

INTISARI

PERENCANAAN INDUSTRI TEPUNG GLUKOMANAN PORANG

(*Amorphophallus oncophyllus*)

Kevin Tanjung, Didik Purwadi, Eni Harmayani

Departemen Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian,
Universitas Gadjah Mada

Budidaya dan produksi umbi porang semakin berkembang namun sebagian besar hasilnya dibawa keluar negeri (ekspor) sedangkan dengan produksi yang melimpah tersebut bisa digunakan sendiri untuk dijadikan tepung glukomanan. Produksi tepung glukomanan di Indonesia saat ini masih dalam tahap perkembangan dan sebagian besar masih dalam skala laboratorium, untuk mengembangkan pertanian porang dan tepung glukomanan adalah dengan meningkatkan skala produksinya menjadi lebih besar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah industri tepung glukomanan layak secara teknis, finansial dan pemasarannya jika didirikan di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan dari segi teknis dan teknologis proses produksi umbi porang hingga menjadi tepung glukomanan layak karena pada skala laboratorium yang sudah terdapat standar untuk peralatan, penggunaan bahan serta produksinya. Analisis finansial dikatakan layak berdasarkan hasil perhitungan kelayakan investasi yang meliputi IRR, NPV, PI, BEP dan PP karena masing-masing perhitungan memenuhi kriteria dalam kelayakan finansial dimana nilai PP atau jangka waktu pengembalian modal kurang dari umur investasi yaitu selama 13 bulan, nilai NPV yang positif atau lebih besar dari nol, nilai IRR lebih besar dari suku bunga pinjaman, PI yang lebih besar dari satu dan titik pengembaliannya atau BEP adalah saat perusahaan dapat memperoleh pendapatan sebesar RP.2.946.380.697. Analisis pasar dan pemasaran dikatakan layak jika sebuah produk tersebut terdapat peluang untuk pasarnya. Pada analisis kelayakan pasar dan pemasran tepung glukomanan dengan menggunakan metode STP (*segmenting, targeting and positioning*) ini menunjukkan bahwa terdapat *segmenting* produk pada konsumen yaitu konsumen B2B (*business to business*) dan konsumen yang memiliki motivasi menjaga kesehatan tubuh, kestabilan berat badan dan menurunkan berat badan dengan pangan sehat dengan *targeting* atau pangsa pasarnya adalah industri yang menggunakan tepung glukomanan pada produknya dan konsumen yang sadar akan kesehatan dengan pangan sehat serta *positioning* atau citra produk tepung glukomanan dengan menonjolkan fungsi atau manfaatnya sebagai pangan sehat dan rendah kalori.

Kata kunci : porang, tepung glukomanan, uji kelayakan bisnis

ABSTRACT

INDUSTRIAL PLANNING OF PORANG GLUCOMANNAN FLOUR (*Amorphophallus oncophyllus*)

Kevin Tanjung, Didik Purwadi, Eni Harmayani

Departement og Agro-Industrial Technology, Faculty of Agricultural Technology,
Universitas Gadjah Mada

Cultivation and production of porang tubers is growing, but most of the results are carried out of the country (exports) while with this abundant production it can be used alone to make glucomannan flour. The production of glucomannan flour in Indonesia is currently still in the development stage and most of it is still on a laboratory scale, to develop porang agriculture and glucomannan flour is to increase the scale of production to be larger. This study aims to analyze whether the glucomannan flour industry is technically, financially and marketing feasible if established in Indonesia. The results showed that from a technical and technological perspective the production process of porang tubers to become glucomannan flour was feasible because on a laboratory scale there were already standards for equipment, material use and production. Financial analysis is said to be feasible based on the results of the calculation of investment feasibility which includes IRR, NPV, PI, BEP and PP because each calculation meets the criteria in financial feasibility where the value of PP or the payback period is less than the age of the investment, namely for 13 months, the NPV value positive or greater than zero, the IRR value is greater than the loan interest rate, the PI is greater than one and the payback point or BEP is when the company can earn an income of IDR 2.946.380.697. Market analysis and marketing are said to be feasible if a product has an opportunity for its market. In the market feasibility analysis and marketing of glucomannan flour using the STP method (segmenting, targeting and positioning), it shows that there is product segmenting for consumers, namely B2B consumers (business to business) and consumers who have the motivation to maintain body health, weight stability and lose weight. an agency with healthy food with targeting or market share is an industry that uses glucomannan flour in its products and consumers who are aware of health with healthy food and positioning or image of glucomannan flour products by highlighting its function or benefits as healthy and low-calorie food

Keywords : porang, glucomannan flour, business feasibility test