

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ubi jalar merupakan salah satu jenis umbi umbian yang banyak di hasilkan di Indonesia. Ubi jalar berdasarkan warna daging umbinya, dibedakan menjadi 3 jenis yaitu ubi jalar putih, kuning dan ungu. Pemanfaatan ubi jalar di Indonesia masih terbatas dalam bentuk olahan tradisional seperti ubi kukus, ubi goreng, kolak, getuk atau timus yang citranya dianggap lebih rendah dibanding produk-produk pangan berbahan baku tepung terigu, tepung beras ataupun ketan (Ginting dkk., 2014). Ubi jalar ungu dipilih karena ubi ini memiliki produktivitas yang tinggi yaitu sebesar 2.261.124 ton pada tahun 2015 (Badan Pusat Statistik, 2015). dan memiliki kandungan antosianin yang tinggi sekitar 110,51 mg/100 g sehingga dapat berperan sebagai antioksidan dan anti inflamasi (Mu *et al.*, 2019). Salah satu upaya untuk meningkatkan nilai ekonomis dan mengimbangi tingginya produktivitas ubi ungu dapat dibuat sebagai makanan ringan.

Makanan ringan atau *snack food* merupakan jenis makanan yang disajikan di luar waktu makan utama. *Snack food* diharapkan dapat memenuhi kebutuhan kalori selain dari makanan utama dan porsi yang lebih kecil dari makanan utama (Lasmanawati dan Yulia, 2012). Menurut Surat Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia No. HK.00.05.52.4040 tentang kategori pangan, makanan ringan merupakan makanan berbahan dasar kentang, umbi, sereal, tepung atau pati yang dapat berasa asin gurih ataupun rasa lainnya. Adanya makanan ringan (*snack*) dari ubi jalar ungu diharapkan dapat meningkatkan konsumsi ubi jalar ungu di Indonesia. Produk *snack* ubi jalar ungu ini kami beri nama “Crisbi” yang merupakan singkatan dari ubi

crispy dimana produk kami memiliki tekstur yang renyah sehingga jenis produk tersebut dapat lebih mudah dipahami oleh masyarakat. Produksi *snack* ubi jalar ungu ini sangat berpotensi untuk dikembangkan karena ketersediaan bahan baku yang melimpah sehingga harga bahan baku menjadi lebih terjangkau. Proses pengolahannya juga mudah sehingga tidak memerlukan investasi peralatan yang besar. Keadaan masyarakat yang semakin peduli dengan kesehatan juga dapat menarik konsumen. Ubi jalar ungu yang diolah menjadi *snack* dapat memudahkan konsumen untuk mengkonsumsinya walaupun dalam aktivitas yang tinggi. Hal inilah yang menjadi salah satu alasan bagi wirausahawan untuk memasuki bisnis dalam bidang pengolahan ubi jalar ungu terutama dalam bentuk *snack*. Proses produksi setiap harinya menggunakan bahan baku 500 kg per hari. Pemasaran dilakukan dengan cara yang cukup sederhana yaitu dengan pemasaran *snack* ubi jalar ungu di daerah Jawa Timur dengan menawarkan produk di toko-toko swalayan dan toko-toko klontong. Target pemasaran penjualan *snack* ubi jalar ungu ini adalah berbagai kalangan usia. Keunggulan dari produk *snack* ubi jalar ini yaitu konsumen masih belum banyak mengetahui variasi untuk produk olahan ubi jalar ungu. Ubi ungu juga memiliki rasa yang khas yang tidak dimiliki oleh jenis ubi lainnya serta memiliki warna alami yang menarik sehingga tidak diperlukan penambahan pewarna sintetis.

1.2 Tujuan

Merencanakan unit usaha produksi *snack* ubi jalar ungu “Crisbi” dengan kapasitas produksi 500 kg bahan baku per hari dan mengevaluasi kelayakan usaha yang ditinjau dari aspek teknis dan ekonomi.