oleh para pejabat sebagai jamuan dalam makan malam atau dalam rapat-rapat penting yang biasanya menyuguhkan makanan yang berkelas tinggi.

Untuk itu tahu sebagai salah makanan tradisional perlu dilakukan usaha-usaha pembinaan yang mengarah kepada : a). Menciptakan inovasi tahu yang menarik dan tasteful sehingga membuat nilai jual menjadi lebih tinggi, b). Peningkatan usaha memasyarakatkan dan memperluas cakupan konsumen pangan tradisional di daerah lain di luar daerah asal makanan yang bersangkutan, c). Mengemas tampilan tahu agar dapat menjadi makanan “berkelas tinggi” namun dengan harga yang ekonomis.

METODE PELAKSANAAN

Berdasarkan solusi dan target luaran yang diusulkan dalam pengabdian kepadamasyarakat Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini, maka diuraikan tahapan dan solusi sebagai berikut :

| Permasalahan | Solusi | Luaran | Tahapan |
|---|---|--|--------------------------|
| Belum terciptakan inovasi tahu yang menarik dan | Menciptakan inovasi tahu baru, dengan mengusulkan | Dapat menciptakan inovasi produk tahu baru berupa “palette | Sosialisasi inovasi baru |

| | | | |
|--|---|--|--|
| tasteful sehingga membuat nilai jual menjadi lebih tinggi. | pembuatan produk "palette tofu" | tofu" | |
| Masih menggunakan pemasaran yang tergolong masih sederhana. Pemasaran yang dilakukan hanya melalui dari relasi teman, <i>direct selling</i> . Pemasaran seperti ini hanya mencakup wilayah sekitar Jember saja. | Meningkatkan strategi pemasaran, dengan cara mensosialisasi kepada masyarakat dari semua kalangan agar tahu tidak hanya menjadi jajanan pasar yang dijajakan di pinggir jalan namun juga dapat sampai ke meja makan para pejabat tinggi. | Meningkatnya pengetahuan tentang pentingnya product selling serta cara memasarkan produk | Sosialisasi mengenai berbagai alternatif strategi pemasaran yang dapat dilakukan serta pendampingan pembuatan sarana promosi pada media elektronik |
| Desain kemasan masih relative sangat sederhana, sehingga mudah sekali untuk ditiru oleh pelaku usaha sejenis. Mengemas tampilan tahu agar dapat menjadi makanan "berkelas tinggi" namun dengan harga yang ekonomis | Membuat desain kemasan dengan cara menggunakan kemasan yang bagus dan menarik sehingga sasaran konsumen kami adalah orang-orang yang memang mereka menginginkan makanan yang sehat dan berkualitas berapapun harga yang ditawarkan kepada mereka. | Dapat membuat desain kemasan dengan cara menggunakan kemasan yang bagus dan menarik sehingga sasaran konsumen kami adalah orang-orang yang memang mereka menginginkan makanan yang sehat | Redesain kemasan produk tahu agar tidak mudah ditiru dan memiliki brand tersendiri. |

HASIL KEGIATAN

Sosialisasi Inovasi Baru

Pembuatan tahu sudah banyak dilakukan pada skala industri rumah tangga, maupun dalam skala pabrik tahu secara kecil-kecilan. Dasar pembuatan tahu adalah melarutkan protein yang terkandung dalam kedelai dengan menggunakan air sebagai pelarutnya. Setelah protein tersebut larut, diusahakan untuk diendapkan kembali dengan penambahan bahan pengendap sampai terbentuk gumpalan-gumpalan protein yang akan menjadi tahu. Salah satu cara pembuatan tahu ialah dengan menyaring bubur kedelai

sebelum dimasak, sehingga cairan tahu yang sudah terpisah dari ampasnya. Namun tahu yang dibuat oleh semua pabrik tahu selalu monoton, tidak ada inovasi baru yang membuat tahu tersebut lebih menarik dan memiliki nilai jual yang lebih tinggi. Pembuatannya pun terkadang masih menggunakan cara tradisional seperti pada proses pencucian kedelai yang biasanya dilakukan di sungai terdekat, lalu pada proses penghancuran kedelai menjadi sari kedelai juga masih menggunakan cara tradisional yaitu dengan cara diinjak-injak. Bertolak dari cara pembuatan yang masih menggunakan cara tradisional seperti itulah tahu jarang dikonsumsi oleh para pejabat sebagai jamuan dalam makan malam atau dalam rapat-rapat penting yang biasanya menyuguhkan makanan yang berkelas tinggi.

Dalam hal ini kami mencoba untuk membuat sebuah keunikan berbeda yang menjadi ciri unik dari bahan makanan tahu yang berkelas, tasteful, serta atraktif. Konsep yang kami usung dalam pembuatan tahu ini adalah penambahan vitamin dan rasa yang berasal dari bahan alami tanpa zat pengawet yang berbahaya. Tidak hanya itu saja, di dalam tahu juga akan ditambahkan beberapa macam sayuran agar menambah nilai gizi dan mutu vitamin yang terkandung di dalam tahu tersebut.

“*Palette Tofu*” merupakan inovasi produk tahu yang merupakan suatu hasil realisasi kami yang didapat dari pemikiran di masyarakat yang menginginkan konsep tahu sehat dan bergizi tinggi. Isu tentang tahu yang mengandung formalin dan boraks yang dapat menimbulkan penyakit jika dikonsumsi oleh manusia membuat kami berinisiatif untuk membuat sebuah makanan sehat dan memiliki nilai gizi yang cukup tinggi. Oleh karena itu, kami membuat “*Palette Tofu*” ini sebagai jawaban dari permintaan masyarakat yang ingin mengonsumsi tahu tanpa harus takut dengan bayang-bayang tahu tersebut mengandung formalin dan boraks.

TAHU BIASA



PALETTE TOFU



Tahapan Pelaksanaan/ Pembuatan Palette Tofu

a. Pemilihan Bahan Baku

Kedelai yang akan digunakan untuk pembuatan tahu ini harus diselektif untuk menghindari kerusakan bahan baku. Bahan baku harus baik agar hasil tahu yang diproduksi juga baik

b. Pembuatan Tahu

Tahap proses pembuatan tahu yang pertama adalah kedelai dicuci sambil di rendam minimal 3 jam sampai jaringannya lunak. Kemudian di giling menjadi bubur kedelai lalu dilakukan pemanasan dengan boiler. Selanjutnya dipress untuk mendapatkan sari kedelainya yang merupakan protein. Protein kedelai ini di koagulasikan / digumpalkan. Pencampuran dengan sayur yang telah dicacah halus, dilakukan pada tahap ini. Kemudian protein terkoagulasi ini di press di

cetakan dan terbentuklah tahu. Tahu di potong dan direndam dalam air garam, kemudian siap di kemas dan diberi label

c. Pengemasan

Tahu yang telah diproduksi masuk ke tahap selanjutnya yaitu pengemasan. Pengemasan produk tahu di kemas dalam plastik pengemas yang digunakan sebagai kemasan "*Palette Tofu*" adalah plastik dengan tebal 0,8 agar kemasan tidak mudah bocor ketika didistribusikan. Di luar kemasan tahu kami beri label produk agar kemasan lebih menarik konsumen.

Sosialisasi Mengenai Berbagai Alternatif Strategi Pemasaran Yang Dapat Dilakukan Serta Pendampingan Pembuatan Sarana Promosi Pada Media Elektronik

Tahu secara umum sudah dikenal oleh masyarakat sebagai bahan pangan yang murah sekaligus memiliki nilai protein nabati yang tinggi. Namun dalam pengembangan produk ini, tahu memerlukan inovasi produk dan sosialisasi kepada masyarakat dari semua kalangan agar tahu tidak hanya menjadi jajanan pasar yang dijajakan di pinggir jalan namun juga dapat sampai ke meja makan para pejabat tinggi. Selain itu, tahu yang dimodifikasi ini memiliki kandungan vitamin yang lebih bila dibandingkan dengan tahu pada umumnya.

Tahap awal pemasaran adalah lebih difokuskan pada pengenalan produk kepada masyarakat terlebih dahulu. Sasaran utama pemasaran produk ini adalah ibu-ibu rumah tangga. Langkah awal yang akan ditempuh yaitu dengan melakukan survey pasar, tujuannya untuk mengetahui minat konsumen akan produk tahu yang ditawarkan sebagai bahan evaluasi pengembangan produk. Tahap selanjutnya adalah melakukan pengenalan produk kepada masyarakat kemudian memasarkannya

Redesain Kemasan Produk Tahu Agar Tidak Mudah Ditiru Dan Memiliki Brand Tersendiri

Selama ini produk tahu banyak ditiru oleh usaha sejenis dengan kualitas produk yang rendah. Membuat desain kemasan dengan cara menggunakan kemasan yang bagus dan menarik sehingga sasaran konsumen kami adalah orang-orang yang memang mereka menginginkan makanan yang sehat dan berkualitas berapapun harga yang ditawarkan kepada mereka

Pengemasan produk tahu di kemas dalam plastik pengemas yang digunakan sebagai kemasan "*Palette Tofu*" adalah plastik dengan tebal 0,8 agar kemasan tidak mudah bocor ketika didistribusikan. Di luar kemasan tahu kami beri label produk agar kemasan lebih menarik konsumen.

Sosialisasi Inovasi Baru

Pembuatan tahu sudah banyak dilakukan pada skala industri rumah tangga, maupun dalam skala pabrik tahu secara kecil-kecilan. Dasar pembuatan tahu adalah melarutkan protein yang terkandung dalam kedelai dengan menggunakan air sebagai pelarutnya. Setelah protein tersebut larut, diusahakan untuk diendapkan kembali dengan penambahan bahan pengendap sampai terbentuk gumpalan-gumpalan protein yang akan menjadi tahu. Salah satu cara pembuatan tahu ialah dengan menyaring bubur kedelai sebelum dimasak, sehingga cairan tahu yang sudah terpisah dari ampasnya. Namun tahu yang dibuat oleh semua pabrik tahu selalu monoton, tidak ada inovasi baru yang membuat tahu tersebut lebih menarik dan memiliki nilai jual yang lebih tinggi.

Pembuatannya pun terkadang masih menggunakan cara tradisional seperti pada proses pencucian kedelai yang biasanya dilakukan di sungai terdekat, lalu pada proses penghancuran kedelai menjadi sari kedelai juga masih menggunakan cara tradisional yaitu dengan cara diinjak-injak. Bertolak dari cara pembuatan yang masih menggunakan cara tradisional seperti itulah tahu jarang dikonsumsi oleh para pejabat sebagai jamuan dalam makan malam atau dalam rapat-rapat penting yang biasanya menyuguhkan makanan yang berkelas tinggi.

Dalam hal ini kami mencoba untuk membuat sebuah keunikan berbeda yang menjadi ciri unik dari bahan makanan tahu yang berkelas, tasteful, serta atraktif. Konsep yang kami usung dalam pembuatan tahu ini adalah penambahan vitamin dan rasa yang berasal dari bahan alami tanpa zat pengawet yang berbahaya. Tidak hanya itu saja, di dalam tahu juga akan ditambahkan beberapa macam sayuran agar menambah nilai gizi dan mutu vitamin yang terkandung di dalam tahu tersebut.

“*Palette Tofu*” merupakan inovasi produk tahu yang merupakan suatu hasil realisasi kami yang didapat dari pemikiran di masyarakat yang menginginkan konsep tahu sehat dan bergizi tinggi. Isu tentang tahu yang mengandung formalin dan boraks yang dapat menimbulkan penyakit jika dikonsumsi oleh manusia membuat kami berinisiatif untuk membuat sebuah makanan sehat dan memiliki nilai gizi yang cukup tinggi. Oleh karena itu, kami membuat “*Palette Tofu*” ini sebagai jawaban dari permintaan masyarakat yang ingin mengonsumsi tahu tanpa harus takut dengan bayang-bayang tahu tersebut mengandung formalin dan boraks.

KESIMPULAN

Tahu yang telah siap dijual, didistribusikan masih dengan cara *person-to-person* dilingkungan kampus. Kami menempelkan nomor telepon yang dapat konsumen hubungi untuk pemesanan, sehingga selanjutnya sistem pemasarannya dilakukan berdasarkan langganan maupun jualan lepas. Jumlah produksi tahu yang saat ini dilakukan masih dapat terserap baik oleh lingkungan dalam kampus meskipun sistem jualan *person-to-person*. Distribusi selanjutnya akan memanfaatkan sistem konsinyasi dengan penjual tahu keliling disetiap kompleks perumahan. Sistem pemasaran yang sudah terlaksana meliputi penjualan langsung (*direct selling*) dan penjualan tidak langsung yaitu melalui jaringan dan distributor. Penjualan langsung dilakukan dengan berjualan langsung ke konsumen agar konsumen dapat lebih mengetahui tentang produk baru kami. Langkah pemasaran yang terakhir kami lakukan dengan cara mengenalkan produk kami secara online. Karena pemasaran yang dilakukan secara online akan berdampak langsung dalam penjualan produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim, 1993. Daftar Komposisi Bahan Makanan. Direktorat Gizi, Depkes, RI. Bharata, Jakarta 23 & 35
- Buckle, K.A., dkk..1985 . Terjemahan Hari Purnomo dan Adiono. Ilmu Pangan. Jakarta: UI Press

- Ibrahim Hasan. 1995. Pidato Pengarahan Menteri Negara Urusan Pangan. Prosiding Widyakarya Nasional Khasiat Makanan Tradisional.
- Hubeis. A.V.S. 1993. Prospek Pengembangan Makanan Tradisional Rakyat Indonesia: Kasus Makanan Jajanan. Prosiding Seminar Pengembangan Pangan Tradisional dalam Rangka Penganekaragaman Pangan. Kantor Menteri Negara Urusan Pangan dan Logistik.
- Hubeis. A.V.S. 1993. Upaya Meningkatkan Mutu dan Kebersihan Makanan Jajanan Lewat Jalur Pendidikan Orang Dewasa dan Berdasarkan Usaha Bisnis yang Berkelanjutan. Prosiding Widyakarya Nasional Khasiat Makanan Tradisional.
- Jopie Wangania. 1995. Klasifikasi Makanan Tradisional Indonesia. Prosiding Widyakarya Nasional Khasiat Makanan Tradisional.
- Kartono Wirosuhardjo. 1995. Pengembangan Sikap Pengusaha Makanan Tradisional Melalui Pendidikan Manajemen. Prosiding Widyakarya Nasional Khasiat Makanan Tradisional.
- Marsono. 1998. Makanan Tradisional Sebagai Aset Wisata. Makalah seminar Nasional. Bogor. PKMT
- Rencana Strategis Pengabdian Universitas Muhammadiyah Jember 2016 – 2020.
- Prihtiyani, E. (2012, August 29). Harga Kedelai Naik karena Aksi Borong China. Kompas. Retrieved September 4, 2012, from <http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2012/08/29/13523748/Harga.Kedelai.Naik.karena.Aksi.Borong.China> .
- Robbins, S. P., dan Coulter, M. (2005). Management. USA: Pearson Education. Ruslan, K. (2012, July 28). Produksi Kedelai: Indonesia “Bangsa Tempe”. Kompasiana. Retrieved September 4, 2012, from <http://ekonomi.kompasiana.com/agrobisnis/2012/07/28/produksi-kedelai-indonesia-%E2%80%9Cbangsatempe%E2%80%9D/>.