DOI: https://doi.org/10.30647/jpp.v30647/jpp.v7i1.1852

Usaha “Ngentang” sebagai Inovasi Makanan Kekinian Berbasis Kentang

Wijayanti Dewi Prabandari, Anis Darsiah, Yuriko

Institut Pariwisata Trisakti

*wijayanti@iptrisakti.ac.id

Informasi Artikel
Dikirim : 02 Desember 2024
Diterima : 20 Mei 2025
Dipublikasi: 12 Juni 2025

Keywords:
entrepreneurship, culinary innovation, digital marketing

Abstract
This Community Service activity was motivated by the low level of involvement of students and youth in high-value local culinary-based entrepreneurial activities. The main objective of this program is to empower the community, particularly students and youth around the Trisakti Institute of Tourism, through skills training and entrepreneurship education so that they can independently improve their income and quality of life. The implementation method consisted of three main stages: planning, socialization, and execution. The training covered materials on entrepreneurial concepts, innovation in potato-based food products, digital marketing strategies, and basic financial management for micro businesses. The results of the activity showed a significant increase in participants' knowledge and skills, as reflected in the pre-test and post-test outcomes, as well as the successful production and marketing of the culinary product "Ngentang". During the three-month trial period, 116 product units were sold with a total revenue of IDR 2,088,000. This program effectively fostered entrepreneurial spirit, enhanced practical skills, and encouraged participants to continue developing sustainable business ventures.

Kata Kunci:
kewirausahaan, inovasi kuliner, pemasaran digital

Abstrak
Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilatarbelakangi oleh rendahnya keterlibatan mahasiswa dan pemuda dalam aktivitas kewirausahaan yang berbasis kuliner lokal bernilai jual tinggi. Tujuan utama dari kegiatan ini adalah memberdayakan masyarakat, khususnya mahasiswa dan pemuda di sekitar Institut Pariwisata Trisakti, melalui pelatihan keterampilan dan penyuluhan kewirausahaan agar mereka mampu meningkatkan pendapatan dan kualitas hidup secara mandiri. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi tiga tahap utama, yaitu perencanaan, sosialisasi, dan eksekusi. Pelatihan mencakup materi tentang konsep kewirausahaan, inovasi produk makanan berbasis kentang, strategi pemasaran digital, serta manajemen keuangan usaha mikro. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pengetahuan dan keterampilan peserta, yang tercermin dari hasil pre-test dan post-test, serta keberhasilan memproduksi dan memasarkan produk kuliner “Ngentang”. Penjualan produk mencapai 116 unit dalam tiga bulan masa uji coba dengan total pendapatan Rp 2.088.000. Kegiatan ini terbukti mampu menumbuhkan semangat kewirausahaan, meningkatkan keterampilan praktis, serta mendorong peserta untuk mengembangkan usaha secara berkelanjutan.

.

PENDAHULUAN

Usaha kuliner merupakan sektor strategis dalam pengembangan ekonomi kreatif, khususnya di kalangan mahasiswa dan generasi muda yang tidak hanya menjadi kebutuhan pokok, tetapi juga menjadi media ekspresi kreativitas serta peluang usaha yang menjanjikan (Ahmad et al., 2021). Di tengah meningkatnya tren makanan praktis dan kekinian, muncul kebutuhan untuk mengembangkan produk kuliner yang tidak hanya lezat, tetapi juga bergizi dan mudah diakses oleh masyarakat luas (Pohan et al., 2024). Berdasarkan kondisi tersebut, mahasiswa Institut Pariwisata Trisakti merancang inovasi kuliner dengan konsep unik yang mereka namakan "Ngentang.idd", yaitu produk kentang panggang dengan dua pilihan saus, melted cheesy dan bolognese, yang disesuaikan dengan selera pasar muda.

Permasalahan yang melatarbelakangi kegiatan ini adalah terbatasnya alternatif makanan sehat, praktis, dan terjangkau yang tersedia bagi mahasiswa dan masyarakat sekitar kampus. Selain itu, masih banyak mahasiswa yang belum memiliki wadah konkret untuk menerapkan ilmu kewirausahaan secara langsung melalui praktik bisnis. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini hadir untuk menjawab tantangan tersebut dengan mendorong mahasiswa terlibat dalam usaha kuliner yang dirancang secara profesional dan berkelanjutan, sekaligus memberikan kontribusi terhadap ekonomi lokal melalui produk inovatif yang dikembangkan.

Sebagai bagian dari rangkaian kegiatan pengabdian, inisiatif ini terinspirasi oleh beberapa program PKM terdahulu yaitu pelatihan oleh Cahyana & Singa (2023) tentang pembuatan makanan sehat dari singkong, kemudian kegiatan yang dilakukan oleh Syahrudin et al., (2021) tentang pengembangan produk jamu instan, selanjutnya Fuadah (2022) melakukan pelatihan usaha roti berbasis bahan lokal, dan kegiatan yang dilakukan oleh Emilia et al. (2024) yang melakukan pemberdayaan ibu rumah tangga dalam usaha makanan ringan pembuatan frozen food.

PKM "Ngentang" dirancang dengan pendekatan serupa namun disesuaikan dengan karakteristik lokal dan target audiens mahasiswa. Kegiatan ini melibatkan serangkaian tahapan mulai dari riset pasar, pengembangan produk, uji coba konsumen, hingga strategi pemasaran berbasis media sosial. Dengan demikian, program ini tidak hanya fokus pada hasil produk akhir, tetapi juga pada proses edukasi dan pelatihan kewirausahaan yang aplikatif dan kontekstual.

Tujuan utama dari kegiatan PKM ini adalah untuk memberdayakan masyarakat, khususnya mahasiswa, agar mampu meningkatkan keterampilan wirausaha dan inovasi produk secara mandiri. Dengan bekal tersebut, diharapkan mereka dapat lebih aktif berkontribusi dalam pengembangan wilayah tempat tinggal atau kampusnya. Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan untuk membangun ekosistem kewirausahaan yang tangguh di kalangan muda, yang pada gilirannya akan mendukung pertumbuhan perekonomian lokal dan menciptakan lingkungan yang lebih berkelanjutan.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini menggunakan pendekatan berupa pelatihan kewirausahaan, sosialisasi produk inovatif, dan simulasi produksi makanan yang dilakukan secara langsung (Teguh et al., 2022; Susita et al., 2017; Ramadhan, 2023; Shofiudin, 2024). Pelaksanaan kegiatan dirancang secara sistematis agar mampu menjawab permasalahan kewirausahaan mahasiswa serta mendukung pengembangan produk kuliner berbasis lokal yang bernilai jual tinggi. Kegiatan PKM ini dilaksanakan di sekitar lingkungan Institut Pariwisata Trisakti, tepatnya di kawasan Bintaro, Jakarta Selatan. Sasaran dari kegiatan ini adalah mahasiswa dan pemuda di sekitar kampus yang memiliki minat di bidang kuliner dan

kewirausahaan. Pemilihan lokasi dan sasaran dilakukan secara strategis agar kegiatan ini menjangkau kelompok masyarakat yang paling potensial untuk menerapkan hasil dari pelatihan.

Tahapan kegiatan dibagi menjadi tiga bagian utama, yaitu perencanaan, sosialisasi, dan eksekusi. Pada tahap perencanaan, tim pelaksana menyusun modul pelatihan, menyiapkan materi, serta menetapkan metode evaluasi. Tahap sosialisasi dilakukan dengan memperkenalkan konsep produk "Ngentang" dan peluang usaha berbasis inovasi kuliner kepada peserta. Selanjutnya, tahap eksekusi mencakup pelatihan langsung dalam pembuatan produk, manajemen usaha, pemasaran melalui media sosial, serta pengelolaan keuangan usaha.

Untuk mengukur efektivitas kegiatan PKM ini, dilakukan pre-test dan post-test terhadap peserta guna mengetahui peningkatan pengetahuan dan keterampilan kewirausahaan mereka. Evaluasi tambahan juga dilakukan melalui observasi selama pelatihan dan wawancara singkat setelah kegiatan untuk menangkap respon dan kepuasan peserta terhadap materi dan metode pelatihan yang diberikan.

Materi yang disampaikan dalam kegiatan ini disesuaikan dengan kebutuhan peserta dan meliputi: (1) pengenalan dasar kewirausahaan, (2) inovasi produk berbasis bahan lokal (kentang), (3) strategi produksi dan pengemasan makanan modern, (4) pemasaran digital melalui media sosial, dan (5) pengelolaan keuangan usaha mikro. Dengan topik-topik tersebut, diharapkan kegiatan PKM ini dapat memberikan manfaat maksimal serta menjadi inspirasi usaha mandiri bagi peserta di masa depan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) "Ngentang" yang dilaksanakan di lingkungan Institut Pariwisata Trisakti telah berhasil dilaksanakan dengan melibatkan sejumlah peserta yang merupakan mahasiswa dan pemuda sekitar kampus. Untuk mengukur efektivitas kegiatan ini, dilakukan pre-test dan post-test kepada seluruh peserta guna mengetahui sejauh mana peningkatan pengetahuan mereka mengenai kewirausahaan kuliner, khususnya dalam inovasi produk, manajemen usaha, dan pemasaran digital.

Konsep kewirausahaan dalam penyuluhan kegiatan PKM ini menekankan pada pengembangan kemampuan mahasiswa dan pemuda untuk mengenali peluang bisnis di bidang kuliner, mengelola usaha secara efektif, serta melakukan inovasi produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Melalui pemahaman konsep ini, peserta dibekali dengan sikap proaktif, kreatif, dan berani mengambil risiko yang terukur dalam menjalankan usaha. Kewirausahaan tidak hanya dipandang sebagai upaya mencari keuntungan semata, tetapi juga sebagai proses pemberdayaan diri untuk menciptakan nilai tambah ekonomi sekaligus berkontribusi pada pembangunan ekonomi lokal.

Pengetahuan tentang produk merupakan aspek penting yang ditanamkan kepada peserta selama kegiatan PKM ini. Produk utama yang dikembangkan adalah *baked loaded potato* dengan dua varian rasa, yaitu *cheesy* dan *bolognese*, yang terbuat dari kentang panggang, daging cincang, serta saus khas buatan sendiri. Melalui pelatihan dan simulasi langsung, peserta diberikan pemahaman mendalam mengenai proses pemilihan bahan baku berkualitas, teknik pengolahan kentang agar menghasilkan tekstur yang tepat, serta cara membuat saus dengan cita rasa yang konsisten dan menarik bagi konsumen muda. Peserta juga dibekali wawasan mengenai nilai gizi dari setiap komponen produk, keamanan pangan, teknik pengemasan praktis, serta keunggulan kompetitif dari produk "Ngentang" dibandingkan makanan cepat saji lain di pasaran. Dengan penguasaan terhadap aspek produk secara menyeluruh, peserta diharapkan tidak

hanya mampu memproduksi makanan yang enak, tetapi juga mampu memasarkan dan mempertahankan kualitas produk secara berkelanjutan.

Strategi pemasaran melalui media sosial menjadi salah satu fokus penting dalam kegiatan PKM ini, mengingat target pasar utama dari produk "Ngentang" adalah generasi muda yang aktif di platform digital. Peserta pelatihan diajarkan cara memanfaatkan media sosial seperti Instagram sebagai sarana promosi yang efektif dan terjangkau. Materi yang diberikan mencakup teknik pembuatan konten visual yang menarik, penulisan caption yang persuasif, penggunaan hashtag yang relevan, hingga strategi penjadwalan unggahan untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Selain itu, peserta juga dikenalkan dengan konsep engagement seperti giveaway, polling, dan kolaborasi dengan influencer mikro untuk meningkatkan visibilitas produk. Dalam praktiknya, akun Instagram @ngentang.id digunakan sebagai etalase digital untuk menampilkan produk, testimoni pelanggan, serta informasi layanan seperti promo dan free delivery. Hasilnya, interaksi pelanggan meningkat secara signifikan dan berdampak langsung terhadap peningkatan jumlah pesanan. Melalui strategi pemasaran digital ini, peserta PKM tidak hanya memperoleh pengalaman praktis, tetapi juga memahami pentingnya membangun brand awareness dan loyalitas konsumen di era ekonomi digital.

Manajemen keuangan usaha sederhana dalam penyuluhan kegiatan PKM ini difokuskan pada pengenalan dan praktik pengelolaan keuangan yang mudah dipahami dan diterapkan oleh mahasiswa serta pemuda yang baru memulai usaha kuliner. Materi mencakup pencatatan arus kas masuk dan keluar, pengelompokan biaya produksi, penentuan harga jual yang tepat, serta pemantauan keuntungan usaha secara rutin. Tujuannya adalah agar peserta mampu mengelola keuangan usahanya dengan baik sehingga dapat menjaga kelangsungan usaha, menghindari kerugian, dan merencanakan pengembangan bisnis secara mandiri dan berkelanjutan.

Inovasi dan pengembangan produk kuliner dalam penyuluhan kegiatan PKM ini adalah proses pembekalan peserta dengan pengetahuan dan keterampilan untuk menciptakan serta mengembangkan produk makanan yang unik, menarik, dan sesuai dengan kebutuhan pasar. Penyuluhan menekankan pentingnya kreativitas dalam pengembangan produk, mulai dari pemilihan bahan baku lokal berkualitas, pengolahan yang higienis, hingga desain kemasan yang menarik dan praktis. Selain itu, peserta juga diajarkan cara melakukan riset pasar sederhana untuk mengetahui tren konsumen serta memodifikasi produk agar selalu relevan dan kompetitif di pasaran. Berikut adalah hasil pre-test dan post-test yang diperoleh:

Tabel 1. Pre-Test dan Post-Test

No	Aspek yang Dinilai	Nilai Rata-rata Pre-test	Nilai Rata-rata Post-test
1	Pemahaman konsep kewirausahaan	62	84
2	Pengetahuan tentang produksi makanan	58	85
3	Strategi pemasaran melalui media sosial	55	82
4	Manajemen keuangan usaha sederhana	51	78
5	Inovasi dan pengembangan produk kuliner	60	86

Sumber: Tim Pengabdi (2025)

Dari tabel di atas terlihat bahwa terdapat peningkatan yang cukup signifikan dalam semua aspek yang dinilai, terutama pada pemahaman tentang produksi makanan

dan inovasi produk kuliner. Ini menunjukkan bahwa kegiatan pelatihan dan simulasi yang dilakukan berhasil mentransfer pengetahuan dan keterampilan baru kepada peserta. Keberhasilan lain yang dicapai dalam program PKM ini meliputi terciptanya produk inovatif "Ngentang" yang dapat dipasarkan dengan strategi digital sederhana, peningkatan kepercayaan diri peserta dalam berwirausaha, serta terbentuknya tim kecil yang berkomitmen untuk menjalankan usaha lanjutan berbasis hasil pelatihan. Produk yang dihasilkan juga mendapatkan respon positif dari konsumen di sekitar kampus, dengan penjualan mencapai lebih dari 100 unit selama masa uji coba tiga bulan.



Gambar 1. Produk Ngentang di Media Sosial Instagram dan kegiatan PKM bersama Mahasiswa dan Masyarakat

Namun demikian, terdapat beberapa kekurangan selama pelaksanaan kegiatan ini. Salah satunya adalah keterbatasan waktu pelatihan yang membuat beberapa materi tidak dapat disampaikan secara mendalam. Selain itu, keterbatasan fasilitas produksi (seperti alat masak) menjadi kendala saat sesi simulasi berlangsung, sehingga kegiatan praktik tidak berjalan optimal bagi seluruh peserta. Tantangan lain yang dihadapi adalah distribusi produk ke luar wilayah kampus, yang masih terkendala logistik dan biaya pengiriman. Oleh karena itu, dalam evaluasi akhir, direkomendasikan agar kegiatan serupa di masa mendatang dilengkapi dengan penyediaan fasilitas produksi yang lebih memadai, penambahan sesi pelatihan lanjutan secara daring, serta kerja sama dengan pihak ketiga untuk membantu aspek logistik dan distribusi.

Setelah kegiatan PKM dilaksanakan, mahasiswa dan masyarakat sekitar kampus yang terlibat dalam program berhasil menghasilkan penjualan produk "Ngentang" dengan capaian yang cukup signifikan. Berdasarkan rekapitulasi penjualan dari Oktober hingga Desember 2024 yaitu:

Tabel 2. Rekapitulasi Penjualan Produk Ngentang

No	Bulan	Produk	Jumlah Terjual	Total Penjualan (Rp)
1	Oktober	Cheesy Loaded Potato	18	324.000
2	November	Cheesy Loaded Potato	23	414.000
3	Desember	Cheesy Loaded Potato	55	990.000
4	Oktober–Desember	Bolognese Loaded Potato	20	360.000
		Total	116	2.088.000

Sumber: Tim Pengabdi (2025)

Secara keseluruhan, total produk yang berhasil dijual selama tiga bulan mencapai 116 porsi dengan akumulasi pendapatan sebesar Rp 2.088.000, yang menunjukkan bahwa kegiatan PKM ini berdampak positif terhadap kemampuan peserta dalam memproduksi dan memasarkan produk kuliner secara langsung.

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) "Ngentang" yang dilaksanakan di lingkungan Institut Pariwisata Trisakti berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam bidang kewirausahaan kuliner, khususnya dalam aspek inovasi produk, manajemen usaha, dan strategi pemasaran digital. Hasil pre-test dan post-test menunjukkan peningkatan signifikan di semua aspek, disertai dengan keberhasilan menciptakan dan memasarkan produk "Ngentang" secara langsung kepada konsumen. Selain itu, program ini juga mendorong terbentuknya semangat kewirausahaan, kerja sama tim, dan komitmen untuk melanjutkan usaha setelah kegiatan PKM selesai, dibuktikan dengan capaian penjualan produk sebanyak 116 unit dalam masa uji coba tiga bulan.

Untuk pelaksanaan PKM serupa di masa mendatang, disarankan agar durasi pelatihan diperpanjang dan difasilitasi secara lebih lengkap, terutama dalam hal peralatan produksi dan pendampingan praktik. Kegiatan juga dapat diperluas dengan menyelenggarakan sesi lanjutan secara daring, guna memperdalam materi serta menjangkau peserta yang lebih luas. Selain itu, kerja sama dengan mitra logistik atau platform digital lokal dapat menjadi solusi dalam mengatasi tantangan distribusi dan memperluas jangkauan pasar produk.

KONFLIK KEPENTINGAN

Penulis menyatakan bahwa pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dan penyusunan artikel ini dilakukan tanpa adanya kepentingan pribadi, komersial, maupun hubungan tertentu yang dapat memengaruhi objektivitas pelaporan kegiatan. Meskipun program ini menghasilkan produk kuliner bermerek "Ngentang" yang dikembangkan dan dipasarkan oleh peserta, seluruh uraian dalam artikel disajikan berdasarkan proses pelaksanaan, hasil evaluasi, dan dokumentasi kegiatan secara transparan. Dengan demikian, penulis tidak memiliki konflik kepentingan yang dapat memengaruhi penyajian maupun publikasi artikel ini.

PERNYATAAN PENGGUNAAN KECERDASAN BUATAN

Dalam penyelesaian artikel ini, penulis memanfaatkan teknologi kecerdasan buatan sebagai pendukung proses penyuntingan naskah, khususnya untuk membantu penyempurnaan pilihan kata, keterpaduan antarparagraf, serta kejelasan penyampaian gagasan dalam penulisan ilmiah. Pemanfaatan teknologi tersebut tidak mencakup penyusunan data penjualan, hasil pre-test dan post-test, maupun dokumentasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Seluruh informasi, hasil kegiatan, pembahasan, dan penarikan kesimpulan tetap didasarkan pada data dan pengalaman empiris tim pengabdi, serta telah diperiksa dan dipertanggungjawabkan sepenuhnya oleh para penulis.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmad, A., Nikmah, S. R., & Fatimah, S. (2021). Ekonomi Kreatif Sub-Sektor Kuliner Dalam Menunjang Pertumbuhan Ekonomi Masa Pandemi di Blitar. *Jupeko (Jurnal Pendidikan Ekonomi)*, 6(1), 35-38. DOI: https://doi.org/10.29100/jupeko.v6i1.1916

Cahyana, C., & Singa, I. G. A. N. (2023). Pelatihan Pembuatan Snack Sehat Berbahan Singkong Dengan Tambahan Ikan Pada Ibu Rumah Tangga di Desa Pantai Mekar, Kecamatan Muara Gembong Bekasi. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1). https://journal.unj.ac.id/unj/index.php/snppm/article/view/39876

Emilia, E., Hanifa, Z. N., & Hanu, L. (2024). Peningkatan Keterampilan Ibu-Ibu Balita dalam Olahan Ikan Campur Menjadi Frozen Food di Desa Pantai Cermin Kanan. *Jurnal Abmas Negeri (JAGRI)*, 5(2), 262–270. https://doi.org/10.36590/jagri.v5i2.1289

Fuadah, N., Umar, St. A. H., Sarna, S., Alyah, R., Murniati, R. T., & Wisanti, W. (2022). Pelatihan Pembuatan Roti Untuk UMKM dan Masyarakat Sekitar Kampus Universitas Sawerigading Makassar. *Prosiding Seminar Nasional Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7, 298-301. https://jurnal.poliupg.ac.id/index.php/snp2m/article/view/4038

Pohan, M., Margaret, N. T., & Darma, S. P. (2024). Tantangan Wirausaha Penjual Kuliner Tradisional di Tengah Popularitas Makanan Modern Era Globalisasi Saat Ini : (Studi Kasus Usaha Lemang dan Tape Desa Karang Rejo). *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Akuntansi, dan Pajak*, 1(4), 142–152. https://doi.org/10.61132/jieap.v1i4.650

Ramadhan, M. I. ., Yuniar, T. ., Hildayanti, S. K. ., Hertati, L. ., & Hendarmin, R. (2023). Pelatihan dan Sosialisasi Inovasi Produk Sebagai Upaya Meningkatkan Minat Beli Konsumen Kelasan Khas Desa Petanang . Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat, 4(4), 8134–8142. https://doi.org/10.31004/cdj.v4i4.19415

Shofiudin, M., Nur Aini, S. A., Ihsan, M. S., Wibowo, R. A. T., & Rolliawati, D. (2024). Discrete Event Simulation untuk Analisis Pelayanan Bisnis Kuliner (Studi Kasus: Gacoan Merr). *JITU: Journal Informatic Technology And Communication*, 8(1), 63-72. https://ejournal.uby.ac.id/index.php/jitu/article/view/1048

Susita, D., Mardiyati, U., & Aminah, H. (2017). Pelatihan Kewirausahaan Bagi Pelaku Usaha Kecil dan Binaan Koperasi di Rumah Susun Sederhana Sewa (Rusunawa) Cipinang Besar Selatan. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 58-72. DOI: doi.org/10.21009/JPMM.001.1.05

Syahrudin, M. G. M., Pangesthi, L. T., Kristiastuti, D., Lutfiati, D., Dewi, R., & Ruhana, A. (2021). Edukasi Dan Pembuatan Jamu Instan Berbasis Home Industry Bagi Masyarakat Yang Terkena Dampak Ekonomi Dalam Masa Pendemik. *Abimanyu: Journal of Community Engagement*, 2(2), 19–28. https://doi.org/10.26740/abi.v2i2.12158

Teguh, M., Harunnurrasyid., Hidayat, A., Imelda., Kartasari, S. F., Liliana. (2022). Pelatihan Kewirausahaan dan Perencanaan Usaha Masyarakat di Desa Ulak Kembahang II, Pemulutan Barat, Sumatera Selatan. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 3(2), 129-138. https://doi.org/10.29259/jscs.v3i2.86