



"FROM ZERO to BISA" PEMBERDAYAAN IBU-IBU RUMAH TANGGA MELALUI INOVASI OLAHAN TALAS GANDOANG di CILEUNGSI, BOGOR

"From Zero To Bisa" Empowering Housewives Through Innovation Gandoang Taro Processing In Cileungsi, Bogor

Selfiana^{1*}, Dewi Listiorini¹, Herra Herryani², Audy Lea Safrani¹, Anggi Haryadi¹, Encik Daffa Rizki², Mayudi Sukandriyo²

¹Program Studi Manajemen Universitas Mitra Bangsa, ²Program Studi Perhotelan Universitas ASA Indonesia

Jalan Tanjung Barat No. 11, Pasar Minggu

*Alamat korespondensi: selfianas@gmail.com

(Tanggal Submission: 06 Agustus 2024, Tanggal Accepted : 20 September 2025)



Kata Kunci :

Talas Gandoang, Pemasaran Digital, Harga Pokok Penjualan.

Abstrak :

Gang Desa (dulunya Gang Coklat) adalah pemukiman di Desa Limus Nunggal, Cileungsi, dekat kawasan elite Kota Wisata Cibubur. Di balik kemegahan Kota Wisata, warga Gang Desa hidup dengan pendapatan rendah. Pendapatan kepala keluarga minim untuk mencukupi kebutuhan dasar keluarga, mendorong aktivitas bisnis yang mengarah kepada transaksi seksual. Malnutrisi di kalangan anak-anak, kecenderungan mengkonsumsi junk food, membuat mereka dalam kondisi terdesak untuk bisa memiliki ketrampilan bernilai ekonomis yang dapat dikelola bersama. PKM ini bertujuan untuk memberdayakan ibu-ibu rumah tangga mengolah makanan sehat dan olahan siap saji berbahan dasar talas gandoang dan dijadikan sebagai usaha kuliner untuk memperoleh pendapatan tambahan. 15 orang mitra binaan, dibagi menjadi dua Kelompok Usaha Bersama sejak Mei s.d. September 2025. Metode yang diterapkan: sosialisasi makanan sehat dan bergizi; pelatihan pengolahan talas gandoang, teori dasar pemasaran; praktik pembuatan konten kuliner, dan teori perhitungan harga pokok penjualan. Setelah dilakukan beberapa kali pelatihan dan pengulangan, mitra binaan menguasai materi. Dua KUB terbentuk. Mereka mendapatkan pembelajaran makanan sehat dan bergizi, pelatihan mengolah talas agar menjadi makanan keluarga lezat dan ekonomis, pengetahuan dasar pemasaran, membuat konten promosi dan perhitungan HPP. Pengetahuan tentang produk kuliner berbahan talas gandoang meningkat 90%, pemasaran dan perhitungan HPP meningkat sebesar 95%. Seluruh mitra binaan 100% sudah memahami,



menguasai ketrampilan tersebut. Namun untuk ketrampilan membuat konten promosi belum mengalami peningkatan signifikan, peningkatan sebesar 45% karena terkendala dengan kemampuan ekonomi mitra untuk memiliki handphone, membeli pulsa. Program ini berhasil memotivasi mitra binaan untuk membuat usaha kuliner berbahan dasar talas gandoang dengan dukungan dari mitra pelaksana.

Key word :

Taro Gandoang, Digital Marketing, Cost Of Goods Sold.

Abstract :

Gang Desa (formerly Gang Coklat) is a residential area in Limus Nunggal Village, Cileungsi, near the elite Kota Wisata Cibubur area. Despite the splendor of Kota Wisata, the residents of Gang Desa live on low incomes. The head of the family's income is insufficient to meet basic family needs, leading to business activities that involve sexual transactions. Malnutrition among children and a tendency to consume junk food make them desperate to develop valuable skills that can be managed collectively. This Community Service Program (PKM) aims to empower housewives to process healthy and ready-to-eat foods from taro gandoang and turn them into culinary businesses to generate additional income. Fifteen fostered partners were divided into two Joint Business Groups from May to September 2025. The methods used included socialization of healthy and nutritious food; training in taro gandoang processing, basic marketing theory; culinary content creation practice, and theory on calculating cost of goods sold. After several training sessions and repetitions, the fostered partners mastered the material. Two KUBs were formed. They received training in healthy and nutritious food, training in processing taro into delicious and economical family meals, basic marketing knowledge, promotional content creation, and calculating the cost of goods sold (COGS). Knowledge of culinary products made from gandoang taro increased by 90%, and marketing and COGS calculations by 95%. All partners have 100% mastered these skills. However, promotional content creation skills have not significantly improved, with a 45% increase due to constraints on partners' financial ability to own a mobile phone or purchase phone credit. This program successfully motivated partners to establish culinary businesses based on gandoang taro, with support from implementing partners.

Panduan sitasi / citation guidance (APPA 7th edition) :

Selfiana., Listiorini, D., Herryani, H., Safrani, A. L., Haryadi, A., Rizki, E. D., & Sukandriyo, M. (2025). "From Zero To Bisa" Pemberdayaan Ibu-Ibu Rumah Tangga Melalui Inovasi Olahan Talas Gandoang di Cileungsi, Bogor. *Jurnal Abdi Insani*, 12(9), 4573-4588. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v12i9.2853>

PENDAHULUAN

Gang Desa (dulunya Gang Coklat) adalah pemukiman di Desa Limus Nunggal, Cileungsi, dekat kawasan elite Kota Wisata Cibubur. Di balik kemegahan Kota Wisata, warga Gang Desa hidup dengan pendapatan rendah, dengan satu rumah dihuni lebih dari satu keluarga. Pendapatan kepala keluarga tidak mencukupi kebutuhan dasar keluarga. Ironisnya di daerah ini terdapat aktivitas bisnis yang mengarah kepada transaksi seksual. Jalan pintas "beresiko" dipilih untuk memperoleh pemasukan



cepat dan mudah. Meskipun ilegal, kegiatan tersebut sulit diberantas karena warga bergantung pada bisnis tersebut dan telah menjadi jalan pintas sumber penghasilan bagi sebagian masyarakat dalam memenuhi kebutuhan pokok yang mendesak (Litasari *et al.*, n.d.). Mayoritas merupakan ibu-ibu rumah tangga yang tidak bekerja, menghadapi keterbatas ekonomi yang bergantung pada penghasilan suami dan di saat bersamaan membutuhkan peluang usaha.

Malnutrisi menjadi ancaman bagi anak-anak akibat rendahnya daya beli masyarakat terhadap makanan bergizi. Mayoritas ibu rumah tangga cenderung memilih membeli makanan siap saji yang murah yang kandungan gizinya rendah. Mereka memilih untuk membeli lauk pauk di warung dengan alasan lebih hemat dan praktik. Kecenderungan membeli makanan di warung daripada mengolah sendiri makanan keluarga, membuat anak-anak mereka seringkali mengonsumsi *junk food*, yang berisiko menghambat perkembangan kecerdasan serta meningkatkan risiko kerusakan organ tubuh di usia muda (Fardillah & Lestari, 2024) (Tanjung *et al.*, 2022). Hal tersebut terjadi karena minimnya pengetahuan dan ketrampilan mereka mengolah makanan sehat sederhana dan terjangkau harganya.

Cileungsi dikenal memiliki produk pertanian berkearifan lokal bernilai komersial tinggi yaitu tanaman talas. Petani di desa Gandoang, Cileungsi, Kabupaten Bogor, memiliki banyak komoditas unggulan pertanian, salah satunya adalah talas gandoang yang tumbuh dengan baik setelah dibudi dayakan oleh petani setempat. Produk yang dihasilkan dari talas ini tidak seperti talas pada umumnya karena perlu ditanam dengan waktu penanaman minimal delapan bulan yang menghasilkan talas yang terkenal karena kelembutannya. Namun kenyataannya talas jarang di konsumsi dan dijadikan makanan keluarga karena masyarakat memiliki persepsi bahwa talas menyebabkan gatal ketika di konsumsi. Padahal jika di olah dengan baik, talas dapat menjadi produk yang lezat (Rintyaningtyas *et al.*, 2024). Selain itu talas mudah dibudidayakan, kandungan gizi sebanding dengan bahan pokok lainnya. Talas dapat dikonsumsi sebagai pengganti beras dan menguatkan ketahanan pangan keluarga (Azmi *et al.*, 2022). Produk yang dihasilkan dapat berupa talas mentah maupun produk matang berupa talas kukus, dodol talas, kripik talas dan stik talas (Firmansyah *et al.*, 2023). Varian lain dari olahan talas adalah klepon dan donat talas (T *et al.*, 2019).

Hidup yang terhimpit secara ekonomi membuat mereka dalam kondisi terdesak untuk bisa memiliki ketrampilan bernilai ekonomis yang dapat dikelola bersama. Selain itu, mereka juga harus memiliki pengetahuan dan ketrampilan mengelola kuliner lezat dan aman untuk keluarga mereka. Namun peluang usaha berbasis pangan lokal masih terbatas untuk dikembangkan dalam skala rumahan. Talas memiliki nilai tambah ketika produk di jual dalam bentuk mentah dan juga dijual dalam bentuk produk yang sudah diolah dan dikemas (Aprianto *et al.*, 2024).

Pengabdian Kepada Masyarakat di Gang Desa bertujuan untuk 1. Sosialisasi pentingnya makanan sehat keluarga dan nilai gizi talas; 2. Pemberdayaan ibu-ibu rumah tangga dalam pengolahan makanan keluarga yang sehat dan siap saji berbahan dasar talas gandoang; 3. Pelatihan ketrampilan mengolah makanan berbahan talas untuk membuka peluang usaha kuliner sebagai pendapatan tambahan rumah tangga. Fokus kegiatan ini adalah mengatasi keterbatasan ekonomi di kalangan ibu-ibu rumah tangga melalui peluang usaha memanfaatkan talas gandoang dan peningkatan pengetahuan dan ketrampilan pengolahan makanan siap saji yang sehat. Pemberdayaan ini penting karena memasak adalah ketrampilan dasar yang dimiliki oleh para ibu rumah tangga, sehingga mudah dipelajari dan diterapkan, bahan baku mudah ditemukan karena talas gandoang adalah hasil pertanian lokal di daerah Cileungsi, dan mencegah masyarakat mencari penghasilan yang melalui jalan pintas “beresiko.”

Agar mampu bersaing di dunia usaha, pelaku harus memiliki ide kreatif dan inovasi. Edukasi perlu dilakukan untuk menambah wawasan para pelaku UMKM tentang pentingnya komunikasi dan memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan dan memberikan kesadaran pentingnya pengembangan produk, apa yang harus dilakukan dan bagaimana cara melaksanakannya (Safarwati

Putri & Ratnaningsih, 2023) (Selfiana *et al.*, 2024). Sosialisasi dan edukasi pengenalan *green product* yang dilakukan kepada produsen keripik talas beneng, memberikan wawasan dan pemahaman terkait produk yang tidak membahayakan lingkungan. Produsen harus memastikan bahwa proses produksi dilakukan dengan baik dan bijak agar tidak menghasilkan limbah yang berdampak buruk pada lingkungan (Putri & Cahyani, 2024). Pemberdayaan masyarakat melalui diversifikasi olahan pangan berbasis talas di Desa Lalonona, meningkatkan pengetahuan mitra tentang tanaman talas, ketrampilan mengolah talas, pengemasan dan teknik pemasaran produk (Maretik *et al.*, 2024). Pendampingan proses pengolahan talas menjadi produk jadi yaitu kripik talas, di lanjutkan dengan membuat brand, desain kemasan dan memasarkan produk secara digital (Rizka *et al.*, 2022). Talas akan menjadi produk yang bervariasi, tahan lama dan bernilai ekonomi tinggi jika diolah dengan teknik pengolahan yang tepat. Produk ini dapat menjadi alternatif makanan keluarga untuk mengatasi gizi buruk pada anak-anak. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat di Kelurahan Sei Tiung, Banjarbaru, Kalimantan Selatan dilakukan dengan melakukan sosialisasi kandungan nilai gizi dan keamanan pangan; pelatihan pengolahan talas; simulasi teknik pengemasan dan labeling, pelatihan kewirausahaan, dan pendampingan pemasaran (Hasymi *et al.*, 2021). Berdasarkan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat terdahulu, ditemukan bahwa belum ada program yang secara khusus mengintegrasikan pengolahan kuliner berbahan talas gandoang dipadukan dengan teknik pemasaran digital, membuat konten kuliner dan perhitungan harga pokok penjualan.

Kegiatan pemberdayaan ibu-ibu rumah tangga memberikan dampak dan manfaat pada program bidang ekonomi dan program bidang peningkatan ketrampilan, dijelaskan pada gambar berikut:



Gambar 1: Dampak dan Manfaat Program Bidang Ekonomi



Gambar 1: Dampak dan Manfaat Program Bidang Peningkatan Ketrampilan

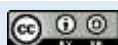
Gambar 1: Dampak dan Manfaat Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Program ini diharapkan dapat menghasilkan maksimal dua Kelompok Usaha Bersama (KUB) yang menguasai ketrampilan di bidang kuliner, teknik pemasaran, membuat konten kuliner dan menghitung Harga Pokok Penjualan.

METODE KEGIATAN

LOKASI dan WAKTU

Kegiatan PKM dilaksanakan di Gang Desa, Limus Nunggal Kecamatan Cileungsi Kabupaten Bogor, Jawa Barat, dilaksanakan sejak Mei s.d. September 2025 dengan jadwal pertemuan sebagai berikut:



Tabel 1. Jadwal Sosialisasi dan Pelatihan

Pertemuan	Metode Kegiatan	Ouput
1	Koordinasi dengan pihak mitra pelaksana	Tercapai kesepakatan teknis pelaksanaan program, penetapan jadwal, dan tempat di selenggarakannya kegiatan.
2	Sosialisasi edukasi tentang makanan sehat dan bergizi	Tercipta pemahaman mitra binaan tentang pentingnya gizi seimbang dan kesadaran untuk mengurangi konsumsi junk food dan menggantinya dengan olahan pangan lokal.
3	Pelatihan kuliner dan teori pemasaran: branding, logo, nama produk dan kemasan	Mitra binaan mampu membuat olahan talas sesuai resep inovasi. Tercipta identitas produk yang menarik dan siap di pasarkan.
4	Pelatihan kuliner: pengulangan resep dan teori teknik pemasaran digital: praktik pembuatan konten kuliner	Produk olahan talas lebih konsisten. Mitra binaan mampu membuat konten digital sederhana untuk promosi.
5	Pelatihan kuliner: pengulangan resep dan teori perhitungan Harga Pokok Penjualan (HPP)	Mitra memiliki kemampuan menghitung HPP dengan tepat.
6	Pengulangan: kuliner dan teori-teori pemasaran.	Mitra semakin terampil mengolah talas secara konsisten. Mitra memahami pentingnya pemasaran tradisional dan digital untuk memperluas pasar.

PESERTA

Peserta adalah ibu -ibu rumah tangga binaan organisasi filantropi Kitasemua.bisa yang bersedia mengikuti pelatihan dan berkomitmen untuk selalu hadir sesuai jadwal dan berjumlah 15 orang. Rata-rata rentang usia peserta berada di antara 35 s.d. 45 tahun dengan latar belakang pendidikan rata rata SLTP. Peserta di bagi menjadi dua KUB dan di bentuk empat kelompok kecil untuk memudahkan pembelajaran.

TAHAPAN

Tahap yang dilakukan adalah sebagai berikut: 1. Tahap pra pelaksanaan kegiatan; 2. Tahap pelaksanaan kegiatan; 3. Tahap paska pelaksanaan kegiatan.

Tahap pra pelaksanaan kegiatan. Pada tahap ini tim melakukan koordinasi dengan pihak mitra pelaksana yaitu lembaga filantropi Kitasemua.bisa untuk mempresentasikan rencana kegiatan yang akan dilakukan kepada mitra binaan di bawah pengawasan Kitasemua.bisa. Mitra binaan adalah ibu-ibu rumah tangga yang berjumlah 15 orang. Diskusi dilakukan untuk menggali dan merumuskan permasalahan masyarakat binaan serta mencari solusi aplikatif yang mudah dilakukan dan berdampak.

Tahap pelaksanaan kegiatan. Pada tahap ini, diawali dengan persiapan yang dilakukan tim. Tim pelaksanaan dilapangan terdiri dari tim manajemen dan tim kuliner. Tim manajemen bertanggungjawab mempersiapkan materi segala hal berkaitan dengan pemasaran, digital marketing, praktik membuat konten kuliner, menghitung Harga Pokok Penjualan. Tim kuliner bertanggung jawab



mempersiapkan teknologi yang akan digunakan, resep dan kandungan gizi. Semua itu dilakukan agar pada pelaksanaan praktik mengolah pangan berbahan talas dapat dengan mudah di pahami dan dipraktikan oleh mitra binaan serta mengurangi kendala yang akan diperkirakan akan terjadi. Metode pelaksanaan yang diterapkan terdiri dari sosialisasi yaitu edukasi tentang makanan sehat dan bergizi; pelatihan meliputi praktik pengolahan bahan baku talas gandoang menjadi produk makanan sehat siap saji yang bernilai ekonomi, teori pemasaran: branding, logo, nama produk dan kemasan; teori teknik pemasaran digital: praktik pembuatan konten kuliner, dan teori perhitungan harga pokok penjualan.

Tahap paska pelaksanaan kegiatan. Di tahap ini, tim akan melakukan komunikasi intensif dengan mitra pelaksana untuk melakukan monitoring dan evaluasi hasil pelatihan yang telah dilakukan.

MATERI dan PRAKTIK

Materi yang di sampaikan terdiri dari 3 kelompok besar yaitu 1). Pengetahuan produk kuliner sehat; 2). Pemasaran; 3). Membuat konten promosi digital; 4). Perhitungan Harga Pokok Penjualan dan dapat terlihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Uraian Materi Pembelajaran

No.	MATERI UTAMA	URAIAN
1	Produk kuliner sehat.	Sosialisasi kuliner sehat olahan rumah tangga berbahan hasil pertanian lokal yaitu talas.
2	Pemasaran.	Teori dasar branding, logo, nama produk dan kemasan.
3	Konten promosi digital.	Teori membuat konten yang di sukai penonton.
4	Perhitungan Harga Pokok Penjualan.	Teori dasar menghitung HPP produk talas mustofa, keripik talas dan keripik talas <i>chocolate glaze</i> dan kroket talas.

Mitra binaan, diajarkan praktik mengolah produk makanan berbahan dasar talas gandoang oleh tim kuliner dan praktik menghitung HPP didampingi oleh tim manajemen.

INSTRUMEN

Instrumen yang digunakan untuk mengukur keberhasilan program praktik mengolah talas gandoang terdiri dari 1. Cita rasa; 2. Tampilan; 3. Kemasan; 4. Kebersihan; 5. Kerapihan.

EVALUASI

Evaluasi keberhasilan kegiatan ini diukur dari hasil pre tes dan post test yang mengukur aspek-aspek pengetahuan dasar produk kuliner sehat, pengetahuan dasar pemasaran, pengetahuan dan ketrampilan dasar membuat konten promosi serta pengetahuan dasar perhitungan HPP.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Metode pelaksanaan yang diterapkan dalam kegiatan PKM terdiri dari sosialisasi yaitu edukasi tentang makanan sehat dan bergizi; pelatihan meliputi praktik pengolahan bahan baku talas gandoang menjadi produk makanan sehat siap saji yang bernilai ekonomi, teori pemasaran: branding, logo, nama produk dan kemasan; teori teknik pemasaran digital: praktik pembuatan konten kuliner, dan teori perhitungan harga pokok penjualan.



Sosialisasi

Sosialisasi adalah hal pertama yang dilakukan oleh tim PKM “From Zero to Bisa”. Pada sesi ini, mitra binaan di sosialisasikan pentingnya makanan sehat dan bergizi untuk keluarga. Sumber bahan baku makanan sehat yang mudah didapat adalah bahan-bahan yang berasal dari lingkungan sekitar, yaitu hasil pertanian lokal. Di daerah Cileungsi, banyak terdapat hasil pertanian seperti pisang, singkong, ubi dan talas. Talas gandoang adalah produk pertanian unggulan di Cileungsi, Kabupaten Bogor. Ibu-ibu rumah tangga sebagai mitra binaan akan diberdayakan untuk memiliki ketrampilan mengelola makanan berbahan dasar talas yaitu talas mustofa, keripik talas, keripik talas topping *chocolate glaze* dan kroket talas.

Berawal dari kegemaran mayoritas masyarakat menikmati suguhan kentang mustofa, olahan talas mustofa adalah inovasi resep dari kentang mustofa. Ciri khas dari menu kentang mustofa di terapkan pada pengolahan talas mustafa. Potongannya menyerupai korek api, tipis dan panjang, bumbu balado yang di olah agar memberikan cita rasa pedas manis. Olahan ini dinikmati sebagai teman pendamping nasi. Menu ini dapat di nikmati seluruh keluarga. Keripik talas adalah olahan talas yang potongannya menyerupai kentang mustofa, namun dengan cita rasa original. Keripik talas *topping chocolate glaze* adalah inovasi dari talas goreng dengan potongan lebar, memanjang dan tipis serta diberi topping coklat glaze. Makanan ini sangat cocok sebagai cemilan anak-anak. Renyahnya talas goreng, dinikmati dengan coklat yang di cocol sesuai selera, menjadi paduan yang sangat lezat. Kroket talas merupakan inovasi dari kroket yang terbuat dari kentang tumbuk halus, diisi daging cincang dan sayuran yang telah dibumbui, dibalur dengan kocokan telur dan tepung panir serta di goreng dalam minyak panas.

Pada sesi sosialisasi di jelaskan perkiraan kandungan gizi talas per 100 gram bahan yang terdapat pada olahan talas, sebagai berikut:

Tabel 3. Kandungan Gizi Talas

Kandungan Gizi (Satuan)	Jumlah per 100 gram bahan
Kalori (kal)	83,00
Protein (g)	1,60
Lemak (g)	0,17
Karbohidrat (g)	20,10
Kalsium (mg)	23,89
Fosfor (mg)	52,00
Fe (mg)	0,80
Pro Vitamin A (SI)	17,00
Vitamin B1 (mg)	0,11
Vitamin C (mg)	3,40
Air (g)	62,00

Sumber: (Sulaiman & Noviasari, 2023)



Kegiatan sesi sosialisasi dapat terlihat pada gambar berikut:



Gambar 2. Kegiatan Sosialisasi Makanan Keluarga Sehat dan Bergizi

Pelatihan

Pelatihan meliputi praktik pengolahan bahan baku talas gandoang menjadi produk makanan sehat siap saji yang bernilai ekonomi; teori pemasaran: branding, logo, nama produk dan kemasan; teori teknik pemasaran; praktik pembuatan konten kuliner, dan teori perhitungan harga pokok penjualan. Dua KUB dibagi menjadi empat kelompok kecil. Tujuan pembagian kelompok dilakukan agar tim dapat melakukan pendampingan melekat di setiap kelompok.

Praktik Pengolahan Bahan Baku Talas Gandoang

Pembelajaran dan praktik diawali dengan penjelasan tentang karakteristik talas dan hasil pertanian lokal lainnya yaitu pisang dan singkong. Tekstur talas berciri *starchy* yaitu saat dimasak menjadi lembut dan ringan, rasa agak netral, sedikit manis. Daging talas berwarna putih keabu-abuan, kadang disertai flek ungu yang halus dan menambah keunikan visual saat penampang di lihat.

Praktik memasak makanan talas mustofa, keripik talas, keripik talas *topping chocolate glaze* dan kroket talas diawali dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Bahan-bahan yang digunakan

1.1. Talas Mustofa dan Keripik Talas.

Bahan: talas – 500 gram (pilih yang tidak terlalu tua, kupas dan cuci bersih), air kapur sirih – 1 sendok makan (untuk merendam talas agar renyah), minyak goreng – secukupnya (untuk

menggoreng). Bumbu balado saus manis pedas: cabai merah keriting – 5 buah (bisa dikurangi atau ditambah sesuai selera), bawang merah – 5 siung, bawang putih – 3 siung, gula merah – 1 sendok makan (sisir halus), gula pasir – 1 sendok makan, garam – secukupnya, air asam jawa – 1 sendok makan, air – 100 ml, daun jeruk – 3 lembar (buang tulangnya) dan penyedap rasa – secukupnya (opsional).

1.2. Keripik Talas *Chocolate Glaze*.

Bahan: talas – 500 gram (kupas, cuci bersih), air kapur sirih – 1 sdm (untuk merendam agar renyah), garam – secukupnya, minyak goreng – secukupnya dan *chocolate glaze*.

1.3. Krokot Talas.

Bahan: talas – 500 gram (kupas, cuci bersih), bawang bombay - 1 buah, ayam - 250 gram, wortel - 2 buah, bawang putih – 5 siung, ketumbar bubuk – 5 gram, lada bubuk – 5 gram, tepung terigu protein rendah – 75 gram, tepung tapioka – 25 gram, garam – 3 gram, kaldu rasa ayam – 7,5 gram, gula pasir – 10 gram, telur – 5 buah, tepung roti – secukupnya, cabe rawit (pilihan) – secukupnya.

2. Proses memasak.

Proses mengolah bahan talas terlihat pada gambar di bawah ini:

1. Talas Mustofa



2. Keripik Talas



3. Keripik Talas *Chocolate Glaze*



4. Krokot Talas



Gambar 3. Tahap-Tahap Mengelola Talas

Hasil produk tampak pada gambar dibawah ini:

1. Talas Mustofa



2. Keripik Talas



3. Keripik Talas Choccolate Glaze



4. Krokot Talas



Gambar 4. Produk Olahan Talas

Kegiatan sesi pelatihan pengolahan bahan baku talas gandoang dapat terlihat pada gambar berikut:



Gambar 5. Sesi Pelatihan Kuliner

Evaluasi

Setelah dilakukan pelatihan mengolah talas gandoang, dari empat kelompok, hasil produk terbaik di produksi oleh kelompok 2. Hasil evaluasi ketercapaian program pelatihan pengolahan talas gandoang terlihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Data Ketercapaian Program Pelatihan Kuliner Berbahan Talas Gandoang

Kriteria Penilaian	Hasil (skor 1 – 10)			
	Kelompok 1	Kelompok 2	Kelompok 3	Kelompok 4
1. Cita rasa	6	10	8	6
2. Tampilan	7	10	9	7
3. Kemasan	10	10	10	10
4. Kebersihan	8	10	10	7
5. Kerapihan	8	10	10	8
Total	39	50	47	38

Sumber: data olahan hasil penilaian ketercapaian program (2025)

Teori Pemasaran

Pada sesi pelatihan, tim menyampaikan teori pemasaran produk: branding, logo, nama produk dan kemasan; teknik pemasaran digital: pembuatan konten kuliner; dan perhitungan harga pokok penjualan. Melalui pembelajaran branding, mitra menyadari pentingnya branding karena branding merupakan proses membangun dan memelihara citra, layanan dan identitas produk mereka agar menciptakan kesan positif di mata pelanggan. Logo berfungsi sebagai identitas suatu produk agar mudah diingat dan dikenali oleh calon pelanggan. Nama produk adalah identitas khusus dan unik yang melekat pada produk dan menjadi pembeda dengan produk lainnya. Kemasan adalah pembungkus yang melindungi produk, sebagai tempat menyimpan dan memperkenalkan suatu produk kepada konsumen. Pada sesi teknik pemasaran digital, mitra binaan langsung praktik membuat konten kuliner menggunakan media sosial yang dimiliki. Perhitungan harga pokok penjualan menjelaskan tentang seluruh biaya produksi di tambah biaya tambahan yaitu biaya pemasaran dan distribusi terkait dengan proses penjualan.

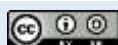
Evaluasi

Pada bagian ini evaluasi dilakukan untuk aspek pembuatan konten promosi digital. Kelompok 3 menjadi kelompok terbaik dengan unggah lebih dari satu dan kualitas unggahan baik. Namun mitra belum maksimal dalam membuat konten tersebut, masih terbatas pada konten kegiatan saja, belum pada konten promosi. Hasil ketercapaian program pelatihan membuat konten promosi digital terlihat pada tabel berikut:

Tabel 5. Data Ketercapaian Program Pelatihan Konten Kuliner

Kriteria Penilaian	Hasil			
	Kelompok 1	Kelompok 2	Kelompok 3	Kelompok 4
1. Jumlah unggahan	1	1	2	Tidak berhasil
2. Kualitas	baik	baik	baik	Tidak berhasil
3. Viewer	< 10	>10	>10	Tidak berhasil
4. Jenis media sosial	Facebook	Facebook	Facebook	Tidak berhasil

Ketercapaian membuat konten promosi digital, sangat bergantung pada *handphone* sebagai alat yang mendukung keberhasilan. Mengingat mitra binaan adalah ibu-ibu rumah tangga memiliki



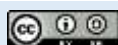
kendala ekonomi, maka memiliki *handphone* tidak menjadi prioritas mereka. Sehingga pada ketercapaian program kurang dari 100%.

Teori Perhitungan HPP

HPP menentukan seluruh biaya yang dikeluarkan untuk menjual suatu produk. Pada bagian ini, dilakukan simulasi perhitungan HPP dengan contoh sebagai berikut:

Tabel 6. Simulasi Perhitungan HPP Talas Mustofa

No	Nama Barang	Jml	Satuan	Harga (Rp)/Satuan	Jumlah yang Dipakai		
					Banyaknya	Satuan	Harga Total
BIAYA BAHAN PRODUKSI							50.900
1	Talas	1	Kg	32.500	0.5	Kg	16.500
2	Air kapur sirih	1	sdm	100	1.0	sdm	100
3	Minyak goreng	1	liter	15.000	1.0	liter	15.000
4	Cabe merah keriting	1	Kg	50.000	0.10	Kg	5.000
5	Bawang merah	1	Kg	15.000	0.20	Kg	3.000
6	Bawang putih	1	Kg	57.000	0.10	Kg	5.700
7	Gula merah	1	Kg	23.000	0.10	Kg	2.300
8	Gula pasir	1	Kg	17.500	0.05	Kg	875
9	Garam	0,2	Kg	2.500	0.05	Kg	625
10	Air asam Jawa	0,5	Kg	15.000	0.05	Kg	1.500
11	Air	100	ml	-	100	ml	-
12	Daun jeruk	3	lbr	500	3	lbr	500
13	Penyedap rasa	1	sachet	500	0.10	sachet	50
BIAYA GAS							2.200
1	Gas LPG (3kg)/daya pakai 50 jam	50	Jam	22.000	5	jam	2.200
BIAYA LABEL DAN KEMASAN							260
1	Stiker	1	lbr	100	1	lbr	100
2	Plastik	50	Bungkus (isi 50 lbr)	8.000	1	lbr	160
BIAYA TRANSPORT (BELANJA BAHAN BAKU)							12.000
1	Pertalite	1	Ltr	10.000	1	ltr	10.000
2	Parkir	1	kunjungan	2.000	1	kunjungan	2.000
BIAYA UPAH							12.500
1	Gaji karyawan	1	hari	25.000	0.5	hari	12.500
TOTAL HPP 500 gram							77.860
HPP 1 bungkus @ 100 gram							15.572
KEUNTUNGAN							4.672
Untung 30% dari HPP							4.672
HARGA JUAL @ 100 gram (HPP + untung 30%)							20.244



Evaluasi

Pada bagian perhitungan HPP, mitra binaan mendapatkan peningkatan pengetahuan tentang pengetahuan dasar menghitung HPP. Penguasaan menghitung HPP akan bermanfaat bagi mitra binaan. Mereka akan terhindar kerugian akibat kesalahan dalam perhitungan.

Kegiatan sesi pelatihan dapat terlihat pada gambar berikut:



Gambar 6. Sesi Pelatihan Pemasaran

Secara umum, kegiatan berjalan sesuai rencana. Mitra binaan sangat antusias mengikuti sosialisasi dan pelatihan sesuai jadwal yang di rencanakan. Mereka datang ke lokasi pelatihan tepat waktu sesuai jadwal. Setelah dilaksanakan pelatihan, 15 peserta binaan menunjukkan peningkatan pemahaman 90% pengetahuan produk kuliner sehat, 95% pengetahuan dasar pemasaran dan perhitungan HPP. Namun untuk ketrampilan membuat konten kuliner peningkatan hanya 45%. Hal tersebut di sebabkan karena mayoritas mitra binaan tidak memiliki *handphone*, sehingga praktik membuat konten dilakukan secara berkelompok. Peningkatan tersebut ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 7. Hasil Pre Test dan Post Test

No.	Keterangan	Hasil Pre Test	Hasil Post Tes
1	Pengetahuan dasar produk kuliner sehat.	10%	100%
2	Pengetahuan dasar pemasaran.	5%	100%
3	Pengetahuan dan ketrampilan dasar membuat konten promosi.	5%	50%
4	Pengetahuan dasar perhitungan HPP.	5%	100%

Sumber: data hasil olahan kuesioner pret test dan post test (2025)

Kendala

Berdasarkan hasil evaluasi tim PKM, ditemukan kendala sebagai berikut: mayoritas mitra binaan yang tidak memiliki *handphone* dan media sosial, adanya keraguan apakah mereka akan berhasil membuat makanan yang berasal dari talas, adanya rasa khawatir dan bingung ketika menakar bahan sesuai resep. Namun kendala-kendala tersebut dapat teratasi dengan cara sebagai berikut:

Tabel 8. Kendala dan Solusi

No.	Kendala	Solusi Mengatasi Kendala
1	Tidak semua mitra binaan tidak memiliki <i>handphone</i> dan media sosial.	Satu KUB hanya perlu satu <i>handphone</i> dan media sosial untuk penugasan membuat konten kuliner. Setiap anggota wajib bekerjasama untuk bisa memproduksi sebuah konten kuliner.
2	Adanya keraguan apakah mereka akan berhasil membuat makanan yang berasal dari talas.	Dilakukan pendampingan intensif. Tim menurunkan beberapa orang sebagai HR lapangan yang bertugas untuk mengawasi dan memastikan setiap tahap produksi sudah dilakukan sesuai prosedur. Di tahap ini, tim dosen dan mahasiswa serta HR lapangan secara serius menangani kendala di lapangan.
3	Adanya rasa khawatir dan bingung ketika menakar bahan sesuai resep.	

Program pemberdayaan ibu-ibu rumah tangga dalam mengolah talas gandoang memberikan dampak secara sosial yaitu mitra binaan memiliki kepercayaan diri bahwa mereka mampu berkontribusi terhadap ekonomi keluarga. Selama ini sebagian warga masih bergantung pada sumber penghasilan beresiko, melalui pelatihan inovasi olahan talas, mitra mendapatkan pilihan usaha baru yang halal, sehat dan mendukung perekonomian keluarga yang berkelanjutan. Ketergantungan masyarakat pada pekerjaan beresiko dapat berkurang secara bertahap.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat “From Zero to Bisa” mendukung kegiatan pengabdian dan pemberdayaan yang dilakukan oleh (Putri & Cahyani, 2024), (Maretik *et al.*, 2024), (Firmansyah *et al.*, 2023), (Rizka *et al.*, 2022), (Hasymi *et al.*, 2021). Pengolahan talas yang merupakan hasil pertanian lokal Cileungsi berkontribusi terhadap pengurangan resiko polusi yang berasal dari kendaraan pengangkut. Hal ini sesuai dengan konsep *green product* yaitu produk yang dihasilkan tidak mengakibatkan kerusakan sumber alam dan lingkungan. Talas kaya akan protein, karbohidrat dan vitamin jika dikelola dengan tepat akan dapat berdampak pada peningkatan perekonomian masyarakat.



KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan “From Zero to Bisa” pemberdayaan Ibu-Ibu rumah tangga di Gang Desa, Limus Nunggal Kecamatan Cileungsi kabupaten Bogor telah terlaksana sesuai rencana. Dua KUB terbentuk dan telah di bagi menjadi empat kelompok. Mitra binaan telah mendapatkan pembelajaran tentang makanan sehat dan bergizi melalui sesi sosialisasi. Melalui pelatihan yang diselenggarakan, mereka telah trampil mengelola bahan dasar talas menjadi makanan yang lezat dan bernilai ekonomis. Selain itu mereka mendapatkan pengetahuan tentang pemasaran dan menghitung HPP.

100% peserta memiliki pemahaman dan pengetahuan dasar tentang produk kuliner, pemasaran dan pengetahuan dasar perhitungan HPP. Namun untuk ketrampilan membuat konten promosi tidak mengalami peningkatan signifikan. Hanya 50% peserta memiliki ketrampilan membuat konten. Hal ini terjadi karena terkendala dengan handphone tidak dimiliki oleh mitra binaan. Hal ini terkait dengan kemampuan daya beli mereka yang rendah untuk membeli *handphone* dan pulsa.

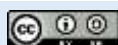
Agar memberdayakan ibu-ibu rumah tangga mengolah makanan sehat dan olahan siap saji berbahan dasar talas gandoang dapat menjadi usaha kuliner untuk memperoleh pendapatan tambahan benar benar terwujud dan berkesinambungan, maka di sarankan keterlibatan mitra pelaksana untuk membuka peluang dan menggandeng pihak pihak yang kompeten untuk bekerjasama memasarkan produk mitra binaan di Kota Wisata. Tahap selanjutnya perlu diselenggarakan pelatihan legalitas usaha agar kualitas produk terjamin dan terjaga.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Riset dan Pengembangan, Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains dan Teknologi Republik Indonesia, tahun pendanaan 2025; LPPM Universitas Mitra Bangsa dan Universitas ASA Indonesia, para dosen dan mahasiswa yang telah mendukung kegiatan ini, mitra pelaksana kitasemua.bisa beserta dengan mitra binaannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprianto, A., Hermawan, A. E., & Samuel, H. S. (2024). Peningkatan Nilai Tambah Produk Olahan Keripik Talas Di Kelurahan Klasaman Kota Sorong. *Journal Agribusiness Sciences*, 8(1), 53–62. <https://doi.org/10.30596/jasc.v8i1.19106>
- Azmi, F. U., Permana, G. A., Heryanita, R., N, C. S. S., M, S. D. B., Ulla, S. N., & Rahmaningsih, Y. D. (2022). Diversifikasi talas sebagai solusi mengatasi krisis pangan Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional BSKJI “Post Pandemic Economy Recovery”*, 1(1), 38–48.
- Fardlillah, Q., & Lestari, Y. E. (2024). Dampak pemberian makanan junk food pada usia dini. *Al-Athfal: Jurnal Pendidikan Anak*, 5(2), 241–250. <https://doi.org/10.46773/alathfal.v5i2>
- Firmansyah, H., Asrima, N., Siahaan, Y. S., Saputra, D. A., & Arif, M. (2023). Pemanfaatan dan pengolahan umbi talas menjadi olahan kripik dalam upaya mengembangkan ekonomi masyarakat di Desa Sorkam Kiri, Kabupaten Tapanuli Tengah. *Muhammad Arif Journal of Human and Education*, 3(2), 231–240. <https://jahe.or.id/index.php/jahe/article/view/207>
- Hasymi, L. F., Rusida, E. R., Hastuti, E., Setia, L., Torizellia, C., & Prihandini, Y. A. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pemanfaatan Sumber Daya Pangan Lokal Tanaman Talas Untuk Meningkatkan Kesehatan Masyarakat Dan Sebagai Tambahan Variasi Makanan Di Rumah Sakit. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(3), 531–538. <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v2i3.776>
- Litasari, U. C. N. L., Ahmad, D. N. A., & Umar, A. P. A. (n.d.). *Laporan Hasil Riset Kota wisata*. Retrieved March 23, 2025, from <https://imune.id/laporan-hasil-riset-fenomena-fragmentasi-spasial-dibalik-beautifikasi-di-kota-wisata-cibubur/>



- Maretik, Handayani, F., Mehora, S., Syahraeni, Akila, N., Kaliu, S., & Erfina. (2024). Pemberdayaan Masyarakat Desa Lalonona Melalui Diversifikasi Olahan Pangan Berbasis Talas (*Colocasia esculenta*). *Jurnal Pengabdian*, 7(2), 145–152. <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/JPLP2KM/article/view/85731>
- Putri, N. A., & Cahyani, F. A. (2024). Sosialisasi dan Edukasi Pengenalan Green Product Berbasis Talas Beneng sebagai Upaya Mewujudkan Sustainable Development Goals. *Probono and Community Service Journal*, 3(2), 28–40. <https://doi.org/10.51825/pcsj.v3i2.29168>
- Rintyaningtyas, P. P. K., Zhafirah, A. M., Ramadhan, M. F., Halizsyah, S. A., Hukmia, S. A., Utami, R. A., & Khastini, R. O. (2024). Persepsi Masyarakat Banten terhadap Diversifikasi Olahan Talas Beneng. *Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi Dan Seni Bagi Masyarakat*, 13(2), 153–149. <https://doi.org/10.20961/semar.v13i2.87669>
- Rizka, R. A., Nugroho, F. H., Tambunan, F. M. J., Marpaung, S. H., Syasita, N. N., Putri, A. R., Tangkilisan, C. V., Ramadianti, 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. *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat*, 4(1), 116–127.
- Safarwati Putri, M., & Ratnaningsih, R. (2023). Penguatan Pemahaman Komunikasi pada Personal Selling UMKM Emping Melinjo Desa Wisata Cikolelet. *Communnity Development Journal*, 4(6), 13625–13631.
- Selfiana, Sumiyati, Putri, M. S., & Ratnaningsih, R. (2024). Edukasi Menumbuhkan Ide Kreatif Pengembangan Produk UMKM Masyarakat Desa Cikolelet Kabupaten Serang. *Jurnal Pengabdian Kolaborasidan Inovasi IPTEKS*, 2(2), 353–360. <https://doi.org/10.59407/jpki2>
- Sulaiman, I., & Noviasari, S. (2023). *Teknologi Pengolahan Talas dan Aplikasinya* (E. Jumiati, Ed.; 1st ed.). Syiah Kuala University Press.
- T, M. A., S, G. A., Khoirun, T. N., Ishlakhul, H. U., Mega W, Z. F., Nisa, K., Nafi, R., & Ramdani, T. (2019). Pemanfaatan dan Pengolahan Talas Menjadi Olahan Makanan di Dusun Sengonkerep. *Prosiding Konferensi Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 25–27.
- Tanjung, N. U., Amira, A. P., Muthmainah, N., & Rahma, S. (2022). Junk food dan kaitannya dengan kejadian gizi lebih pada remaja. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat*, 14(3), 215–223. <https://jikm.upnvj.ac.id/index.php/home/article/view/343>

