

Inovasi Produk Martabak Tahu Sebagai Upaya Peningkatan Nilai Ekonomi Bagi Masyarakat di Desa Kuta Tinggi Kecamatan Blang Pidie Kabupaten Aceh Barat Daya

Zawil Khairi¹, Susi Ina Oria², Irma³, Putri Agustina⁴, Andi Yuliansyah⁵

^{1,2,3,4,5} Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Pelita Nusantara, Indonesia

Corresponding Author

Nama Penulis: Zawil Khairi

E-mail: zawilkhairi2000@gmail.com

Abstrak

Program pengabdian ini bertujuan untuk memperkenalkan dan mengembangkan produk inovatif martabak tahu kepada pelaku usaha pabrik tahu di Desa Kuta Tinggi, Kecamatan Blang Pidie. Inovasi ini dilakukan sebagai upaya meningkatkan nilai tambah produk berbasis tahu yang sebelumnya hanya dijual dalam bentuk segar. Di Desa Kuta Tinggi sendiri terdapat beberapa pabrik olahan tahu yang aktif berproduksi, sehingga pengembangan produk turunan seperti martabak tahu tidak hanya meningkatkan nilai ekonomi produk, tetapi juga membuka peluang lapangan kerja baru bagi masyarakat sekitar. Metode pelaksanaan kegiatan mencakup observasi lapangan, pelatihan teknis produksi martabak tahu, pengemasan, branding, serta strategi pemasaran berbasis digital. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan keterampilan dan motivasi pelaku usaha dalam mengembangkan diversifikasi produk tahu. Inovasi martabak tahu menjadi alternatif olahan yang bernilai ekonomis, lebih tahan lama, dan menarik minat pasar lokal. Kegiatan ini berkontribusi terhadap peningkatan kapasitas pelaku UMKM serta membuka potensi desa dalam pengembangan produk olahan makanan lokal.

Kata kunci – inovasi produk, martabak tahu, pabrik tahu, UMKM, pengembangan desa

Abstract

This community service program aims to introduce and develop an innovative tofu-based product, martabak tahu, for tofu factory workers in Kuta Tinggi Village, Blang Pidie District. This innovation serves as an effort to add value to tofu products, which were previously sold only in fresh form. Kuta Tinggi Village is home to several active tofu processing factories, making the development of derivative products such as tofu martabak not only economically beneficial but also a potential source of new job opportunities for the local community. The implementation methods included field observation, technical training on tofu martabak production, packaging, branding, and digital marketing strategies. The results show an increase in skills and motivation among lokal producers in developing product diversification. The tofu martabak has become a more durable and economically valuable alternative, receiving a positive response from the lokal market. This activity contributes to strengthening MSME capacity and opens new opportunities for the village to grow in the field of lokal food product innovation.

Keywords - product innovation, tofu martabak, tofu industry, MSMEs, village development

PENDAHULUAN

Desa Kuta Tinggi, yang terletak di Kecamatan Blang Pidie, Kabupaten Aceh Barat Daya, dikenal sebagai salah satu sentra produksi tahu di wilayah tersebut. Pabrik-pabrik tahu di desa ini umumnya beroperasi dalam skala rumah tangga dan menjual tahu dalam bentuk segar. Bisnis tahu memiliki sejumlah keuntungan yang menjadikannya pilihan yang menarik untuk dijalankan. Yang mana permintaan tahu cukup stabil karena merupakan makanan yang sangat populer dan banyak dikonsumsi di Indonesia. Modal yang dibutuhkan untuk memulai bisnis ini juga relatif rendah, dan proses produksinya pun sederhana, sehingga cocok untuk skala usaha rumahan (Azizah & Hurri, 2016). Meskipun memiliki potensi besar dalam produksi tahu, produk yang dihasilkan masih terbatas dan tidak memiliki daya simpan yang panjang, sehingga nilai ekonominya belum optimal. Untuk meningkatkan daya saing dan nilai tambah produk tahu, diperlukan inovasi dalam pengolahan produk berbasis tahu. Salah satu solusi yang dapat diterapkan adalah pengembangan produk olahan *martabak tahu*. Selain memberikan nilai tambah pada produk tahu, martabak tahu memiliki daya tarik pasar yang tinggi dan dapat bertahan lebih lama. Oleh karena itu, pengembangan martabak tahu diharapkan dapat membuka peluang usaha baru dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat (Barmawi, 2017). Pelatihan yang difokuskan pada kelompok pemuda di Desa Kuta Tinggi menjadi bagian penting dari program ini. Pemuda memiliki potensi besar untuk berinovasi dan mengembangkan usaha baru. Tujuan utama dari pelatihan ini adalah untuk memberikan keterampilan baru kepada kelompok pemuda dalam mengolah tahu menjadi martabak tahu yang bernilai jual tinggi. Selain itu, pelatihan ini juga bertujuan untuk membekali mereka dengan pengetahuan tentang kewirausahaan, seperti teknik pemasaran digital, pengemasan produk, dan pengelolaan usaha (Hijrah, 2024). Pelatihan ini diharapkan dapat memberikan manfaat ganda, yaitu memperkenalkan produk baru berbasis tahu yang dapat diterima oleh pasar lokal dan membuka lapangan kerja baru bagi pemuda di Desa Kuta Tinggi. Selain itu, dengan memanfaatkan potensi sumber daya lokal dan keahlian baru yang diperoleh, kelompok pemuda diharapkan dapat mengembangkan usaha berbasis produk olahan tahu, yang tidak hanya meningkatkan pendapatan mereka, tetapi juga berkontribusi pada pengembangan ekonomi desa secara keseluruhan (Saputra et al., 2023).

METODE

Metode yang diterapkan dalam program pengabdian ini adalah metode pemberdayaan masyarakat berbasis pelatihan dan pendampingan. Pendekatan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas masyarakat, dalam hal ini pemuda Desa Kuta Tinggi, melalui serangkaian pelatihan praktis yang dapat meningkatkan keterampilan mereka dalam produksi dan pemasaran produk olahan tahu. Program ini mencakup beberapa tahap, seperti identifikasi dan observasi lapangan, pelatihan pembuatan martabak tahu, pelatihan pemasaran digital dan branding, serta pendampingan dan evaluasi untuk memastikan implementasi yang efektif. Selain itu, ada juga monitoring dan pengembangan lanjutan untuk mendukung kelangsungan usaha setelah pelatihan selesai. Tujuan utama dari metode ini adalah untuk memberdayakan masyarakat dengan memberikan pengetahuan praktis dan keterampilan kewirausahaan yang dapat memperkuat perekonomian lokal dan menciptakan peluang kerja baru (Muhtarom et al., 2023). Adapun penjelasan terkait penerapan implementasi metode yakni sebagai berikut :

1. Identifikasi dan Observasi Lapangan

Pada tahap awal, tim pengabdian melakukan kunjungan lapangan untuk mengidentifikasi kondisi dan potensi yang dimiliki oleh Desa Kuta Tinggi, khususnya dalam hal produksi tahu. Observasi ini bertujuan untuk memahami lebih dalam tentang proses produksi tahu yang telah ada, serta untuk melihat kebutuhan dan kendala yang dihadapi oleh kelompok pemuda dalam menjalankan usaha atau potensi usaha berbasis produk tahu (Lase & Santoso, 2024).

2. Pelatihan Pembuatan Martabak Tahu

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

Setelah identifikasi dan observasi, tahap berikutnya adalah memberikan pelatihan teknis tentang cara pembuatan martabak tahu. Pelatihan ini mencakup:

- **Pengenalan bahan baku dan peralatan:** Pemuda diajarkan untuk memahami bahan baku yang digunakan dalam pembuatan martabak tahu, seperti tahu, sayuran (misalnya wortel, daun bawang), dan bumbu lainnya. Selain itu, peserta juga diperkenalkan dengan alat-alat yang dibutuhkan dalam proses pembuatan.
- **Proses pembuatan martabak tahu:** Peserta diajarkan cara membuat martabak tahu, mulai dari mencampur bahan-bahan, mengolah adonan, hingga teknik menggoreng martabak dengan cara yang higienis dan efisien. Pelatihan ini juga mencakup pembuatan dua varian produk, yaitu martabak tahu siap saji dan martabak tahu beku.
- **Teknik pengemasan produk:** Pemuda diberikan pelatihan mengenai cara mengemas produk martabak tahu dengan kemasan yang menarik dan higienis, baik untuk produk siap saji maupun produk beku. Hal ini bertujuan agar produk yang dihasilkan memiliki daya tarik dan aman untuk dikonsumsi.

3. Pelatihan Pemasaran dan Branding

Pelatihan ini juga mencakup materi tentang pemasaran produk martabak tahu melalui media sosial dan platform digital. Pemasaran digital bertujuan untuk memanfaatkan berbagai platform online guna meningkatkan kesadaran merek, menjangkau audiens yang lebih luas, dan mendorong penjualan serta konversi. Melalui strategi yang tepat, bisnis dapat menargetkan audiens yang spesifik berdasarkan minat, lokasi, dan perilaku mereka, sehingga pesan yang disampaikan lebih relevan (Santiana et al., 2022). Selain itu, pemasaran digital memungkinkan interaksi langsung dengan pelanggan melalui media sosial, email, dan konten lainnya, membangun hubungan yang lebih kuat dan meningkatkan loyalitas (Syahputra et al., 2022). Adapun pada kegiatan pengabdian ini pengetahuan yang disampaikan antara lain:

- **Strategi pemasaran digital:** Pemuda diberikan wawasan tentang pentingnya pemasaran digital dan bagaimana cara menggunakan media sosial seperti WhatsApp, Instagram, dan Facebook untuk memasarkan produk mereka. Mereka juga diajarkan tentang cara membuat konten yang menarik untuk menarik minat pembeli.
- **Branding dan packaging:** Dalam pelatihan ini, peserta diberi pengetahuan tentang cara membuat merek dan logo untuk produk martabak tahu. Pemuda juga dilatih untuk membuat desain kemasan yang menarik dan mencantumkan informasi produk dengan jelas, seperti bahan baku, tanggal kedaluwarsa, dan logo merek.

4. Pendampingan dan Evaluasi

Setelah pelatihan, tim pengabdian melakukan pendampingan langsung kepada kelompok pemuda dalam proses produksi martabak tahu dan strategi pemasaran. Pendampingan ini bertujuan untuk memastikan bahwa pelaku usaha dapat menjalankan proses produksi dan pemasaran dengan baik dan sesuai dengan yang telah diajarkan. Tim juga memberikan evaluasi untuk mengetahui hambatan atau masalah yang dihadapi oleh peserta, serta memberikan solusi agar pelaku usaha dapat terus berkembang.

5. Monitoring dan Pengembangan Lanjutan

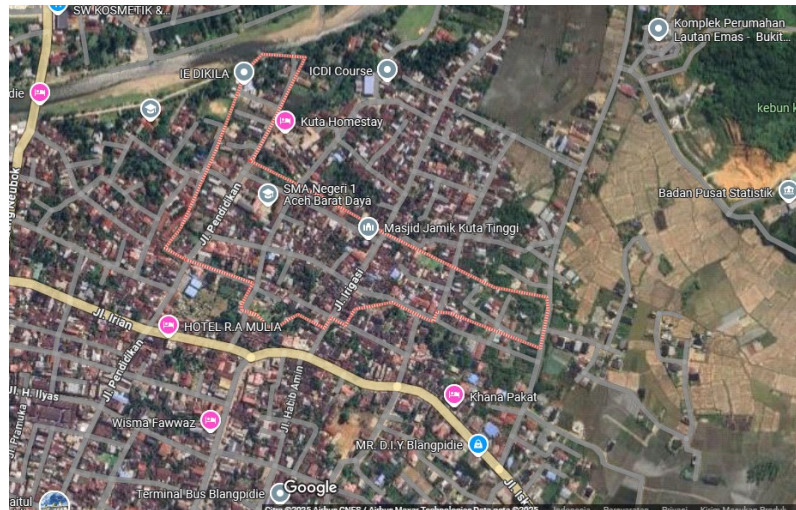
Setelah program pelatihan selesai, tim pengabdian akan melakukan monitoring berkala untuk mengevaluasi perkembangan usaha martabak tahu yang dijalankan oleh kelompok pemuda. Tim akan memberikan rekomendasi untuk pengembangan usaha lebih lanjut dan membantu pemuda dalam mengatasi tantangan yang dihadapi. Selain itu, mereka juga akan didorong untuk menjalin kerjasama dengan pihak-pihak lain seperti distributor atau pasar lokal untuk memperluas jangkauan produk.

Metode pelatihan yang diterapkan ini diharapkan dapat memberikan keterampilan praktis kepada pemuda Desa Kuta Tinggi, sekaligus membantu mereka dalam mengembangkan usaha berbasis produk olahan tahu. Pelatihan yang berbasis pada pemberdayaan masyarakat dan

peningkatan kapasitas kewirausahaan ini diharapkan dapat membuka peluang kerja baru dan memperkuat ekonomi desa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan pengolahan martabak tahu yang dilaksanakan di Desa Kuta Tinggi memperoleh respons yang sangat positif dari kelompok pemuda setempat. Gampong Kuta Tinggi berada di wilayah zona perkotaan Kecamatan Blangpidie, Kabupaten Aceh Barat Daya, Provinsi Aceh, dan dikelilingi oleh banyak bangunan perumahan. Gampong ini terletak di daerah dataran rendah dengan ketinggian sekitar 2-5 meter di atas permukaan laut (mdpl). Letak lokasi kegiatan pengabdian dapat dilihat pada google maps yang ada pada gambar 1.



Gambar 1.

Letak Lokasi kegiatan pengabdian dilihat dari peta google

Hasil dari kegiatan pengabdian yang telah dilakukan pada Desa Kuta Tinggi, Kecamatan Blang Pidie, Kabupaten Aceh Barat Daya dapat dijabarkan ke dalam beberapa aspek berikut:

1. Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan Peserta

Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta belum pernah terlibat dalam pengolahan tahu menjadi produk olahan lain, termasuk martabak tahu. Mereka hanya mengenal tahu sebagai produk konsumsi sehari-hari atau produk yang dijual oleh keluarga mereka dalam bentuk segar. Setelah mengikuti pelatihan, peserta mampu, mengolah tahu menjadi martabak dengan kombinasi isian sayuran dan bumbu lokal, menggunakan alat-alat produksi dengan benar dan higienis. dan menerapkan teknik pengemasan yang menarik dan layak jual. Adapun hasil evaluasi menunjukkan bahwa rata-rata peserta mengalami peningkatan pemahaman dan keterampilan yang signifikan.

Tabel 1.

Tingkat Kepuasan Peserta Terhadap Pelatihan Martabak Tahu	
Aspek	Skor Rata-rata (1-5)
Pemahaman Materi	4.7
Keterampilan Produksi	4.8
Teknik Pengemasan	4.5
Strategi Pemasaran	4.6
Kesesuaian dengan Kebutuhan	4.8

Dokumentasi dari kegiatan peningkatan pengetahuan dapat dilihat pada gambar 2. dan gambar 3 yang mana pada gambar tersebut kelompok pemuda sedang di ajarkan bagaimana mengolah tahu agar menjadi produk makanan yang lezat.



Gambar 2.

Proses Pelatihan Awal Pengolahan Tahu Dari Kacang Kedelai

Sedangkan pada gambar 3 merupakan tahapan penggorengan tahu yang telah di olah untuk dapat dikemas atau disajikan.



Gambar 3.

Proses Pelatihan Penggorengan Tahu Menjadi Martabak

2. Hasil Produk Martabak Tahu

Setelah dilakukan kegiatan peningkatkn keterampilan dengan edukasi kepada para pemuda yang ada di desa Kuta Tinggi Peserta menghasilkan dua varian martabak tahu, Martabak Tahu Siap Saji yang dikemas dalam mika dan dijual langsung setelah digoreng. Cocok untuk konsumsi langsung oleh pelanggan lokal. dan martabak tahu beku yang dikemas dalam plastik vakum dan dapat disimpan dalam freezer untuk dijual dalam waktu yang lebih lama. Kedua varian tersebut mendapatkan respons positif dari konsumen di wilayah Blang Pidie, terutama karena rasanya yang gurih, bahan baku lokal, dan harga yang terjangkau.



Gambar 4.

Proses Pengemasan Martabak Tahu Untuk Dipasarkan

3. Branding dan Pemasaran Digital

Peserta pelatihan dibimbing untuk membuat merek sederhana untuk produk mereka. Beberapa kelompok menggunakan nama-nama kreatif yang berkaitan dengan lokalitas, seperti “TahuKreatif”, “MartabakKampong”, atau “Tahu Muda Kuta Tinggi”. Promosi produk dapat dilakukan melalui: WhatsApp story dan grup warga, Facebook Marketplace, Instagram pribadi. Adapun dalam dua minggu pertama, rata-rata peserta berhasil menjual 20–50 paket martabak tahu.



Gambar 5.

Proses branding dan flyer Yang dapat dipasang Pada Instan Story

4. Dampak Ekonomi dan Sosial

Kegiatan ini juga memberikan dampak langsung dalam hal, Membuka peluang kerja sampingan bagi pemuda desa, Mendorong terbentuknya usaha mikro baru berbasis produk olahan makanan, Meningkatkan motivasi pemuda untuk berwirausaha, memanfaatkan potensi lokal. serta para pemuda juga menunjukkan antusiasme untuk mengembangkan varian produk lain seperti tahu crispy, nugget tahu, dan tahu bakar dengan resep yang telah dimodifikasi.



Gambar 6.

Pengenalan produk Martabak Tahu Desa Kuta Tinggi
Serta Dukungan Dari Kelompok PKK dan Kelompok UMKM

Kegiatan ini membuktikan bahwa dengan pelatihan yang terstruktur dan pendampingan yang tepat, pemuda desa dapat diberdayakan untuk menciptakan produk inovatif berbasis potensi lokal yang memiliki nilai jual dan peluang pasar.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang berfokus pada pelatihan pengolahan produk *martabak tahu* bagi kelompok pemuda di Desa Kuta Tinggi telah berhasil memberikan dampak positif dalam aspek pengetahuan, keterampilan, dan motivasi berwirausaha. Pemuda yang sebelumnya belum memiliki keterampilan pengolahan tahu kini mampu memproduksi martabak tahu dalam dua varian, yakni siap saji dan beku, dengan kualitas yang layak jual dan berdaya saing di pasar lokal. Selain aspek teknis produksi, pelatihan ini juga membekali peserta dengan keterampilan dalam pengemasan, branding, serta strategi pemasaran digital yang sederhana namun efektif. Hal ini membuka peluang untuk pengembangan usaha mandiri maupun usaha kelompok yang berkelanjutan. Antusiasme peserta, peningkatan jumlah produksi, serta respon positif dari konsumen lokal menunjukkan bahwa produk martabak tahu memiliki potensi ekonomi yang menjanjikan. Lebih jauh, kegiatan ini membuktikan bahwa pengembangan produk berbasis potensi lokal seperti tahu tidak hanya mampu menambah nilai ekonomi suatu komoditas, tetapi juga dapat menjadi sarana pemberdayaan pemuda desa serta memperkuat ekonomi berbasis komunitas. Pelatihan ini juga berkontribusi pada penciptaan lapangan kerja baru dan membuka jalan bagi terbentuknya ekosistem wirausaha muda di Desa Kuta Tinggi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Ruhasbi, selaku Keuchik Desa Kuta Tinggi, yang telah memberikan dukungan dan kepercayaan penuh kepada kami dalam pelaksanaan program pengabdian ini. Terima kasih juga kami sampaikan kepada seluruh masyarakat Desa Kuta Tinggi yang telah berpartisipasi aktif dan menunjukkan antusiasme yang luar biasa dalam kegiatan inovasi produk martabak tahu ini. Tanpa dukungan dan kerjasama dari Bapak Keuchik serta masyarakat, upaya peningkatan nilai ekonomi melalui pengembangan produk lokal ini tidak akan berjalan dengan baik. Semoga hasil dari program ini dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi kesejahteraan masyarakat Desa Kuta Tinggi, khususnya dalam peningkatan ekonomi keluarga. Kami berharap agar kerjasama yang baik ini dapat terus terjalin, dan semoga inovasi ini menjadi langkah awal menuju pembangunan yang lebih maju di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Azizah, & Hurri, S. (2016). *Analisis Kelayakan Usaha Agroindustri Tahu Pada Ud Abadi Jaya Di Gampong Kiran Kecamatan Jangka Buya Kabupaten Pidie Jaya Azizah.* 3(3), 1–23.
- Barmawi, T. M. N. (2017). *Analisis keuntungan usaha martabak telur di matanggumpangdua kecamatan peusangan kabupaten bireuen 1.* 1(9), 786–791.
- Hijrah. (2024). *Aceh Dalam Meningkatkan Kemampuan Literasi.* 13(1), 13–24.
- Lase, A., & Santoso, B. (2024). Analisis Swot Dan Strategi Pemasaran Terhadap Bisnis Kuliner Martabak Jaya Rasa Di Kota Bandung Jawa Barat. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 3(2), 423–446.
- Muhtarom, Z. A., Halimatuzzahrah, Zaulkarnaen, & Wafik, A. Z. (2023). Peningkatan Kesejahteraan Sosial Ekonomi Masyarakat Di Era Digitalisasi Bagi Masyarakat Pelaku Wisata Yang Ada Di Desa Batu Kumbang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 1(4), 43–50. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v1i4.32>
- Santiana, Noor, S., Widyaningsih, H., Siregar, S., Jasiah, Baidhowi, M. M., Latar, I. M., Ningtyas, D. T., Mulya, N., Hijrah, Yahya, Zamista, A. A., Alamsyah, F. F., Makleat, M. Y., Susilawati, E., Siyono, Makleat, N., Hau, R. R. H., Sriwahyuni, E., ... Sefriana, N. (2022). *Nuansa Transformasi Teknologi Dan Pelatihan Support Sistem.*
- Saputra, J., Indrawan, S., Rahmi, H., Sirlyana, S., & Putra, S. A. (2023). Pelatihan Pendampingan Strategi Pemasaran UMKM Kota Dumai. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 1(7), 985–992. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v1i7.292>
- Syahputra, H. R., Meriza, I., Arianda, I., Hijrah, H., Junaidi, J., Khairina, U., & Tisa, M. (2022). Optimalisasi Media Sosial Pada Generasi Z Melalui Pelatihan Content Creator. *Meuseuraya - Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 51–58. <https://doi.org/10.47498/meuseuraya.v1i2.1357>