

**PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF MELALUI PEMANFAATAN TALAS  
MENJADI PRODUK KOMODITAS LOKAL**  
*Creative Economy Development Through The Utilization Of Taro Into A Local Commodity Product  
In Sebidai Village, Tana Tidung District*

**Anang Sulisty<sup>1</sup>, Etty Wahyuni<sup>2</sup>, Dwi Santoso<sup>3\*</sup>, Nurman Hidayat<sup>4</sup>**

<sup>1,2</sup>Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Borneo Tarakan, Jalan amal lama no.1 Kota Tarakan

<sup>3</sup>Jurusan Agroteknologi, Fakultas Pertanian, Universitas Borneo Tarakan, Jalan amal lama no.1 Kota Tarakan

<sup>4</sup>Jurusan Keperawatan, Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Borneo Tarakan, Jalan amal lama no.1 Kota Tarakan

\*e-mail korespondensi: [dwisantoso@borneo.ac.id](mailto:dwisantoso@borneo.ac.id)

### **ABSTRAK**

*Peran strategis ekonomi kreatif dalam mengembangkan potensi lokal dan menciptakan peluang usaha bagi masyarakat pedesaan di era globalisasi. Fokus penelitian berada di Desa Sebidai, Kabupaten Tana Tidung, 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. Hasilnya menunjukkan potensi besar talas sebagai bahan baku produk kreatif seperti keripik, tepung, dodol talas, dan kerajinan tangan anyaman talas. Strategi promosi yang efektif meningkatkan permintaan produk talas di pasar lokal dan regional, serta berdampak positif pada kualitas hidup masyarakat dan ekonomi desa. Kolaborasi antara universitas, pemerintah daerah, dan masyarakat penting dalam menggerakkan sektor ekonomi kreatif. Diharapkan pengembangan ekonomi kreatif berbasis talas akan memberikan manfaat jangka panjang bagi kesejahteraan dan kemajuan masyarakat setempat.*

*Kata kunci: Talas, Desa Sebidai, Ekonomi Kreatif*

### **ABSTRACT**

*The strategic role of the creative economy in developing local potential and creating business opportunities for rural communities in the era of globalization. The focus of the research is in Sebidai Village, Tana Tidung Regency, which is rich in natural resources, including the taro plant which has high nutritional value and creative potential. Community service is carried out through training and mentoring in the practice of making taro-based food products. The results show the great potential of taro as a raw material for creative products such as chips, flour, taro dodol, and taro woven handicrafts. An effective promotion strategy increases the demand for taro products in local and regional markets, and has a positive impact on the quality of life of the community and the village economy. Collaboration between universities, local governments and the community is important in driving the creative economy sector. It is hoped that the development of a taro-based creative economy will provide long-term benefits for the welfare and progress of the local community.*

*Keywords: Taro, Sebidai Village, Creative Economy*

## **(1) PENDAHULUAN**

Ekonomi kreatif menjadi salah satu sektor yang memiliki peran strategis dalam mengangkat potensi lokal dan menciptakan peluang usaha bagi masyarakat pedesaan (Supriyanto & Hana, 2020). Desa Sebidai, yang berada di Kabupaten Tana Tidung, merupakan wilayah yang kaya akan sumber daya alam, termasuk potensi besar dari tanaman talas. Talas sebagai tanaman umbi-umbian yang kaya akan nutrisi, menawarkan peluang besar untuk dikembangkan menjadi produk komoditas lokal yang bernilai ekonomi tinggi dan juga salah satu sumber daya lokal yang bernilai tinggi dan berpotensi untuk dikembangkan menjadi komoditas ekonomi kreatif. Keberlimpahan nutrisi seperti karbohidrat, serat, dan vitamin dalam talas menjadikannya sebagai bahan pangan yang bernilai gizi tinggi dan memiliki manfaat kesehatan (Wulanningtyas et al., 2019). Selain itu, talas juga memiliki daya kreatif yang tinggi dalam berbagai bidang, termasuk kuliner, seni kerajinan, serta produk-produk inovatif (Suhaemi & Jefri, 2019). Potensi yang beragam ini membuka peluang luas untuk mengembangkan produk-produk lokal berbasis talas yang dapat meningkatkan daya saing daerah, menggaet pasar lebih luas, serta membuka lapangan kerja bagi masyarakat desa. Pengembangan ekonomi kreatif berbasis talas memiliki arti yang mendalam bagi Desa Sebidai. Selain meningkatkan pendapatan masyarakat, kegiatan ini juga memberikan nilai tambah bagi budaya lokal dan tradisi yang melekat pada talas. Keberadaan ekonomi kreatif yang berakar pada identitas lokal dapat meningkatkan kebanggaan dan kesadaran masyarakat akan keunikan dan kekayaan warisan budaya local (Purnomo, 2016). Pengabdian kepada

masyarakat dalam pengembangan ekonomi kreatif talas di Desa Sebidai berperan sebagai agen perubahan sosial yang dapat memberdayakan masyarakat secara ekonomi dan kultural. kegiatan ini bertujuan untuk mengembangkan ekonomi kreatif berbasis talas di Desa Sebidai melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat pembuatan produk pangan berbahan dasar talas yang melibatkan kerjasama antara universitas, pemerintah daerah, dan masyarakat setempat.

## **(2) METODE**

Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 14 Juli 2023 di kanto desa Sebidai Kabupaten Tana Tidung, Kalimantan Utara. Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan masyarakat Desa Sebidai dalam mengenali potensi talas sebagai bahan baku produk kreatif. Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan untuk mendukung pemanfaatan talas sebagai produk komoditas lokal yang dapat meningkatkan pendapatan dan kemandirian ekonomi masyarakat. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini yaitu pendampingan praktik pembuatan produk pangan yang berbahan dasar talas. Kegiatan ini secara keseluruhan dilaksanakan secara teknis oleh mahasiswa KKN dengan didampingi oleh dosen pendamping sebagai tim pengabdian

## **(3) HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil**

Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat menunjukkan bahwa talas memiliki potensi yang besar sebagai bahan baku produk kreatif di Desa Sebidai. Melalui pelatihan dan pendampingan yang intensif, masyarakat berhasil mengolah

talas menjadi berbagai produk bernilai ekonomi tinggi, seperti makanan olahan seperti keripik talas, tepung talas, dan dodol talas. Selain itu, mereka juga menciptakan kerajinan tangan yang unik, seperti anyaman talas untuk tas dan produk inovatif lainnya. Dalam proses pengolahan ini, masyarakat diberdayakan dengan keterampilan baru dan pengetahuan tentang pemasaran, sehingga mereka dapat meraih

peluang-peluang baru dalam dunia bisnis. Kegiatan ini terdiri dari dua tahapan yaitu pemaparan tentang manfaat talas sekaligus strategi pemasarannya kemudian dilanjutkan dengan tahapan praktik langsung pembuatan produk turunan talas yaitu kue talas dan keripik talas yang langsung dipraktikkan oleh mahasiswa KKN



Gambar 1. Pemaparan strategi pemasaran buah talas dan produk turunannya oleh tim pengabdian

Pemaparan dimulai dengan melakukan analisis pasar untuk mengidentifikasi target pasar dan studi pesaing. Selanjutnya, mereka akan melakukan penelitian mendalam tentang produk, menggambarkan karakteristiknya, dan menyoroti keunggulan kompetitifnya. Setelah itu, menetapkan

tujuan pemasaran yang spesifik dan merencanakan strategi pemasaran, termasuk taktik promosi dan saluran distribusi. Selanjutnya masyarakat diajari untuk menghitung anggaran pemasaran untuk memastikan pelaksanaan yang lancar



Gambar 2. Pembuatan Produk Pangan Dari Buah Talas oleh mahasiswa KKN

Pembuatan kue dari buah talas merupakan proses kreatif dan menggugah selera yang menghasilkan hidangan lezat dan unik. Pertama, buah talas segar dipilih dengan cermat dan dikupas kulitnya untuk mengungkap daging yang manis dan lembut di dalamnya. Kemudian, daging talas

diparut atau dihancurkan menjadi adonan yang halus, yang akan menjadi dasar kue. Bahan-bahan lain seperti telur, tepung, gula, dan bumbu-bumbu pilihan juga ditambahkan untuk menciptakan tekstur dan rasa yang sempurna. Setelah adonan terbentuk, proses selanjutnya adalah

memanggang di dalam oven ataupun dikukus hingga kue matang dengan warna keemasan atau matang yang menarik. Kue talas bisa berbentuk tart, muffin, atau bahkan roti manis, tergantung pada kreasi masyarakat

### **Pembahasan**

Promosi produk talas yang intensif membawa dampak positif bagi pasar. Strategi pemasaran yang efektif dan branding yang kuat membantu meningkatkan popularitas produk talas, sehingga permintaan pasar pun meningkat secara signifikan (Ngurah et al. 2019). Tidak hanya berdampak pada aspek ekonomi, kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang langsung secara teknis dilaksanakan juga diharapkan berpengaruh pada kualitas hidup masyarakat secara menyeluruh (Sirait et al., 2019). Dengan adanya peningkatan pendapatan dan peluang usaha baru, masyarakat Desa Sebidai mengalami perbaikan pada akses terhadap pendidikan, kesehatan, dan infrastruktur. Selain itu, semangat berwirausaha juga semakin meningkat di kalangan masyarakat, sehingga iklim ekonomi di desa ini menjadi lebih dinamis dan berpotensi untuk pertumbuhan jangka panjang (Syahbudi & Ma, 2021). Kegiatan pengabdian masyarakat ini juga memperkuat kolaborasi antara pihak universitas, pemerintah daerah, dan masyarakat (Mukhlis, 2018). Dengan sinergi yang baik, semua pihak dapat saling melengkapi dan mendukung satu sama lain dalam upaya memajukan sektor ekonomi kreatif di Desa Sebidai. Dukungan dari pemerintah daerah dalam bentuk kebijakan yang mendukung serta akses terhadap bantuan dan fasilitas juga sangat berarti bagi perkembangan sektor ekonomi kreatif ini (Purnomo, 2016). Melalui kolaborasi

yang berkelanjutan, diharapkan kegiatan pengabdian ini akan berlanjut dan bahkan dapat menjadi contoh bagi desa-desa lain dalam mengoptimalkan potensi lokal mereka untuk kemajuan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Promosi produk talas dilakukan melalui berbagai platform, seperti pameran, pasar lokal, dan media sosial, guna meningkatkan visibilitas produk dan memperluas pasar potensial (Wulanningtyas et al., 2019).

Promosi intensif produk talas dari Desa Sebidai tidak hanya memberikan dampak positif bagi pasar, tetapi juga berkontribusi secara signifikan pada perekonomian desa dan kualitas hidup masyarakat secara menyeluruh. Strategi pemasaran yang efektif dan branding yang kuat berhasil meningkatkan popularitas produk talas hingga menembus pasar lokal dan regional (Sutrisno et al., 2020). Peningkatan pendapatan dari usaha produk talas harusnya membawa manfaat jangka panjang bagi masyarakat. Akses terhadap pendidikan, kesehatan, dan infrastruktur mengalami perbaikan karena masyarakat kini memiliki lebih banyak sumber daya untuk memenuhi kebutuhan hidup (Sabarisman, 2017). Dukungan dari tim pengabdian masyarakat, universitas, dan pemerintah daerah memperkuat kolaborasi di tingkat lokal (Murdiyanto & Santoso, 2021). Ngurah et al. (2019) menjelaskan bahwa sinergi yang baik antara berbagai pihak membantu memajukan sektor ekonomi kreatif di tingkat desa, masyarakat semakin termotivasi untuk berwirausaha, menciptakan iklim ekonomi yang dinamis dan berpotensi untuk pertumbuhan berkelanjutan. Keberhasilan kegiatan pengabdian ini juga diharapkan memberikan inspirasi bagi desa-desa lain untuk mengoptimalkan potensi lokal

mereka. Dengan adanya dukungan dari pemerintah daerah berupa kebijakan dan fasilitas yang mendukung, desa-desa lain diharapkan dapat mengikuti jejak Desa Sebidai dalam mengembangkan sektor ekonomi kreatif mereka. Melalui kolaborasi yang berkelanjutan dan berbasis pada kearifan lokal, diharapkan bahwa kegiatan pengabdian kepada masyarakat akan terus berlanjut dan semakin banyak masyarakat yang dapat menikmati manfaat dari kemajuan ekonomi dan kesejahteraan yang berkelanjutan (Mukhlis, 2018).

#### **(4) PENUTUP**

##### **Kesimpulan**

Pengembangan ekonomi kreatif melalui pemanfaatan talas sebagai produk komoditas lokal di Desa Sebidai, Kabupaten Tana Tidung, telah memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mendukung kemandirian ekonomi desa. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui berbagai upaya sosialisasi, pelatihan, pendampingan, dan promosi produk talas diharapkan menggerakkan roda perekonomian lokal dan membuka peluang usaha baru bagi masyarakat.

#### **(5) UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar besarnya kepada LPPM dan Fakultas Pertanian atas dukungan moril dan material sehingga kegiatan yang di inisiasi oleh pemerintah desa Sebawang dan dimotori oleh mahasiswa KKN kegiatan PKM ini terlaksana dengan baik

#### **(6) DAFTAR RUJUKAN**

- I Gusti Ngurah, S., I Komang, S., Kadek, S., I Ketut, S., DA, T. R., I Komang, A. W., & Nyoman, L. S. (2019). *Buku: EKONOMI KREATIF KABUPATEN GIANJAR*. Institut Seni Indonesia Denpasar bekerja sama dengan Dinas Perindustrian dan ....
- Mukhlis, B. M. (2018). Kolaborasi antara universitas, industri dan pemerintah dalam meningkatkan inovasi dan kesejahteraan masyarakat: Konsep, implementasi dan tantangan. *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan (JABT)*, 1(1), 5.
- Murdianto, D., & Santoso, D. (2021). Sosialisasi Persiapan Pembelajaran di Masa New Normal bagi Guru SMK di Kota Tarakan. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 2(1), 53–62.
- Purnomo, R. A. (2016). *Ekonomi kreatif pilar pembangunan Indonesia*. Ziyad Visi Media.
- Sabarisman, M. (2017). Identifikasi dan pemberdayaan masyarakat miskin pesisir. *Sosio Informa*, 3(3).
- Sirait, S., Santoso, D., & Egra, S. (2019). Teknologi irigasi otomatis bertenaga surya di kelompok tani cahaya tani kecamatan tarakan utara kota tarakan. *J-PEN Borneo: Jurnal Ilmu Pertanian*, 2(2).
- Suhaemi, Z., & Jefri, P. N. (2019). Kadar Kolesterol dan Kualitas Produk Telur Itik Lokal Yang Menggunakan Tangkai dan Daun Talas Liar dalam Ransum. *Journal of Livestock and Animal Health*, 2(1), 1–4.
- Supriyanto, A., & Hana, K. F. (2020). Strategi Pengembangan Desa Digital Untuk Meningkatkan Produktivitas UMKM. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8(2), 199–216.
- Sutrisno, A., Wahyuni, E., Jumiati, E.,

Adiasti, N., Jafar, R., Savitri, D. I., & Assegaf, S. U. (2020). *Pengantar Sosial Ekonomi dan Budaya Kawasan Perbatasan*. Intelligensia Media (Kelompok Penerbit Intrans Publishing).

Syahbudi, M., & Ma, S. E. I. (2021). *Ekonomi Kreatif Indonesia: Strategi Daya Saing UMKM Industri Kreatif Menuju Go Global (Sebuah Riset Dengan Model Pentahelix)*. Merdeka Kreasi Group.

Wulanningtyas, H. S., Sabda, M., Ondikeleuw, M., & Baliadi, Y. (2019). Keragaman morfologi talas (*Colocasia esculenta*) lokal Papua. *Buletin Plasma Nutfah*, 25(2), 23–30.