

## TALAS SEBAGAI SOLUSI EKONOMI KREATIF: STRATEGI PENGABDIAN MASYARAKAT PADA KOMUNITAS MAJELIS

Lina Asnamawati<sup>1\*</sup>, Yuliawati<sup>2</sup>, Yang Gusti<sup>3</sup>, Is Eka Herawati<sup>4</sup>, Ana Nurmalia<sup>5</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Agribisnis, Universitas Terbuka Bengkulu, Indonesia

<sup>2</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Mercu Buana, Indonesia

<sup>3</sup>Program Studi Ilmu komunikasi, Universitas Dian Nusantara, Indonesia

<sup>4</sup>Program Studi Agribisnis, Universitas Terbuka, Indonesia

<sup>5</sup>Program Studi Agribisnis, Universitas Dehasen, Indonesia

[linaas@campus.ut.id.id](mailto:linaas@campus.ut.id.id)

### ABSTRAK

**Abstrak:** Permasalahan yang terjadi adalah belum optimalnya pemanfaatan potensi talas sebagai komoditas ekonomi kreatif karena keterbatasan pengetahuan, keterampilan pengolahan, pemasaran, dan manajemen usaha pada komunitas majelis sehingga peningkatan kesejahteraan ekonomi belum maksimal. Program ini bertujuan untuk memberdayakan perempuan untuk mencapai kemandirian ekonomi dengan memanfaatkan tanaman talas lokal yang melimpah namun belum dimanfaatkan secara optimal. Mitra kegiatan pengabdian ini adalah Ibu-Ibu Majelis Ta'lim Komunitas AMBU yang berada di Desa Gunung Bunder II, Kecamatan Pamijahan, Kabupaten Bogor, dengan jumlah peserta sebanyak 26 orang. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan partisipatif dan pemberdayaan masyarakat (*community empowerment approach*). Program ini mendapat partisipasi yang antusias dan secara signifikan meningkatkan keterampilan peserta. Produk talas yang diolah diterima dengan baik dan menunjukkan potensi sebagai sumber penghasilan alternatif. Hasil pengabdian menunjukkan adanya peningkatan signifikan kapasitas peserta (26 orang) dengan rata-rata nilai naik dari 41,95 menjadi 79,70 (meningkat 37,75 poin) berdasarkan hasil post dan pra test, serta usaha olahan talas terbukti layak secara ekonomi dengan biaya produksi Rp150.000, pendapatan Rp270.000, keuntungan Rp120.000, dan rasio R/C 1,8 yang menandakan usaha menguntungkan dan berpotensi berkelanjutan.

**Kata Kunci:** Ekonomi Kreatif; Pelayanan Masyarakat; Pemberdayaan Perempuan; Usaha Mikro; Kecil; dan Menengah.

**Abstract:** The problem identified is the suboptimal utilization of taro potential as a creative economy commodity due to limited knowledge, processing skills, marketing capabilities, and business management within the Majelis community, resulting in less-than-optimal improvement in economic welfare. This program aims to empower women to achieve economic independence by utilizing abundant local taro plants that have not been optimally developed. The partner of this community service activity is the women of Majelis Ta'lim Komunitas AMBU located in Gunung Bunder II Village, Pamijahan District, Bogor Regency, with a total of 26 participants. The community service program was implemented using a participatory and community empowerment approach. The program received enthusiastic participation and significantly improved the participants' skills. The processed taro products were well accepted and demonstrated strong potential as alternative sources of income. The results showed a significant increase in participants' capacity (26 individuals), with the average score rising from 41.95 to 79.70 (an increase of 37.75 points) based on pre-test and post-test results. Furthermore, the taro processing business proved to be economically feasible, with a production cost of Rp150,000, revenue of Rp270,000, profit of Rp120,000, and an R/C ratio of 1.8, indicating that the business is profitable and has sustainable potential.

**Keywords:** Creative Economy; Community Service; Women's Empowerment; Micro; Small; and Medium Enterprises.



#### Article History:

Received: 02-02-2026

Revised : 14-02-2026

Accepted: 19-02-2026

Online : 01-04-2026



This is an open access article under the  
CC-BY-SA license

## A. LATAR BELAKANG

Di tengah era ekonomi yang semakin kompetitif, pemanfaatan potensi lokal menjadi strategi penting dalam mendorong kemandirian dan kesejahteraan masyarakat. Salah satu komoditas yang memiliki peluang besar untuk dikembangkan adalah talas (*colocasia esculenta*), tanaman lokal yang mudah dibudidayakan, bernilai gizi tinggi, dan berpotensi diolah menjadi berbagai produk bernilai tambah. Era ekonomi modern yang semakin kompetitif, pemberdayaan ekonomi masyarakat menjadi salah satu fokus utama dalam upaya meningkatkan kesejahteraan sosial (Hidayat & Andarini, 2020). Salah satu strategi yang dapat ditempuh adalah melalui pengembangan ekonomi kreatif berbasis potensi local (Fauziah et al., 2024).

Namun, dalam realitasnya, potensi talas di tingkat komunitas, khususnya pada komunitas majelis, belum dimanfaatkan secara optimal sebagai bagian dari pengembangan ekonomi kreatif. Kondisi ini disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam pengolahan produk, diversifikasi usaha, pengemasan yang menarik, serta strategi pemasaran yang adaptif terhadap perkembangan digital. Selain itu, kemampuan manajemen usaha seperti perhitungan biaya produksi, pencatatan keuangan, dan analisis keuntungan masih relatif rendah, sehingga usaha yang dirintis cenderung bersifat sederhana dan belum berkembang secara berkelanjutan. Produk talas umumnya hanya diolah secara tradisional dan dipasarkan secara terbatas di lingkungan sekitar, sehingga nilai tambah dan daya saingnya belum maksimal. Ekonomi kreatif tidak hanya menekankan pada aspek produksi dan penjualan, tetapi juga pada kreativitas, inovasi, serta nilai tambah yang dapat dihasilkan dari sumber daya yang tersedia di lingkungan masyarakat (Krisna, 2024).

Dalam konteks pengabdian masyarakat, upaya untuk meningkatkan nilai ekonomi talas dapat dijadikan sebagai strategi pemberdayaan bagi komunitas Majelis, khususnya kelompok Ibu rumah tangga atau masyarakat yang aktif dalam kegiatan keagamaan dan sosial (Kahfi et al., 2024). Melalui pelatihan, pendampingan, serta transfer pengetahuan tentang pengolahan dan pemasaran produk berbasis talas, komunitas tersebut dapat memperoleh keterampilan baru yang berdampak pada peningkatan pendapatan keluarga (Budaraga & Devi, 2021). Ekonomi kreatif yang terus berkembang, potensi lokal menjadi salah satu kekuatan utama dalam mendorong kemandirian dan kesejahteraan masyarakat (Cahyaningsih et al., 2021). Komunitas Majelis merupakan kelompok sosial yang aktif dalam kegiatan keagamaan dan sosial, namun memiliki keterbatasan dalam aspek ekonomi (Kahfi et al., 2024). Talas sebagai tanaman lokal memiliki potensi besar untuk dikembangkan menjadi produk bernilai ekonomi tinggi (Rizka et al., 2022).

Pengabdian ini bertujuan untuk memberdayakan komunitas melalui pendekatan ekonomi kreatif berbasis talas. Salah satu komoditas lokal yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan dalam konteks ini adalah tanaman talas (*Colocasia esculenta*). Selain itu, pengembangan usaha

berbasis talas juga dapat menciptakan rantai ekonomi lokal yang berkelanjutan mulai dari petani, pelaku UMKM, hingga konsumen (Ferdaus et al., 2023). Dengan demikian, pengabdian masyarakat berbasis pengolahan talas tidak hanya berdampak pada aspek ekonomi, tetapi juga memperkuat solidaritas sosial, meningkatkan kreativitas, serta menumbuhkan kemandirian ekonomi di tingkat komunitas (BUCOS, 2024).

Komunitas majelis, sebagai kelompok sosial yang memiliki kedekatan emosional dan spiritual, sering kali menjadi wadah yang efektif untuk pemberdayaan masyarakat. Melalui pendekatan pengabdian masyarakat yang berbasis pada potensi lokal seperti talas, komunitas majelis dapat diberdayakan untuk mengembangkan usaha kreatif yang berkelanjutan. Strategi ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan pendapatan masyarakat, tetapi juga memperkuat solidaritas sosial dan semangat kewirausahaan berbasis komunitas (Nasila & Napu, 2024). Namun, tantangan utama dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis talas adalah kurangnya pengetahuan tentang pengolahan, pemasaran, dan manajemen usaha. Oleh karena itu, diperlukan strategi pengabdian masyarakat yang terstruktur dan berkelanjutan, yang melibatkan pelatihan, pendampingan, serta kolaborasi antara akademisi, pemerintah, dan pelaku usaha local (Maria et al., 2024).

Integrasi budidaya talas ke dalam strategi pengabdian masyarakat menghadirkan solusi yang layak untuk meningkatkan perekonomian lokal melalui kewirausahaan kreatif (Halil, 2022). Dengan memanfaatkan potensi unik talas, masyarakat dapat mendorong pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan, dan mempromosikan praktik berkelanjutan (Otekurin et al., 2021). Talas dikenal sebagai tanaman pangan lokal yang mudah dibudidayakan dan memiliki nilai gizi tinggi. Namun, dalam praktiknya, potensi ekonomi talas sering kali belum dimanfaatkan secara optimal. Selama ini, talas hanya diolah secara sederhana, seperti direbus atau digoreng, tanpa adanya diversifikasi produk yang bernilai jual tinggi. Padahal, dengan sentuhan kreativitas, talas dapat diolah menjadi berbagai produk inovatif seperti keripik talas, tepung talas, brownies talas, hingga produk olahan modern yang berpotensi menembus pasar nasional bahkan ekspor. Inisiatif edukasi yang berfokus pada keterampilan manajemen dan diversifikasi produk dapat memberdayakan anggota masyarakat, meningkatkan kemampuan mereka untuk terlibat dalam kewirausahaan kreatif (Raihana & Junaedi, 2024). Program ini bertujuan untuk memberdayakan perempuan untuk mencapai kemandirian ekonomi dengan memanfaatkan tanaman talas lokal yang melimpah namun belum dimanfaatkan secara optimal.

## B. METODE PELAKSANAAN

Mitra kegiatan pengabdian ini adalah Ibu-Ibu Majelis Ta'lim Komunitas AMBU yang berada di Desa Gunung Bunder II, Kecamatan Pamijahan, Kabupaten Bogor, dengan jumlah peserta sebanyak 26 orang. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan partisipatif dan pemberdayaan masyarakat (*community empowerment approach*), di mana komunitas Majelis berperan aktif sebagai subjek utama dalam setiap tahapan kegiatan. Pendekatan ini bertujuan agar peserta tidak hanya menerima pengetahuan secara pasif, tetapi juga mampu mengaplikasikan dan mengembangkan keterampilan secara mandiri. Kegiatan pengabdian dilaksanakan di lingkungan komunitas Majelis yang berada di Desa Gunung Bunder II, Kecamatan Pamijahan, Kabupaten Bogor, dengan peserta terdiri dari anggota Majelis yang sebagian besar merupakan ibu rumah tangga dan pelaku usaha mikro. Jumlah peserta kegiatan berkisar antara 26 orang.

Metode pelaksanaan yang digunakan adalah penyuluhan partisipatif (*participatory counseling approach*), yaitu pendekatan pemberdayaan yang menempatkan masyarakat sebagai subjek aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Dalam metode ini, peserta tidak hanya menerima materi secara satu arah, tetapi terlibat langsung dalam diskusi, praktik pengolahan produk, simulasi pemasaran, serta evaluasi usaha. Pendekatan ini dipadukan dengan pelatihan teknis dan pendampingan berkelanjutan, sehingga terjadi proses belajar yang aplikatif, kolaboratif, dan berorientasi pada peningkatan kapasitas serta kemandirian ekonomi mitra. Program Kemitraan Masyarakat ini dilakukan kerjasama antar Universitas Terbuka, Universitas Mercu Buana, Universitas Dian Nusantara, dan Ibu-Ibu Majelis Ta'lim Komunitas AMBU. Kegiatan ini melalui beberapa tahapan yang dirancang untuk meningkatkan keterampilan dan kapasitas mitra dalam hal diversifikasi produk serta pemasaran.

Pada tahap persiapan, tim terlebih dahulu melakukan observasi awal dan identifikasi potensi lokal di wilayah komunitas Majelis, terutama terkait ketersediaan bahan baku talas sebagai komoditas utama. Selanjutnya dilakukan koordinasi dengan pengurus Majelis dan tokoh masyarakat untuk menentukan jumlah peserta, waktu pelaksanaan, serta teknis kegiatan. Pada tahap ini juga disusun rencana kegiatan secara rinci, termasuk penyusunan modul pelatihan serta persiapan alat dan bahan yang diperlukan dalam proses pengolahan produk berbasis talas, seperti terlihat pada Tabel 1.

**Tabel 1.** Tabel kelayakan Pengabdian Kepada Masyarakat

Permasalahan	Solusi (Prioritas Utama)	Bidang Ilmu	Oleh
Pengetahuan cara mengolah talas masih rendah	Pengetahuan dan keterampilan mengenai cara mengolah talas menjadi berbagai produk bernilai tambah, seperti kroket, bolu, dan perkedel.	Agribisnis	Lina Asnamawati,S.P., M.Si
Pengetahuan pengolahan tepung talas masih rendah	Kemampuan dan wawasan dalam mengolah talas menjadi tepung.	Agribisnis	Is Eka Herawati, S.P., M.Si
Keterampilan pengemasan produk belum paham	Kemampuan dalam merancang kemasan produk yang menarik dan fungsional, serta mampu mencerminkan identitas produk, menjelaskan bahan yang digunakan, manfaat, dan keunggulannya.	Ilmu Komunikasi	Yuliawati,S.I.Kom, M.I Kom, Yang Gusti, S.I.Kom, M.I,Kom
Keterampilan pemasaran produk melalui platform digital belum paham	Kemampuan memasarkan produk melalui media sosial dan platform digital atau marketplace, seperti Shopee, Tokopedia, serta platform lokal lainnya	Agribisnis	Ana Nurmalia, SP,M.Si

Tahap berikutnya adalah sosialisasi dan penyuluhan. Pada tahap ini peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya pengembangan ekonomi kreatif berbasis potensi lokal serta peluang usaha dari produk olahan talas. Tim juga menjelaskan konsep kewirausahaan sederhana, manajemen usaha kecil, dan strategi pemasaran produk agar peserta memiliki gambaran menyeluruh tentang pengelolaan usaha. Selain itu, dilakukan penguatan motivasi untuk menumbuhkan kesadaran akan pentingnya kemandirian ekonomi keluarga melalui pemanfaatan sumber daya lokal.

Tahap pelatihan dan pendampingan teknis difokuskan pada praktik langsung pengolahan talas menjadi berbagai produk bernilai ekonomi seperti keripik talas, brownies talas, stik talas, dan tepung talas. Peserta diberikan bimbingan teknis mengenai teknik pengemasan (*packaging*), pembuatan label produk, serta penentuan harga jual agar produk memiliki daya saing di pasar. Pendampingan juga dilakukan dalam proses produksi dan uji coba produk dengan memperhatikan standar kebersihan dan kualitas hasil olahan.

Selanjutnya, pada tahap pendampingan kewirausahaan dan pemasaran, peserta diberikan pelatihan dasar mengenai strategi pemasaran digital sederhana, seperti pemanfaatan media sosial untuk promosi produk. Tim

juga membantu peserta membentuk kelompok usaha kecil berbasis ibu-ibu majelis ta'lim agar kegiatan usaha dapat dikelola secara kolektif dan berkelanjutan. Selain itu, dijalin kerja sama dengan pihak terkait seperti dinas koperasi, UMKM, dan pelaku usaha lokal guna memperluas jaringan pemasaran.

Tahap terakhir adalah evaluasi dan tindak lanjut. Evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pengetahuan dan pemahaman peserta setelah mengikuti kegiatan. Selain itu, dilakukan analisis kelayakan usaha dengan menggunakan perhitungan ekonomi, yaitu: Biaya Produksi (TC) dihitung dengan rumus  $TC = \text{Biaya Tetap (FC)} + \text{Biaya Variabel (VC)}$ ; Pendapatan Kotor (TR) dihitung dengan rumus  $TR = \text{Harga Jual (P)} \times \text{Jumlah Produksi (Q)}$ ; Keuntungan ( $\pi$ ) dihitung dengan rumus  $\pi = TR - TC$ ; serta Rasio R/C dihitung dengan rumus  $R/C = TR \div TC$ . Melalui tahapan ini, diperoleh gambaran mengenai efektivitas kegiatan sekaligus potensi keberlanjutan usaha olahan talas yang dikembangkan.

### C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran strategis ekonomi kreatif dalam mengembangkan potensi lokal dan menciptakan peluang usaha bagi masyarakat pedesaan di era globalisasi (Pavliuk, 2023). Kegiatan pengabdian dilakukan di Kecamatan Pamijahan yang memiliki produksi talas yang melimpah yang kaya akan sumber daya alam, termasuk tanaman talas yang memiliki nilai gizi tinggi dan potensi kreatif. Pengabdian kepada masyarakat dilakukan melalui pelatihan dan pendampingan praktik pembuatan produk pangan berbahan dasar talas. Inovasi produk mendorong pengembangan beragam produk talas dapat merangsang pasar lokal dan menciptakan lapangan kerja baru (Kurniawanto & Anggraini 2019), seperti terlihat pada Gambar 1.



**Gambar 1.** Pelatihan dan Pendampingan Praktik Pembuatan Produk Pangan Berbahan Dasar Talas

Hasil kegiatan menunjukkan potensi besar talas sebagai bahan baku produk kreatif seperti egg roll talas, kroket, perkedel, tepung dan cake talas. Strategi promosi yang efektif meningkatkan permintaan produk talas di pasar lokal dan regional, serta berdampak positif pada kualitas hidup

masyarakat dan ekonomi desa (Audina et al., 2024). Kolaborasi antara universitas, pemerintah daerah, dan masyarakat penting dalam menggerakkan sektor ekonomi kreatif (Andriyani, 2021). Diharapkan pengembangan ekonomi kreatif berbasis talas akan memberikan manfaat jangka panjang bagi kesejahteraan dan kemajuan masyarakat.

Strategi pengabdian ini berhasil mengintegrasikan pendekatan partisipatif dan edukatif. Talas sebagai komoditas lokal terbukti mampu menjadi solusi ekonomi kreatif yang berkelanjutan (Nur et al., 2024). Tantangan seperti minimnya modal dan pengalaman pemasaran diatasi melalui pendampingan dan kolaborasi dengan stakeholder lokal. Keberhasilan program ini menunjukkan pentingnya sinergi antara akademisi dan masyarakat dalam membangun kemandirian ekonomi. Program pengabdian masyarakat yang berfokus pada pemanfaatan talas sebagai solusi ekonomi kreatif berhasil memberikan dampak positif terhadap komunitas Majelis. Beberapa hasil utama yang dicapai antara lain:

1. Peningkatan pengetahuan dan keterampilan  
Anggota komunitas Majelis memperoleh pelatihan tentang budidaya talas, pengolahan pasca panen, dan diversifikasi produk berbasis talas seperti keripik, tepung talas, dan kue tradisional.
2. Produk olahan talas  
Komunitas berhasil menghasilkan beberapa produk olahan talas yang layak jual, baik dari segi rasa, kemasan, maupun daya tahan produk.
3. Terbentuknya Kelompok Usaha Bersama (KUB)  
Sebagai tindak lanjut, terbentuklah KUB yang fokus pada produksi dan pemasaran produk talas, dengan sistem kerja berbasis gotong royong dan pembagian tugas yang jelas.
4. Peningkatan pendapatan komunitas  
Produk talas yang dijual di pasar lokal dan melalui media sosial memberikan tambahan pendapatan bagi anggota komunitas, terutama ibu-ibu rumah tangga.
5. Kesadaran ekologis dan ketahanan pangan  
Talas sebagai tanaman lokal yang mudah dibudidayakan turut meningkatkan kesadaran akan pentingnya pertanian berkelanjutan dan ketahanan pangan lokal.

Keterampilan dalam mengolah talas menjadi berbagai produk seperti tepung, cake, egg roll, kroket, dan perkedel memerlukan pengetahuan serta pemanfaatan teknologi. Oleh karena itu, ibu-ibu majelis perlu terus didorong agar aktif, kreatif, dan inovatif, serta memiliki minat di bidang pertanian sehingga dapat menjadi penggerak utama dalam sektor tersebut. Pengembangan sektor informal dan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) menjadi fokus utama pembangunan untuk mengatasi berbagai permasalahan ekonomi masyarakat, terutama dalam mengurangi pengangguran dan kemiskinan.

Peningkatan pengetahuan ibu-ibu majelis di bidang usaha yang mudah dan realistis untuk dijalankan menjadi hal yang penting. Kegiatan yang dilakukan sebaiknya disesuaikan dengan potensi lokal dan kemampuan sumber daya, termasuk keterlibatan Ibu-Ibu Majelis Ta'lim. Usaha pengolahan talas menjadi salah satu alternatif yang menjanjikan bagi para pemula, karena talas memiliki kandungan gizi tinggi dan digemari oleh masyarakat Indonesia (Aldillah et al., 2023). Beragam produk olahan dari talas juga banyak ditemukan di berbagai daerah, baik di pedesaan maupun perkotaan. Usaha pengolahan aneka produk olahan talas merupakan salah satu pilihan yang bisa dilaksanakan oleh kebanyakan pemula, alasan yang bisa dikemukakan yang bernilai gizi tinggi dan sangat digemari oleh Masyarakat (Siregar et al., 2016). Peluang pasar untuk menjual olahan talas masih meningkat, pengolahan talas sangat mudah yaitu dibuat tepung, cake, kroket dan perkedel dan lain sebagainya. Hasil kegiatan yaitu:

1. Peningkatan pengetahuan dan keterampilan: anggota komunitas memahami teknik pengolahan talas.
2. Produk olahan talas siap jual: tepung talas, tepung talas, dan kue berbasis talas berhasil diproduksi.
3. Terbentuknya KUB: Kelompok usaha yang terorganisir dengan sistem kerja gotong royong.
4. Peningkatan pendapatan: produk talas memberikan tambahan penghasilan bagi anggota komunitas.
5. Kesadaran ekologis dan ketahanan pangan: talas sebagai tanaman lokal mendukung pertanian berkelanjutan.

Kendala yang dihadapi antara lain: minimnya modal awal, kurangnya pengalaman dalam pemasaran digital dan tantangan dalam menjaga kualitas produk secara konsisten. Namun, melalui evaluasi berkala dan pendekatan adaptif, komunitas mampu mengatasi sebagian besar tantangan tersebut (Tabel 2). Potensi Pendapatan: Rasio biaya pendapatan untuk budidaya talas cukup baik menunjukkan kelayakan ekonomi dan potensi profitabilitasnya (Pratama & Guswandi, 2021).

**Tabel 2.** Evaluasi Dampak Ekonomi Awal Usaha Olahan Talas

<b>Komponen Evaluasi</b>	<b>Nilai Rata-rata</b>
Biaya produksi per siklus	Rp150.000
Pendapatan kotor per siklus	Rp270.000
Keuntungan	Rp120.000
Rasio R/C	1,8

Evaluasi dampak ekonomi awal menunjukkan bahwa usaha pengolahan talas yang dikembangkan memiliki kelayakan ekonomi. Dengan rata-rata biaya produksi sebesar Rp150.000 per siklus, peserta mampu memperoleh pendapatan kotor sekitar Rp270.000, sehingga menghasilkan keuntungan

sebesar Rp120.000. Nilai rasio R/C sebesar 1,8 mengindikasikan bahwa setiap satu satuan biaya yang dikeluarkan mampu menghasilkan pendapatan sebesar 1,8 kali lipat. Temuan ini menunjukkan bahwa pengolahan talas sebagai usaha berbasis ekonomi kreatif memiliki potensi profitabilitas dan dapat dikembangkan lebih lanjut sebagai sumber pendapatan berkelanjutan bagi komunitas Majelis, seperti terlihat pada Tabel 3.

**Tabel 3.** Hasil Evaluasi Pre-Test dan Post-Test Peserta Kegiatan

Aspek yang Dinilai	Rata-rata Pre-Test	Rata-rata Post-Test	Selisih Peningkatan
Pengetahuan pengolahan talas	46,15	82,30	36,15
Diversifikasi produk berbasis talas	42,80	80,75	37,95
Pengemasan dan labelisasi produk	40,60	78,90	38,30
Pemasaran digital produk UMKM	38,25	76,85	38,60
Rata-rata keseluruhan	41,95	79,70	37,75

Berdasarkan hasil evaluasi pre-test dan post-test terhadap 26 peserta kegiatan, terjadi peningkatan pengetahuan yang signifikan pada seluruh aspek yang dinilai. Rata-rata nilai peserta sebelum kegiatan berada pada angka 41,95 yang menunjukkan tingkat pemahaman rendah terhadap pengolahan, diversifikasi, dan pemasaran produk berbasis talas. Setelah pelaksanaan penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan, nilai rata-rata meningkat menjadi 79,70 atau naik sebesar 37,75 poin. Peningkatan tertinggi terjadi pada aspek pemasaran digital dan pengemasan produk, yang sebelumnya merupakan kelemahan utama peserta. Hasil ini menunjukkan bahwa metode pengabdian yang diterapkan efektif dalam meningkatkan kapasitas pengetahuan dan kesiapan kewirausahaan komunitas Majelis.

#### D. SIMPULAN DAN SARAN

Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta mengenai konsep ekonomi kreatif, kemampuan produksi, dan pemasaran produk. Pembentukan kelompok usaha “Majelis Talas Kreatif” menjadi bukti nyata bahwa pemberdayaan berbasis komunitas dapat mendorong lahirnya wirausaha baru yang berdaya saing dan berkelanjutan. Dengan demikian, talas terbukti dapat menjadi solusi ekonomi kreatif yang efektif dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, terutama di kalangan ibu rumah tangga dan anggota Majelis, sekaligus memperkuat ketahanan ekonomi lokal melalui pemanfaatan sumber daya alam yang sederhana namun potensial.

Saran untuk kegiatan selanjutnya Pendampingan berkelanjutan, kegiatan pengabdian sebaiknya dilanjutkan dengan pendampingan rutin, khususnya dalam aspek pengembangan produk, pengemasan profesional, dan perluasan jaringan pemasaran agar usaha yang telah dirintis dapat tumbuh secara berkelanjutan. Kolaborasi dengan Pemerintah dan Pelaku Usaha, diperlukan dukungan dari pihak pemerintah daerah, dinas koperasi, dan pelaku UMKM untuk memberikan pelatihan lanjutan, bantuan peralatan produksi, serta fasilitasi perizinan usaha bagi kelompok Majelis Talas Kreatif. Pemanfaatan teknologi digital, peserta perlu diarahkan untuk lebih aktif memanfaatkan platform digital sebagai sarana promosi dan penjualan produk, sehingga jangkauan pasar dapat meluas hingga ke luar daerah. Serta replikasi program di komunitas lain, model pemberdayaan ini dapat direplikasi pada komunitas Majelis lainnya di daerah berbeda dengan menyesuaikan potensi lokal yang dimiliki, sehingga dampak pengabdian masyarakat dapat lebih luas dan merata.

## DAFTAR RUJUKAN

- Aldillah, R., Mahatma, I. G., & Bakti, Y. (2023). Strategi Pengembangan Komoditas Porang Di Indonesia Dari Perspektif Produsen Dan Konsumen. *Forum Penelitian Agro Ekonom*, 41(1), 65–78.
- Andriyani, T. (2021). Strategi Pemberdayaan Masyarakat dalam Ekowisata. *Jurnal Akademik Pengabdian Masyarakat*, 3(4), 312–324.
- Andy Endra Krisna. (2024). Transformasi UMKM Melalui Industri Kreatif: Pendekatan Untuk Meningkatkan Daya Saing dan Inovasi. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 3(4), 66–81. <https://doi.org/10.55606/jupiman.v3i4.4514>
- Audina, M., Yunus, R., A Parinding, K., & Anwar Nasruddin, M. (2024). The Role of Micro, Small, and Medium Enterprises in Improving Community Welfare. *Golden Ratio of Data in Summary*, 4(1), 81–89. <https://doi.org/10.52970/grdis.v4i1.516>
- BUCOS, T. (2024). Social and Solidarity Economy: Principles and Contributions To Sustainable Development and Social Inclusion. *European Journal of Accounting, Finance & Business*, 12(3), 114–127. <https://doi.org/10.4316/ejafb.2024.12313>
- Budaraga, I. K., & Devi, W. S. (2021). “Penguatan Ketahanan Masyarakat dalam Menghadapi Era New Normal melalui Penerapan Teknologi Tepat Guna Bidang Pertanian” Potensi Budidaya Tanaman Hias di Kelompok Wanita Tani (KWT) Mawar Bodas. *Seminar Nasional Pengabdian*, 1(1), 59–65.
- Cahyaningsih, D. S., Suhartono, T., & Widayati, S. (2021). Menggali Potensi Ekonomi Kreatif sebagai Sarana Pendukung Desa Wisata. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 6(2), 210–220. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v6i2.5078>
- Fauziah, N. A., Dwi Hastuti, D. R., & Alam, S. (2024). Strategi Pengembangan UMKM Bidang Kuliner Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Palopo. *Co-Value Jurnal Ekonomi Koperasi Dan Kewirausahaan*, 15(4), 9–22. <https://doi.org/10.59188/covalue.v15i4.4802>
- Ferdaus, M. J., Chukwu-Munsen, E., Foguel, A., & da Silva, R. C. (2023). Taro roots: an underexploited root crop. *Nutrients*, 15(15), 3337. <https://doi.org/10.3390/nu15153337>
- Halil, H. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Kemandirian Ekonomi Masyarakat Desa Kaduara Timur

- Kecamatan Pragaan Kabupaten Sumenep Hermanto Halil IAI Miftahul Ulum Pamekasan Madura Jawa Timur Indonesia 100 | Page Perdagangan beba. *Ibrah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 99–112.
- Hidayat, R., & Andarini, S. (2020). Strategi Pemberdayaan Umkm Di Pedesaan Berbasis Kearifan Lokal Di Era Industri 4.0 Menuju Era Society 5.0. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 1(01), 93–109.
- Kahfi, A., Oktaviani, Y., Fadilah, N., & Mahmudi, I. (2024). Transformasi Pemberdayaan Ekonomi Perempuan: Strategi Pemberdayaan Kelompok Wanita Tani Berbasis Ekonomi Islam di Desa Sri Bandung, Banyuwangi. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah: AICONOMIA*, 3(2), 107–121. <https://doi.org/10.32939/acm.v3i2.4366>
- Maria, V., Situmeang, T., & Ardana, R. F. (2024). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kecamatan Serang, Kabupaten Serang. *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis dan Manajemen*, 2(2), 12–36.
- Nasila, R., & Napu, I. A. (2024). Strategi Baru dalam Mendukung Kewirausahaan Sosial untuk Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Marginal di Kabupaten Bone Bolango, Provinsi Gorontalo. *Journal of Education Research*, 5(4), 4853–4867. <https://doi.org/10.37985/jer.v5i4.1671>
- Nur, I., Bande, L. O. S., Saputra, R. A., Abdullah, W. G., Hamzah, M., Arimbawa, P., Silfi, S., Dilla, F., & Wibowo, B. A. (2024). Pendampingan UMKM dalam Pengembangan Produk Olahan Pertanian dan Perikanan untuk Meningkatkan Nilai Ekonomi di Desa Andoolo Utama, Sulawesi Tenggara. *Empowerment*, 7(02), 244–251. <https://doi.org/10.25134/empowerment.v7i02.10737>
- Otekinrin, O. A., Sawicka, B., Adeyonu, A. G., Otekinrin, O. A., & Rachoń, L. (2021). Cocoyam [*Colocasia esculenta* (L.) Schott]: Exploring the production, health and trade potentials in sub-Saharan Africa. *Sustainability (Switzerland)*, 13(8), 1–19. <https://doi.org/10.3390/su13084483>
- Pavliuk, S. (2023). The role of creative industries in local economic development. *Ukrainian Black Sea Region Agrarian Science*, 27(1), 74–84. <https://doi.org/10.56407/bs.agrarian/1.2023.74>
- Raihana, S., & Junaedi, P. (2024). Penguatan Ekonomi Kreatif Lokal melalui Pelatihan Kewirausahaan Digital. *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 33–41.
- Rizka, R. A., Nugroho, F. H., Mora, F., Tambunan, J., Hasondangan Marpaung, S., Syasita, N. N., Putri, A. R., Tangkilisan, C. V., Ramadanti, L. F., Malik, H. N., Syasita, N. N., & Putri, T. A. (2022). Potensi Peningkatan Nilai Tambah Produk Olahan Talas pada Masa Pandemi Covid-19 di Kelurahan Situgede Kota Bogor (Potential to Increase the Added Value of Taro Processed Products during the Covid-19 Pandemic in Situgede Village of Bogor City). *Jurna Pusat Inovasi Masyarakat*, 4(1), 116–127.
- Siregar, Robert Tua, Yendrianof, D., Mistriani, N., Butarbutar, M., Dewi, I. K., Purba, P. B., & Yuniarto, Andi Eka. (2016). *Industri Pariwisata dan Kuliner*. Yayasan Kita Menulis.