LAPORAN AKHIR

PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA

PEMBUATAN GETUK GORENG TALAS ANEKA RASA SEBAGAI JAJANAN TRADISIONAL KHAS DAERAH BOGOR

BIDANG KEGIATAN

PKM KEWIRAUSAHAAN

Oleh :

1. Arisman	A14104056	2004 (Ketua)
2. Warid	A34404010	2004 (Anggota)
3. Sigit Susilo	F14104035	2004 (Anggota)
4. Ambi Yoan Arimanto	F14104105	2004 (Anggota)

INSTITUT PERTANIAN BOGOR

BOGOR

2008

Dibiayai oleh Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi

Departemen Pendidikan Nasional

Sesuai dengan Surat Perjanjian Pelaksanaan Hibah

Program Kreativitas Mahasiswa

Nomor : 001/SP2H/PKM/DP2M/II/2008 tanggal 26 Februari 2008

ABSTRAK

Talas merupakan salah satu tanaman pangan yang belum dimanfaatkan secara optimal. Tanaman ini nyaris tidak mendapatkan tempat di hati masyarakat endati memiliki potensi ekonomi yang tinggi. Produksi komoditas ini dibiarkan berjalan sendiri. Kabupaten Bogor merupakan salah satu daerah penghasil talas yang cukup produktif dibandingkan dengan daerah lainnya. Pengolahan pada saat ini kebanyakan memanfaatkan umbi segar yang dijadikan berbagai hasil olahan.

Bisnis makanan getuk goreng talas ini diharapkan mampu mendorong munculnya produk-produk berbahan dasar talas yang lebih beragam juga dapat mendorong berkembangnya industri makanan berbahan dasar talas sehingga dapat meningkatkan nilai jual komoditas talas. Sebagai tahap awal produksi, lokasi yang digunakan untuk memproduksi getuk goreng talas dilakukan di rumah kontrakan salah satu anggota. Tujuannya agar lebih leluasa dalam menjalankan program dan menghemat anggaran pengeluaran.

Ada pun proses produksi pembuatan getuk goreng talas dimulai dengan pemilihan talas, pengupasan dan pemotongan talas, perendaman dan pembersihan talas, pengukusan, penghalusan, pembentukan, penggorengan dan pengemasan. Publikasi dengan menyebarkan brosur pada calon konsumen potensial agar produk dikenal masyarakat Bogor. Promosi berupa pengiklanan berupa media cetak, internet, bazar dan expo.

Pada awal produksi, getuk talas goreng yang diproduksi kurang manis, terasa gatal apabila dikonsumsi dan teksturnya kasar. Setelah itu, kelompok PKMK kami mencoba mencari informasi adonan getuk talas goreng yang layak dan untuk menghilangkan rasa gatal talas kepada para penjual.

I. PENDAHULUAN

A. JUDUL PROGRAM

Judul PKM Kewirausahaan ini adalah "Getuk Talas Goreng Aneka Rasa Sebagai Jajanan Tradional Khas Daerah Bogor".

B. LATAR BELAKANG

Talas merupakan salah satu tanaman pangan yang belum dimanfaatkan secara optimal. Tanaman ini nyaris tidak mendapatkan tempat di hati masyarakat endati memiliki potensi ekonomi yang tinggi. Produksi komoditas ini dibiarkan berjalan sendiri. Petani talas dibiarkan tumbuh tanpa adanya upaya pembinaan agar menjadi petani yang andal dan berkecukupan. Padahal, komoditas ini berpotensi untuk dijadikan salah satu alternatif solusi dalam program diversifikasi bahan pangan.

Kabupaten Bogor merupakan salah satu daerah penghasil talas yang cukup produktif dibandingkan dengan daerah lainnya. Dari 33 kecamatan di Kabupaten Bogor terdapat lima lokasi sentra produksi talas terbesar yang menghasilkan talas secara kontiniu. Lima kecamatan penghasil talas terbesar tersebut adalah Ciawi, Megamendung Cijeruk, Dramaga dan Caringin. Rata-rata produsi talas dari lima kecamatan tersebut berturut-turut adalah 948.5, 822.5, 724.5, 705.3 dan 322.3 ton per tahun (Dinas Pertanian Tanaman Pangan Kabupaten Bogor, 1999). Secara rinci produksi talas di Kabupaten Bogor disajikan dalam Tabel 1.

Dibandingkan dengan jenis umbi-umbian lain yang dikonsumsi masyarakayt seperti umbi 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 masin-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 daya simpan ubi jalar maupun umbi kayu (Basyir, 1999).

Pengolahan pada saat ini kebanyakan memanfaatkan umbi segar yang dijadikan berbagai hasil olahan. Bahan olahan talas yang umum dan populer dikonsumsi masyarakat pada saat ini adalah berupa keripik talas. Namun, produk olahan umbi talas lainnya, seperti getuk goreng, belum banyak tersedia di pasaran.

Sebagaimana kita ketahui, bahan getuk selalu terbuat dari iubi singkong. Namun nilai gizi ubi singkong masih rendah, sehingga kami berpikir untuk meningkatkan kualita makanan ringan getuk tersebut dari bahan baku talas yang notabene masih berasal dari keluarga yang sama dari tanaman singkong. Dengan demikian, konsumen tidak hanya dipuaskan dengan rasanya saja, tetapi kebutuhan gizinya juga dapat dipenuhi.

Tabel 1. Produksi Talas per Kecamatan di Kabupaten Bogor (dalam ton)

No.	Kecamatan	Tahun			
		1996	1997	1998	1999
1	Citeureup	0	20	200	100
2	Cibinong	200	40	0	280
3	Ciawi	476	1162	1960	196
4	Cijeruk	980	1218	560	140
5	Caringin	403	366	351	169
6	Cigudeg	0	180	348	204
7	Jasinga	24	96	60	36
8	Rumpin	0	0	36	96
9	Dramaga	416	1144	806	455
10	Megamendung	0	1540	350	1400
11	Sukaraja	104	806	325	0
12	Sukmajaya	44	66	44	0
13	Cisarua	0	120	48	0
14	Cimanggis	0	80	0	0
15	Nanggung	0	50	0	0
Jumlah		2640	6888	5088	3076

Sumber*: *Dinas Pertanian Tanaman Pangan Kabupaten Bogor, 1999

Bisnis makanan getuk talas goreng ini diharapkan mampu mendorong munculnya produk-produk berbahan dasar talas yang lebih beragam juga dapat mendorong berkembangnya industri makanan berbahan dasar talas. Adanya penggorengan getuk talas ini diharapkan dapat meningkatkan daya simpan makanan sehingga tidak mudah rusak. Dalam bisnis makanan ini, kami merencanakan untuk menjadikan getuk talas goreng ini dijadikan sebagai makanan baru khas Bogor karena daerah ini merupakan sentra produksi bahan bakunya.

Dengan menjadikannya sebagai makanan khas daeras Bogor, maka peluang pasar produk ini sangat terbuka lebar. Apalagi obyek wisata di kota ini tergolong cukup banyak, baik jumlahnya maupun pengunjungnya. Obyek wisata yang menjadi unggulan Kota Bogor meliputi Kebun Raya Bogor, Taman Topi, Museum Zoologi dan Istana Bogor. Hal ini terukur dari tingkat kunjungan wisatawan ke tempat-tempat tersebut relative lebih tinggi dari tingkat kunjungan ke obyek-obyek wisata lainnya, sebagaimana terlihat dalam Tabel 2.

Tabel 2. Obyek Wisata Kota dan Kabupaten Bogor beserta Tingkat Kunjungannya

No.	Objek Wisata	Tingkat Kunjungan
1	Kebun Raya Bogor	1.337.208
2	Istana Bogor	58.731
3	Museum Zoologi	51.748
4	Museum Etnobotani	8.345
5	Prasati BatuTulis	1.294
6	Danau Situ Gede	1.631
7	Taman Topi (Plaza Kapten Muslihat)	156.394
8	Museum Tanah	698
9	Museum PETA	10.399
10	Museum Perjuangan	1.315

Sumber : *www.kotabogor.go.id*

Selain kunjungan ke obyek-obyek wisata tersebut, aktivitas kunjungan wisata ke Kota Bogor juga tercermin dari keramaian di pusat-pusat perbelanjaan, perdagangan makanan jajanan dan buah-buahan serta *factory out* pakaian dan tas seperti di Jalan Suryakencana, Siliwangi, Pajajaran dan Tajur, terutama pada hari Sabtu, Minggu dan hari-hari libur. Dengan melihat kondisi inilah, kami yakin akan mendapatkan pasar yang layak.

C. PERUMUSAN MASALAH

1. Semakin banyaknya minat masyarakat akan pangan khas tradisonal
2. Kurangnya pemanfaatan talas sebagai sumber pangan pengganti beras.
3. Kurangnya inovasi produk pada getuk goreng yang ada sebelumnya.
4. Daya tahan dan sistem pemasaran produk goreng yang ada di masyarakat masih menjadi masalah utama dalam pengembangan usaha.

D. TUJUAN PROGRAM

1. Menciptakan lapangan pekerjaan baru.
2. Penganekaragaman makanan khas Indonesia.
3. Memberikan alternatif bahan baku jajanan khas tradisonal yang bergizi kepada masyarakat.
4. Meningkatkan produksi talas oleh petani.
5. Membantu meningkatkan kualitas gizi masyrakat Indonesia.
6. Meningkatkan daya traikproduk getuk goreng agar lebih diminati masyrakat.

E. LUARAN YANG DIHARAPKAN

Produk komersial yang diharapkan yaitu berupa jajnan tradisional khas bogor berupa getuk goreng dari talas yang dikemas dalam *box* yang modern. Produk ini ditambah aneka rasa seperti keju, coklat dan abon yang bergizi tinggi dan tahan lama.

F. KEGUANAAN PROGRAM

1. Menumbuhkan jiwa kreativitas dan kewirausahaan pada mahasiswa.
2. Mengembangkan semangat kemandirian finansial dan engasah semangat dan kemampuan kerjasama di dalam sebuah tim.
3. Memperoleh *keuntungan (profit) finansial dari* kegiatan PKM ini.
4. Memberikan alternatif bahan baku produk jajanan khas tradisional kepada masyarakat dari bahan yang lebih tinggi nilai gizi dan harga jualnya.

5. Mengembangkan pemanfaatan produk pangan lokal yang masih sedikit digunakan sehingga dapat menguntungkan petani.

G. GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA

1. Lokasi Produksi

Sebagai tahap awal produksi, lokasi yang digunakan untuk memproduksi getuk talas goreng dilakukan di rumah kontrakan salah satu anggota. Tujuannya agar lebih leluasa dalam menjalankan program dan menghemat anggaran pengeluaran. Di tempat ini juga digunakan sebagai tempat penjualan langsung mengingat lokasi produksi sangat strategis dengan jalan raya Kampus IPB Dramaga.

2. Perencanaan Produksi

a. Persiapan Bahan dan Alat

Semua bahan dan alat yang dibutuhkan dipersiapkan terlebih dahulu terutama bahan baku dalam pembuatan getuk goreng.

Bahan :

- Talas
- Gula Merah
- *Margarine*
- Air, Garam, Vanili
- Keju, Coklat Bubuk, Abon
- Minyak Goreng
- Tepung Beras
- Tepung Kanji

Alat :

- Panci
- Pan Penggorengan
- Penggilis
- Kompor
- Baskom, Timbangan
- *Sealer*
- Pisau, Serog
- Wajan

b. Pengupasan

Talas sebelum diolah menjadi produk pangan harus dilakuakan pengupasan kulit terluarnya. Tujuan pengupasan untuk menghilangkan kotoran dan kulitnya, selanjutnya didaptkan daging buah yang siap diolah.

c. Pembersihan

Pembersihan dilakuakan untuk menghilangkan kotoran yang melekat setelah pengupasan. Selain itu, pembersihan juga untuk menghilangkan zat penyebab rasa gatal pada talas (kalsium oksalat) dengan direndam dengan air garam.

d. Pengukusan

Tujuan pengukusan yaitu menonaktifkan enzim yang dapat menyebabkan rasa gatal yaitu kalsium oksalat yang banyak terdapat di dalam cairannya juga kuman atau bakteri yang dapat mengurangi mutu olahan talas.

e. Penghalusan

Penghalusan dengan menggunakan penggilis adar adonan talas lebih halus dan mencampur rata sehingga mudah untuk dibentuk sesuai keinginan.

f. Pembentukan

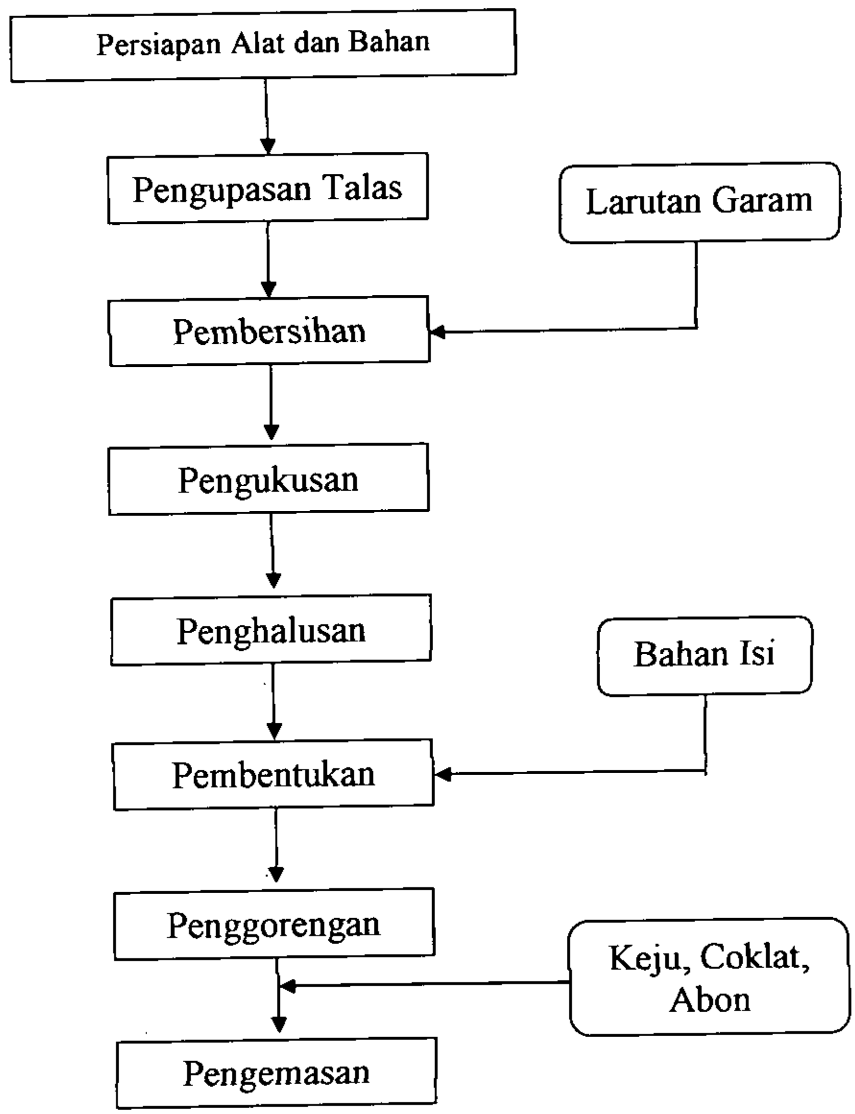
Pembentukan getuk goreng degan bentuk unik dan kreatif dapat menarik minat konsumen akan produk ini. Pembrntukan dapat dilakukan dengan tangan atau dengan bantuan alat penggilis.

g. Penggorengan

Penggorengan getuk dapat meningkatkan daya tahan getuk. Jika getuk sebelumnya tanpa digoreng paling lama hanya dapat bertahan 3-4 hari tetapi dengan tambahan perlakuan penggorengan dapat menambah daya simpan produk hingga 10 hari.

h. Pengemasan

Pengemasan sangat mempengaruhi nilai jual produk. Untuk itu, produk getuk talas goreng ini akan dikemas dengan kardus dengan desain yang simple tapi modern.



Gambar 1. Diagram Alir Produksi

3. Alat dan Mesin

a. Kompor Gas

Kompor gas digunakan untuk memeasak bahan baku yaitu untuk mengukus talas yang sudah dibersihkan dan kemudian menggorengnya menjadi getuk goreng.

b. *Pan Frying*

Pan frying atau serign disebut wajan yaitu alat yang digunakan untuk menggoreng getuk yang sudah dimasak dan dibentuk sebelumnya.

c. Panci/ Dandang

Panci atau dandang adalah alat yang digunakan untuk mengukus bahan baku talas sebelum diolah menjadi getuk yang siap goreng. Pengukusan bertujuan agar talas menjadi lunak dan matang.

d. Penumbuk

Penumbuk digunakan untuk menghaluskan bentuk talas yang masih kasar. Selain itu, agar semua bahan dapat menyatu sehingga rasanya sama rata. Pembuatan getuk perlu dilakukan penumbukan agar menyatu secara sempurna dan membentuk adonan yang kalis/ tidak lengket.

e. Penggilis

Penggilis digunakan untuk membentuk getuk menjadi lembaran-lembaran tipis yang kemudian ditambahkan bahan pengisi. Setelah itu, getuk digulung sempurna dan siap digoreng.

f. Timbangan

Timbangan berfungsi untuk menimbang bahan yang akan digunakan agar lebih akurat perbandingan setiap bahan yang dibutuhkan. Hal ini sangat penting agar rasa tetap terjamin.

g. Rak

Rak ini digunakan untuk menyimpan getuk yang sudah digoreng agar lebih cepat dingin untuk selanjutnya siap dikemas dalam *box* (kardus).

h. *Sealer*

Sealer adalah alat pengemas yang digunakan untuk menyatukan permukaan plastik kemasan.

i. Celemek

Celemek adalah kostum yang digunakan pada saat memasak. Bertujuan agar saat memasak kondisi makan lebih steril dan juga melindungi pakaian dari kotoran seperti minyak.

j. Sodet/ Serok

Sodet/ serok adalah alat yang digunakan untuk membolak-balikkan getuk yang digoreng agar matang secara merata dan tidak gosong.

k. Peneris

Alat ini digunakan untuk meniriskan minyak yang ada pada getuk goreng sehingga produk tidak terlalu berminyak saat dikemas.

4. Kapasitas Produksi

Produksi akan dilakukan delapan kali tiap bulannya. Pada dua bulan pertama, target produksi adalah sebesar 500 bungkus. Bulan berikutnya diakukan peningkatan produksi sebesar 25% dengan perkiraan produk getuk talas goreng dapat diterima dan dikenal oleh masyarakat Bogor dan sekitarnya. Pada bulan-bulan berikutnya akan terus ditingkatkan kapasitas produksi sesuai dengan jangkauan pemasaran produk.

5. Perencanaan Pemasaran

Getuk goreng secara umumsudah dikenal oleh masyarakat sebagai jajanan khas Banyumas yang cukup digemari semua kalangan. Dalam pengembangan produk ini di Bogor perlu inovasi produk dan sosialisasi kepada masyarakat Bogor dan sekitarnya agar terbentuk *brand* geuk goreng talas aneka rasa sebagai jajanan khas Bogor. Dalam pemasran produk terbagi daam rencana jangka pendek dan jangka panjang.

Rencana Jangka Pendek

Tahap ini lebih memfokusan pada pengenalan produk kepada masyarakat. Sasaran utama pemasaran produk ini adalah masyarakat Bogor dan sekitarnya, wisatawan domestic dan mancanegara serta mahasiswa. Langkah awal yang akan ditempuh adalah dengan melakukan *survey* pasar. Tujuannya adalah untuk mengetahui minat konsumen akan produk makanan/ jajanan gorengan yang ditawarkan sebagai evaluasi pengembangan produk. Tahap selanjutnya adalah melakukan pengenalan produk getuk talas goreng aneka rasa kepada masyarakat yaitu dengan melakukan promosi-promosi di media cetak dan elektronik.

a) Koran Harian Radar Bogor

Media Koran sangat efektif sebagai media promosi produk getuk talas goreng aneka rasa agar dikenal masyarakat luas. Radar Bogor merupakan salah satu media cetak yang cukup terkenal dan memiliki pembaca yang cukup banyak sehingga sangat membantu dalam mengenalkan produk baru ini nantinya.

b) Koran Kampus IPB

Mahasiswa IPB denagn jumlah sekitar 17 ribu mahasiswa sangat potensial sebagai sasaran pemasaran produk ini mengingat mayoritas mahasiswanya berasal dari luar Bogor. Umumnya mhasiswa dari luar Bogor akan tertarik untuk membeli jajanan khas Bogor sebagai buah tangan untuk sanak saudara, tetangga ataupun kerabat di kampong halaman.

Selain itu promosi produk akan dilakukan di tabloid dan majalah wanita, penyebaran *leaflet* dan pamflet serta mengikuti even-even penting seperti expo dan pameran makanan khas daerah sebagai sponsor kegiatan yang berpotensi meningkatkan *brand* produk ini.

Proses penjualan produk juga langsung dilaksanakan bersamaan dengan proses promosi terutama dilakuakan di daerah-daerah wisata, stasiun, terminal Bogor yang merupakan pusat aktivitas masyarakat Bogor dan luar Bogor. Penjualan ini juga sebagai media promosi dengan mengenalkan produk secara langsung yaitu dengan memberikan sampel produk yang boleh dicoba.

Setelah masyarakat mengenal produknya, tahapan selanjutnya adalah dengan melakukan penjualan produk. Sistem penjualan dilakukan dengan sistem langsung maupun tidak langsung. Penjualan langsung yaitu dengan memasarka langsung produk kepada konsumen. Program pemasaran yang akan dijalankan dalam penjualan langsung yaitu dengan membuka kios/ took jajanan tradisonal. Tujuan mendirikan kios penjualan getuk goreng adalah untuk melakukan pendekatan dan layanan langsung kepada konsumen. Kios ini nantinya juga akan digunakan sebagi tempat produksi sehingga produk yang dijual adalah produk yang masih baru. Hal ini untuk menjaga mutu dan kualitas serta keaslian produk getuk goreng.

Strategi pemasaran yang kedua yaitu dengan penjualan tidak lansung. Artinya dalam penjualan produk melibatkan distributor, agen maupun pengecer. Pemasaran sistem ini diharapkan dapat memberikan keuntungan yang cukup besar yaitu dalam memperkenalkan produk, memperluas jaringan pasar juga dalam penjualan. Sistem kerjasama bisa berupa bagi hasil maupun konsinyasi (menitipkan barang). Sasaran utama adalah pedagang jajanan di Terminal Baranangsiang, Stasiun Bogor, pedagang di Kebun Raya Bogor, pedagang di jalan raya Bogor-Puncak, pedagang di tempat-tempat wisata di Bogor dan took-toko yang menjual jajanan khas Bogor.

Rencana Jangka Pendek

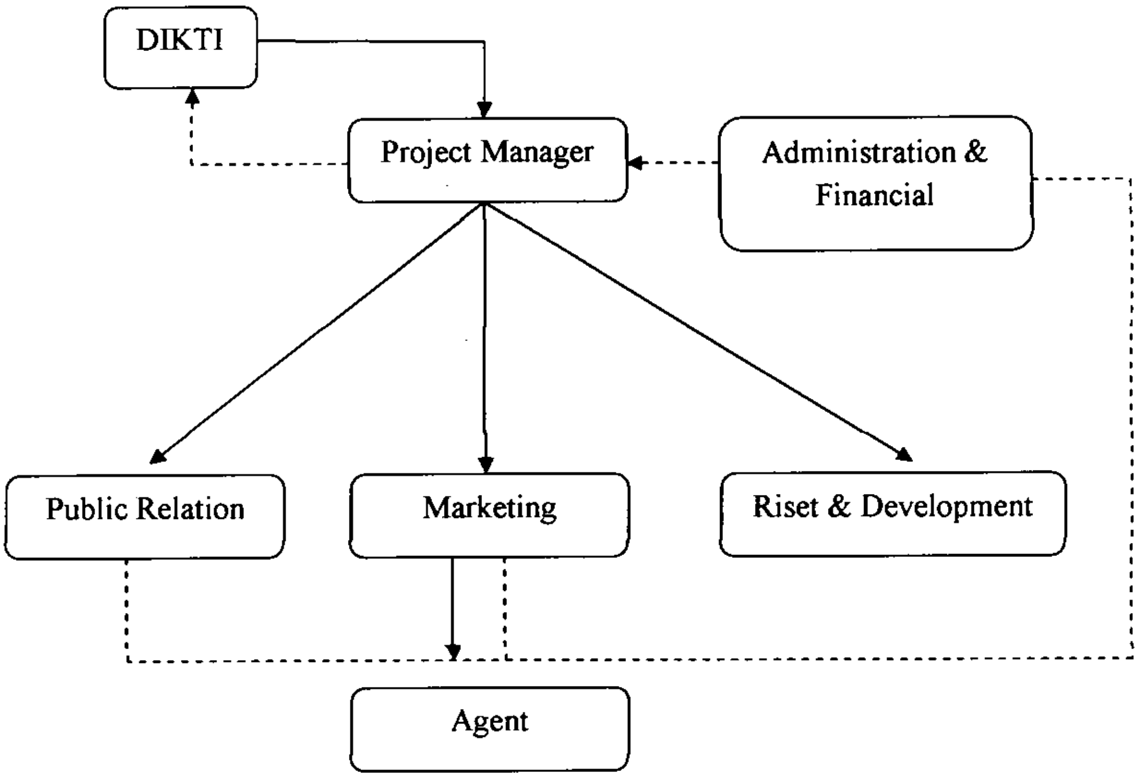
Rencana pemasaran jangka panjang yaitu mampu menguasai pasar hingga luar Bogor. Promosi penjualan yang akan dilakukan yaitu dengan mendistribusikan pemasaran menggunakan media informasi melalui jaringan internet yaitu dengan membangun situs getuk talas goreng aneka rasa maupun di situs-situs bisnis seperti www.indonetwork.go.id atau www.tokobagus.com. Kerjasama dengan kelompok usaha lain juga akan diupayakan seperti kerjasama dengan took-toko swalayan seperti Giant, Hero, Alfamart, Indomart dan took-toko *snack* dan makanan baik tradisional maupun modern.

6. Gambar Produk

Contoh produk yang kami buat dalam skala laboratorium sebagai percobaan awal ini adalah getuk talas goreng rasa keju. Gambar produk dapat dilihat pada Gambar 2.

Gambar 2. Getuk talas goreng Rasa Keju

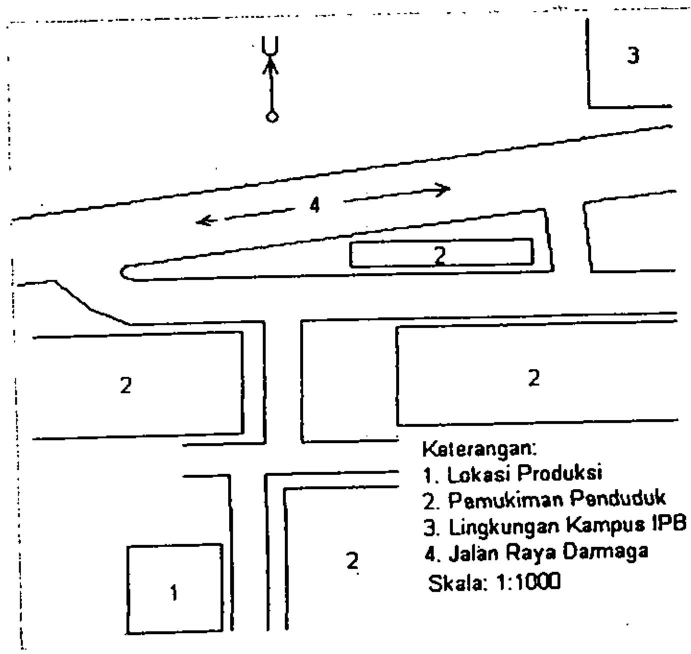
7. **Organisasi Kerja**



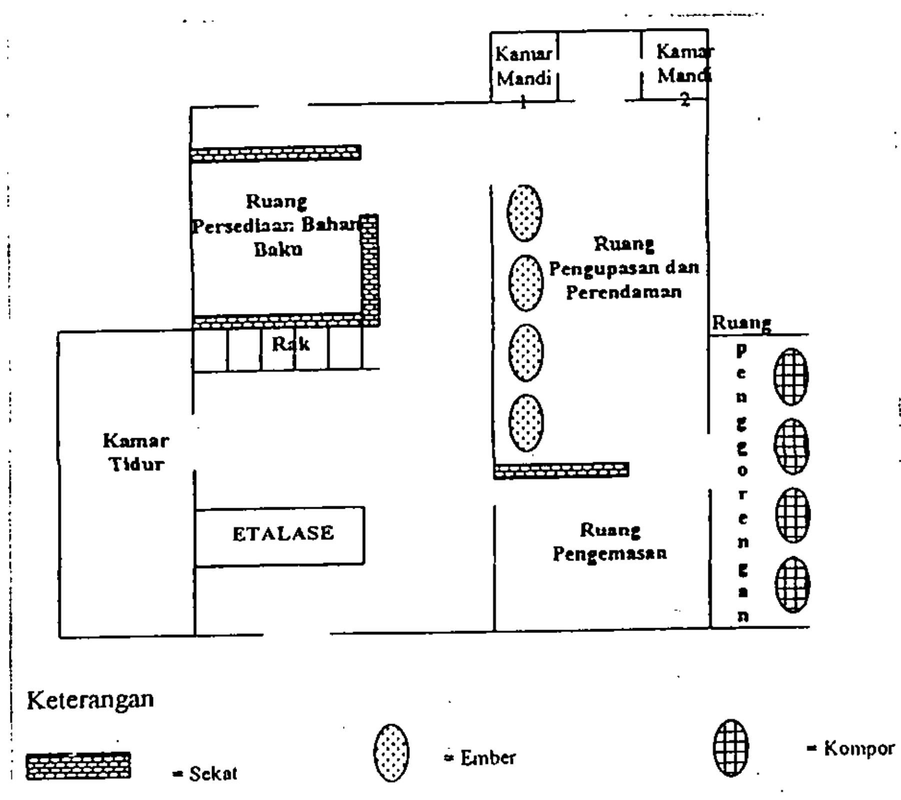
Gambar 3. Organigram Kinerja Perusahaan

Dalam organigram di atas dapat dilihat bahwa kinerja perusahaan kecil ini sangat efisien terutama dalam pemanfaatan tenaga kerja. Modal atau investasi didapat dari Dikti dan modal dari investor. Penanggung jawab adalah dosen pendamping. Di atas tidak tercantum bagian produksi karena proses produks dilakukan secara bersama-sama. Dalam perusahaan kecil ini kami terdapat 4 orang pengelola utama dibantu oleh agen atau mitra kerja Toko Tazkia Snack Corner di Babakan Raya, Kampus IPB Dramaga.

8. Denah dan Lokasi Usaha



Gambar 4. Denah tempat produksi



Gambar 5. Lokasi kegiatan produksi

9. Analisis Kelayakan Usaha

Analisis keuangan dilakukan untuk mengetahui kebutuhan modal yang diperlukan serta distribusi keuangan untuk produksi getuk goreng aneka rasa. Selain itu, analisis keuangan juga dilakukan untuk mengetahui kelayakan dan profit dari usaha yang akan dijalankan. Analisa ini meliputi perhitungan biaya investasi, biaya bahan baku, biaya operasional, kebutuhan modal, penerimaan, *cashflow* dan perkiraan laba rugi.

Beberapa kriteria untuk menilai kelayakan usaha digunakan analisis sensitivitas usaha antara lain: (1) *Payback Period*, (2) *Net Present Value* (NPV), (3) *Internal Rate of Return* (IRR), (4) Analisa Titik Impas (*Break Event Point*).

Periode pengembalian atau *payback period* dari suatu proyek dapat didefenisikan sebagai waktu yang dibutuhkan agar jumlah penerimaan sama dengan jumlah atau investasi biaya. Dengan kata lain *payback period* merupakan rasio antara pengeluaran investasi (*initial cash flow*) dengan aliran kas yang hasilnya merupakan satuan waktu. Secara matematis, rumus untuk menghitung *payback period* adalah sebagai berikut:

$$\text{Payback Period} = \frac{\text{Nilai Investasi}}{\text{Kas Masuk Bersih}} x1 \textit{ tahun}$$

Net Present Value (NPV) merupakan perbedaan antar nilai sekarang (*present value*) dari penerimaan-penerimaan kas bersih (aliran kas operasional) di masa yang akan datang. Jika NPV ≥ 0, maka usaha layak untuk dilaksankan, sebaliknya jika NPV < 0, maka usaha tidak dapat dilaksanakan. Untuk menghitung NPV digunakan rumus:

$$NPV = \sum \frac{CFt}{(1-K)^t} - I_o$$

dimana : CFt = Aliran kas per tahun pada periode t

I_o = 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 menghitung IRR adalah sebagai berikut:

$$I_o = \sum \frac{CFt}{(1 - IRR)^t}$$

dimana : t = Tahun ke-*t*

I_o = Nilai Investasi awal

CFt = Arus kas bersih

IRR = Tingkat bunga yang dicari harganya

Analisis titik impas (*Break Even Point*) 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 *Break Even Point* (BEP) adalah sebagai berikut:

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

dimana : BEP = Tingkat produksi pada titik impas

a = Biaya Tetap Produksi

b = Biaya variabel

IRR = harga

H. METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

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

1. Persiapan kegiatan
   a. Survei bahan baku

      Kegiatan yang dilakukan adalah mencari daerah-daerah produsen talas yang ada di bogor terutama yang ada disekitar darmaga agar dalam pendistribusian bahan baku tidak memakan waktu dan biaya yang besar.

   b. Pengadaan alat dan bahan produksi

      Peralatan yang digunakan untuk produksi disesuaikan dengan rencana anggaran. Untuk mengefektifkan kerja dalam produksi getuk goreng, maka semua peralatan disediakan lebih dari satu buah dan seluruhnya memiliki kapasitas cukup besar.

2. Proses Produksi
   - Pemilihan Bahan Baku

     Talas yang akan digunakan untuk pembuatan getuk dari varietas talas Ketan yang memiliki umbi yang enak dan pulen. Talas yang dipilih yaitu talas yang bersih dari penyakit akibat jamur atau gigitan tikus.

   - Pengupasan dan Pemotongan bahan baku

     Talas dipotong, dengan menggunakan pisau. Setelah dipisahkan dari batangnya, talas dikupas dan dikecilkan menjadi empat bagian dengan harapan lebih maksimal saat pengukusan dan untuk proses selanjutnya.

   - Perendaman dan Pembersihan Bahan Baku

     Talas yang telah dikupas dan dipotong sesuai ukuran direndam dengan air garam untuk menghilangkan rasa gatang yang terdapat dalam talas. Setelah itu, dibersihkan dengan air, sampai lendirnya hilang dan ditiriskan 10 menit.

   - Pengukusan Bahan Baku

Talas yang sudah dipotong-potong kemudian dikukus selama ± 15 menit dengan suhu 100^0C dengan panci pengukus. Tujuan pengukusan ini yaitu menonaktifkan enzim yang dapat menyebabkan rasa gatal yaitu kalsium oksalat yang banyak terdapat di dalam cairanya juga kuman atau bakteri yang dapat mngurangi mutu talas.

- Penghalusan

  Talas yang sudah dikukus kemudian dihaluskan dengan menggunakan alat penggilisan dengan ditumbuk-tumbuk hingga setengah halus.masukkan gula merah kelapa parut, margarine, garam dan vanili. Tumbuk kembali hingga halus dan merata.

- Pembentukan

  Ambil 2 sdm adonan talas , bentuk bulatan sebesar bakso dan pipihkan. Isi dengan bahan pengisi seperti keju, abon atau coklat bubuk, bulatkan kembali hingga bahan pengisi tertutup.

- Penggorengan

  Celupkan bakso talas ke dalam adonan pencelup yaitu dari campuran tepung beras dan tepung kanji, goreng dalam minyak panas hingga matang dan kecoklatan. Angkat dan tiriskan

- Pengemasan

  Getuk goreng yang sudah dingin kemudian dicampur bahan campuran rasa yaitu keju parut, coklat bubuk, dan abon. Setelah getuk tercampur rata masukkan kedalam plastik. Setelah itu plastik dipanaskan dengan sealer agar tertutup rapat dan siap dikemas dalam kotak kemasan. Getuk goreng ini dikemas dalam kotak kardus dengan berat bersih 500 gram tiap bungkus.]

3. Publikasi dan Pemasaran

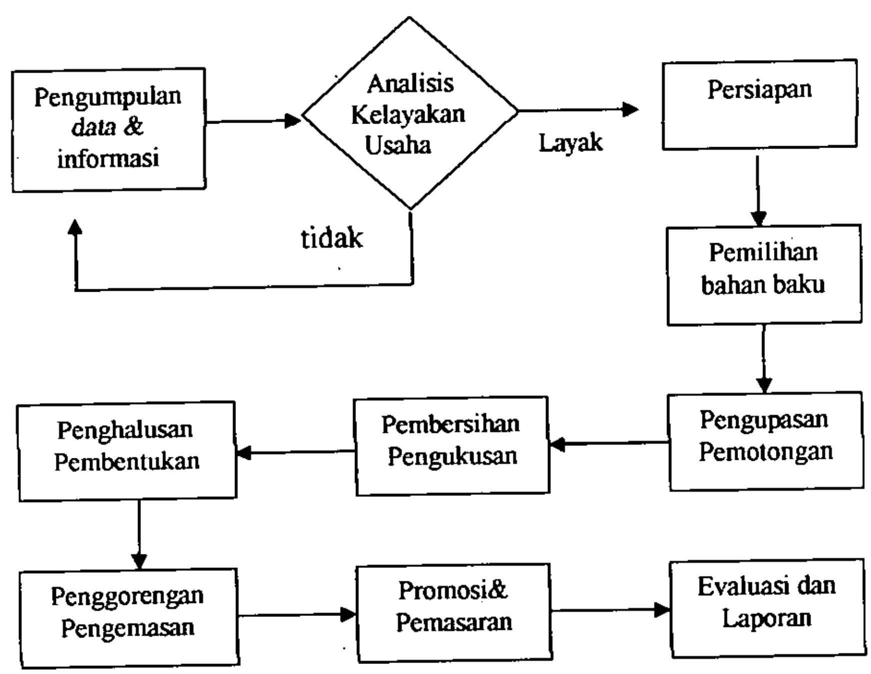
   a. Publikasi dilakukan dengan menyebarkan pamflet dan brosur kepada calon konsumen potensial agar produk getuk goreng cepat dikenal masyarakat Bogor dan sekitarnya

b. Promosi berupa pengiklanan di media cetak ataupun melalui internet, mengikuti bazaar dan ekspo seperti expo pangan tradisional sangat membantu dalam pengenalan dan pemasaran produk ini.

c. Pemasaran berupa penjualan langsung (*direct selling*) kepada mahasiswa, masyarakat Bogor, wisatawan domestik dan mancanergara serta masyarakat di luar Bogor. Penjualan tidak langsung (*indirect selling*) yaitu dengan melakukan kerja sama dengan agen, toko jajanan kue maupun pengecer yang ada di tempat-tempat wisata, terminal, stasiun dan pedagang di sepanjang jalan Bogor-Puncak.

4. Pelaporan Kegiatan

Pelaporan kegiatan dilakukan sebagai evaluasi dan pertanggung jawaban dalam pelaksanaan kegiatan PKM Kewirausahaan ini bila usulan tersebut disetujui. Lebih jelasnya tentang langkah-langkah pelaksanaan program dapat dilihat pada gambar 8.



I. PELAKSANAAN PROGRAM

- Hasil

1. Lokasi dan Waktu

Program Kegiatan Mahasiswa bidang Kewirausahaan (PKMK) yang berjudul Getuk Talas Goreng sebagai Aneka Jajanan Khas Bogor dilaksanakan di salah satu kosan anggota tim kelompok PKMK ini, yaitu di pondok mahasiswa jalan seraung utama RT 01 RW 04, Cihideung Ilir Ciampea Bogor, pada bulan Maret 2008 sampai bulan Mei 2008.

2. Materi

Produksi getuk talas goreng memerlukan bahan baku utama yaitu talas, margarin, gula pasir, tepung beras, tepung kanji, garam, minyak goreng, vanili, plastik, dan sarung tangan. Sedangkan bahan baku untuk isi getuk adalah keju,coklat bubuk dan batangan, abon, dan pisang.

Untuk memproduksi getuk talas goreng diperlukan peralatan-peralatan seperti kompor gas, *pan frying*, sendok penggoreng, penumbuk, parutan keju, pisau, dan plastik.

3. Prosedur dan Tahapan Pelaksanaan

Tahapan-tahapan pelaksanaan produksi getuk talas goreng adalah:

- Pembelanjaan bahan baku ke pasar-pasar tradisional di Bogor seperti Pasar Gunung Batu, Pasar Anyar, Pasar Bogor, Pasar Ciampea, dan Pasar Dramaga. Sedangkan pembelian berbagai peralatan untuk melaksanakan kegiatan ini di *Giant Botanic Square* Bogor.

- Produksi Getuk Talas Goreng

Kelompok PKMK memproduksi getuk talas goreng sebanyak delapan kali. Produksi 1 dilakukan tanggal 10 Maret 2008. Pada produksi 1, kelompok PKMK memproduksi 2 kg getuk talas goreng. Kemudian produksi ke-2, 3, dan 4 dilakukan pada tanggal 15 - 18 Maret 2008. Produksi ke-5 sampai 7 dilakukan pada 30 Maret - 2 Mei 2008. Pada pertengahan Mei 2008, kelompok PKMK memproduksi getuk talas goreng yang ke-8.

- Pemasaran Getuk Talas Goreng

Getuk talas goreng dipasarkan pada kegiatan bazar yang diadakan di kampus IPB dan dikos-kosan. Bazar 1 diadakan pada tanggal 16 Maret 2008 oleh UKM Koperasi Mahasiswa IPB. Kemudian bazar yang ke-2 diadakan pada tanggal 30 Maret sampai 4 Apri l 2008 dalam rangka pameran produk PKM IPB yang diadakan oleh UKM Koperasi Mahasiswa IPB. Setelah bazar ke-2 kelompok PKMK memasarkan produk getuk talas goreng di kos-kosan mahasiswa.

4. Hasil yang Diperoleh

Pada awal produksi, getuk talas goreng yang diproduksi kurang manis, terasa gatal apabila dikonsumsi dan teksturnya kasar. Bentuk getuk talas goreng yang diproduksi tidak seragam ukurannya. Selain itu, getuk talas goreng yang diisi coklat pecah pada saat digoreng. Sehingga dari 3 kg talas yang digunakan, menghasilkan getuk talas goreng siap konsumsi sebesar 2 kg. Setelah itu, kelompok PKMK mencoba mencari informasi adonan getuk talas goreng yang layak, dan kelompok PKMK mencoba untuk memproduksi getuk talas goreng ke-2. Pada produksi yang ke-2 kelompok PKMK tidak lagi menggunakan coklat untuk isi adonan getuk talas goreng. Akan tetapi, getuk talas goreng yang diproduksi masih terasa gatal di mulut apabila dikonsumsi. Kelompok PKMK mencari informasi kepada para penjual talas untuk menghilangkan rasa gatal pada talas. Akhirnya pada produksi 3 sampai 8 getuk talas goreng yang diproduksi tidak lagi terasa gatal.

Promosi getuk talas goreng dilakukan pada saat bazar, dari mulut ke mulut dan pamflet. Promosi ini cukup efektif, terbukti dari meningkatnya pengunjung ke stand kelompok PKMK pada hari kedua bazar 1. Pada bazar ini semua produk yang dibuat dan dijajakan habis terjual sebelum stand tutup.

Getuk talas goreng dikemas pada kemasan mika plastik, dan plastik ukuran seperempat kilogram. Pada awal penjualan, kelompok PKMK menetapkan harga 1 kotak getuk talas goreng pada mika plastik sebesar Rp 1000. Akan tetapi, setelah mengkalkulasikan penerimaan yang didapat dari penetapan harga tersebut sangat kecil, maka kelompok PKMK menaikkan harga 1 kotak getuk talas goreng kemasan mika plastik kecil menjadi Rp 1500. Penetapan harga ini masih tetap diterima konsumen. Sedangkan getuk talas goreng dalam kemasan plastik seperempat kilogram dihargai sebesar Rp 7000.

5. Rencana Lanjutan

Kelompok PKMK akan memasarkan secara luas produk getuk talas goreng ini. Pemasaran getuk talas goreng tidak hanya dikampus, tetapi juga di luar kampus. Kelompok PKMK akan membuat brosur-brosur atau pamflet yang akan disebarkan di seluruh daerah Bogor

6. Kendala yang Dihadapi

Pada kegiatan bazar, secara umum mahasiswa IPB menerima kehadiran getuk talas goreng dan memberikan respon positif. Pada awalnya ada beberapa mahasiswa yang ragu dengan keberadaan getuk talas goreng. Hal ini disebabkan *image* yang tertanam pada benak mereka bahwa getuk terbuat dari singkong, bukan dari talas. Setelah diberikan penjelasan, akhirnya mahasiwa tersebut memberikan respon positif terhadap getuk talas goreng ini.

Kendala-kendala yang dihadapi selama kegiatan ini adalah: (1) biaya bahan baku terlalu mahal (seperi talas, minyak goreng, keju, gas, dan lain-lain), (2) bahan yang terkandung dalam talas memiliki asam oksalat, sehingga dapat menimbulkan efek gatal apabila dikonsumsi, (3) tekstur getuk talas goreng yang cepat mengeras setelah dingin menyebabkan rasa getuk talas goreng yang tidak gurih lagi, dan (4) daya simpan (keawetan) getuk talas goreng rendah, hanya sekitar satu minggu.

7. Solusi yang Telah diupayakan

Beberapa kendala yang kami hadapi di lapang dapat kami atasi dengan seiring berjalannya waktu, seperti untuk menghilangkan rasa gatal kami menemukan cara yang jitu. Cara ini didapatkan berdasarkan pengamatan ketika produksi. Selain itu, untuk meyakinkan keefektifan cara tersebut, kami menanyakan kepada para pedagang talas yang kami jumpai, ternyata cara itu juga yang biasanya dilakukan oleh mereka.

Sedangkan untuk mengatasi mahalnya bahan baku, seperti talas, kami mengupayakan membelinya langsung dari petani talas. Cara ini cukup membantu menurunkan biaya produksi yang semakin meningkat dari segi bahan lainnya. Tekstur talas yang mengeras setelah dingin dapat kami atasi dengan melakukan dua kali penggorengan. Penggorengan pertama dilakukan hanya sampai setengah matang, kemudian sebelum dipasarkan kami melakukan penggorengan kedua sampai matang. Cara ini cukup efektif dalam mengurangi tingkat kekerasan getuk yang dihasilkan, sekaligus menambah daya simpannya.

8. Jadwal Kegiatan

Kegiatan	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli
Konsultasi						
Survei peralatan						
Uji coba produksi						
Produksi						
Promosi awal						
Pemasaran						
Evaluasi						
Pembuatan laporan						

9. Laporan Keuangan

PENDAPATAN		
Penerimaan dana I	1,000,000	
Penerimaan dana II	3,000,000	
penjualan I	115,000	
Penjualan II	71,000	
Penjualan III	18,000	
penjualan IV	25,000	
sub total	**4,229,000**	
PENGELUARAN		
talas		435,000
minyak goreng		69,000
gula pasir		48,000
margarin		35,000
santan/kelapa		32,000
vanili dan garam		14,700
keju		108,500
coklat bubuk/batang		32,300
abon		27,000
tepung beras		34,800
tepung kanji		27,000
kompor gas		179,000
tabung gas 3 Kg		200,000
tabung gas 230 gram		48,000
pan frying		75,900
peniris		16,000
timbangan		240,000
sutil/spatula		14,000
pisau paket		29,900
panci		70,000
sarung tangan		6,000
kemasan mika & plastik		39,000
sealer		127,000
sewa stand bazar		150,000
parutan keju		6,900
baskom		9,900
Transportasi & komunikasi		205,000

rental komputer		20,000
browsing internet		12,500
administrasi		230,000
sub total		**2,542,400**
pendapatan-pengeluaran		**1,761,600**

J. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

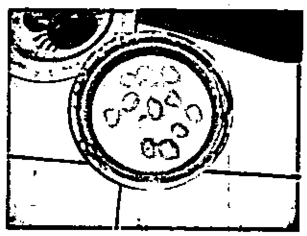
Pengembangan getuk goreng dari talas merupakan terobosan baru dimana saat ini belum banyak dikembangkan. Melihat respon konsumen yang tertarik akan produk ini membuka peluang besar untuk mengembangkan bisnis ini menjadi skala yang lebih besar. Dengan memposisikan produk getuk goreng talas menjadi jajanan khas Bogor mampu meningkatkan penjualan produk

Saran

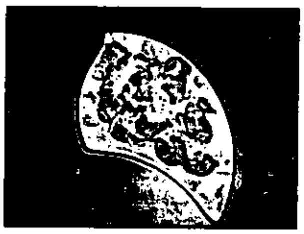
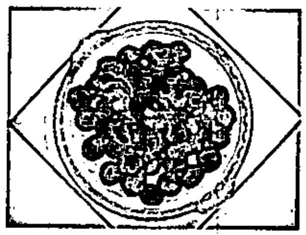
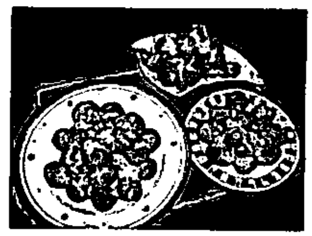
Perlu pengemasan yang lebih menarik sehingga produk ini memiliki citra yang lebih eklusif menginat harga jual getuk goreng talas lebih mahal dari pada getuk goreng dari singkong. Pengemasan yang menarik akan meningkatkan kualitas produk dan nilai ekonomi produk yang ditawarkan.

LAMPIRAN

Dokumentasi kegiatan


Produksi

Produk yang dihasilkan (getuk goreng talas)

Pemasaran di acara pameran kampus


Kegiatan di bazar produk PKM IPB