

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia, talas terdapat hampir di seluruh kepulauan dan tersebar dari pantai sampai ketinggian diatas 1000 m dpl, baik yang liar maupun yang dibudidayakan. Bogor dan Malang terkenal sebagai penghasil beberapa kultivar yang enak rasa umbinya. Di daerah Bogor sendiri terdapat lima daerah sentra produksi talas, yaitu Cibinong, Ciawi, Mega Mendung, Cijeruk dan Darmaga dengan produksi lebih dari 2.000 ton/tahunnya. Berdasarkan data yang diperoleh, jumlah total produksi talas pada tahun 1999 mencapai 17.699 ton/tahun (LIPI 2003).

Kultivar talas yang lazim dibudidayakan antara lain talas paris, talas loma, talas bentul, talas lampung, talas sutra, talas mentega, talas ketan dan talas beliutng. Talas merupakan salah satu tanaman pangan yang memiliki nilai ekonomi yang cukup baik, serta berpotensi besar untuk dikembangkan. Kandungan gizi yang terdapat pada 100 gram umbi talas yaitu karbohidrat 23.79 gram dan air 73.00 gram (Direktorat Gizi Depkes RI 1981).

Tanaman talas perlu ditingkatkan menjadi produk pangan, salah satunya dengan cara diversifikasi produk. Biasanya talas dihidangkan dalam bentuk segar, rebusan atau kukusan. Talas dalam keadaan segar tidak tahan lama sehingga diperlukan usaha penganekaragaman talas menjadi produk pangan yang lebih awet. Usaha penganekaragaman pangan sangat penting, artinya sebagai usaha untuk menciptakan produk olahan talas menjadi berbagai bentuk awetan yang mempunyai rasa khas dan tahan lama disimpan. Bentuk olahan talas yang dikenal masyarakat saat ini masih berupa keripik talas. Salah satu usaha penganekaragaman talas yang dapat dilakukan yaitu pembuatan peuyeum dengan bahan baku talas.

Peuyeum sudah lama dikenal sebagai makanan tradisional yang mempunyai rasa manis, sedikit asam dan sedikit beraroma alkohol. Rasanya yang khas dan tidak membosankan untuk dikonsumsi menjadi alasan peuyeum disukai oleh masyarakat. Hal ini juga menjadi alasan pembuatan peuyeum dengan bahan baku talas. Peuyeum merupakan produk hasil proses oksidasi anaerobik atau parsial anaerobik dari karbohidrat dan menghasilkan alkohol serta beberapa

asam. Peuyeum yang baik dan bermutu baik adalah berbau harum, enak, legit, manis, dan tidak berasa asam. Untuk menghasilkan peuyeum yang baik dibutuhkan ragi yang baik pula.

B. Perumusan Masalah

Masalah yang melatar belakangi program ini adalah banyaknya produksi talas yang belum termanfaatkan secara optimal, perlu adanya diversifikasi produk dari talas dan meningkatkan konsumsi masyarakat terhadap talas.

C. Tujuan Program

Tujuan dari program ini adalah mengoptimalkan pemanfaatan talas sebagai bahan dasar pengganti alternatif singkong dalam pembuatan peuyeum, menghasilkan produk berkualitas dengan harga terjangkau dan merintis dan mengembangkan produk pangan tradisional.

D. Luaran yang Diharapkan

Luaran yang diharapkan adalah pengembangan talas sebagai bahan dasar pembuatan peuyeum, terciptanya produk pangan tradisional baru dan meningkatkan nilai tambah dari produk talas.

E. Kegunaan Program

Kegunaan program ini adalah terciptanya peluang bisnis, membuka lapangan usaha bagi masyarakat dan meningkatkan nilai tambah (*added value*) dari komoditas pertanian non beras dan penganekaragaman produk pangan tradisional terutama produk khas daerah Bogor.

II. GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA

Usaha yang kami lakukan yaitu berupa pembuatan dan pemasaran produk diversifikasi dari talas. Sebagai tahap awal, usaha yang kami kembangkan hanya produk peuyeum talas dengan brand PECIN (Peuyeum Cinta). Kedepannya kami akan memproduksi PECIN dengan penambahan berbagai varian salah satunya peuyeum cinta goreng coklat (PECIN GOCO). Selain itu, kami juga akan mengembangkan produk diversifikasi lainnya.

III. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan ini berisi langkah-langkah untuk merealisasikan tujuan dari usulan PKM Kewirausahaan. Langkah-langkah tersebut diantaranya

1. Persiapan Kegiatan

Survei bahan baku

Kegiatan yang dilakukan adalah mencari penjualan talas di daerah Bogor serta mencari bahan-bahan lain yang dibutuhkan. Tim kami telah melakukan kerjasama dengan Petani dan penjual talas, bentuk kerjasama yang terjalin adalah penyediaan talas dengan harga Rp 10.000/ ikat. Bahan-bahan lainnya seperti ragi dan kapur sirih kami peroleh di pasar Gunung Batu dan pasar Anyar, Bogor dengan harga masing-masing Rp 1.000,00/buah, sedangkan bahan-bahan lainnya seperti daun pisang kami peroleh dari pasar Rp 1.500,00/ikat.

Pengadaan alat dan bahan produksi

Peralatan sangat penting untuk proses produksi. Langkah awal adalah pembelian peralatan utama, kemudian pembelian peralatan penunjang. Beberapa alat-alat yang dibeli adalah panci, kompor gas, tabung gas, baskom, pisau, rak, alkohol (sebagai desinfektan), talenan, taperware, timbangan, dan lain-lain.

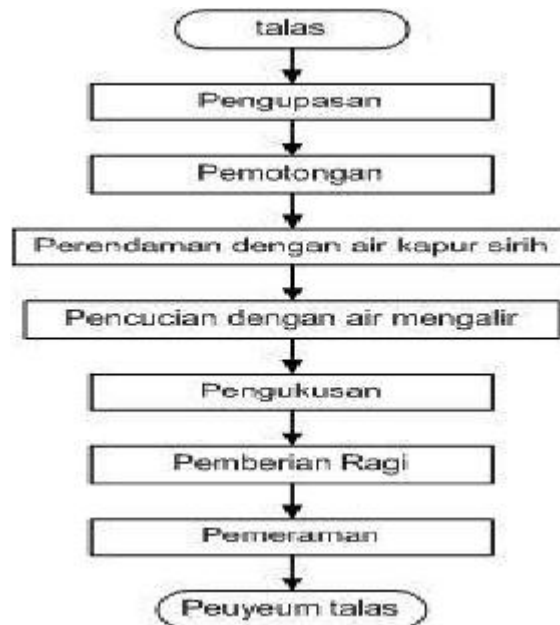
2. Proses Produksi

Pemilihan Bahan Baku

Talas yang digunakan untuk pembuatan peuyeum talas harus dalam keadaan segar, selain itu pemilihan ragi pun harus diperhatikan agar peuyeum yang dihasilkan bermutu baik. Bahan baku yang baik akan menghasilkan produk yang baik pula. Jenis Talas yang dipilih sebagai bahan baku adalah jenis atau varietas talas yang biasa dijual di Bogor yaitu talas ketan, dan talas bentul. Pemilihan bahan ini didasarkan pada karakteristik produk yang dihasilkan.

Pembuatan Peuyeum Talas

Proses produksi peuyeum talas dimulai dengan pengupasan talas kemudian dipotong-potong dan dicuci. Setelah itu, dilakukan perendaman dengan air kapur sirih agar lendir yang terdapat pada talas hilang. Kemudian dilakukan pengukusan hingga talas menjadi empuk. Selanjutnya diangkat dan ditiriskan, lalu didinginkan. Ragi dilumurkan diatas talas sampai rata kemudian ditutup dengan daun pisang dan diperam selama kurang lebih 2-3 hari. Proses pembuatan peuyeum talas dapat dilihat pada diagram alir pada Gambar 1.



Gambar 1. Proses pembuatan peuyeum talas

Tahap Promosi dan Pemasaran

Promosi yang dilakukan selama ini yaitu dengan cara menjajakan peuyeum talas secara langsung kepada konsumen melalui tempat-tempat kost dan juga penawaran langsung di tempat-tempat strategis seperti mengisi stand-stand ekspo kegiatan kelembagaan mahasiswa.

- **4P (Product, Price, Promotion, Place) dan STP (Segmentation, Targetting, Positioning)**

Varian produk (*Product*) yang ditawarkan saat ini berupa Peuyeum talas dengan *brand* “Pecin”. Pengembangan bisnis pada tahap berikutnya akan melibatkan penambahan varian produk, diantaranya peuyeum goreng rasa coklat (Pecin Goco) dengan rasa yang lebih bervariasi serta beragam produk olahan peuyeum talas.

Pecin yang telah ada dikemas dalam plastik mika dengan label eksklusif terutama membidik pasar oleh-oleh khas IPB yang berkualitas dan layak dijadikan sebagai bingkisan maupun hantaran.

Penentuan harga jual (*price*) menjadi faktor kritis yang akan menentukan kemampuan produk dalam bersaing dengan produk lain yang sejenis. Penetapan harga jual dilakukan secara matang dengan mempertimbangkan faktor internal perusahaan dan faktor lingkungan eksternal. Dalam hal faktor internal, penentuan harga dilakukan Pecin untuk memaksimalkan laba jangka pendek perusahaan,



memaksimalkan pangsa pasar, penentuan posisi, dan pembentukan citra atau *image* produk. Dalam hal faktor eksternal, penentuan harga dilakukan Pecin agar produk dapat bersaing dengan produk yang telah ada dipasaran, agar harga tersebut dapat di jangkau oleh masyarakat, dan untuk mendorong rasa puas konsumen atas manfaat yang telah diperoleh dari harga yang telah ditetapkan (*customer value*).

Berdasarkan pertimbangan tersebut, kami menentukan harga jual Pecin biasa Rp 1500,- dan Pecin Goco Rp 2000,- Nilai tersebut sangat proporsional dengan kualitas dan inovasi yang ditawarkan, sehingga kami yakin Pecin akan mampu bersaing dengan produk sejenis yang telah lebih dulu beredar di pasar.

Pemasaran tidak hanya membicarakan produk, harga produk dan mendistribusikan produk, tetapi juga mengkomunikasikan produk (*promotion*) ke masyarakat agar produk dikenal dan pada akhirnya akan dibeli. Untuk itu, Pecin menyusun suatu strategi bauran pemasaran (*marketing-mix*) yang terdiri dari empat komponen utama yaitu, promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan perorangan (*personal selling*), periklanan (*advertising*), dan hubungan masyarakat (*public relation*).

Pemilihan tempat meliputi tempat produksi dan tempat penjualan. Pertama, pemilihan tempat produksi. Tempat produksi ditetapkan di salah satu tempat kos dari anggota tim. Hal ini dimaksudkan untuk mempermudah dalam proses produksi. Kedua, pemilihan tempat penjualan. Penentuan tempat penjualan didasarkan pada beberapa kriteria yaitu mudah dijangkau konsumen dan strategis. Pemasaran peuyeum talas dilakukan dengan sistem konsinyasi yang difokuskan di sekitar kampus. Selain itu penjualan juga dilakukan secara langsung kepada konsumen seperti di tempat-tempat kost dan masyarakat sekitar kampus.

IV. PELAKSANAAN PROGRAM

A. Hasil Pelaksanaan Program

Usaha Peuyeum Cinta (Pecin) ini dimulai berjalan sejak bulan Maret 2010. Pelaksanaan kegiatan ini dibagi menjadi tiga tahap. Tahap pertama adalah melakukan uji hedonik (uji kesukaan) Peuyeum Cinta (Pecin) oleh 10 orang panelis untuk mengetahui tingkat kesukaan konsumen. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa rata-rata penilaian panelis terhadap parameter sensori

Peuyeum Cinta (Pecin) 6,5 – 7,4 (agak suka sampai suka). Tahap yang kedua yaitu survey harga untuk menentukan harga jual dari Peuyeum Cinta (Pecin) yang kami buat.

Pada tahap ketiga yaitu penjualan produk. Penjualan produk dimulai pada akhir April 2010. Penjualan dilakukan setiap kali produksi, dengan 2 kali proses produksi per minggu. Proses produksi baru melibatkan anggota tim PKMK yang tergabung dalam perusahaan kecil (*Home Industry*) **Tikam Co.** Adapun jadwal pelaksanaan program dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Jadwal pelaksanaan program

Kegiatan	Waktu Pelaksanaan
Uji hedonic	Minggu pertama bulan Maret 2010
Survey pasar	Minggu ketiga bulan Maret 2010
Pengadaan alat dan bahan baku	Minggu keempat bulan Maret 2010
Produksi	Minggu kedua bulan April 2010
Pemasaran	Mulai minggu keempat bulan April 2010
Evaluasi kerja	Minggu keempat setiap satu bulan sekali

Proses produksi yang kami jalankan bersifat kontinyu, dari awal minggu kedua bulan April. Pemasaran produk kami berawal pada acara bazar, dan di jual secara langsung di kosan ataupun kelas masing-masing anggota.

B. Rancangan dan Realisasi Biaya

• Tabel 2. Realisasi Pemanfaatan Dana yang Telah Digunakan

NO	URAIAN	PEMASUKAN	PENGELUARAN
1	Dana dari DIKTI	Rp 6.750.000	-
2	Biaya investasi peralatan	-	Rp 1.273.000
3	Biaya transportasi	-	Rp 65.000
5	Biaya trial & error	-	Rp 438.000
6	Biaya komunikasi	-	Rp 50.000
7	Biaya administrasi	-	Rp 160.000
8	Biaya produksi	-	Rp 481.000
TOTAL PEMASUKAN		Rp 6.750.000	
TOTAL PENGELUARAN			Rp 2.467.000
SISA DANA		Rp 4.283.000	

• Tabel 3. Rencana Pemanfaatan Dana yang Belum Digunakan

NO	URAIAN	PEMASUKAN	PENGELUARAN
1	Sisa dana yang ada	Rp 4.283.000	-

2	Penyewaan tempat tetap disekitar kampus selama satu tahun	-	Rp 2.000.000
3	Pembelian gerobak (outlet)	-	Rp 1.000.000
4	Perbaikan produk	-	Rp 303.000
5	Inovasi produk yang baru (PECIN GOCO)	-	Rp 530.000
6	Registrasi produk (P-IRT)	-	Rp 450.000
TOTAL DANA KAS		Rp 4.283.000	-
TOTAL DANA YANG DIPERLUKAN		-	Rp 4.283.000
SISA		-	-

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

Segmentasi dan targeting produk peuyeum geulis ini adalah untuk semua kalangan. Dengan *positioning* produk yaitu cara baru menikmati peuyeum dengan talas. Bila dibandingkan dengan produk yang lainnya produk ini memiliki *differensiasi* produk yaitu produk baru dengan rasa yang unik dan harganya yang terjangkau.

Analisis keuangan dilakukan dengan asumsi umur atau usia proyek yaitu sebesar 3 tahun. Pada hasil perhitungan diperkirakan perusahaan akan memperoleh keuntungan yang menaik mulai dari tahun pertama sampai tahun ke tiga. Kenaikan ini salah satunya diakibatkan oleh adanya input dari nilai sisa masing-masing bahan yang mengalami penyusutan.

Tabel 4. Analisis keuangan

Tahun ke-	Jumlah (Rp)
1	Rp 7.200.000,-
2	Rp 7.200.000,-
3	Rp 7.484.800,-
Total	Rp 21.884.800,-

Pelaksanaan usaha baru ini dilakukan analisis finansial untuk mengetahui kelayakan usaha, kami melakukan perhitungan analisis kelayakan usaha yang meliputi BEP (*Break Event Point*) sebesar 3.112 bungkus/1,5 tahun; NPV (*net present value*) sebesar Rp 37.932 dengan asumsi suku bunga 16 %; PP (*payback period*) selama 1,5 tahun, Net B/C sebesar 2,44 ; dan IRR sebesar 17.53%. Jika

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

disimpulkan usaha “**Pecin (Peuyum Cinta)**” dari talas ini termasuk usaha yang layak untuk dilanjutkan dan dikembangkan.

Selama menjalankan kegiatan usaha ini, dialami beberapa masalah atau kendala, antara lain belum terdaftarnya P-IRT produk Pecin sebagai jaminan mutu produk, sulitnya mencari jenis talas yang cocok sebagai bahan baku pembuatan peuyum talaas, formula terbaik sukar ditemukan sehingga kegiatan proses produksi menjadi terhambat, terkendala dalam pemasaran produk dikarenakan daya tahan produk pecin hanya 2-3 hari, kesulitan dalam memanage usaha dikarenakan perbedaan jadwal kegiatan dari masing-masing tim anggota dan semangat dari anggota tim yang naik-turun.

Solusi yang diterapkan dalam mengatasi masalah tersebut antara lain pembuatan jadwal untuk masing-masing anggota tim dalam melakukan kegiatan produksi, melakukan pertemuan sesama anggota tim sekali dalam seminggu dalam bentuk *shering* dan juga belanja bahan bersama-sama, mencari literatur, melakukan *trial and error* dan juga konsultasi dengan pembimbing, melakukan *trial and error* untuk mendapatkan formulasi terbaik, melakukan survei alternatif pemasok bahan baku dan survei pasar, mengemas produk sebaik dan semenarik mungkin agar lebih bisa bersaing di pasar.

Keberlanjutan usaha ini mencakup beberapa langkah yang terdiri atas Perbaikan produk (bentuk pecin lebih menarik), inovasi produk dengan Pecin Goco (Peuyum cinta Goreng coklat), perbaikan tempat produksi, registrasi produk (P-IRT) sebagai jaminan mutu Produk, pengembangan pemasaran produk Pecin, dan kerjasama dengan petani talas sebagai upaya pemberdayaan masyarakat.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Pengembangan produk baru berbasis sumber daya lokal dengan menerapkan teknologi sederhana merupakan sebuah terobosan baru dalam upaya pengembangan komoditi pertanian di Indonesia. Salah satunya adalah inovasi terhadap komoditi talas sebagai komoditi pertanian khas Bogor dengan sentuhan teknologi fermentasi. Satu langkah menuju diversifikasi talas dan penambahan keanekaragaman produk-produk yang berbasis talas. Metode pengembangan dan pembuatan produk talas ini menghasilkan sebuah produk inovasi yang memiliki ciri khas dan karakteristik yang berbeda dengan produk-produk fermentasi lainnya termasuk peuyeum singkong. Talas yang dikonversi menjadi peuyeum talas dengan *brand* “Pecin” ini merupakan produk yang berkualitas, menarik, dan terjangkau. Sehingga peluang usaha pengembangan produk talas ini cukup tinggi.

B. Saran

Pengembangan produk-produk lokal ini diharapkan tidak hanya terpaku pada satu komoditi saja, namun diharapkan bisa berkembang ke arah komoditi pertanian Indonesia secara luas. Kontinuitas juga disarankan sangat penting dalam pengembangan produk baru berbasis komoditi lokal ini.



LAMPIRAN

- **DOKUMENTASI KEGIATAN**

A. Proses Produksi Pecin



Pengupasan talas



Perendaman dalam air kapur



Pencucian talas



Proses peragian



Pengukusan talas



Hasil pencucian talas



Proses pemerama



Pengemasan Produk Pecin



Pecin Siap dipasarkan



B. Inovasi Produk Pecin



Inovasi Pecin dalam kemasan



Desain Kemasan Pecin

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.