

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Kesukaan masyarakat terhadap ubi jalar ungu yang rendah dapat ditingkatkan jika ubi jalar ungu diolah menjadi produk yang lebih sempurna dan disukai oleh masyarakat. Menurut pendapat Dede dan Bambang, (2000) mengatakan harga ubi jalar yang rendah dapat ditingkatkan melalui peningkatan bentuk yang lebih sempurna. Pengolahan ubi jalar ungu dengan meningkatkan keseragaman produk pangan yang lebih sempurna dapat memberi nilai tambah dan mengangkat ubi jalar ungu menjadi komoditas yang bernilai tinggi.

Ubi jalar ungu (*Ipomea batatas L*) sering digunakan dalam industri pangan, karena mengandung pigmen antosianin yang bersifat sebagai antioksidan dan berwarna ungu yang menarik untuk produk pangan (Rosidah, 2014). Ubi jalar ungu banyak diolah oleh sebagian masyarakat untuk dijadikan berbagai macam olahan makanan seperti produk kue, keripik, roti, dan tape. Ubi jalar ungu merupakan ubi yang banyak diminati karena memiliki tekstur yang lembut, rasa yang manis, memiliki aroma yang khas ubi, harganya relatif murah dan mudah ditemukan dipasaran.

Untuk itu ubi jalar ungu cocok untuk digunakan sebagai bahan isian produk bolen untuk menggantikan pisang dan keju sehingga dapat menekan biaya produksi yang dapat menekan harga jual produk agar lebih terjangkau. Produk bolen yang saat ini banyak dijumpai di pasaran adalah bolen pisang rasa keju dan cokelat. Untuk menambah varian topping yang ada maka diproduksi bolen isi ubi ungu aneka topping. Topping yang digunakan meliputi rasa tiramisu, *green tea*, cokelat, original dengan taburan keju.

Bolen isi ubi ungu aneka topping merupakan modifikasi produk bolen yang memiliki beberapa kelebihan yaitu tekstur bolen yang empuk, manis ubi ungu, dipadukan dengan varian topping memiliki rasa tiramisu, *green tea*, cokelat, dan *original* dengan taburan keju. Permasalahan yang terjadi pada usaha produk bolen yaitu adanya pesaing dalam jenis produk yang sama. Dengan adanya masalah tersebut maka dilakukan bagaimana menentukan strategi pengembangan produk yang sebaiknya digunakan dengan SWOT. SWOT adalah *Strenght* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan

*Threats* (ancaman). Analisis SWOT adalah terdiri dari analisis lingkungan mikro yang bertujuan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan, dan analisis lingkungan mikro yang bertujuan untuk mengetahui peluang dan ancaman bagi perusahaan (freddy, 2008). Strategi pengembangan produk bolen isi ubi ungu aneka toping dengan menggunakan SWOT dapat memberikan pedoman strategi pengembangan produk berdasarkan jangkauan pasar. Diharapkan dengan adanya strategi pengembangan produk, mampu meningkatkan penjualan dan daya saing produk dalam pemenuhan permintaan konsumen akan menjadi lebih optimal, serta meningkatkan penjualan dalam permintaan pasar sesuai dengan kebutuhan.

Selain pengembangan terhadap produk juga diperlukan strategi pemasaran terhadap produksi bolen isi ubi ungu aneka toping. Adapun strategi pemasaran penjualan yang dilakukan pada produk bolen isi ubi ungu aneka toping dilakukan dengan cara yang pertama yaitu strategi pemasaran secara konvensional menjual produk secara langsung kepada konsumen, strategi pemasaran kedua dilakukan dengan cara media online melalui *whatsapp* dan *instagram*, strategi pemasaran yang ketiga dilakukan dengan cara menitipkan produk bolen isi ubi ungu aneka toping ke toko. Mengingat produk bolen isi ubi ungu aneka toping merupakan produk baru di Kabupaten Sidoarjo masih belum ada kompetitor yang memproduksi produk bolen isi ubi ungu aneka toping. Oleh karena itu perlu dilakukan analisa produk dan kelayakan usaha.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Beberapa masalah yang timbul dan menjadi kendala dalam Proyek Usaha Mandiri (PUM) pembuatan bolen isi ubi ungu aneka toping adalah:

1. Bagaimana teknik pembuatan bolen isi ubi ungu aneka toping yang optimal dan dapat diterima oleh konsumen ?
2. Bagaimana memproduksi dan menganalisa usaha untuk pemasaran produk bolen isi ubi ungu aneka toping serta meningkatkan kelayakan produksi ?
3. Bagaimana pemasaran yang baik produk bolen isi ubi ungu aneka toping ?
4. Bagaimana pendekatan metode SWOT guna menentukan strategi pengembangan produk bolen isi ubi ungu aneka toping ?

### **1.3 Tujuan Program**

Tujuan dari pelaksanaan Proyek Usaha Mandiri (PUM) ini adalah:

1. Menentukan teknik pembuatan bolen isi ubi ungu aneka topping yang optimal dan diterima konsumen.
2. Memproduksi dan menghitung kelayakan usaha produksi bolen isi ubi ungu aneka topping.
3. Mengetahui proses pemasaran yang baik untuk usaha produksi bolen isi ubi ungu aneka topping.
4. Menentukan strategi pengembangan produk bolen isi ubi ungu aneka topping dengan menggunakan metode SWOT.

### **1.4 Kegunaan Program**

Manfaat yang dapat diambil dari adanya Proyek Usaha Mandiri (PUM) ini adalah:

1. Memberikan variasi terhadap produk bolen isi ubi ungu aneka topping yang suda ada.
2. Meningkatkan nilai guna dari ubi ungu
3. Membuka peluang munculnya wirausaha dalam proyek usaha produksi bolen isi ubi ungu aneka topping baik skala besar maupun industri rumah tangga.
4. Menambah wawasan, pengetahuan, dan kemampuan dalam produksi usaha khususnya menentukan strategi pengembangan produk untuk memecahkan permasalahan dengan metode SWOT.