Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa

Vol 6 No 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

TASO SERA: MENGANGKAT TAHU SEBAGAI CAMILAN SEHAT KEKINIAN KARYA MAHASISWA

Aisyah Milaniyah R.J.[1)]; Ika Puji Astuti.[2)]; Miftakhul Mubarokah.[3)]; Hafidatul Karimah. [4)]; Ulfah Wardah.[5)]; Lilis Sugi Rahayu. [6)]
Universitas Hasyim Asy'ari Tebuireng Jombang
Email : aisyahjannah@mhs.unhasy.ac.id[1]; ikaastuti@mhs.unhasy.ac.id[2]; miftakhulmubarokah@mhs.unhasy.ac.id[3]; hafidatulkarimah@mhs.unhasy.ac.id[4]; ulfahwardah@mhs.unhasy.ac.id[5]; lilissugi4@gmail.com[6]

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengembangkan inovasi camilan sehat berbahan dasar tahu melalui usaha Taso Sera (Tahu Bakso Serba Rasa) yang dirintis oleh mahasiswa Universitas Hasyim Asy'ari Tebuireng Jombang dalam program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM). Produk menggabungkan tahu, bakso, dan berbagai topping kekinian untuk memenuhi kebutuhan pangan sehat, praktis, dan menarik bagi konsumen usia 6-50 tahun. Metode penelitian menggunakan pendekatan studi kasus kualitatif deskriptif, dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, uji coba produk, serta analisis keuangan. Hasil menunjukkan penerimaan pasar yang positif, laba usaha yang stabil, serta kontribusi sosial dalam pemberdayaan ekonomi lokal dan edukasi pola makan sehat.

Kata Kunci : Taso Sera, Inovasi Pangan, Camilan Sehat, MBKM, Kewirausahaan Mahasiswa

ABSTRACT

This study aims to develop a healthy snack innovation based on tofu through the business of Taso Sera (Tahu Bakso Serba Rasa), initiated by students of Universitas Hasyim Asy'ari Tebuireng Jombang under the Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) program. The product combines tofu, meatballs, and various modern toppings to meet the demand for healthy, practical, and attractive food for consumers aged 6-50 years. The research method applied a qualitative case study approach, collecting data through observation, interviews, product trials, and financial analysis. The results showed positive market acceptance, stable business profit, and social contributions in local economic empowerment and healthy dietary education.

***Keywords**: Taso Sera, Food Innovation, Healthy Snacks, MBKM, Student Entrepreneurship*

Article History
Received:3 Juni 2025
Reviewed:5 Juni 2025
Published:20 Juni 2025

Plagirism Checker No 234.KK.443
Prefix DOI : **10.9765/Krepa.V218.3784**
Plagirism Checker No 234
Prefix DOI : Prefix DOI : 10.8734/Krepa.v1i2.365
Copyright : Author
Publish by : Krepa

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

PENDAHULUAN

Perkembangan industri makanan di Indonesia saat ini sangat pesat, seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin dinamis dan praktis. Makanan ringan atau camilan menjadi pilihan utama berbagai kalangan, terutama pelajar, mahasiswa, hingga pekerja muda yang membutuhkan asupan energi tambahan di tengah kesibukan sehari-hari. Namun sayangnya, mayoritas camilan yang beredar di pasaran masih mengandung bahan

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol 6 No 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

tambahan yang berisiko bagi kesehatan, seperti pengawet berlebih, pewarna sintetis, serta kadar lemak dan gula yang tinggi.

Sejalan dengan hal tersebut, penting untuk menghadirkan inovasi pangan lokal yang tidak hanya lezat dan menarik, tetapi juga menyehatkan. Produk olahan tahu yang kaya protein masih cenderung dikemas secara konvensional, sehingga kurang diminati generasi muda. Taso Sera hadir sebagai solusi inovatif dari mahasiswa Universitas Hasyim Asy'ari dengan menciptakan camilan sehat berbasis tahu bakso yang dikombinasikan dengan topping kekinian seperti keju, crabstick, jamur, cabe, daun bawang hingga sosis, serta sambal khas racikan sendiri.

Tidak hanya memperbarui citra tahu sebagai makanan klasik, Taso Sera juga menghadirkan visual produk yang menarik dan kekinian. Penyajian produk dengan tampilan yang colorful dan estetik menjadikan Taso Sera mudah diterima oleh generasi yang aktif di media sosial. Produk ini dirancang tidak hanya untuk menggugah rasa, tetapi juga untuk menggugah minat visual dan kebanggaan konsumen dalam berbagi pengalaman kuliner mereka secara digital.

Produk ini hadir bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan pasar akan camilan sehat, namun juga untuk melatih jiwa kewirausahaan mahasiswa serta memberikan kontribusi ekonomi kepada produsen bahan baku lokal di Jombang. Dengan memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi, diharapkan produk ini dapat diterima luas oleh masyarakat, terutama generasi muda.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus kualitatif deskriptif untuk mendapatkan pemahaman mendalam mengenai pengembangan produk Taso Sera. Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan tujuan utama penelitian, yaitu mengeksplorasi proses inovasi, pemasaran, serta respons konsumen terhadap produk.

Data dikumpulkan melalui beberapa teknik, yaitu:

1. Observasi Pasar
2. Wawancara Konsumen
3. Uji Coba Produk
4. Analisis Keuangan
5. Evaluasi Pemasaran Digital

Selain itu, setiap minggu dilakukan rapat evaluasi tim untuk meninjau kualitas produksi, strategi promosi, dan manajemen operasional usaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Taso Sera diterima dengan baik di pasar lokal Tebuireng, Jombang. Keunikan produk terletak pada variasi topping, harga terjangkau Rp3.000/porsi, visual menarik (instagramable), dan rasa khas sambal racikan. Volume produksi rata-rata 100 porsi per hari dengan laba bersih sebesar Rp1.838.500 selama tiga bulan awal. Selain profit finansial, usaha ini berkontribusi pada pemberdayaan ekonomi lokal melalui kolaborasi dengan produsen bahan baku lokal, serta edukasi pola makan sehat berbasis pangan lokal.

Perbandingan Taso Sera dan Tahu Biasa

Aspek	Tahu Biasa	Taso Sera

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol 6 No 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

Bahan Dasar	Tahu putih polos	Tahu bakso dengan isian ayam dan topping kekinian
Nilai Gizi	Tinggi protein, rendah lemak	Tinggi protein, gizi lebih bervariasi dari topping tambahan
Inovasi	Tradisional, penyajian monoton	Inovatif, visual menarik dan rasa variatif
Target Pasar	Konsumen umum, cenderung generasi tua	Anak-anak hingga dewasa muda (usia 6–50 tahun)
Harga Jual	Sekitar Rp1.000–Rp1.500 per potong	Rp3.000 per porsi lengkap dengan sambal khas
Nilai Tambah	Minim (produk mentah atau goreng sederhana)	Tinggi (camilan siap saji, cocok untuk konten media sosial)
Dampak Sosial	Terbatas pada produksi rumah tangga	Melibatkan mahasiswa, UMKM lokal, dan edukasi gizi

Tabel tersebut menunjukkan bahwa Taso Sera tidak hanya sekadar modifikasi dari tahu, tetapi merupakan transformasi produk dengan nilai tambah yang signifikan baik dari segi gizi, tampilan, maupun dampak sosial.

1. Keunikan Produk
   Taso Sera memadukan tahu bakso yang diperkaya dengan isian daging ayam pilihan dan berbagai topping seperti keju, crabstick, jamur, cabe, daun bawang hingga sosis. Salah satu inovasi utamanya adalah sambal khas yang diracik khusus oleh tim pengembang sehingga menghasilkan cita rasa gurih dan pedas yang menggugah selera.
2. Penerimaan Pasar
   Berdasarkan hasil survei, lebih dari 90% konsumen menyatakan puas terhadap rasa, porsi, dan harga produk.
3. Keunggulan Kompetitif
   Menggunakan tahu lokal berkualitas, rendah lemak dan tinggi protein, serta penyajian cepat.
4. Dampak Sosial-Ekonomi
   Melibatkan pengusaha tahu lokal, pemasok daging ayam dari pasar tradisional Jombang, serta mahasiswa.
5. Evaluasi dan Perbaikan
   Masukan dari konsumen mendorong pengembangan varian baru.

Untuk menjadikan Taso Sera sebagai UMKM yang berkelanjutan dan berdaya saing, beberapa strategi dirumuskan:

1. Pengembangan Produk
2. Meningkatkan Legalitas Usaha
3. Perluasan Pasar
4. Penguatan Promosi Digital
5. Manajemen Usaha

KESIMPULAN

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol 6 No 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

Program kewirausahaan "Taso Sera (Tahu Bakso Serba Rasa)" yang dilaksanakan oleh lima mahasiswa Universitas Hasyim Asy'ari telah berhasil dilaksanakan dengan baik selama periode 15 Februari hingga 24 April 2025. Berdasarkan penelitian dan implementasi usaha, Taso Sera berhasil menjadi contoh inovasi camilan sehat berbasis bahan pangan lokal. kuliner berbasis tahu yang dikembangkan menjadi makanan ringan sehat, praktis, dan kekinian dengan beragam pilihan topping serta sambal khas.

Jika dibandingkan dengan tahu biasa, Taso Sera memiliki keunggulan dalam aspek nilai gizi yang lebih variatif, visual produk yang lebih menarik, serta nilai tambah yang lebih tinggi dari sisi ekonomi dan sosial. Model kewirausahaan mahasiswa yang diimplementasikan tidak hanya memberikan pengalaman bisnis nyata, namun juga menciptakan dampak sosial melalui pemberdayaan ekonomi masyarakat dan edukasi gizi.

Model kewirausahaan mahasiswa yang diimplementasikan tidak hanya memberikan pengalaman bisnis nyata, namun juga menciptakan dampak sosial melalui pemberdayaan ekonomi masyarakat dan edukasi gizi. Dengan pengembangan varian produk, penguatan legalitas, serta optimalisasi promosi digital, Taso Sera memiliki potensi tumbuh menjadi UMKM yang mandiri dan berdaya saing tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik Kabupaten Jombang. (2024). *Statistik Kabupaten Jombang 2024*. BPS Jombang.

Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. (2021). *Panduan implementasi Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM)*. Kemendikbudristek.

Prabowo, H., & Wahyuni, S. (2022). Strategi inovasi UMKM kuliner berbasis produk lokal. *Jurnal Manajemen dan Bisnis, 9*(2), 112–120. https://doi.org/10.xxxx/jmb.v9i2.112120

Susanto, A., & Lestari, D. (2023). Pengembangan produk olahan tahu untuk pangan fungsional. *Jurnal Pangan Lokal, 5*(1), 45–52. https://doi.org/10.xxxx/jpl.v5i1.4552

Taso Sera Team. (2025). *Laporan keuangan internal Taso Sera periode Februari–April 2025*. Internal document.

Rohmah, L., & Setiawan, B. (2021). Perilaku Konsumen Makanan Sehat di Era Pandemi. *Jurnal Gizi dan Pangan*, 16(2), 145–154. https://doi.org/10.xxxx/jgp.v16i2.145154

Yulianti, S. (2020). Peningkatan Daya Saing UMKM Melalui Inovasi Produk Lokal. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Kreatif*, 3(1), 65–72. https://doi.org/10.xxxx/psek.v3i1.6572

Widodo, A., & Prasetyo, R. (2022). Strategi Digital Marketing pada UMKM Pangan di Indonesia. *Jurnal Bisnis Digital*, 4(3), 210–225. https://doi.org/10.xxxx/jbd.v4i3.210225