

## SOSIALISASI PENINGKATAN KUALITAS KEMASAN PRODUK PADA PENGRAJIN TAHU DAN TEMPE DI PURWAKARTA

Habibah<sup>1</sup>, Nurul Juwita<sup>2</sup>, TB. Nawawi<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Kartamulia Purwakarta  
email: abiasaptha@gmail.com

### Abstrak

Strategi untuk meningkatkan nilai tambah suatu produk yaitu dengan memperbaiki tampilan kemasan produk itu sendiri. Hal ini selain dapat mempertahankan kualitas produk tetapi juga dapat menjadi media promosi produk Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat kepada mitra pengrajin tahu dan tempe di Purwakarta, adalah untuk membantu meningkatkan nilai jual produk tahu dan tempe. Metode yang digunakan pada pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini adalah dengan memberikan penyuluhan langsung di lokasi mitra dengan memberikan paparan cara meningkatkan kualitas kemasan produk tahu dan tempe yang diproduksi. Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini mengusulkan pada tiga aspek solusi yaitu memperhatikan kualitas kemasan yang berkaitan dengan kebersihan tahu dan tempe yang dijual, menjaga ketahanan tahu dan tempe yang dijual dengan kemasan yang baik, menambahkan identitas produk pada kemasan untuk menambah nilai jual produk. Respon dari mitra sangat senang dengan adanya kegiatan ini.

**Kata kunci:** Kualitas Kemasan, Tahu, Tempe

### Abstract

The strategy for increasing the added value of a product is by improving the appearance of the product packaging itself. Apart from maintaining product quality, this can also be a medium for product promotion. The purpose of community service activities for tofu and tempeh partners in Purwakarta is to help increase the selling value of tofu and tempeh products. The method used in the implementation of this community service is to provide direct counseling at partner locations by providing exposure on how to improve the quality of the packaging of tofu and tempeh products that are produced. The results of this community service activity propose three aspects of the solution, namely paying attention to the quality of packaging related to the cleanliness of tofu and tempeh being sold, maintaining the durability of tofu and tempeh which are sold in good packaging, adding product identity to packaging to increase product selling value. The response from partners was very happy with this activity.

**Keywords:** Packaging Quality, Tofu, Tempe

### PENDAHULUAN

Tahu dan tempe adalah makanan lokal yang sangat terkenal di Indonesia. Selain mudah ditemukan dan harganya juga terjangkau, dua makanan yang terbuat dari kacang kedelai ini juga bergizi tinggi sehingga punya banyak manfaat bagi tubuh. Usaha tahu tempe memiliki peran yang sangat besar didalam usaha pemerataan kesempatan kerja, kesempatan usaha dan peningkatan pendapatan. Usaha pembuatan tahu tempe pada umumnya dikelola dalam bentuk usaha rumah tangga, sehingga perkembangannya selalu dihadapkan dengan permasalahan yang menyangkut bahan baku yaitu kedelai, ketersediaan dan kualitas faktor produksi, tingkat keuntungan, pemasaran serta permodalan. Yuliari & Riyadi, (2015) menjelaskan diversifikasi produk dapat menjadi salah satu strategi untuk meningkatkan nilai tambah. Selain itu, untuk meningkatkan nilai tambah produk dapat dilakukan dengan memperbaiki tampilan kemasan produk itu sendiri. Hal ini selain dapat mempertahankan kualitas produk tetapi juga dapat menjadi media promosi produk tersebut (Rosalina, Alnopri, & Prasetyo, 2012).

Sejalan dengan program pemerintah dalam rangka upaya penyelamatan UMKM di

Indonesia, strategi jangka pendek seperti aktivitas sosialisasi kepada pelaku usaha ataupun pembinaan untuk mendorong inovasi strategi bisnis perlu dilakukan (Sugiri, 2020). Hal ini menjelaskan juga bahwa bantuan atau insentif khususnya bagi usaha mikro dan kecil masih perlu menjadi perhatian bagi pemerintah (Pratiwi, 2020), namun demikian upaya preventif mandiri juga perlu dilakukan.

## METODE

Sejalan dengan hal tersebut, model atau pendekatan penyelesaian masalah yang dilakukan tim dari Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Universitas Malahayati dalam kegiatan PKM ini adalah penyuluhan dengan cara melakukan penyampaian materi tentang pengembangan kemasan produk makanan berbahan tahu dan tempe. Kegiatan PkM ini dilaksanakan pada tanggal 14 Juli 2023 bertempat di Purwakarta. Target peserta yang terlibat dalam kegiatan PkM ini adalah pelaku UMKM yang menghasilkan tahu dan tempe

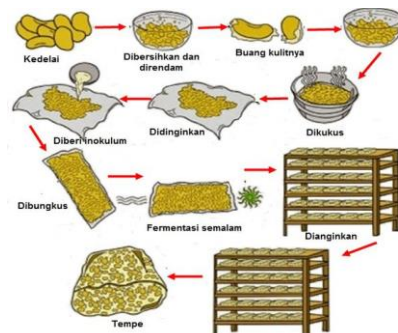
## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan PkM yaitu melihat proses produksi tahu dan tempe. Area mitra yang terdiri dari beberapa bagian, maka proses tanya jawab dilakukan langsung pada titik lokasi yang berkaitan . Pada bagian ini tim PkM dapat melihat bahan dan proses produksi tahu dan tempe yang dihasilkan. Secara produksi, UMKM pengrajin tahu dan tempe di area ini sudah baik dan optimal serta kapasitas produksi dapat mendukung penjualan tahu dan tempe.



Gambar 1. Tahu dan Tempe yang sudah jadi

Setelah dari proses produksi, paparan materi dan tanya jawab mengenai proses pengemasan produk dilakukan di lokasi kegiatan. Pada tahapan inilah lebih banyak dilakukan pendekatan solusi terhadap permasalahan yang ditemukan oleh tim PKM Program Studi Akuntansi.



Gambar 2. Proses Pembuatan Tempe

Berdasarkan hasil observasi di lokasi mitra dalam hal pengemasan produk tempe dan tahu, tim menjelaskan tiga aspek sebagai solusi untuk meningkatkan nilai jual produk tahu dan tempe yaitu Kemasan produk yang rapi memberikan visualisasi yang bersih terhadap produk yang dibeli terlebih lagi produk makanan, kualitas kemasan yang baik dapat menjaga ketahanan produk dan yang terakhir pemasaran yang luas produk tahu dan tempe yang menitikberatkan pada identitas asli produk tahu dan tempe .

## SIMPULAN

Berdasarkan penjelasan di atas, maka simpulan yang dapat diberikan adalah dalam melaksanakan kegiatan PKM kepada mitra pengrajin tahu tempe perlu dilakukan proses identifikasi terhadap kebutuhan mitra. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan observasi untuk

mencari permasalahan yang dialami pada mitra. Dalam hal ini, permasalahan yang ditemukan ada pada kemasan produk tahu tempe yang dijual. Kemasan yang baik dan menarik dapat meningkatkan nilai jual tahu dan tempe yang dijual. Metode yang digunakan dalam melaksanakan kegiatan PKM ini adalah dengan memberikan penyuluhan di lokasi mitra. Hal ini bertujuan untuk memberikan paparan dan melakukan tanya jawab langsung pada masing-masing titik lokasi proses produksi tahu dan tempe sampai . Hasil dari kegiatan PKM ini mengusulkan tiga aspek solusi yaitu perhatian terhadap kualitas kemasan yang berkaitan dengan kebersihan tahu dan tempe yang dijual, kemasan yang berkualitas perlu dilakukan untuk menjaga ketahanan tahu dan tempe yang dijual dan identitas pada kemasan tahu dan tempe yang dijual dapat menambah nilai jual produk.

#### **SARAN**

Semoga kualitas kemasan yang terkait dengan kebersihan, menjaga ketahan tempe semakin bagus, semakin baik lagi untuk mampu bersaing dipasar.

#### **UCAPAN TERIMAKASIH**

Kami ucapkan terimakasih yang sebesar - besarnya kepada:

Bapak / ibu pengrajin tahu dan tempe dipurwakarta atas kesempatan untuk kami dapat meneliti disini.

LPPM Univesitas Karta Mulia dan Semua pihak yang telah membantu kami semuanya.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Bangsawan, Satria and MS, Mahrinasari (2018), “Efek Pengetahuan pada Sikap dan dampaknya pada Niat Pembelian Produk Hijau”, Laporan Riset, Mandiri, 2018.
- Priherdityo, Endro. 9 September 2016, “ Survei: Masyarakat Indonesia Mulai Sadar Makanan Sehat,” CNN Indonesia, Diakses dari: <https://m.cnnindonesia.com>.
- Rosalina, Y., Alnopri, A., & Prasetyo, P. (2012). Disain Kemasan Untuk Meningkatkan Nilai Tambah Madu Bunga Kopi Sebagai Produk Unggulan Daerah. *Jurnal Agroindustri*, 2(1), 8–13
- Satria Bangsawan (2021) Pengembangan Kemasan Zero Plastic serta Label Sehat-Halal Produk Tahu dan Tempe. STABEK 4. 2021
- Tanjung, R. H. R., & Maury, H. K. (2018). Pelatihan Pengolahan dan Pengemasan Pangan Lokal Untuk Meningkatkan Nilai Ekonomi Produk Pertanian di Kampung RhepangMuaif. *Jurnal Pengabdian Papua*, 2(1), 32–38.
- Theopilus, Y., Damayanti, K. A., Yogasara, T., & Ariningsih, P. K. (2018). Pengembangan Kemasan Makanan untuk Menghasilkan User Experience yang Positif: Studi Kasus pada Salah Satu UMKM Makanan di Kota Bandung. *Jurnal Ergonomi Dan K3*, 3(2), 9–16. <https://doi.org/10.5614/j.ergo.2018.3.2.2>
- Yuliani, R., & Widyakanti, W. (2020). Peningkatan Penjualan Melalui Inovasi Kemasan dan Label Pada UMKM. *Jurnal Keuangan Umum Dan Akuntansi Terapan*, 2(2), 71–76.