

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia terkenal sebagai negara agraris. Hasil pertaniannya Indonesia juga sangat melimpah. Namun, hasil pertanian yang melimpah tidak sesuai dengan jumlah hasil produksi, khususnya bagi pasar domestik. Hal ini disebabkan karena kalah saingnya pasar domestik terhadap produk atau merk luar yang bahkan menggunakan bahan baku yang sama. Salah satu hasil pertanian terdapat dalam bentuk umbi – umbian, khususnya singkong atau ubi kayu.

Ubi kayu atau singkong mudah dijumpai dalam pertanian Indonesia. Berdasarkan kadar gizi, singkong memiliki kalori dan karbohidrat yang tinggi (kalori: 146 kal; karbohidrat: 34,7 gram) sehingga terkadang digunakan sebagai bahan pengganti nasi (Septiriyani, 2017). Singkong juga memiliki vitamin meski dalam jumlah yang kecil dalam bentuk vitamin C (Septiriyani, 2017). Vitamin C biasanya berperan sebagai antioksidan dan penting bagi tubuh untuk mencegah radikal bebas (Padayatty, 2003). Perlu dicatat bahwa vitamin C merupakan vitamin esensial karena tidak dapat dihasilkan di dalam tubuh, sehingga untuk pemenuhannya harus didapat dari konsumsi produk atau bahan kaya vitamin C (Sibagariang, 2010).

Produk olahan singkong lebih sering dijumpai dalam bentuk keripik dan tepung singkong atau biasa disebut tepung tapioka. Pada pengolahan berbasis singkong, untuk menghasilkan produk pasar dengan umur simpan yang lama, perlu diolah menjadi produk seperti tapioka, *gaplek*, keripik singkong, *peuyeum*, dan lain – lain (Koswara, 2003).

Produk kripik yang akan diproduksi diberi nama “Crispik”. Nama “Crispik” mengacu kepada produk keripik yang renyah atau *crispy* saat digigit. Selain itu pengucapan nama produk yang mudah disebut diharapkan mampu diingat oleh konsumen. Keripik yang akan diproduksi berfokus pada rasa original. Pemasaran produk direncanakan menggunakan *platform* sosial seperti Instagram dan Facebook sebagai media promosi, dandan akan hadir di aplikasi ojek

online seperti “Gojek”, “Uber”, dan “Shopee food”. Produk direncanakan akan didistribusikan di sekitar wilayah Jawa Timur dengan estimasi harga sebesar Rp. 7.000 dengan isi sebanyak 200g. bahan baku yang digunakan berasal dari wilayah Malang karena Malang merupakan penghasil singkong terbesar di wilayah Jawa Timur. Produksi dilakukan secara industri rumahan dengan alamat Pondok Maritim Indah Blok M1B, Surabaya. Target konsumen yang ingin dicapai adalah konsumen dengan tingkat ekonomi menengah ke bawah karena harganya yang murah dan mampu dibeli oleh konsumen tersebut.

1.2. Tujuan Penulisan

1. Melakukan perencanaan usaha skala kecil produksi keripik singkong ”Crispik” dengan kapasitas produksi 3500 *pack* per hari
2. Melakukan evaluasi kelayakan ekonomi dan teknis usaha skala kecil produk keripik singkong yang direncanakan.