



Pelatihan Pengemasan Tahu dan Sosialisasi Website Tahumurni.id Dukuh Taji Desa Gelanglor, Kecamatan Sukorejo, Ponorogo

Training on Tofu Packaging and Website Socialization of Tahumurni.id in Dukuh Taji, Gelanglor Village, Sukorejo District, Ponorogo

Dyah Mustikasari^{1*}, Jamilah Karaman², Riza Dessy Nila Ayutika³

¹Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Indonesia

^{2,3}Akutansi, Fakultas Manajemen, Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Indonesia

*Penulis Korespondensi: dyahmustika@umpo.ac.id¹, jamilah@umpo.ac.id², riza_dessy@umpo.ac.id³

Riwayat Artikel:

Naskah Masuk: 01 September, 2025;

Revisi: 15 September, 2025;

Diterima: 29 September, 2025;

Terbit: 03 Oktober, 2025

Keywords: Branding; Digital

Marketing; Msmes; Packaging; Tofu.

Abstract. *The community service program within the community-based empowerment scheme, the scope of community partnership empowerment in this journal is designed to empower tofu micro, small, and medium enterprises (MSMEs) located in Dukuh Taji, Gelanglor Village, Sukorejo District, Ponorogo Regency. The main focus of the activity is to improve the quality and competitiveness of tofu products through modern packaging training and the use of digital media as a marketing tool. The methods applied include training and mentoring activities that provide theoretical insight and practical skills to MSME actors. The introduction of vacuum sealer technology helps partners produce more hygienic, durable, and attractive packaging, thereby increasing the added value of tofu products. In addition, participants are also introduced to the use of the tahumurni.id website as an online promotion and sales platform. Through mentoring, business actors are trained to upload product information, manage online transactions, and interact with consumers. The results of the activity show that tofu MSMEs are not only able to improve packaging quality but also successfully expand their marketing reach by utilizing digital media. Overall, this program makes a real contribution to strengthening the competitiveness of local tofu MSMEs through a combination of technological innovation and more modern digital marketing strategies.*

Abstrak

Program pengabdian kepada masyarakat dalam skema pemberdayaan berbasis masyarakat, ruang lingkup pemberdayaan kemitraan masyarakat pada jurnal ini yaitu dirancang untuk memberdayakan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) tahu yang berada di Dukuh Taji, Desa Gelanglor, Kecamatan Sukorejo, Kabupaten Ponorogo. Fokus utama kegiatan adalah meningkatkan kualitas serta daya saing produk tahu melalui pelatihan pengemasan modern dan pemanfaatan media digital sebagai sarana pemasaran. Metode yang diterapkan meliputi kegiatan pelatihan dan pendampingan yang memberikan wawasan teori sekaligus keterampilan praktis kepada para pelaku UMKM. Pengenalan teknologi vacuum sealer membantu mitra menghasilkan kemasan yang lebih higienis, tahan lama, dan memiliki tampilan menarik, sehingga meningkatkan nilai tambah produk tahu. Selain itu, peserta juga dikenalkan pada penggunaan website tahumurni.id sebagai platform promosi dan penjualan daring. Melalui pendampingan, pelaku usaha dilatih untuk mengunggah informasi produk, mengelola transaksi secara online, serta menjalin interaksi dengan konsumen. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa UMKM tahu tidak hanya mampu memperbaiki kualitas kemasan, tetapi juga berhasil memperluas jangkauan pemasaran dengan memanfaatkan media digital. Secara keseluruhan, program ini berkontribusi nyata dalam memperkuat daya saing UMKM tahu lokal melalui kombinasi inovasi teknologi dan strategi pemasaran digital yang lebih modern.

Kata kunci: Branding; Digital Marketing; Kemasan; Tahu; UMKM.

1. LATAR BELAKANG

UMKM merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia dengan kontribusi besar terhadap PDB nasional serta penyerap tenaga kerja mayoritas (Kementerian Koperasi & UKM, 2021). Namun, sebagian besar UMKM menghadapi kendala dalam hal inovasi produk, terutama pada aspek pengemasan dan pemasaran digital (Sufaidah et al., 2022). Kondisi ini juga dialami oleh komunitas usaha tahu di Dukuh Taji, Desa Gelanglor, Kecamatan Sukorejo, Ponorogo. Produk tahu mereka dikenal enak dan berkualitas, tetapi pengemasan masih sangat sederhana sehingga kurang menarik, tidak higienis, dan tidak tahan lama. Hal ini berdampak pada rendahnya nilai jual serta keterbatasan jangkauan pasar (Bahri & Irawan, 2022; Dewi et al., 2023).

2. KAJIAN TEORITIS

Kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung, tetapi juga sebagai alat komunikasi visual dan branding. Inovasi kemasan terbukti mempengaruhi keputusan pembelian konsumen (Vinsensia et al., 2023; Nugroho & Sari, 2021). Penggunaan teknologi vacuum sealer memperpanjang umur simpan produk UMKM pangan dan meningkatkan kualitas kemasan (Bahri & Irawan, 2022). Inovasi kemasan dengan tampilan baru juga meningkatkan minat beli konsumen (Dewi et al., 2023). Digital marketing memungkinkan UMKM menjangkau konsumen lebih luas, baik melalui website maupun e-commerce (Indra Jaya & Nisar, 2023; Wibowo & Hidayati, 2020). Studi pemberdayaan UMKM menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital berkontribusi positif terhadap peningkatan penjualan (Prihatiningtyas et al., 2024; Suprihatin et al., 2024). Pelatihan dan pendampingan terbukti efektif dalam meningkatkan keterampilan UMKM dalam desain kemasan dan pemasaran digital (Kirana et al., 2023; Pambreni et al., 2023).

3. METODE PENELITIAN

Kegiatan pengabdian ini menggunakan metode pelatihan dan pendampingan. Tahapan pelaksanaan: 1) Identifikasi masalah mitra, yaitu kemasan sederhana dan keterbatasan pemasaran; 2) Pelatihan penggunaan vacuum sealer; 3) Sosialisasi website tahumurni.id untuk pemasaran digital; 4) Pendampingan berkelanjutan. Peserta kegiatan adalah 40 anggota komunitas tahu Dukuh Taji. Lokasi kegiatan di Rumah Bapak Lurah Budianto, Dukuh Taji, Desa Gelanglor, Kecamatan Sukorejo, Ponorogo, pada tanggal 05 September 2025.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Peserta pelatihan berhasil menggunakan vacuum sealer dan menghasilkan kemasan yang lebih higienis, rapi, dan tahan lama (Bahri & Irawan, 2022). Perubahan visual kemasan sejalan dengan studi yang menunjukkan peningkatan daya tarik konsumen pada UMKM tahu dengan tampilan kemasan baru (Dewi et al., 2023). Peserta juga mampu memanfaatkan website tahumurni.id untuk memasarkan produk mereka secara daring, sejalan dengan studi penggunaan e-commerce oleh UMKM tahu (Indra Jaya & Nisar, 2023; Wibowo & Hidayati, 2020). Kombinasi pengemasan modern dan pemasaran digital terbukti efektif meningkatkan daya saing dan volume penjualan UMKM (Kirana et al., 2023; Pasaribu et al., 2023; Prihatiningtyas et al., 2024). Program pelatihan dan pendampingan ini konsisten dengan temuan bahwa metode partisipatif mendukung keberlanjutan inovasi UMKM (Pambreni et al., 2023; Yuliana & Astuti, 2023).



Gambar 1. Pelatihan Pengemasan Tahu Murni.

Gambar 1 merupakan Pelatihan secara langsung kepada peserta dengan mempraktikkan penggunaan alat vacuum sealer untuk mengemas produk tahu agar lebih higienis, rapi, dan bernilai jual. Melalui kegiatan ini, masyarakat tidak hanya memperoleh keterampilan teknis, tetapi juga pemahaman mengenai pentingnya kemasan dalam meningkatkan kualitas, daya tarik produk, serta peluang pemasaran.



Gambar 2. Pelatihan Kemasan Tahu Murni Menggunakan Vacum Sealer.

Gambar 2 merupakan Kemasan baru tahu murni yang dihasilkan peserta pelatihan menggunakan *vacuum sealer* terlihat lebih higienis, rapi, dan praktis. Inovasi ini tidak hanya meningkatkan daya tahan produk, tetapi juga memperbaiki citra merek melalui tampilan yang lebih menarik bagi konsumen. Perubahan desain kemasan menjadi bukti nyata bahwa teknologi sederhana dapat memberikan nilai tambah pada produk UMKM. Kemasan modern ini sekaligus memperkuat strategi branding, sehingga mampu meningkatkan daya tarik pasar dan memperluas jangkauan distribusi.



Gambar 3. Sosialisasi Pengemasan Tahu Dan Website Tahu Murni.

Gambar 3 merupakan Sosialisasi website **tahumurni.id** dilakukan untuk memberikan pemahaman kepada peserta mengenai strategi pemasaran digital. Dalam kegiatan ini, peserta diperkenalkan pada fitur-fitur utama website, seperti halaman produk, katalog, serta cara mengunggah konten promosi. Peserta juga didampingi untuk mempraktikkan langsung pengelolaan website, mulai dari pembuatan akun, pengisian deskripsi produk, hingga teknik mengoptimalkan tampilan agar lebih menarik konsumen. Melalui sosialisasi ini, peserta diharapkan mampu memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana promosi dan perluasan pasar UMKM tahu murni.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Pelatihan pengemasan tahu dan sosialisasi website tahumurni.id berhasil meningkatkan keterampilan mitra dalam pengemasan modern dan pemasaran digital. Kegiatan ini memberikan dampak nyata berupa peningkatan nilai jual produk dan perluasan jangkauan pasar. Disarankan untuk melanjutkan pendampingan dengan integrasi website ke media sosial dan marketplace agar lebih optimal (Hairuddin & Ramadhan, 2022; Yuliana & Astuti, 2023).

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Riset dan Pengembangan, Kementrian Pendidikan Tinggi, Sains dan Teknologi atas pendanaan yang telah diberikan kepada tim dosen Universitas Muhammadiyah Ponorogo, seluruh mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang terlibat dalam PKM ini, serta seluruh anggota komunitas tahu Duku Taji atas partisipasi aktif.

DAFTAR REFERENSI

- Azzahra, S. F., & Sabilla, T. P. (2023). Pengaruh inovasi kemasan dan promosi digital terhadap minat beli konsumen UMKM Kopi Adjie di Provinsi Lampung, Indonesia. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 7(1).
- Bahri, M. H., & Irawan, D. (2022). Optimalisasi UMKM Pempek melalui implementasi vacuum sealer dan digital marketing. *Abdimastek: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 80–87.
- Dewi, V. S., Fadlilatul, A., & Nurmala, I. (2023). Peningkatan potensi UMKM sentra tahu sebagai wujud ekonomi kreatif Desa Mejing. *GERVASI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 8(2), 1914–1924.
- Hairuddin, M., & Ramadhan, A. (2022). Strategi pemasaran digital berbasis website untuk UMKM kuliner. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Kreatif*, 6(2), 55–64.
- Indra Jaya, & Nisar, N. (2023). Inovasi pemasaran UMKM tahu di Desa Kalirejo Lampung Tengah menggunakan e-commerce. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(3), 4542–4551.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2021). Laporan Tahunan UMKM Indonesia. Jakarta: Kemenkop UKM.
- Kirana, C., Puspita, D., Tjhin, R., Setiawan, Y., Pambudi, D. H., & Salbiyanti, R. (2023). Penguatan UMKM Milik Desa Melalui Pelatihan Pembuatan Desain Packaging Kemasan. *Jurnal Pengabdian Literasi Digital Indonesia*, 2(1).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Mulyadi, M., Nugraha, D., & Anwar, S. (2023). Pemberdayaan UMKM serbuk herbal melalui inovasi kemasan dan digital marketing. *JPKM: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 4031–4039.
- Nugroho, A., & Sari, L. (2021). Dampak inovasi kemasan pada keputusan pembelian produk pangan. *Jurnal Riset Pemasaran Indonesia*, 10(1), 33–41.
- Pambreni, Y., Udriyah, U., Mumtaz, N. A., & Firmansyah, H. (2023). Optimasi desain packaging dan digital marketing UMKM Dapoer Umi Navisah. *Jurnal Pemberdayaan Umat*, 2(2), 69–77.

- Pasaribu, M. K. N., Larasati, A. N., Siahaan, D. F., & Manik, B. (2023). Upaya peningkatan penjualan pada UMKM Tahu Sumedang melalui kemasan ramah lingkungan dan strategi digital marketing. *Bima Abdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 275–283.
- Prihatiningtyas, S., Umardiyah, F., Wulandari, A., Husna, A. L., Wardani, D. K., Ningsih, W. S., Mufajar, I. A., & Wildan, M. A. (2024). Pemberdayaan masyarakat melalui digital marketing dalam meningkatkan penjualan produk UMKM di Desa Pesantren. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 42–50.
- Sufaidah, S., Munawarah, M., Aminah, N., Prasastii, M. A., & Oktavianti, D. (2022). Pengembangan kualitas produk UMKM melalui inovasi kemasan dan digital marketing. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 152–156.
- Sukartaatmadja, S., Hermawan, Y., & Silaen, U. (2023). Pengembangan kualitas produk UMKM melalui inovasi kemasan dan digital marketing Kelurahan Gudang Kota Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 4(1), 31–34.
- Suprihatin, H., Pramitasari, D. A., & Hasanah, A. (2024). Inovasi packaging dan pemasaran digital bagi usaha mikro, kecil, dan menengah. *Amal Ilmiah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2).
- Vinsensia, D., Rahayu, W., & Fitriani, N. (2023). Penerapan inovasi desain kemasan sebagai branding produk UMKM. *JPKM: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 1470–1478.
- Wibowo, A., & Hidayati, N. (2020). Peran e-commerce terhadap peningkatan daya saing UMKM. *Jurnal Ekonomi Digital*, 4(1), 12–20.
- Yuliana, R., & Astuti, D. (2023). Pemberdayaan UMKM pangan lokal melalui pelatihan branding digital. *Jurnal Abdimas Kreatif*, 5(1), 77–85.
- Zafitri, M. V., & Mulyati, D. J. (2023). Penguatan branding UMKM Puspazary melalui inovasi kemasan dan pemasaran digital. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat Indonesia*, 2(1), 859–866.