

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA HOME INDUSTRI TAHU DI DESA TELAGA TUJUH**

**STRATEGY FOR DEVELOPING HOME TOFU INDUSTRY IN TELAGA TUJUH VILLAGE**

<sup>1</sup>Amelia Mufti Daulay, <sup>2</sup>Rida Safira Siambaton, <sup>3</sup>Frian Danil, <sup>4</sup>Shafrina Nurhasanah,  
<sup>5</sup>Julianto Hutasuht

<sup>1,2,3,4,5</sup> Universitas Muslim Nusantara Al Washliyah, Medan, Indonesia

\*email : friandani121@gmail.com

**Abstrak:** Tujuan pengabdian ini adalah menganalisis strategi pengembangan usaha rumah tahu di desa Telaga Tujuh. Desa ini juga mempunyai potensi besar dalam industri tahu karena melimpahnya bahan baku dan adanya ketrampilan tradisional yang diwariskan secara turun temurun. Pengabdian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan metode studi kasus. Data diperoleh dari wawancara, observasi dan dokumen. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa strategi pengembangan yang efektif meliputi peningkatan kualitas produk, variasi produk, peningkatan pemasaran dan penguatan hubungan kerjasama. Pengabdian ini juga mengkaji faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi keberhasilan pengembangan usaha rumahan tahu di desa Telaga Tujuh. Diantaranya adalah pengetahuan dan pengalaman para seniman, kualitas bahan baku, serta inovasi dalam proses produksi. Faktor eksternal meliputi dukungan pemerintah, akses pasar dan perubahan kebutuhan konsumen. Berdasarkan analisis SWOT, strategi pengembangan yang disarankan adalah dengan menggunakan kekuatan internal untuk mengatasi kelemahan, memanfaatkan peluang eksternal dan mengurangi ancaman yang ada. Studi ini memberikan saran praktis bagi pengusaha lokal dan pemangku kepentingan lainnya untuk mendorong pertumbuhan industri tahu dalam negeri dan meningkatkan daya saing di pasar lokal dan pulau tersebut. Dengan penerapan strategi yang tepat, diharapkan industri tahu di Desa Telaga Tujuh dapat menjadi bisnis yang profesional dan berkelanjutan, memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

**Kata Kunci:** Strategi Pengembangan, Industri Tahu, Pemasaran Digital

**Abstract:** The purpose of this study was to analyze the development strategy of home tofu business in Telaga Tujuh village. This village also has great potential in the tofu industry because of the abundance of raw materials and traditional skills that are passed down from generation to generation. This study uses a qualitative approach and case study method. Data were obtained from interviews, observations and documents. The results of the study indicate that effective development strategies include improving product quality, product variation, increasing marketing and strengthening cooperative relationships. This study also examines internal and external factors that influence the success of home tofu business development in Telaga Tujuh village. Among them are the knowledge and experience of the artists, the quality of raw materials, and innovation in the production process. External factors include government support, market access and changes in consumer needs. Based on the SWOT analysis, the recommended development strategy is to use internal strengths to overcome weaknesses, take advantage of external opportunities and reduce existing threats. This study provides practical advice for local entrepreneurs and other stakeholders to encourage the growth of the domestic tofu industry and increase competitiveness in the local market and the island. With the implementation of the right strategy, it is hoped that the tofu industry in Telaga Tujuh Village can become a professional and sustainable business, making a significant contribution to the local economy and improving community welfare.

**Keywords:** Development Strategy, Industry Know, Digital Marketing.

**Article History:**

| Received     | Revised           | Published         |
|--------------|-------------------|-------------------|
| 21 Juli 2024 | 10 September 2024 | 15 September 2024 |

## Pendahuluan

Industri tahu merupakan suatu usaha yang sudah lama berkembang di Indonesia, karena tingginya konsumsi tahu di berbagai kalangan masyarakat sehingga mempunyai pangsa pasar yang besar. Tahu, sumber protein nabati, telah menjadi bagian penting dari menu makanan masyarakat Indonesia. Desa Talaga Tujuh yang terletak di pedesaan dengan sumber daya alam yang melimpah mempunyai potensi besar untuk mengembangkan industri ini. Meski memiliki potensi besar, namun masih banyak tantangan dalam industri tahu di desa Telaga Tujuh. Tantangan-tantangan ini meliputi terbatasnya modal, lamanya teknologi, terbatasnya akses pasar, dan kurangnya produk baru. Selain itu, persaingan dengan produsen tahu dari daerah lain yang lebih maju dan perubahan preferensi konsumen terhadap produk yang lebih bervariasi dan higienis, menambah kompleksitas pengembangan usaha ini.

Seiring dengan perkembangan zaman, konsumen kini tidak hanya menginginkan produk tahu yang lezat dan murah, tetapi juga mengutamakan kualitas, kebersihan, dan variasi produk. Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk meningkatkan daya saing usaha industri rumahan tahu melalui pengembangan strategi yang terencana dan berkelanjutan. Pengembangan ini tidak hanya fokus pada peningkatan produksi, tetapi juga pada aspek pemasaran, manajemen, dan inovasi produk. Dalam konteks tersebut, pengabdian ini dilakukan untuk merumuskan strategi yang dapat diterapkan oleh pengusaha tahu di Desa Telaga Tujuh agar mampu bertahan dan berkembang dalam menghadapi tantangan yang ada. Studi ini juga bertujuan untuk memberikan informasi kepada pemerintah daerah dan kelompok terkait lainnya untuk merancang kebijakan dan program yang mendukung pengembangan usaha kecil dan menengah di pedesaan. Oleh karena itu, hasil pengabdian ini diharapkan dapat membantu mengatasi hambatan industri tahu di desa Telaga Tujuh dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dengan meningkatkan produktivitas dan daya saing industri tahu.

Industri tahu merupakan salah satu sektor mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang mempunyai peranan penting dalam perekonomian pedesaan di Indonesia. Selain menjadi sumber pendapatan banyak keluarga, industri ini juga membantu memenuhi kebutuhan masyarakat akan protein nabati. Sebagai tempat pembuatan tahu sejak lama, Desa Telaga Tujuh adalah contoh yang baik dalam pembangunan dan mendukung perekonomian lokal. Namun meskipun memiliki potensi yang besar, industri tahu di Desa Telaga Tujuh masih menghadapi berbagai tantangan yang menghambat pertumbuhan dan kelangsungannya.

Desa Telaga Tujuh terletak di lokasi yang strategis, dengan akses mudah ke pasar lokal dan regional. Pengusaha tahu harus bisa memanfaatkan potensi ini untuk memperluas pasar dan meningkatkan produksinya. Namun kenyataannya banyak pengusaha di desa ini yang masih mengandalkan cara produksi tradisional, walaupun menghasilkan produk yang berkualitas, namun kurang baik dari segi waktu dan biaya produksi. Kondisi tersebut membuat perusahaan tahu di desa ini sulit bersaing dengan produsen tahu dari daerah lain yang lebih maju dalam hal teknologi dan manajemen operasional. Selain itu, para pengusaha tahu di Desa Telaga Tujuh banyak mengalami kendala dalam mengakses modal usaha. Rendahnya modal ini membatasi kemampuan mereka untuk mengembangkan usaha, baik dalam hal peningkatan kapasitas produksi maupun variasi produk. Faktanya, diferensiasi produk dan inovasi di bidang manufaktur penting untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang, terutama dalam menghadapi perubahan selera konsumen dan kemampuan pasar.

Masalah lainnya adalah kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam pengelolaan bisnis. Banyak pengusaha di Desa Telaga Tujuh yang sudah menjalankan usahanya secara turun

temurun dengan sedikit pengetahuan tentang manajemen usaha modern. Akibatnya, mereka kesulitan merencanakan strategi pemasaran yang efektif, mengelola keuangan bisnis, dan menghadapi tantangan persaingan. Dalam situasi seperti ini, perlu adanya intervensi yang tepat untuk membantu para pengusaha tahu di Desa Telaga Tujuh mengatasi tantangan tersebut. Strategi pengembangan usaha yang terencana dan diikuti dengan baik dapat membantu mereka meningkatkan efisiensi produksi, memperluas akses pasar dan pada akhirnya meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan keluarga. Kajian ini akan fokus pada proses penetapan strategi tersebut, dengan harapan dapat memberikan pedoman yang bermanfaat bagi pengembangan usaha tahu di Desa Telaga Tujuh.

Tahu adalah makanan yang populer. Selain enak, harganya murah dan memiliki nilai gizi yang tinggi. Makanan ini berbahan dasar kacang-kacangan terutama kacang kedelai, walaupun murah dan mudah, namun sepertinya tahu anda mempunyai sesuatu yang istimewa untuk disantap. Tahu merupakan makanan yang terbuat dari kacang kedelai dan diambil sarinya. Sebagai salah satu produk olahan kacang kedelai, tahu merupakan bahan pangan terpenting untuk meningkatkan gizi, karena tahu merupakan protein nabati dengan kualitas terbaik karena komposisi asam aminonya yang sangat baik dan daya cernanya diyakini tinggi (85%-98%). Tahu masih rendah kandungan produk hewannya seperti telur, daging, dan ikan. Popularitas tahu tidak hanya terbatas pada rasanya yang lezat, tetapi juga mudah dalam pembuatannya, dapat diolah dengan berbagai cara, dan harganya yang terjangkau. Tahu merupakan salah satu makanan tersehat karena kandungan proteinnya yang tinggi dibandingkan protein hewani. Vitamin E, vitamin B12, potasium dan kalsium (membantu dalam mendukung pembentukan tulang).

Tahu mengandung 80% asam lemak tak jenuh dan tidak banyak mengandung kolesterol sehingga sangat aman untuk kesehatan jantung. Tahu adalah makanan rendah kalori. Karena tahu rendah karbohidrat dan kalori, tahu merupakan tambahan rasa yang lebih sehat. Bentuk ringan dan sedang memiliki warna berbeda yaitu putih, kuning, dan coklat. Tahu kaya akan kalsium dan bermanfaat jika dimakan oleh penderita rematik. Ini adalah penyakit yang terjadi ketika sistem kekebalan tubuh menyerang tubuh sehingga mengakibatkan peradangan kronis pada persendian. Tahu mengandung banyak air sehingga mudah terurai dan mudah ditumbuhi mikroba. Tahu harus menjangkau konsumen untuk menjaga kualitas. Pengiriman tahu dari produsen ke konsumen jika didukung dengan sistem pemasaran yang baik, dan berkembangnya usaha pengolahan tahu, banyak yang mengembangkan usaha industri tahu dan menerapkan strategi pemasaran sendiri terhadap persaingan. Mempertimbangkan faktor eksternal dan internal. Dalam pemasaran tahu, persaingan dapat meningkatkan pangsa pasar. Tujuan dari program ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan para relawan rumah tentang pekerjaan rumah agar menjadi masyarakat ekonomi yang mandiri dan memahami merek serta memanfaatkan teknologi informasi dalam pemasaran barang-barang manufaktur.

## **Metode**

Pengabdian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, yang bertujuan untuk memberikan gambaran yang komprehensif mengenai kondisi, tantangan, serta potensi yang dihadapi oleh home industri tahu di Desa Telaga Tujuh. Pengabdian ini dilaksanakan di Desa Telaga Tujuh, yang terletak di wilayah Kabupaten Deli Serdang. Waktu pengabdian dilaksanakan selama tiga bulan, mulai dari Juli hingga Agustus 2024. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti mengumpulkan data secara komprehensif dan mendalam, dengan mempertimbangkan konteks lokal dan dinamika sosial ekonomi yang mempengaruhi bisnis. Pengamatan langsung terhadap proses produksi

dan pengelolaan usaha dilakukan untuk memperoleh data empiris yang mendukung analisis. Dokumentasi terkait sejarah perusahaan, data keuangan dan strategi pemasaran juga dianalisis untuk melengkapi data primer. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, dimana data yang terkumpul dianalisis secara sistematis untuk mengidentifikasi faktor-faktor utama yang mempengaruhi keberhasilan dan tantangan perkembangan usaha tahu di tanah air.

Sebagian besar penduduk didesa Telaga Tujuh adalh bertani dan menanam kedelai. Sehingga untuk meningkatkan perekonomian yang tinggi para petani dan warga sekitar memperdayakan sumber daya alam yang ada dengan membuat usaha Tahu yang tentunya sangat diperlukan dan diminati masyarakat indonesia. Untuk memproduksi usaha tahu sendiri bisa menghabiskan sekitar 50 Kg dan jika ada permintaan dari konsumen bisa 150 Kg kedelai perhari. Bukan hanya data melalui wawancara, tetapi juga dengan observasi langsung ketempat pembuatan tahu dan melihat proses pembuatan dari awal hingga akhir. Selain produk tahu rumahan ini enak tentunya sudah memiliki pelanggan tetap diberbagai daerah dan lingkungan masyarakat Desa Telaga Tujuh. Selain itu dengan ini diharapkan dapat memberikan peningkatan penjualan melalui promosi.

### **Promosi**

Tujuan promosi menurut Kotler dan Armstrong (2008 : 205) yaitu :

- a. Mendorong pembelian pelanggan jangka pendek atau meningkatkan hubungan pelanggan jangka panjang.
- b. Mendorong pengecer menjual barang baru dan menyediakan lebih banyak persediaan.
- c. Mengiklankan produk perusahaan dan memberikan ruang rak yang lebih banyak .
- d. Untuk tenaga penjualan, berguna untuk mendapatkan lebih banyak dukungan tenaga penjualan bagi produk lama atau baru atau mendorong wiraniaga mendapatkan pelanggan baru.

### **Hasil dan Pembahasan**

Di era milenial, anak mempunyai akses terhadap segala macam media sosial, game digital, dan konten online yang dapat mempengaruhi perkembangan dan perkembangan kognitifnya. Oleh karena itu, para orang tua hendaknya memanfaatkan kesempatan untuk memahami teknologi ini agar dapat membimbing anak-anaknya untuk menggunakannya secara sehat dan bijaksana. Milenial juga memiliki lebih banyak akses terhadap sumber daya dan informasi kreatif. Orang tua dapat mendorong anak-anak mereka untuk mengeksplorasi minat dan bakat mereka serta membantu mereka mengembangkan keterampilan pemecahan masalah yang diperlukan untuk menghadapi tantangan masa depan..

Tahu adalah makanan yang dibuat dari endapan perasan biji kedelai yang mengalami koagulasi. Tahu berasal dari Tiongkok, seperti halnya kecap, tauco, bakpau, dan bakso. Tahu telah dikenal di Tiongkok sejak zaman dinasti Han sekitar 2200 tahun lalu. Versi tahu yang dikenal di Jepang adalah tahu sutra (絹漉し豆腐, kinugoshi tōfu).

### ***Materi tentang kegiatan home industri***

1. Home Industri Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 tahun 2008 pasal 1, bahwa “home industri adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/ atau badan usaha perseorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini”. Haymans (2007: 17) “home industry adalah kegiatan ekonomi rakyat berskala kecil dan bersifat tradisional dan informal, dalam arti belum terdaftar, belum tercatat, dan belum berbadan hukum Jadi dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kegiatan home industri merupakan kegiatan ekonomi yang berbasis di rumah , dikelola oleh anggota keluarga sendiri ataupun salah satu dari anggota keluarga.
2. Karakteristik Home Industri Subanar (2004: 42) karakteristik dari home industry yaitu:
  - a. industri yang bersifat ekstraktif yang cenderung menggunakan barang setengah jadi menjadi barang jadi.
  - b. industri yang dikelompokkan pada industri dengan jumlah tenaga kerja 1-19 orang. Batasan jumlah pekerja terkait dengan kompleksitas organisasi apabila jumlah tenaga semakin banyak yang juga membutuhkan pembiayaan.
  - c. home industry termasuk pada industri ringan. .
  - d. sebagian besar pemilik home industri adalah masyarakat menengah ke bawah yang tidak mempunyai modal serta aset untuk mendapatkan bantuan dari bank, sehingga sistem pemodalannya adalah mandiri/swa-dana.
  - e. Ditinjau dari subyek pengelola, home industri merupakan industri yang dimiliki oleh pribadi (rakyat) dengan sistem pengelolaannya yang sederhana.
  - f. Ditinjau dari cara pengelolaannya, industri ini merupakan industri yang mempunyai struktur manajemen dan sistem keuangan yang sederhana. Hal ini disebabkan industri ini lebih banyak bersifat kekeluargaan. Manfaat Home Industri Sebagai usaha dalam skala kecil, home industri mempunyai manfaat dan peran diantaranya sebagai berikut: membantu meningkatkan pendapatan keluarga karena merupakan usaha sampingan yang tidak banyak menyita waktu.
3. Home Industri Berpeluang untuk Mengurangi Angka Kemiskinan Kegiatan ekonomi home industri secara tidak langsung membuka lapangan kerja bagi anggota keluarga ataupun tetangga yang berada di sekitar tempat tinggal Kegiatan dalam pengabdian ini berbentuk pemberian Motivasi kewirausahaan, Pemahaman pentingnya Branding dan pemasaran kepada pelaku Home Industry.

### **Kandungan Nutrisi Tahu**

Pertama, kedelai direndam hingga kulit arinya tumbuh dan mendidih, kedelai dihaluskan hingga menjadi sarinya kemudian disaring melalui kain khusus. Pasta tahu dituangkan ke dalam cetakan, dengan bantuan mixer cairan mengeras dan tahu terbentuk. Ada berbagai versi hidangan tradisional Asia ini yang memiliki ciri khas dari kesederhanaan dan kandungan airnya yang tinggi. Menurut Very Well Fit, tahu kering bisa digoreng, dibakar atau ditumis dengan sayur, tahu keras, diisi air tambahan, tahu empuk, bisa disajikan saat kuah sedang dimasak. , tahu sutra adalah yang tertinggi. Teksturnya cair dan lembut seperti puding. Semakin banyak air yang digunakan untuk memasak tahu, tekstur sutranya semakin lembut. Dilansir dari Healthline, setiap 100 gram (g) sajian tahu mengandung nutrisi sebagai berikut: Kalori: 144 Protein: 17 g Karbohidrat: 3 g Serat: 2 g Lemak: 9 g Kalsium: 53 persen dari Nilai Harian (Daily Value/DV) Mangan: 51 persen dari DV Tembaga: 42 persen dari DV Selenium: 32 persen dari DV Vitamin A: 18 persen dari DV Fosfor: 15 persen dari DV Zat besi: 15 persen dari DV Magnesium: 14 persen dari DV Seng: 14 persen dari DV Karena tahu memiliki banyak nutrisi dengan kalori yang relatif sedikit, tahu termasuk makanan yang sangat padat nutrisi.

### **Manfaat Tahu**

1. Menurunkan berbagai risiko kanker
2. Seperti makanan berbahan dasar kedelai pada umumnya, tahu juga tinggi kandungan estrogen. Menurut WebMD, kandungan estrogen yang terlalu tinggi dapat memicu kanker payudara. Namun, pengabdianmenunjukkan bahwa kandungan estrogen di dalam tahu tidak menyebabkan kanker payudara.
3. Kanker payudara
4. Kanker sistem pencernaan
5. Kanker prostat - mengonsumsi tahu dapat menurunkan 32-51% risiko kanker prostat
6. Mencegah osteoporosis Isoflavon kedelai dapat membantu mengurangi keropos tulang dan meningkatkan kepadatan mineral tulang, terutama setelah menopause. Selain itu, isoflavon juga telah dilaporkan mengurangi beberapa gejala menopause lainnya.

Banyak manfaat yang ada didalam tahu. Namun, pembuatan Tahu Home Industri ini juga memiliki beberapa faktor diantaranya :

### **Faktor Eksternal (Peluang Dan Ancaman)**

#### **a. Faktor Peluang**

- 1) Konsumen membutuhkan tahu sebagai bahan jajanan seperti Tahu isi, bakwan tahu kemudian dititipkan di warung-warung atau dikantin.
- 2) Banyaknya konsumen membutuhkan tahu sebagai lauk, sebahagian konsumen membeli tahu untuk kebutuhan rumah tangga karena, tahu sangat bergizi dan tidak kalah dengan rasa ikan yang biasa disajikan untuk santapan keluarga.
- 3) Banyaknya pedagang membantu memperluas pemasaran, sebahagian pedagang atau agen-agen membeli tahu langsung dari pengolah tahu dan menjual kembali ke pasar dan langsung ke konsumen.

### **Faktor Internal**

#### **b. Kekuatan (Strength)**

Pengalaman usaha di bidang olahan tahu mencapai 11 tahun, dan memiliki keahlian di bidang olahan tahu sehingga akan tetap mempertahankan usaha olahan tahu dan akan terus dikembangkan.

Kualitas dan pengelolaan tahu yang baik, tahan lama 3-5 hari, tanpa bahan pengawet dan pengelolaan yang memperhatikan dampak lingkungan hingga sampai saat ini pengrajin mempertahankan kualitas tahu.

Harga tahu yang terjangkau yakni Rp. 5.000,00/Bungkus

Saluran distribusi yang pendek, pengrajin tahu melakukan pemasaran dengan cara; langsung dimana konsumen atau pelanggan mendatangi pengrajin atau sebaliknya. Secara tidak langsung yakni melalui agen-agen.

### **Keunggulan dan Kelemahan Home Industri**

#### **a. Keunggulan home industri**

1. Menurut Harimurti (2012), home industri mampu tetap bertahan dan mengantisipasi kelesuan perekonomian yang diakibatkan inflasi maupun berbagai faktor penyebab lainnya. Fleksibel terhadap bentuk fluktuasi jangka pendek, namun tidak memiliki rencana jangka panjang (corporate-plan).
2. Independen dalam penentuan harga produksi atas barang atau jasa-jasanya.
3. Kontak-kontak dengan pihak luar bersifat pribadi.

4. Mudah dalam proses pendiriannya.
5. Merupakan type usaha yang paling cocok untuk mengelola produk, jasa atau proyek perintisan, yang sama sekali baru atau belum pernah ada yang mencobanya, sehingga memiliki sedikit pesaing.
6. Terbukanya peluang dengan adanya berbagai kemudahan dalam peraturan dan kebijakan pemerintah yang mendukung berkembangnya usaha kecil di Indonesia.
7. Diversifikasi usaha terbuka luas sepanjang waktu dan pasar konsumen senantiasa tergali melalui aktivitas pengelola.
8. Meskipun tidak terlihat nyata, masing-masing usaha kecil dengan usaha kecil yang lain saling ketergantungan secara moril dan semangat usaha.

### **Kelemahan home industri**

Selain keunggulan home industri juga memiliki kelemahan bagi pengelola suatu industri kecil diantaranya menyangkut faktor internal dari home industri itu sendiri serta beberapa faktor eksternal.

1. Umumnya pengelola small business merasa tidak memerlukan ataupun tidak pernah melakukan studi kelayakan, pengabdianpasar, analisa perputaran uang tunai/kas, serta berbagai pengabdianini yang diperlukan suatu aktivitas bisnis.
2. Tidak memiliki perencanaan sistem rencana jangka panjang, sistem akuntansi yang memadai, anggaran kebutuhan, modal, struktur organisasi dan pendelegasian wewenang. Serta alat-alat manajerial lainnya (perencanaan, pelaksanaan serta pengendalian usaha) yang umumnya diperlukan oleh suatu perusahaan bisnis.
3. Kekurangan informasi bisnis, hanya mengacu pada intuisi dan ambisi pengelola, lemah dalam promosi.
4. Kurangnya petunjuk pelaksanaan teknis operasional kegiatan dan pengawasan mutu hasil kerja dan produk, serta sering tidak konsisten dengan ketentuan order/pesanan, yang mengakibatkan klaim atau produk yang ditolak.

Dengan bermodalkan komputer/ laptop atau gadget yang terhubung dengan internet proses jualan online pun bisa berjalan. Jejaring sosial atau sosmed adalah salah satu media pemasaran untuk jualan online .

Berikut tempat iklan yang ditawarkan kepada home industri :

- 1) Facebook
- 2) Instagram
- 3) WhatsApp





**Gambar 1.** Dokumentasi Pembuatan Tahu Home Industri



## Kesimpulan

Berikut ini dapat diambil kesimpulan dari hasil bakti sosial terkait pemberdayaan pelaku industri perumahan untuk meningkatkan perekonomian keluarga:

- 1) Terjadi peningkatan pengetahuan para pemangku kepentingan industri perumahan di industri perumahan.
- 2) Pelaku industri rumah tangga telah meningkatkan kesadaran mereka akan pentingnya Internet untuk mendukung operasional bisnis..

Industri tahu merupakan usaha di wilayah Deli Serdang tepatnya Didesa Telaga Tujuh yang patut dikembangkan dalam rangka pengembangan perekonomian wilayah tersebut, karena kinerjanya yang baik berdasarkan analisis usaha akan memperoleh nilai keuntungan dan biaya tambahan sebagai kontribusinya. terhadap pendapatan lokal.

Industri rumah tangga dapat berkontribusi dalam mengurangi proporsi kemiskinan. Kegiatan ekonomi pada bisnis rumahan dapat membuka lapangan kerja bagi anggota keluarga atau tetangga yang tinggal di tempat Anda tinggal, sehingga bisnis rumahan dapat membantu mengurangi pengangguran dan pengentasan kemiskinan.

## Referensi

- Sudiyono, A. 2001. Pemasaran Pertanian. Edisi Pertama UUM Press. Penerbitan Universitas Brawijaya Malang. Malang.
- Rahayu SS, Budiarti VSA, Supriyanto E. 2012. Rekayasa Pengolahan Limbah Cair Industri Tahu dan Tempe dalam Upaya Mendapatkan Sumber Energi Pedesaan. Jurnal Teknis Volume 7
- Hendra Mubaranto , Ma'mun Sarma , Lukman M. Baga. 2016. Strategi Pengembangan Industri Kecil Tahu Di Kabupaten Tegal.Volume 8 Nomor 1
- Gustina Siregar, Salman, Lena Wati.2014. Strategi Pengembangan Usaha Tahu Rumah Tangga . Volume 19 No. 1. Hal.12-20
- Bomantoro, S. S. (2016). Penerapan Produksi Bersih pada Industri Tahu di Kutai Lartanegara Kalimantan Timur. Jurnal Ekosains, 7(4), 1.
- Ummadinatus Sholehah, Abdur Rohman.2024.Eksistensi Analisis Dampak Lingkungan Hidup Dalam Strategi Pengembangan Usaha.Vol. 8 No.2.Hal.147-157