



LAPORAN AKHIR PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA

GERAI “COLENTA (*Colocasia esculenta*)” SEBAGAI MEDIA EDUKASI DAN UPAYA PEMBERDAYAAN PEDAGANG TALAS MELALUI WARUNG MODERN PERCONTOHAN

Bidang Kegiatan :

PKM-PENGABDIAN MASYARAKAT

Disusun Oleh :

Ahmad Arif	A24110138 (2011, Ketua Kelompok)
Rizki Amalia	A24110013 (2011, Anggota Kelompok)
Rosita Handayani Dwibowo	A24110019 (2011, Anggota Kelompok)
Ratu Hardiyanti Supriyadi Putri	A24110036 (2011, Anggota Kelompok)
Nur Afifah	A24110076 (2011, Anggota Kelompok)

Dibiayai oleh:

Direktorat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat

Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi

Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan

sesuai dengan Surat Perjanjian Penugasan Program Kreativitas Mahasiswa

Nomor : 050/SP2H/KPM/Dit.Litabmas/V/2013, tanggal 13 Mei 2013

INSTITUT PERTANIAN BOGOR

BOGOR

2013

LEMBAR PENGESAHAN

1. Judul Kegiatan : Gerai "Colenta (*Colocasia esculenta*)" sebagai Media Edukasi dan Upaya Pemberdayaan Pedagang Talas Melalui Warung Modern Percontohan
2. Bidang Kegiatan : () PKM-P () PKM-K () PKM-KC
 () PKM-T (✓) PKM-M
3. Ketua Pelaksana
a. Nama Lengkap : Ahmad Arif
b. NIM : A24110138
c. Departemen : Agronomi dan Hortikultura
d. Universitas : Institut Pertanian Bogor
e. Alamat Rumah/Telp : Kost Dinzayu III Gg. lika liku No. 26 RT 01 RW 01 Cibanteng, Ciampaea Darmaga Bogor 16680/085719048694
f. Alamat email : aarift8@gmail.com
4. Anggota Pelaksana Kegiatan: 5 orang
5. Dosen Pendamping
a. Nama Lengkap : Dr. Ir. Ahmad Junaedi, M.Si.
b. NIDN : 0001116808
c. Alamat Rumah/Telp : Perumahan Alam Sinar Sari, Jalan Bunga Raga D-39 Dramaga Bogor 16680 / 081315564649
6. Biaya Kegiatan Total :
a. DIKTI : Rp10.000.000,00
b. Sumber lain : -
7. Jangka Waktu Pelaksanaan : 5 Bulan

Bogor, 22 Juli 2013

Menyetujui,
Ketua Departemen Agronomi dan Hortikultura

Dr.Ir. Agus Purwito, M.Sc, Agr
NIP. 196111011987031003

Ketua Pelaksana,

Ahmad Arif
NIM. A24110138

Wakil Rektor Bidang Akademik dan
Kemahasiswaan

Prof. Dr. Ir. Yenny Koesmaryono, MS
NIP. 195812281985031003

Dosen Pendamping

Dr. Ir. Ahmad Junaedi, M.Si.
NIDN. 0001116808

GERAI “COLENTA (*Colocasia esculenta*)” SEBAGAI MEDIA EDUKASI DAN UPAYA PEMBERDAYAAN PEDAGANG TALAS MELALUI WARUNG MODERN PERCONTOHAN

¹Departemen Agronomi dan Hortikultura, Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor (Ahmad Arif)

Email : aarift8@gmail.com

² Departemen Agronomi dan Hortikultura, Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor (Rosita Handayani Dwibowo)

Email : rositasmunel@yahoo.co.id

Abstrak

Talas merupakan komoditas pangan andalan yang hanya berada di Bogor. Namun berdasarkan fakta yang ditemukan ternyata talas ini kurang diminati baik oleh masyarakat Bogor sendiri maupun masyarakat luar dan banyak yang belum mengetahui tentang talas ini. Padahal talas merupakan icon kota Bogor yang sangat penting. Banyak ditemukan pedagang talas di wilayah Kebun Raya Bogor. Menurut kami kurangnya minat masyarakat terhadap komoditas khas Bogor ini disebabkan oleh masih banyak para pedagang talas yang sama sekali tidak memperhatikan lokasi dan tempat untuk memasarkan umbi talas. Oleh karena itulah perlu dilakukannya usaha untuk membeli dan tentunya meningkatkan citra umbi talas sebagai salah satu komoditas yang menjadi ciri khas kota bogor merevitalisasi lapak pedagang umbi talas guna memperbaiki kondisi pemasaran umbi talas mulai dari proses penanganan umbi talas dari distributor, pengadaan wadah penyimpanan, dan perbaikan lapak pemasaran sehingga mampu menarik minat para konsumen umbi talas untuk singgah sekaligus memberikan informasi bagi para pelanggan di luar wilayah bogor tentang beberapa varietas talas yang ada di kota Bogor. Kegiatan ini akan dilakukan dengan bekerjasama dengan pihak PD Pasar dan salah satu pedagang talas di sekitar wilayah Kebun Raya Bogor. Luaran dari kegiatan ini yang paling utama adalah meningkatnya minat pengetahuan masyarakat dan pedagang tentang talas serta mampu menaikkan pendapatan pedagang talas. Karena kondisi dan budaya pasar yang tidak cocok dengan gerai colenta yaitu bentrok antara pedagang talas dan pedagang sayur membuat gerai tidak bisa bertahan lebih dari sebulan. Oleh karena itu perlu dilakukan pengkajian ulang dan kerjasama pemda Bogor yang lebih terprogram dan terencana agar tercipta warung talas modern yang edukatif, nyaman dan seragam.

Keywords : *Talas, Colenta, edukasi, pemberdayaan, modern*

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT atas selesainya laporan akhir dari pelaksanaan program kreativitas mahasiswa 2013 yang berjudul “Gerai “COLENTA (*Colocasia esculenta*)” Sebagai Media Edukasi dan Upaya Pemberdayaan Pedagang Talas Melalui Warung Modern Percontohan. Laporan ini tersusun dari kegiatan PKM yang telah kami lakukan dari sejak awal Maret sampai monitoring evaluasi DIKTI.

Saya berharap laporan ini dapat berguna dan dikaji menjadi bahan pertimbangan untuk program pengembangan masyarakat yang berkelanjutan dan memiliki potensi ini sehingga akan terealisasikan lebih baik di lapangan dengan bantuan pihak yang lebih berwenang. Semoga ide ini dapat memunculkan ide-ide lain untuk kemajuan masyarakat Indonesia khususnya masyarakat kecil.

Ucapan terima kasih dan penghargaan tak lupa juga saya sampaikan kepada pihak-pihak yang telah membantu terlaksananya program ini mulai dari dosen pendamping, kepala PD pasar dan semua rekan anggota yang telah melaksanakan program PKM gerai colenta hingga laporan akhir ini selesai. Semoga dapat memberi manfaat yang sebesar-besarnya bagi semua yang terlibat.

Bogor, 20 Agustus 2013

Ketua pelaksana

Ahmad Arif

NIM. A24110138

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Talas (*Colocasia esculenta*) adalah salah satu komoditas pangan yang menjadi andalan Kota Bogor bahkan menjadi ciri khas dari Kota Bogor itu sendiri. Talas adalah salah satu panganan yang berdaya guna tinggi. Jika dibandingkan dengan umbi kayu, umbi jalar, dan uwi, umbi talas memiliki 7% kandungan protein yang lebih tinggi (dihitung dari jumlah padatan). Selain itu, talas memiliki beberapa nilai ekonomi selain untuk dikonsumsi langsung, talas juga sangat berpotensi untuk menjadi alternatif pengganti tepung-tepung konvensional yang hampir secara keseluruhan merupakan produk impor. Sebagaimana komoditas pangan lainnya, talas pun harus didistribusikan dan dipasarkan dengan standar tertentu sehingga dapat menjamin kualitas dan nilai gizi yang terkandung dalam umbi talas tetap terjaga.

Saat ini masih banyak para pedagang talas yang sama sekali tidak memperhatikan lokasi dan tempat untuk memasarkan umbi talas. Seringkali para pedagang mengambil lokasi di trotoar jalan atau di pinggiran badan jalan dengan hanya bermodal sehelai karung atau karpet sebagai pengalas duduk sementara umbi talas yang menjadi produk dagangannya justru hanya diletakkan begitu saja tanpa wadah. Begitu juga masalah pengemasan produk, terkadang para pedagang umbi talas tidak membersihkan talas dari sisa-sisa tanah yang masih menempel padahal bisa mengurangi nilai estetika di mata para pelanggan umbi talas. Selain itu, Masih banyak juga pedagang talas kakai lima yang berada di sekitar pasar yang menjajakan talas dagangannya itu dengan pengelolaan yang seadanya saja.

Dari permasalahan inilah perlu dilakukannya usaha untuk merevitalisasi lapak pedagang umbi talas guna memperbaiki kondisi pemasaran umbi talas mulai dari proses penanganan umbi talas dari distributor, pengadaan wadah penyimpanan, dan perbaikan lapak pemasaran sehingga mampu menarik minat para konsumen umbi talas untuk singgah membeli dan tentunya meningkatkan citra umbi talas sebagai salah satu komoditas yang menjadi ciri khas kota bogor sekaligus memberikan informasi bagi para pelanggan di luar wilayah bogor tentang beberapa varietas talas yang ada di kota Bogor.

B. Perumusan Masalah

Talas merupakan salah satu makanan dan oleh-oleh khas Bogor. Tidak lengkap rasanya pergi ke Bogor tanpa membeli talas bogor. Namun, sepertinya kebiasaan ini mulai ditinggalkan oleh masyarakat . Bahkan masyarakat Bogor sendiri tidak begitu tertarik dengan tanaman pangan ini. Pamor talas bogor semakin luntur tergerus oleh banyaknya makanan siap saji ataupun *junk food* yang semakin digemari oleh masyarakat. Pendapatan pedagang talas kian menurun. Hal ini dialami oleh para pedagang talas di kawasan wisata Kebun Raya Bogor. Namun, semua ini juga tidak terlepas dari penampilan luar talas itu sendiri maupun warung ataupun lapak penjual talas yang kurang bersih, tidak terawat. Masyarakat juga memiliki pengetahuan tentang berbagai varietas talas yang minim. Mungkin selama ini pedagang talas tidak menyadari bahwa

pembeli enggan membeli talas mentah karena jika pengolahannya tidak benar akan menimbulkan rasa gatal ketika dimakan. Sehingga diperlukan suatu warung talas percontohan modern yang dapat memberikan informasi tentang varietas talas, keunggulan dan hasil olahan talas. Warung ini sangat bermanfaat bagi pedagang itu sendiri dan masyarakat luas. Melalui warung modern percontohan ini, pembeli semakin tertarik untuk membeli talas yang pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan pedagang talas. Tidak dapat dipungkiri bahwa talas merupakan pangan lokal yang mengandung zat gizi tinggi dan sangat berpotensi untuk pengembangan usaha ekonomi kreatif bagi pedagang talas.

C. Tujuan Program

Program ini dilaksanakan dengan tujuan sebagai berikut:

1. Memberdayakan pedagang talas yang ada di sekitar kawasan Kebun Raya Bogor .
2. Mewujudkan suatu warung talas percontohan modern bagi para pedagang agar dapat menarik pembeli.
3. Mengangkat kembali citra talas sebagai makanan dan oleh-oleh khas Bogor.
4. Mengenalkan berbagai varietas talas kepada masyarakat luas.

D. Luaran yang Diharapkan

Program Pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan:

1. Melalui warung talas modern sebagai warung percontohan ini, masyarakat akan lebih tertarik dan membeli produk talas sehingga dapat meningkatkan pendapatan pedagang talas.
2. Mampu mengangkat citra talas bogor di mata masyarakat yang saat sekarang ini mulai luntur dengan adanya berbagai makanan dan jajanan siap saji atau *junk food*.
3. Masyarakat luas dapat mengetahui berbagai macam varietas talas.
4. Masyarakat akan lebih mencintai pangan lokal.
5. Terwujudnya suatu warung talas modern yang berstandar, sehat, nyaman bagi pedagang sendiri maupun pembeli.

E. Kegunaan Program

Melalui kegiatan ini diharapkan dapat membuka pengetahuan masyarakat tentang talas, menciptakan warung modern yang dapat meningkatkan pendapatan dan dapat menjadi pengagas untuk terciptanya barisan pedagang talas yang memiliki gerai penjualan talas khas Bogor yang seragam dan layak.

1. Mahasiswa

Program ini diharapkan mampu menjadikan mahasiswa membangun hubungan yang baik dengan masyarakat luas khususnya kalangan pedagang talas. Selain itu program ini diharapkan mampu melatih kepekaan sosial mahasiswa terhadap kehidupan masyarakat khususnya permasalahan yang dihadapi para pedagang talas.

2. Pedagang Talas

Melalui kegiatan pengabdian terhadap masyarakat ini, diharapkan ada sebuah percontohan pedagang talas yang menjual talasnya dengan memperhatikan segala aspek di sekitarnya. Pedagang percontohan ini akan menjadi panutan bagi pedagang talas yang lain agar mereka dapat menjual dagangannya lebih layak. Kelayakan ini dapat dilihat dari segi tempat dan kebersihan serta pemenuhan pasokan talas dari para petani.

3. Masyarakat Bogor

Kegiatan ini diharapkan dapat mengangkat citra talas Bogor lebih baik di mata masyarakat Bogor sehingga talas bogor yang menjadi *icon* kota Bogor semakin banyak peminatnya. Masyarakat juga akan lebih senang membeli talas Bogor yang lebih higienis dan berkualitas baik dari pedagang percontohan yang kami bina.

II. GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN

Masyarakat sasaran didalam program ini adalah pedagang talas yang bertempat di Pasar Daerah Bogor sekitar kawasan Kebun Raya Bogor. Pedagang talas di sekitar Kebun Raya Bogor rata-rata berasal dari Kabupaten dan Kota Bogor sendiri. Mereka umumnya adalah bapak-bapak yang hanya mengenyam pendidikan hingga jenjang sekolah dasar saja. Berdasarkan survey dan wawancara di lapangan, para pedagang talas ini sebagian besar telah mengerti jenis-jenis talas yang mereka jual. Mereka bisa membedakan antara alas ketan, talas ungu, talas lampung, serta beberapa talas lainnya. Jenis talas yang banyak dijual dan disenangi konsumen adalah talas ketan.

Pasokan talas sendiri berasal dari petani-petani talas yang berada di desa-desa di wilayah Bogor. Umumnya para petani menjual talasnya kepada pengempul, lalu dari tangan pengempul itu biasanya dijual pada para pedagang secara borongan. Di tangan pedagang itulah talas-talas dijual berdasarkan ukuran serta jenisnya. Pasokan talas biasanya datang setiap minggu, itupun tidak pasti karena tergantung petani yang memanen talas. Para pedagang berjualan talas dan buah-buahan lain dari pagi sampai menjelang malam. Keadaan lapak para pedagang talas di Sekitar Kebun Raya Bogor kurang teratur. Mereka berjualan di trotoar jalan sehingga keadaan talas yang mereka jual terkesan tidak higienis. Hal ini menyebabkan citra talas yang merupakan *icon* kota Bogor dipandang sebelah mata oleh konsumen. Masyarakat sasaran lainnya yaitu pembeli talas bogor. Pembeli talas umumnya pengunjung Kebun Raya Bogor, masyarakat bogor, serta pendatang. Sebagian besar para pembeli tidak mengetahui varietas talas yang dibeli, sehingga dengan adanya warung percontohan tersebut dapat memberikan pengetahuan secara umum tentang talas bogor dan meningkatkan ketertarikan dan citra talas bogor di mata para pembeli.

III. METODE PENDEKATAN

Pada metode pelaksanaan dilakukan beberapa tahapan yaitu sebagai berikut:

1. Tahap Pra-Pelaksanaan

- a. Survei lokasi penjualan talas

Terdapat banyak pedagang talas yang berada di kawasan pasar sekitaran Kebun Raya Bogor tepatnya di daerah Jalan Oto Iskandar Dinata. Para pedagang umumnya menjual talas serta buah-buahan lainnya di atas lapak berukuran 3m x 3m atau di pinggir jalan.

- b. Survei kemitraan

Diskusi mengenai kondisi sosial pedagang talas dan pengajuan kerjasama guna memberdayakan salah satu pedagang talas sebagai perwakilan masyarakat sasaran oleh tim PKM-M.

2. Tahap Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan PKM-M ini akan dilaksanakan setiap akhir pekan di kawasan pasar Jalan Oto Iskandar Dinata, dekat Kebun Raya Bogor. Adapun perincian rangkaian kegiatan yang akan dilaksanakan sebagai berikut :

- a. Perizinan Pengelola Pasar

Perizinan kepada PD Pasar untuk mendirikan gerai agar kerjasama menjadi resmi dan pedagang bersedia penuh. Tidak hanya itu, dukungan kepala pasar juga penting untuk kesuksesan program dalam upaya memajukan pasar.

- b. Survei jenis Talas di Pasar dan mencari literature di LIPI Cibinong

Kegiatan ini bertujuan untuk mengetahui jenis talas Bogor yang biasa dijual pedagang, mengidentifikasi perbedaannya, mengetahui tingkat pemahaman pedagang akan talas Bogor dan mencari talas Bogor yang asli. Setelah itu kami mencocokkan dengan literatur jenis talas yang ada.

- c. Revitalisasi lapak pedagang talas sebagai lapak percontohan. Tujuan dari kegiatan ini yaitu membuat lapak penjualan talas yang bersih dan sehat guna menarik para konsumen (pembeli). Adapun indikator keberhasilan kegiatan adalah meningkatnya penjualan dan pamor talas sebagai oleh-oleh panganan khas dari daerah Bogor.

- d. Sosialisasi produk hasil pengolahan talas kepada para pedagang. Tujuan dari kegiatan ini yaitu agar para pedagang mampu mengembangkan produk hasil pengolahan talas, sehingga sumber penghasilan tidak hanya dari penjualan talas mentah melainkan juga melalui berbagai macam produk hasil olahan talas. Adapun indikator keberhasilan kegiatan ini adalah selain menjual talas mentah, pedagang juga bisa menjual hasil olahan talas berupa kripik talas, cake talas, talas rebus, dan sebagainya.

- e. Sosialisasi varietas talas melalui lapak percontohan. Tujuan dari kegiatan ini adalah konsumen (pembeli) lebih tahu mengenai varietas talas yang akan dikonsumsi.
- f. Mengisi warung percontohan dengan berbagai ornamen yang mendukung seperti buku dan poster tentang talas dan contoh-contoh berbagai varietas talas. Cara budidaya talas dan pengolahan talas dengan baik agar tidak menimbulkan rasa gatal. Adapun indikator keberhasilan program ini adalah pembeli dapat mengetahui berbagai varietas talas dan cara mengolah talas yang baik.

3. Tahap Evaluasi Program

Tim PKMM akan melaksanakan evaluasi dengan indikator peningkatan pendapatan pedagang talas yang menjadi wakil percontohan masyarakat sasaran, peningkatan jumlah konsumen (pembeli) melalui pembuatan lapak percontohan, serta survei mengenai pengetahuan umum masyarakat terhadap varietas talas

IV. PELAKSANAAN PROGRAM

A. Tabel 1. Waktu, Tempat dan Tahapan Pelaksanaan/Jadwal Faktual Pelaksanaan

No	Waktu	Tempat	Jenis kegiatan
1.	26-2-2013	Ruangan Pak Junaedi	Diskusi awal dengan dosen pembimbing
2.	2-3-2013	Kantin Stevia Faperta	Rapat mandiri kelompok
3.	9-3-2013	Kawasan sekitar Kebun Raya Bogor	Identifikasi talas dan survey pedagang talas
4.	12-3-2013	Ruangan Pak Junaedi	Konsultasi dengan dosen pembimbing
5.	15-3-2013	Herbarium Bogor	Mencari referensi tentang talas
6.	16-3-2013	Kebon Pedes dan pasar Kebun Raya Bogor	Diskusi kerjasama dengan pihak pengelola pasar serta survey pasar
7.	19-3-2013	Mahatan kampus IPB	Rapat kegiatan
8.	28-3-2013	Lantai atas Himagron	Rapat persiapan monev Faperta
9.	29-3-2013	Himagron, kampus IPB	Rapat membahas rancangan gerai dan persiapan kuisioner
10.	5-4-2013	Kantor PD Pasar Bogor	Konsultasi dan fiksasi dengan pengelola pasar serta survey pasar
11.	11-4-2013	LIPI Cibinong	Mencari reverensi kultivar talas
12.	13-4-2013	Samping Himagron	Rapat persiapan monev IPB, pengumpulan data hasil survey
13.	14-4-2013	Ruang CCR kampus IPB	Monev IPB
14.	20-4-2013	Bubulak	Pemesanan tenda Gerai "Colenta"
15.	3-5-2013	Belakang Himagron	Rapat koordinasi antar anggota
16.	4-5-2013	Pasar Bogor	Konsultasi dengan mitra (pedagang talas)

17.	11-5-2013	Himagron	Rapat pembagian jobdesk
18.	16-5-2013	Belakang Himagron	Rapat koordinasi pemasangan gerai “Colenta”
19.	17-5-2013	Pasar Bogor	Koordinasi rencana pemasangan gerai “Colenta” dengan kepala PD Pasar Bogor
20.	18-5-2013	Pasar Bogor	Pendirian Gerai “Colenta”
21.	24-5-2013	Depan sekret HMA	Pemberian informasi tentang jadwal PKM
22.	25-5-2013	Pasar Bogor	Pemantauan kondisi Gerai “Colenta”
23.	27-5-2013	Samping sekret HMA	Rapat koordinasi serta pembagian jobdesk pembuatan laporan kemajuan
24.	6-6-2013	Baranangsiang, Kebun Raya Bogor, Stasiun Bogor	Pencarian informasi tentang talas Bogor
25.	25-6-2013	Baranangsiang	Bertemu dengan pedagang talas
26.	1-7-2013	Pasar Ciampea, Leuwiliang, Induk Kemang, Warung Jambu	Mencari lokasi persebaran talas dan penjual produk olahan talas
27.	3-7-2013	Pasar Gunung Batu, Sukasari, Batu Tulis	Mencari lokasi persebaran talas Bogor
28.	9-3-2013	Jalan Padjadjaran dan Baranangsiang	Mencari informasi pembuatan produk olahan talas
29.	25-7-2013	Ruang kelas Faperta IPB	Monev DIKTI

B. Instrumen Pelaksana

Ahmad Arif sebagai “Ketua Pelaksana”

Nur Afifah sebagai “Sekretaris”

Rizki Amalia “Bendahara”

Rosita Handayani Dwibowo sebagai “Publikasi dan Dokumentasi”

Ratu Hardiyanti Supriyadi Putri sebagai “Humas”

Semua pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan diskusi dan perencanaan dari seluruh tim dan diputuskan oleh ketua dengan persetujuan semua anggota melalui musyawarah. Dalam kegiatan dilapangan semua anggota tim terlibat langsung baik itu dalam mencari data, diskusi dengan pedagang serta pendirian gerai

C. Rekapitulasi Rancangan dan Realisasi Biaya

Tabel 2. Realisasi Biaya

Tanggal	Jenis	Pembelanjaan	Jumlah (Rp)	Total Dana Terserap
6-Mar-13	Belanja Bahan	ATK(Kwitansi)	2,000	2,000
7-Mar-13	Belanja Bahan	Jilid	2,500	4,500

8-Mar-13	Belanja Bahan	Print	4,000	9,000
9-Mar-13	Belanja Bahan	Buku	3,500	12,500
		Pembelian contoh talas	20,000	32,500
		Tempat Uang	5,000	37,500
	Belanja perjalanan lainnya	Beli pulsa	11,000	48,500
		akomodasi	48,000	96,500
16-Mar-13	Belanja Bahan	print	3,000	99,500
5-Apr-13	Belanja perjalanan lainnya	akomodasi	108,000	207,500
	Belanja Bahan	beli talas	10,000	217,500
		Jasa design	25,000	242,500
11-Apr-13	Belanja perjalanan lainnya	Akomodasi ke LIPI	126,000	368,500
16-Apr-13	Belanja Bahan	Print	3,000	371,500
22-Apr-13	Belanja perjalanan lainnya	belipulsa	23,000	394,500
	Belanja Bahan	DP Tenda	1,000,000	1,394,500
26-Apr-13	Belanja Bahan	DP Rak	400,000	1,794,500
28-Apr-13	Belanja Bahan	Lunasi rak	550,000	2,344,500
		Pembelian Keranjang	18,000	2,362,500
	Belanja perjalanan lainnya	akomodasi	4,000	2,366,500
17-May-13	Belanja perjalanan lainnya	sewa motor	17,000	2,383,500
4-May-13	Belanja Bahan	Lunasi tenda	850,000	3,233,500
18-May-13	Belanja perjalanan lainnya	sewa pickup	327,000	3,560,500
		Jasa Pendirian Tenda	40,000	3,600,500
		Akomodasi	6,000	3,606,500
6-Juni-13	Belanja perjalanan lainnya	Akomodasi Survei	128,000	3,734,500
25-Juni-13	Belanja perjalanan lainnya	Akomodasi Survei Lapak Baru	86,000	3,820,500
26-Juni-13	Belanja Bahan	Print	1,000	3,821,500
28-Juni-13	Belanja perjalanan lainnya	Pembelian pulsa	11,000	3,832,500
29-Juni-13	Belanja Bahan	Pembelian Kamera	1,160,000	4,992,500
		Softcase kamera	135,000	5,127,500
		Scan/warnet	5,500	5,133,000
		ATK/map	11,000	5,144,000
		Komunikasi	11,500	5,155,500
	Belanja perjalanan lainnya	Transportasi	15,000	5,170,500
		Akomodasi	15,000	5,185,500
1-Juli-13	Belanja Bahan	Print, papan standar dan kertas	9,500	5,195,000
		Rainbow talas (Olahan talas)	30,000	5,225,000
	Belanja perjalanan lainnya	Transportasi ke pasar-pasar	74,500	5,299,500
		Akomodasi	74,000	5,373,500
3-Juli-13	Belanja perjalanan lainnya	Akomodasi survei produk olahan talas	57,000	5,430,500

9-Jul-13	Belanja perjalanan lainnya	Akomodasi survei produk olahan talas	104,500	5,535,000
10-Jul-13	Belanja Bahan	Scan Logbook	14,000	5,549,000
19-Jul-13	Belanja bBahan	Scan dan print Laporan	50,000	5,599,000
20-Jul-13	Belanja lainnya	Baju batik untuk Monev	335,000	5,934,000
21-Jul-13	Belanja lainnya	Cidera mata untuk Pembimbing	50,000	5,984,000
23-Jul-13	Belanja Bahan	Print Laporan Kemajuan dan perbanyak	50,000	6,034,000

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada awal penyelenggaraan kegiatan ini mendapat tanggapan yang positif dari para pedagang talas dan umumnya pedagang talas pun bersedia untuk diajak kerjasama karena potensi talas sebagai oleh-oleh khas Bogor dapat terangkat serta dapat memberikan nilai tambah yaitu tercipta warung talas modern yang bersih dan rapi serta dapat menarik minat pembeli sehingga dapat meningkatkan pendapatan pedagang talas sendiri. Kepala PD pasar pun telah menyetujuinya sebagai langkah untuk memajukan pasar khususnya talas.

Gerai Colenta telah berhasil didirikan dan disambut dengan baik oleh pedagang talas. Namun gerai terpaksa dibongkar karena tidak cocok dengan kondisi dan budaya pasar yang tidak memungkinkan yaitu pada pagi hari dipakai oleh penjual sayur yang tidak rapi sehingga mengganggu dan merusak gerai serta ketidakmampuan gerai untuk melindungi seluruh lapak dari hujan.

Setelah gerai dibongkarpun kami melanjutkan survey dengan mengunjungi pasar penjualan talas mentah dan olahan sebagai bahan perbandingan dan untuk mengetahui pendapat masyarakat. Berdasarkan pendapat masyarakat yang kami ajak diskusi gerai colentai merupakan sebuah ide kreatif untuk mengangkat kembali citra talas yang dulu pernah masuk supermarket dan ekspor ke Singapura. Beberapa pedagang pun setuju untuk mendirikan gerai. Namun karena lokasi yang masih sulit kami masih berusaha mencari tempat yang cocok salah satunya ada di sentra usaha kecil menengah.

Dari hasil survey juga didapatkan persebaran pasar-pasar yang menjual talas mentah dan olahan yaitu sebagai berikut:

- Pasar Gunung Batu
- Pasar Sukasari
- Pasar Daerah Bogor (Jalan Otista, depan Kebun Raya Bogor)

Harga Talas yang dijual di pasar tersebut berkisar antara Rp15.000-Rp 40.000 per ikat

- J's Cheese Cake, Jl. Raya Pajajaran No. 3F (Telp:0251-8324338)
- D'Java, Jl. Sholeh Iskandar No.9
- Lapis Bogor Sangkuriang, Jl. Sholeh Iskandar (Dekat Yogyo Plaza Baru)

- Yogyakarta (Bolu Talas)

Harga Kue Lapis talas dan Bolu talas yang dijual di toko-toko tersebut Rp 25.000

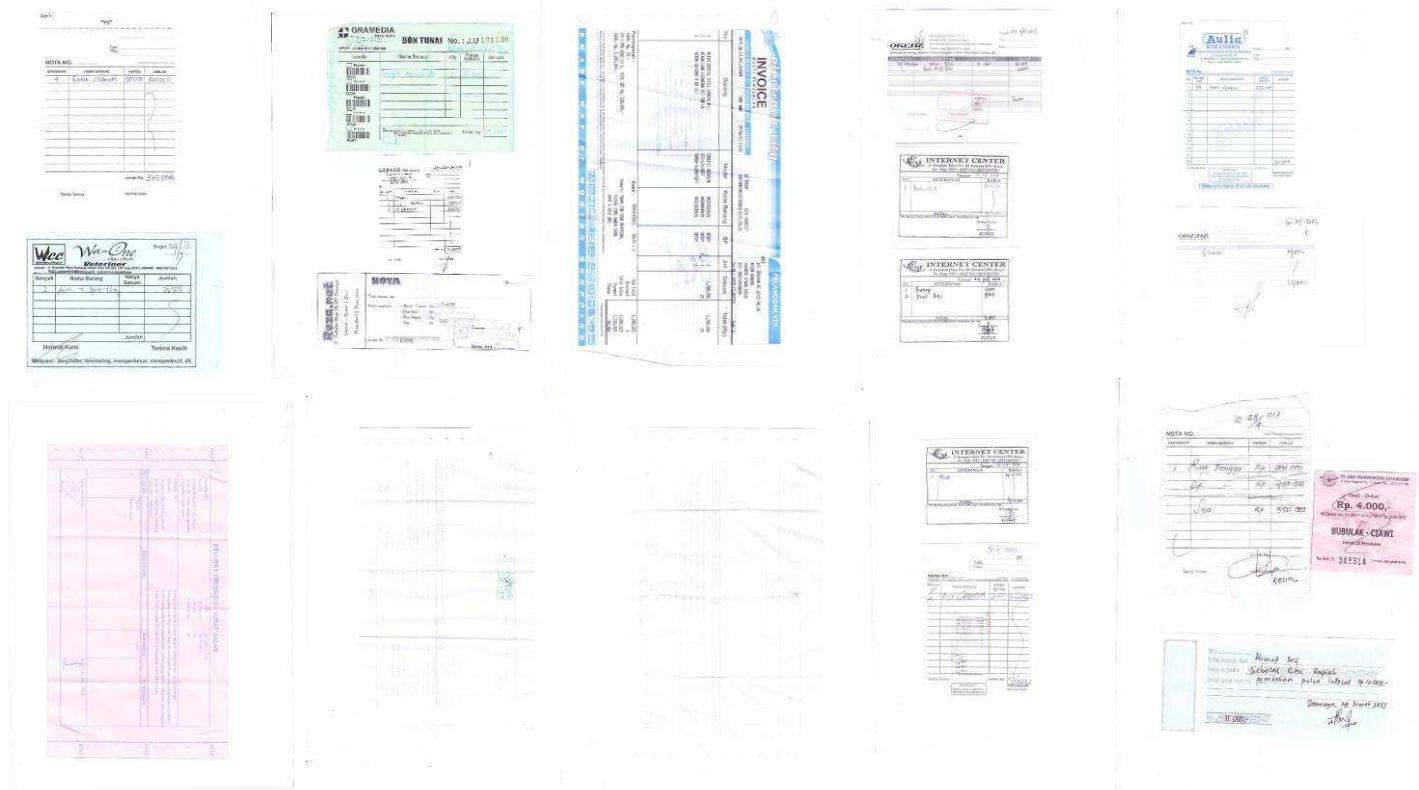
VI. Kesimpulan dan Saran

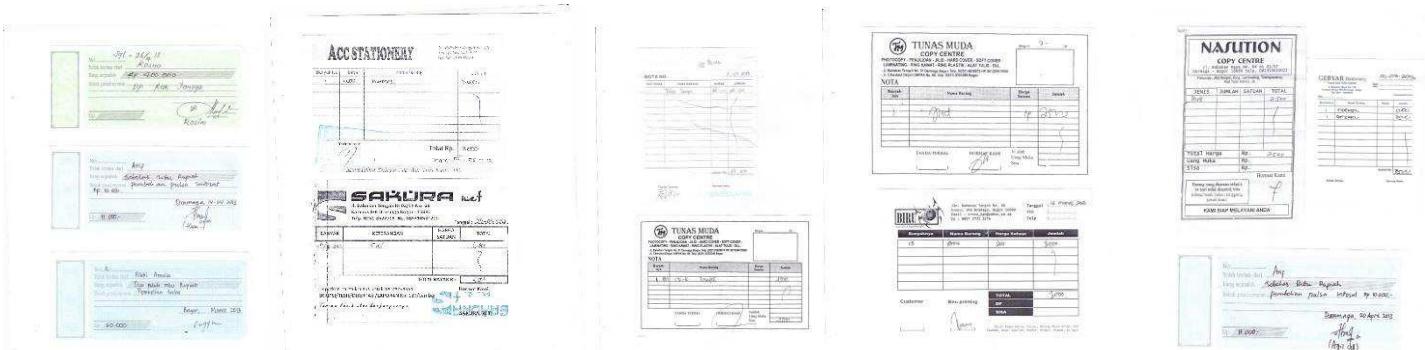
Talas memiliki banyak potensi-potensi talas yang perlu dikembangkan agar lebih dikenal, menembus supermarket dan ekspor. Oleh karena itu dibutuhkan kreativitas untuk mewujudkannya. Gerai colenta sendiri namanya adalah suatu bentuk kreativitas. Dengan gerai colenta diharapkan dapat menjadi pelopor untuk membuat warung talas lebih bersih, menarik dan seragam serta dapat memberi manfaat untuk ke depannya yaitu sebagai sebuah pemikiran untuk meningkatkan pendapatan para pedagang tals sekaligus sebagai pemikiran pengembangan wirausaha.

Oleh karena itu dalam program ini dibutuhkan perhatian khusus oleh pengelola pasar kondisi berjualan talas lebih bersih dan tertata rapi dibantu oleh pemerintah daerah untuk membuat penyeragaman dan lapak permanen sehingga lebih merata. Harapannya program ini dapat dikaji lagi untuk diimplementasikan dalam skala yang lebih besar.

VII. Lampiran

A. Nota





B. Dokumentasi



Gb 1. Diskusi dengan PD



Gb 2. Kunjungan ke LIPI



Gb 3. Pendirian Gerai



Gb 4. Monev Dikti



Gb 5. Pendekatan



Gb 6. Toko talas olahan