



**LAPORAN AKHIR PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA**  
**TALAS*licious***  
**PENGEMBANGAN TEPUNG TALAS MENJADI *RAINBOW ROLL CAKE***  
**SEBAGAI PRODUK JAJANAN KHAS BOGOR**

**BIDANG KEGIATAN:**

**PKM-K**

Disusun Oleh:

Ika Septiana Anggun P	B04100091	2010	(Ketua)
Andra Adi Esnawan	B04090010	2009	(Anggota)
G Andri Hermawan	B04100118	2010	(Anggota)

**INSTITUT PERTANIAN BOGOR**  
**BOGOR**  
**2013**

### HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul Kegiatan : TALASlicious Pengembangan Tepung Talas Menjadi  
Rainbow Roll Cake Sebagai Produk Jajanan Khas Bogor
2. Bidang Kegiatan : ( ) PKM-P (√) PKM-K ( ) PKMKC  
( ) PKM-T ( ) PKM-M
3. Ketua Pelaksana Kegiatan  
a. Nama Lengkap : Ika Septiana Anggun Puspita  
b. NIM : B04100091  
c. Jurusan : Kedokteran Hewan  
d. Universitas/Institut/Politeknik : Institut Pertanian Bogor  
e. Alamat Rumah dan No Tel./HP : Wisma Queen 2 Babakan Lebak Dramaga  
Bogor 16680 / 085710781759  
f. Alamat email : ikaseptianaanggunpuspita@gmail.com
4. Anggota Pelaksana Kegiatan/Penulis : 2 orang
5. Dosen Pendamping  
a. Nama Lengkap dan Gelar : Dr. Drh. Eva Harlina, M.Si, APVet  
b. NIDN : 0020066206  
c. Alamat Rumah dan No Tel./HP : KPP Baranangsiang IV/D 8 Bogor /  
08128130767
6. Biaya Kegiatan Total :  
a. Dikti : Rp 8.645.000  
b. Sumber lain (sebutkan) : Rp -
7. Jangka Waktu Pelaksanaan : 5 bulan

Bogor, 06 Juli 2013

Menyetujui  
Wakil Dekan Fakultas  
Kedokteran Hewan

(Drh. Agus Setiyono MS, PhD)  
NIP. 196308101988031004

Wakil Rektor Bidang Akademik  
Dan Kemahasiswaan

(Prof. Dr. Ir. Yonny Koesmaryono, MS)  
NIP. 195812281985031003

Ketua Pelaksana Kegiatan

(Ika Septiana Anggun Puspita)  
NIM. B04100091

Dosen Pendamping

(Dr. Drh. Eva Harlina, M.Si, APVet)  
NIDN. 0020066206

## I. PENDAHULUAN

an di seluruh kepulauan di Indonesia, yang tersebar dari pantai sampai dataran tinggi diatas 1000 mdpl, baik yang tumbuh liar maupun yang dibudidayakan. Bogor dan Malang terkenal sebagai penghasil beberapa kultivar talas yang enak rasanya. Di Bogor terdapat lima daerah sentra produksi talas yaitu Cibinong, Ciawi, Megamendung, Cijeruk dan Darmaga, dengan produksi lebih dari 2.000 ton/tahun. 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 belitung. Talas merupakan salah satu tanaman pangan yang memiliki nilai ekonomi yang cukup baik, serta berpotensi besar untuk dikembangkan. Kandungan gizi yang terdapat pada 100 gr umbi talas yaitu karbohidrat 23.79 gr dan air 73.00 gr (Direktorat Gizi Depkes RI, 1981).

Dibandingkan dengan jenis umbi-umbian lain yang biasadikonsumsi masyarakat seperti ubi kayu (singkong) dan ubi jalar, talas mempunyai beberapa keunggulan. Pertama, talas memiliki kandungan protein yang tinggi. Setiap dua kilogram umbi talas mengandung 40 gram protein, sedangkan ubi jalar dan singkong masing-masing hanya mengandung 20 gram (Parkinson, 1984). Keunggulan yang kedua yaitu talas dapat tumbuh pada lahan basah maupun kering. Hal ini berbeda dengan umbi-umbian lainnya yang pada umumnya tidak mampu berproduksi pada lahan basah. Ketiga, daya simpan umbi talas lebih baik dibandingkan ubi jalar maupun umbi kayu (Basyir, 1999).

Bogor telah lama dikenal sebagai daerah penghasil talas yang biasa disebut talas bogor. Talas biasa dikonsumsi sebagai bahan makanan pokok dan makanan tambahan. Selain itu, talas mempunyai nilai ekonomis yang cukup tinggi karena hampir seluruh bagian tanaman talas dapat dimanfaatkan untuk kehidupan sehari-hari serta mempunyai kandungan gizi yang cukup (Widiyanti, 2008). Menurut Danumiharja (1978) umbi, pelepah, dan daun talas dapat dimanfaatkan sebagai bahan pangan, obat, maupun pembungkus makanan, sedangkan daun, kulit dan ampas umbinya dapat pula dimanfaatkan sebagai pakan ternak. Dewasa ini usaha pengolahan talas semakin berkembang seperti keripik talas ataupun tepung talas yang dapat digunakan sebagai bahan baku soup talas, roti, dodol, dan *cookies* (Apriani, 2007).

Talas perlu ditingkatkan menjadi produk pangan, salah satunya dengan cara diversifikasi produk. Biasanya talas dihidangkan dalam bentuk gorengan, rebusan atau kukusan. Talas dalam keadaan segar tidak tahan lama sehingga diperlukan usaha penganekaragamannya menjadi produk pangan yang lebih awet. Usaha penganekaragaman artinya 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 hanya berupa keripik talas. Salah satu usaha penganekaragaman talas yang dapat dilakukan yaitu pembuatan bolu gulung pelangi (*Rainbow Roll Cake*) dengan bahan baku tepung talas.

Bolu gulung adalah kue bolu yang dipanggang di loyang dangkal, diberi isi berupa selai atau *butter cream* lalu digulung. *Rainbow Roll Cake* merupakan versi *Roll Cake* dari *Rainbow Cake*. Keistimewaan Bolu Gulung Pelangi ada pada penampilannya yang cantik. Pada saat dipotong, terlihat bentuk penampangnya yang berwarna pelangi. Bagi pecinta atau pengamat kuliner mungkin sudah tidak asing lagi, karena kue berlapis-lapis berwarna pelangi ini memang tengah naik daun di sejumlah negara, termasuk Indonesia.

Dalam bisnis makanan ini, direncanakan untuk menjadikan bolu gulung pelangi sebagai makanan baru khas Bogor karena daerah ini merupakan sentra produksi bahan bakunya. Dengan menjadikannya sebagai jajanan khas, maka peluang pasar produk ini sangat terbuka lebar. Apalagi obyek wisata di kota ini cukup banyak, sehingga menarik pengunjung yang banyak pula.

Selain berkunjung ke obyek-obyek wisata, aktivitas kunjungan wisatawan ke Kota Bogor juga mengunjungi pusat-pusat perbelanjaan, pusat jajanan dan buah-buahan serta

erti di jalan Suryakencana, Siliwangi, Padjajaran dan Tajur,  
dan hari-hari libur. Dengan melihat kondisi ini semakin  
mendapatkan pangsa pasar yang luas.

#### Perumusan Masalah

Masalah yang melatar belakangi program ini adalah banyaknya produksi talas yang belum dimanfaatkan secara optimal. Perlu adanya diversifikasi produk talas serta mengembangkan produk olahan talas menjadi peluang bisnis berkelanjutan sehingga meningkatkan konsumsi masyarakat terhadap talas.

#### Tujuan Program

Tujuan dari program ini adalah menumbuhkan jiwa kewirausahaan di kalangan mahasiswa agar mendorong terciptanya wirausahawan muda yang peduli terhadap potensi pangan lokal. Ikut andil dalam usaha pemerintah dalam mensukseskan program diversifikasi dan ketahanan pangan nasional. Menciptakan lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat dan mengoptimalkan pemanfaatan komoditas lokal menjadi produk olahan yang bernilai ekonomi tinggi, serta menambah kekayaan khazanah kuliner Bogor.

#### Luaran yang Diharapkan

Luaran yang diharapkan adalah terciptanya peluang usaha mandiri yang bergerak dibidang olahan pangan dengan mengutamakan komoditas lokal, menghasilkan produk olahan pangan lokal yang bernilai ekonomis tinggi, tumbuhnya jiwa kewirausahaan dan kreativitas mahasiswa yang mandiri, serta munculnya kesadaran masyarakat untuk memanfaatkan talas sebagai bahan pangan alternatif, dan terciptanya *trend mode bakery* talas sebagai salah satu *icon* kuliner jajanan khas Bogor.

#### Kegunaan Program

Kegunaan program ini adalah memaksimalkan potensi talas sebagai produk olahan pangan, membuka lapangan usaha bagi masyarakat dan meningkatkan nilai tambah (*added value*) dari komoditas pertanian non beras dan penganekaragaman produk pangan khas daerah Bogor.

## II. GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN

### DESKRIPSI PRODUK

#### 1. Konsep

Bolu gulung pelangi (*Rainbow Roll Cake*) merupakan produk diversifikasi olahan tepung talas dalam bentuk kue bolu gulung berwarna-warni yang menarik yang diberi nama *TALASlicious*. Pemberian nama ini dimaksudkan agar produk identik dengan Bogor dan menjadi ikon kuliner jajanan khas Bogor.

Konsep umum dari produk ini adalah pengolahan talas menjadi bolu gulung pelangi (*Rainbow Roll Cake*) dengan berbagai varian rasa seperti coklat, keju, strawberry, blueberry, nanas, moccacino, durian dan lain-lain. Selain itu juga akan dikembangkan produk diversifikasi talas lainnya seperti Talas Pelangi (*Talas Rainbow Cake*). Kemasan dengan desain yang istimewa menjadikan produk ini memiliki kesan mewah serta diikuti dengan kata-kata khas Bogor yang menjadikan produk ini identik dengan Bogor.

#### 2. Keunggulan

*TALASlicious* memiliki beberapa keunggulan, diantaranya merupakan produk olahan dari bahan baku lokal yang memiliki rasa enak dengan berbagai varian rasa serta dikemas dengan kemasan yang istimewa. Selain itu talas juga merupakan salah satu pangan fungsional yang memiliki kandungan gizi yang jauh lebih baik dibandingkan singkong, sehingga diharapkan tidak hanya mengenyangkan tetapi juga mampu memenuhi kebutuhan gizi masyarakat. Satu hal lagi yang membuat produk ini istimewa adalah pencitraan produk sebagai jajanan khas Bogor.

TALASlicious memiliki keberlanjutan yang sangat terjamin. Bahan baku yang sangat melimpah dan kontinyu, karena hasil talas. Disamping itu banyak tenaga kerja yang tersedia sehingga komitmen usaha dapat dipertahankan.

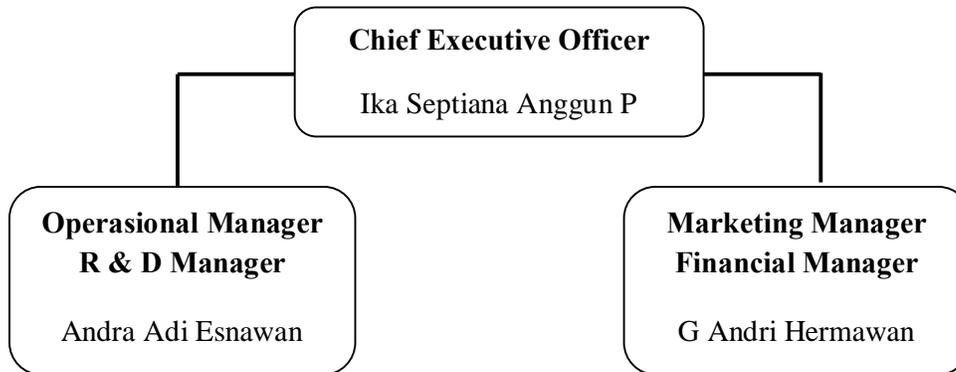
## MANAJEMEN DAN ORGANISASI PERUSAHAAN

### 1. Bentuk Badan Usaha

Pembuat *Talas Rainbow Roll Cake* ini dijalankan oleh sebuah badan usaha dengan bentuk Usaha Kecil Menengah (UKM) dengan nama “TALASlicious Corporation”. Pada tahap awal skala usaha masih relatif kecil dengan modal dan jumlah produksi yang masih sedikit dan penggunaan teknologi yang masih sederhana. TALASlicious Corporation dalam menjalankan usahanya mengusung sebuah visi, yaitu “Menjadikan TALASlicious sebagai ikon kuliner jajanan khas Bogor”.

### 2. Struktur Organisasi

Struktur Organisasi perusahaan TALASlicious Corporation adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Struktur Organisasi TALASlicious Corporation

## ASPEK TEKNIS DAN TEKNOLOGI

### 1. Bahan Baku

Ketersediaan bahan baku merupakan salah satu faktor penting dalam menunjang kelancaran produksi. Bahan baku utama dalam pembuatan *Talas Rainbow Roll Cake* adalah tepung talas. Tepung talas diperoleh dari produsen disekitar TALASlicious Corporation, kemudian dijalin kerjasama dengan produsen tersebut, sehingga pasokan tepung talas lebih mudah, lancar, dan kontinyu.

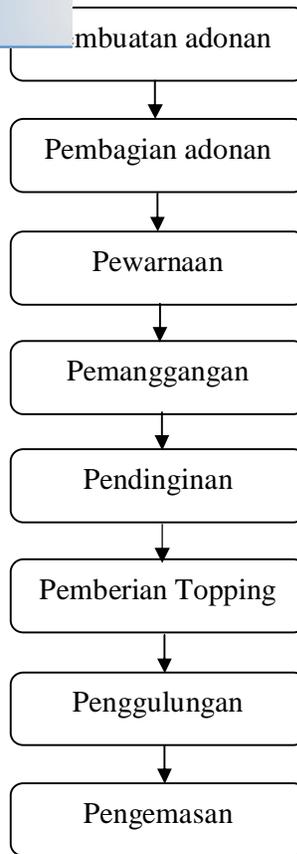
### 2. Peralatan Produksi

Peralatan yang digunakan terdiri atas mixer, loyang, oven, kompor gas, tabung gas, baskom, kuas, dan lain-lain. Kemampuan mesin dan peralatan merupakan faktor penting yang harus diperhatikan agar produksi dapat berjalan dengan efisien.

### 3. Proses Produksi

Proses produksi *Talas Rainbow Roll Cake* dimulai dengan pembuatan adonan dengan mencampurkan putih telur, kuning telur dan gula halus hingga mengembang didalam mixer. Kemudian, ke dalam adonan tadi ditambahkan tepung talas, tepung terigu, dan tepung maizena sedikit-sedikit sambil di aduk. Setelah itu ditambahkan margarin cair, dan diaduk sampai rata. Selanjutnya adonan dibagi menjadi tujuh bagian, kemudian diberikan warna sesuai jumlah warna pelangi. Masing-masing adonan dituang ke dalam loyang yang sudah diolesi dengan margarin dan dilapisi tepung. Penuangan adonan dilakukan secara

adonan tersebut dipanggang dalam oven hingga matang. Setelah matang kemudian digulung.



**Gambar 2. Proses Produksi TALASlicious**

#### 4. Penentuan Lokasi Produksi

Lokasi produksi menjadi salah satu faktor penting yang akan mendukung keberhasilan usaha tersebut. Tujuan penentuan lokasi industri dengan tepat adalah agar perusahaan dapat beroperasi atau memproduksi dengan lancar, efektif dan efisien. Lokasi produksi bertempat dikontrakan salah satu anggota PKM-K. Pertimbangan penentuan lokasi berdasarkan faktor-faktor berikut:

a. Sumber bahan baku

Kedekatan lokasi pabrik dengan sumber bahan baku dapat menghemat biaya transportasi sehingga dapat menghemat ongkos produksi.

b. Posisi pasar/letak pusat pemasaran

Lokasi industri harus berdekatan dengan pusat pemasaran sehingga memudahkan pemantauan terhadap penerimaan produk oleh konsumen. Selain itu, dapat meminimumkan pengeluaran untuk pendistribusian produk.

c. Ketersediaan sarana transportasi

Tersedianya sarana transportasi akan memudahkan pengangkutan bahan baku dan pendistribusian produk.

d. Ketersediaan energi dan air

Air bersih merupakan material yang mutlak harus diperhatikan oleh industri pengolahan pangan, dan kemudahan memperoleh energi listrik perlu diutamakan.

konsep **4P (Product, Price, Promotion, Place)** meliputi dan tempat/saluran distribusi. Varian produk (*product*) yang ditawarkan berupa bola-galung pelangi (*Rainbow Roll Cake*) dengan brand “**TALASlicious**”. Pengembangan bisnis pada tahap berikutnya akan melibatkan penambahan rasa yang bervariasi seperti coklat, keju, strawberry, blueberry, nanas, moccacino, durian dan lain-lain serta produk diversifikasi talas yang lain seperti Talas Pelangi (*Talas Rainbow Cake*). TALASlicious dikemas dalam kemasan eksklusif untuk membidik pasar oleh-oleh khas Bogor yang berkualitas dan layak dijadikan bingkisan maupun hantaran.

Penentuan harga jual (*price*) menjadi faktor kritis yang menentukan kemampuan produk dalam bersaing dengan produk lain yang sejenis. Penetapan harga jual dilakukan secara matang dengan mempertimbangkan faktor internal perusahaan dan faktor eksternal. Dalam hal faktor internal, penentuan harga dilakukan untuk memaksimalkan laba jangka pendek perusahaan, memaksimalkan pangsa pasar, penentuan posisi, dan pembentukan citra atau *image* produk. Dalam hal faktor eksternal, penentuan harga TALASlicious dilakukan agar produk dapat bersaing dengan produk yang telah ada dipasaran, agar harga terjangkau oleh masyarakat, dan memuaskan konsumen atas manfaat yang telah diperoleh dari harga yang telah ditetapkan (*customer value*).

Berdasarkan pertimbangan di atas, harga jual TALASlicious ditetapkan sebesar Rp 30.000,-. Nilai tersebut sangat proporsional dengan kualitas dan inovasi yang ditawarkan, sehingga TALASlicious akan mampu bersaing dengan produk sejenis yang telah beredar lebih dulu di pasaran.

Pemasaran tidak hanya membicarakan produk, harga dan pendistribusian produk, tetapi juga mengkomunikasikan produk (*promotion*) ke masyarakat agar produk dikenal dan pada akhirnya akan dibeli. Untuk itu, TALASlicious 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 (*place*) meliputi tempat produksi dan tempat penjualan. Tempat produksi ditetapkan di salah satu kontrakan dari anggota PKM-K. Hal ini dimaksudkan untuk mempermudah proses produksi. Penentuan tempat penjualan didasarkan pada beberapa kriteria yaitu mudah dijangkau konsumen dan strategis. Pemasaran TALASlicious dilakukan dengan sistem konsinyasi yang difokuskan di pusat oleh-oleh Bogor dan sekitar kampus. Selain itu penjualan juga dilakukan secara langsung kepada konsumen seperti masyarakat sekitar kampus.

## 6. Strategi Pemasaran

Strategi yang akan dilakukan adalah dengan melakukan riset secara kontinyu dan menindaklanjuti dengan kegiatan yang berdampak nyata. Kegiatan tersebut bertujuan agar *positioning* produk dan *brand*-nya tetap baik. Beberapa strategi yang akan dilakukan yaitu dengan menggunakan strategi **STP (Segmentation, Targetting & Positioning)** secara intensif dan terpadu.

Segmentasi (*Segmentation*) dari produk TALASlicious yaitu wisatawan. Segmen ini dibidik sesuai dengan visi perusahaan yaitu menjadikan TALASlicious sebagai ikon kuliner khas Bogor. Segmen yang lain adalah mahasiswa terutama Mahasiswa IPB karena merupakan pangsa pasar yang besar dengan jumlah kurang lebih 25.000 orang. Faktor lokasi yang dekat dengan tempat produksi menjadi kelebihan tersendiri sehingga memudahkan kegiatan survei, promosi, dan pemasaran produk. Segmen terakhir adalah kelompok masyarakat umum, sebab bagi kelompok ini konsumsi kue merupakan selingan sekaligus jajanan yang dapat digunakan sebagai oleh-oleh dan hantaran.

) pemasaran produk ini adalah segmen pertama yaitu pada visi menjadikan TALAS*licious* sebagai ikon kuliner potensi pariwisata Bogor yang cukup besar dan keinginan dari wisatawan untuk merasakan produk jajanan khas suatu daerah.

Posisi (*Positioning*), konsumen melihat TALAS*licious* sebagai produk istimewa yang merupakan jajanan khas Bogor yang enak, bergizi, dan berbahan baku lokal, sehingga masyarakat luas jika teringat dengan kota Bogor maka akan teringat pula TALAS*licious*.

## ANALISIS POTENSI PASAR

### Analisis SWOT

<p style="text-align: center;"><b>IFAS</b></p> <p style="text-align: center;"><b>EFAS</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>Strength (S)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. TALAS<i>licious</i> sebagai ikon kuliner khas Bogor</li> <li>2. Menggunakan bahan baku asli Bogor</li> <li>3. Harga tepung talas murah</li> <li>4. Nilai gizi tepung talas</li> <li>5. Daya tarik dari variasi warna</li> <li>6. Rasanya beraneka, enak, dan bergizi tinggi</li> <li>7. Dapat dinikmati semua kalangan</li> <li>8. Penguasaan teknik produksi yang memadai</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>Weakness (W)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Terdapat produk serupa dimasyarakat</li> </ol>
<p style="text-align: center;"><b>Opportunities (O)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. TALAS<i>licious</i> sebagai jajanan khas</li> <li>2. Kebutuhan masyarakat modern mengkonsumsi jajanan praktis, lokal namun bergizi tinggi</li> <li>3. Bahan baku melimpah</li> <li>4. Pemanfaatan talas masih rendah</li> <li>5. Mendukung diversifikasi pangan</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>SO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mempromosikan produk dengan menekankan aspek jajanan khas yang enak dan bergizi</li> <li>2. Produk yang memanfaatkan potensi lokal</li> <li>3. Mengiklankan produk diberbagai tempat wisata dan <i>public area</i> di Bogor</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>OW</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bantuan dari pihak pengelola wisata dan pemerintah</li> </ol>
<p style="text-align: center;"><b>Threat (T)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Semakin maraknya produk serupa dari beraneka macam bahan di masyarakat</li> <li>2. Lingkup usaha masih kecil</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>ST</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Optimalisasi rasa, tekstur, dan kemasan produk</li> <li>2. Menjaga konsistensi produk agar kepercayaan pelanggan terjaga</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>WT</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan inovasi produk</li> <li>2. Strategi promosi yang lebih mapan</li> </ol>

kan usaha diperlukan adanya beberapa asumsi mengenai parameter teknologi, proses maupun biaya. Asumsi ini diperoleh dari industri bakery atau usaha sejenis dan dari pengusaha dan pustaka. Adapun asumsi-asumsi yang digunakan antara lain.

**Tabel 2. Asumsi-asumsi untuk kalayakan usaha**

Asumsi	Keterangan
Umur proyek	5 bulan
Hari kerja/minggu (5 jam/hari)	1 hari/minggu
Minggu kerja/bulan	4 minggu/bulan
Kapasitas produksi per produksi	40 kemasan
Kapasitas produksi per bulan	160 kemasan
Harga jual per kemasan	Rp 30.000
Penjualan bulan 1	75%
Penjualan bulan 2	90%
Penjualan bulan $\times$ 3	100%

## 2. Biaya Investasi dan Modal Kerja

Komponen biaya investasi mencakup biaya-biaya pengadaan alat dan mesin serta fasilitas lainnya. Biaya ini bersifat tetap dan dikeluarkan pada tahun ke-0 yaitu sebelum kegiatan usaha dilaksanakan. Total biaya investasi yang diperlukan yaitu sebesar Rp 4.784.000. Kebutuhan biaya untuk masing-masing komponen disajikan pada Tabel berikut.

**Tabel 3. Kebutuhan investasi**

No	Komponen Biaya	Total Nilai
1	Investasi awal	Rp 4.684.000
2	Fasilitas lainnya	Rp 100.000
	Total	Rp 4.784.000

Modal kerja merupakan dana yang digunakan untuk operasional usaha sampai usaha tersebut menghasilkan uang atau pendapatan. Modal kerja meliputi biaya operasional usaha selama satu bulan sebesar Rp 3.661.000. Komponen biaya modal kerja disajikan pada Tabel 4.

**Tabel 4. Komponen Biaya Modal Kerja**

No	Komponen Biaya	Total Nilai
1	Biaya Operasional	
	Biaya Variabel	Rp 2.931.000
	Biaya Tetap	Rp 730.000
	Total	Rp 3.661.000

## 3. Produksi dan Pendapatan

Berdasarkan asumsi, kapasitas produksi usaha persekali produksi sebesar 40 kemasan atau 160 kemasan per bulan. Sementara penjualan pada tahun pertama sebesar 75%, tahun kedua sebesar 90% dan tahun ketiga sampai akhir proyek sebesar 100%. Harga jual produk TALAS*licious* diasumsikan sebesar Rp. 30.000 per kemasan.

Total pendapatan yang diperoleh pada tahun pertama pada penjualan 75% sebesar Rp 3.600.000, tahun kedua pada penjualan 90% sebesar Rp 4.320.000, dan tahun ketiga sampai kelima pada penjualan 100% sebesar Rp 4.800.000. Proyeksi pendapatan disajikan pada Tabel 5.

## Proyeksi Produksi dan Pendapatan

	Bulan 1	Bulan 2	Bulan 3	Bulan 4	Bulan 5
Asumsi penjualan	75%	90%	100%	100%	100%
Volume penjualan	120	144	160	160	160
Harga/kemasan	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000
Pendapatan	3.600.000	4.320.000	4.800.000	4.800.000	4.800.000

#### 4. Proyeksi Laba Rugi

Berdasarkan proyeksi produksi dan pendapatan, dapat diketahui pula proyeksi keuntungan atau kerugian usaha. Pada tahun pertama usaha dengan total penjualan 75% diperoleh keuntungan bersih sebesar Rp 669.000, *profit on sales* 18,6%. Pada tahun kedua dengan total penjualan 90% diperoleh keuntungan bersih Rp 1.389.000, *profit on sales* 32,8%. Pada tahun ketiga sampai kelima dengan total penjualan 100% diperoleh keuntungan bersih Rp 1.869.000 Dengan *profit on sales* 38,9%.

#### 5. Proyeksi Arus Kas dan Kelayakan Proyek

Proyeksi arus kas dilakukan untuk mengetahui kewajiban keuangan kepada pihak lain. Dalam analisis arus kas juga dilakukan perhitungan kelayakan usaha yaitu *Net Present Value (NPV)*, *Internal Rate of Return (IRR)*, *Payback Period (PBP)*, *Net Benefit Cost Ratio (Net B/C Ratio)*.

*Payback Period* adalah suatu periode yang diperlukan untuk menutup pengeluaran investasi dengan aliran kas. Dengan kata lain *Payback Period* merupakan rasio antara pengeluaran investasi (*initial cast investment*) dengan aliran kas (*cash inflow*) yang hasilnya merupakan satuan waktu. Secara matematis rumus untuk menghitung *Payback Period* adalah sebagai berikut:

$$\text{Payback Period} = \frac{\text{Nilai Investasi}}{\text{Kas Masuk Bersih}}$$

NPV yaitu selisih antara *present value* dari investasi dengan nilai sekarang dari penerimaan-penerimaan kas bersih (aliran kas operasional maupun aliran kas terminal) di masa yang akan datang. Jika nilai NPV lebih besar dari 0 maka usulan usaha diterima, jika lebih kecil maka usulan usaha ditolak, jika sama dengan 0 maka usulan usaha dapat diterima atau ditolak. Secara matematis rumus untuk menghitung NPV adalah sebagai berikut:

$$NPV = \hat{U} \frac{CF_t}{(1+K)^t} - I_0$$

Dimana: CF<sub>t</sub> = Aliran kas pertahun pada periode t  
I<sub>0</sub> = Investasi awal pada bulan ke 0  
K = Suku bunga

Metode *Internal Rate of Return (IRR)* digunakan untuk mencari tingkat bunga yang menyamakan nilai sekarang dari arus kas yang diharapkan di masa datang. Secara matematis rumus untuk menghitung IRR adalah sebagai berikut:

$$I_0 = \hat{U} \frac{CF_t}{(1+IRR)^t}$$

Dimana: t = Tahun ke-  
I<sub>0</sub> = Nilai Investasi awal  
CF<sub>t</sub> = Arus Kas bersih  
IRR = Tingkat bunga yang dicari harganya

Metode *Profitability Index (PI)* adalah menghitung perbandingan antara nilai sekarang dari rencana penerimaan kas bersih di masa yang akan datang dengan nilai sekarang dari

kan. Secara matematis rumus untuk menghitung metode sebagai berikut:

Analisis titik impas adalah suatu analisa yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara beberapa variabel dalam proses produksi dengan pendapatan yang diterima perusahaan. Secara matematis rumus yang digunakan untuk menghitung BEP adalah sebagai berikut:

$$BEP = \frac{b}{P - b}$$

Dimana: BEP = Tingkat produksi pada titik impas  
           = Biaya Tetap Produksi  
           b    = Biaya Variabel  
           P    = Harga

Berdasarkan hasil proyeksi yang disajikan pada Tabel 6 menunjukkan bahwa usaha ini memiliki NPV positif yaitu sebesar Rp 2.881.000, IRR lebih tinggi dari suku bunga yaitu sebesar 17,15% dan Net B/C Ratio lebih dari 1,00 yaitu sebesar 2,79. Sementara PBP selama 4,79 bulan menunjukkan bahwa investasi yang ditanamkan dapat tertutup kembali kurang dari 5 bulan. Hal ini menunjukkan bahwa usaha ini layak untuk dilaksanakan.

**Tabel 6 Hasil Proyeksi Kelayakan Usaha**

Kriteria	Nilai	Justifikasi Kelayakan
NPV	Rp 2.881.000	>.0
IRR	17,15%	>.0
Net B/C	2,79	>.1
PBP	4,79 bulan	<.5 bulan

### III. METODE PENDEKATAN

#### Analisis Peluang Pasar

Pada langkah ini dicoba untuk memperkirakan seberapa tinggi tingkat penawaran dan permintaan terhadap produk TALASlicious.

#### Analisis Penentuan dan Target Pasar

Pada langkah ini diupayakan untuk menentukan segmen atau target pasar, agar kegiatan pemasaran berjalan lebih terarah. Selain itu, sumberdaya yang dimiliki dapat digunakan secara lebih efektif dan efisien dalam rangka mencapai tingkat kepuasan konsumen.

#### Merancang Strategi dan Program Pemasaran

Dalam langkah ini dicoba untuk menyusun strategi dan program pemasaran meliputi;

1. Strategi produk
2. Strategi harga
3. Strategi distribusi/penyaluran
4. Strategi promosi

#### Mengorganisir & Melaksanakan

Pada tahap ini mulai dijalankan program meliputi proses produksi, pemasaran atau penjualan, distribusi, hingga penyaluran kepada konsumen.

#### Kegiatan (kebijakan) Pemasaran

Adapun kegiatan atau kebijakan pemasaran yang akan dilakukan adalah sebagai berikut;

1. Kemasan dibuat semenarik mungkin sehingga memberikan kesan pertama yang memikat konsumen. Di samping itu, kemasan harus aman dan menjamin produk terhindar dari kerusakan baik kerusakan fisik, kimiawi, maupun biologis.

atau namun tetap mempertimbangkan keuntungan yang

mitra (Channel of Distribution) untuk membantu publikasi serta distribusi produk kepada pelanggan.

4. Membuat media yang komunikatif antara produsen dan konsumen, seperti: CP (*Contact Person*), blog, facebook, twitter, website. Selain dapat dioptimalkan sebagai sarana promosi dan edukasi, media dapat dimanfaatkan untuk menerima saran dan kritik konsumen dan juga pemesanan *online*.
5. Mempromosikan produk pada perkumpulan komunitas. Contohnya: perkumpulan ibu-ibu PKK, kritisi atau pecinta kuliner, seminar, dan lain-lain
6. Ikut serta dalam pameran kuliner serta kompetisi kuliner sebagai perkenalan kepada para pemerhati kuliner lain sekaligus meningkatkan gengsi produk di antara produk-produk kreasi kuliner lainnya.
7. Menempatkan diri dipusat wisatawan yang berkunjung ke Bogor dengan mengunggulkan TALASlicious sebagai salah satu ikon kuliner jajanan khas Bogor.

#### Mengawasi dan Mengevaluasi Kegiatan

Pada tahap akhir dilakukan evaluasi semua kegiatan mulai dari produksi hingga pemasara. Harapannya hasil evaluasi diharapkan dapat memberikan rekomendasi positif untuk dilaksanakan pada waktu yang akan datang, sehingga proses penjualan atau pemasaran dapat berkelanjutan.

### IV. PELAKSANAAN PROGRAM

#### Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Kegiatan ini dimulai sejak bulan Maret sampai dengan bulan Juni tahun 2013. Tempat pelaksanaan program ini yaitu di Perumahan Taman Dramaga Permai, Bogor.

#### Tahapan Pelaksanaan/Jadwal Faktual Pelaksanaan

Tabel 7. Jadwal faktual pelaksanaan

NO	KEGIATAN	WAKTU PELAKSANAAN	METODE	KETERCAPAIAN
1.	Persiapan alat dan bahan.	3-14 Maret 2013	Studi banding	Memperoleh <i>supplier</i> bahan-bahan yang murah, lengkap dan berkualitas.
2.	<i>Trial and Error</i> dan pengumpulan respon konsumen	15 Maret-13 April 2013	<i>Trial and Error</i>	Menemukan resep yang sesuai.
3.	Produksi dan evaluasi	20 April-16 Mei 2013		Produksi TALASlicious secara mandiri ( <i>personal selling</i> ) dan evaluasi terhadap kepuasan konsumen
4.	Kreasi Produk	18 Mei -29 Mei 2013		Melakukan beberapa tambahan varian rasa dan ukuran produk.
5.	Pemasok untuk Dana Usaha Mahasiswa	16 Mei ó 15 Juni 2013		Menjadi pemasok untuk kegiatan dana usaha mahasiswa
6.	Pemesanan Kemasan	18 Juni 2013		Memesan kemasan untuk produk TALASlicious.

dalam pelaksanaan PKM ini ialah rumah produksi yang bertempat di Perumahan Taman Dramaga Permai Bogor, alat-alat pembuatan kue gulung, alat-alat pendukung lainnya baik dalam tahap produksi maupun tahap pemasaran produk.

### Rancangan Realisasi Biaya

**Tabel 8. Realisasi dana Pra Kegiatan**

Pra Kegiatan		
No	Uraian	Jumlah (Rp.)
1.	Pembuatan Proposal	86.400,00
2.	Transportasi	100.000,00
3.	Komunikasi	50.000,00
<b>Total Biaya Pra Kegiatan</b>		<b>236.400,00</b>

**Tabel 9. Realisasi dana Pelaksanaan Kegiatan**

Rincian	Realisasi (Rp)
<b>1. Administrasi</b>	
Pembuatan laporan kemajuan	30.000,00
<b>2. Bahan Habis Pakai</b>	
Bahan Baku	2.675.000,00
Kemasan Sementara	215.000,00
<b>3. Alat dan Perlengkapan</b>	
Log book	18.000,00
Buku pengeluaran	14.000,00
Peralatan Produksi	1.550.000,00
<b>4. Sarana dan Prasarana</b>	
Biaya listrik selama 5 bulan	250.000,00
Biaya sewa tempat produksi selama 5 bulan	2.000.000,00
Biaya Perpanjangan sewa tempat untuk 5 bulan	800.000,00
<b>5. Lain-Lain</b>	
Poster	300.000,00
Transportasi	300.000,00
Biaya tak terduga	200.000,00
<b>Total Pengeluaran</b>	<b>8.352.000,00</b>

**Total Biaya yang terealisasi :**

<b>Biaya Pra Kegiatan</b>	<b>Rp 236.400,00</b>
<b>Biaya Pelaksanaan Kegiatan</b>	<b>Rp 8.352.000,00 +</b>
<b>TOTAL BIAYA</b>	<b>Rp 8.588.400,00</b>
<b>Saldo</b>	<b>Rp 12.000,00</b>

Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features

Produk program kreativitas mahasiswa bidang kewirausahaan telah menghasilkan produk jajanan khas Bogor yang bernama *Talaslicious* yaitu bolu gulung pelangi dengan bahan baku talas dengan berbagai varian rasa dan hiasan. *Talaslicious* selain tampilan dan rasa yang menarik juga mengandung nilai jual yang tidak kalah menarik karena merupakan kreativitas dari panganan khas Bogor yaitu talas. Berikut.

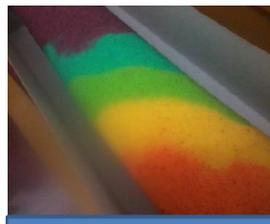
**Hasil Pemasaran TALASlicious**

**Permasalahan dan Penyelesaiannya**

**Tabel 10. Permasalahan dan Penyelesaiannya**

No.	Permasalahan	Solusi
1.	Rasa dan warna kue yang kurang menjual	Melakukan uji coba terhadap berbagai resep dan bahan serta mendengarkan saran dari konsumen.
2.	Harga yang terlalu mahal	Membuat varian ukuran sebagai <i>TALASlicious</i> mini
3.	Bosan dengan rasa yang sama	Membuat variasi isian rasa dan topping dari <i>TALASlicious</i> .
4.	Kurangnya waktu produksi	Produksi di hari libur dan malam hari.

**Dokumentasi PKM Kewirausahaan Talaslicious**



asiswa bidang kewirausahaan *Talaslicious* akan terus produksi, memperluas pangsa pasar melalui penjualan di berbagai pasar *Ole-ole* di kota Bogor, program penjualan di seluruh kantin yang ada di IPB, untuk mewujudkan hal tersebut perlu upaya dan kerjasama yang solid dari berbagai pihak tidak hanya pelaksana.

## VI. KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Pengembangan tepung talas menjadi bolu gulung *Talaslicious* sudah bisa dikatakan sukses baik dari segi keunggulan produk, segi kreativitas, segi pemasaran, segi ekonomi, segi peluang usaha dan segi prestasi serta semoga akan menyumbang lapangan pekerjaan bagi rakyat Indonesia.

### Saran

untuk mensukseskan *Talaslicious* sebagai jajanan khas Bogor perlu bantuan dan kerjasama dari berbagai faktor, dengan dukungan berbagai faktor akan menjadikan *Talaslicious* produk yang unggul dari segi kualitas produk dan kuat dalam pemasaran serta kualitas ekonomi rakyat.