

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang kaya akan keanekaragaman jenis tanaman pangan, salah satunya adalah jenis kacang-kacangan (*leguminosae*) seperti kedelai, kacang tanah, kacang hijau, kacang merah, dan kacang panjang. Kacang-kacangan merupakan sumber protein nabati yang baik. Kandungan protein kacang-kacangan berkisar antara 20-35%. Kacang-kacangan juga mengandung karbohidrat, lemak, vitamin, mineral dan serat (Rahman dan Agustina, 2010).

Kacang-kacangan yang cukup banyak ditanam di Indonesia yaitu kacang hijau (*Vigna radiata* L.). Kacang hijau memiliki sifat tahan terhadap kekeringan sehingga dapat tumbuh pada setiap jenis tanah. Data Departemen Pertanian menunjukkan luas tanah perkebunan kacang hijau di Indonesia pada tahun 2018 mencapai 197,508 Ha dengan jumlah produksi kacang hijau mencapai 234,178 ton yang menduduki urutan ketiga setelah kedelai dan kacang tanah (Deptan, 2018).

Kacang hijau merupakan sumber bahan pangan yang baik ditinjau dari zat gizinya. Kandungan zat gizi utamanya yaitu karbohidrat dan protein. Kandungan karbohidrat dan protein dalam kacang hijau yaitu masing – masing sebesar 62,9% dan 22,2%. Diantara *leguminosae*, kacang hijau merupakan yang paling populer dan dikonsumsi meluas di Filipina dan negara - negara Asia termasuk Indonesia. Pemanfaatan kacang hijau sebagai bahan dasar pembuatan produk yang mempunyai nilai ekonomis tinggi masih sangat sedikit dan kurang beragam.

Menurut Kementerian Pertanian Direktorat Jenderal Tanaman Pangan Direktorat Budidaya Aneka Kacang dan Umbi (2013) mutu kacang hijau dan olahannya masih harus ditingkatkan sehingga produksi kacang hijau dan olahannya mampu bersaing di pasaran. Kacang hijau biasanya dimanfaatkan secara langsung misalnya sebagai isi dari bakpia atau kue-kue lainnya. Selain itu juga, biasa dimanfaatkan sarinya untuk diminum sebagai minuman sari kacang hijau dimana masih kurang bersaing di pasaran. Rasa dan bau yang kurang disenangi oleh para generasi milenial menyebabkan semakin berkurangnya produk – produk olahan kacang hijau. Oleh sebab itu, penulis hendak mengolah kacang hijau sebagai bahan baku seperti tepung agar lebih banyak penggunaan dan pemanfaatannya menjadi berbagai produk. Selain itu juga, teknologi proses dari tepung kacang hijau yang cukup mudah menjadi alasan penulis mengangkatnya.

Tepung kacang hijau merupakan salah satu hasil olahan kacang hijau yang dapat dikatakan sebagai produk antara karena masih harus diolah kembali. Namun, oleh karena pengolahan kembali yang harus dilakukan itulah yang menjadikan tepung kacang hijau memiliki fungsi atau pemanfaatan yang lebih karena dapat digunakan untuk berbagai macam produk yang membutuhkan *filler* atau pengisi dalam adonannya seperti pada produk kerupuk kacang hijau sehingga memiliki pangsa pasar yang lebih tinggi dibandingkan dengan produk – produk makanan atau minuman kacang hijau.

Dewasa ini dengan peningkatan mobilitas yang tinggi pada masyarakat, ada kecenderungan untuk memilih produk pangan yang praktis, cepat dan mudah dalam pengolahan maupun penyimpanan, serta tidak melupakan nilai gizinya. Oleh karena itu, tepung kacang hijau dapat menjadi pilihan yang tepat karena kandungan gizinya yang baik bagi tubuh juga dapat

disimpan lebih lama karena kadar airnya yang relatif lebih rendah dibanding produk olahan makanan maupun minuman kacang hijau.

Tepung kacang hijau yang diproduksi diberi nama “Mungbe” yang merupakan kepanjangan dari *mung bean* yang berarti kacang hijau. Ciri khas dari Mungbe adalah bentuk kemasannya yang menggunakan kantong plastik berdiri / *standing pouch* dengan klip / *zipper* sehingga mengesankan modern dan berkelas dibanding kemasan tepung pada umumnya.

Produksi Mungbe dilakukan di Jl. Raya Kletek no. 15 Sidoarjo dengan model tata letak *product layout* serta dirancang dengan kapasitas bahan baku 100 kg kacang hijau per hari. Penentuan kapasitas produksi mempertimbangkan beberapa hal yaitu tampilan Mungbe yang menarik, serta masih belum banyak ditemui kompetitor yang memproduksi tepung kacang hijau dalam kemasan yang modern dan berkelas di Surabaya, namun tepung kacang hijau yang dikemas dalam plastik PE polos di pasar tradisional. Pemasaran dilakukan dengan cara promosi langsung (*mouth to mouth*), via media sosial (Instagram, LINE, Whatsapp), penitipan pada toko– toko yang menjual produk- produk organik dan kesehatan, dan pada bazaar atau event – event tertentu di Surabaya.

1.2. Tujuan

Melakukan perencanaan unit usaha tepung kacang hijau kapasitas 100 kg kacang hijau per hari dan analisa kelayakannya.