

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Keripik adalah sejenis camilan yang berupa irisan tipis dari umbi–umbian, buah–buahan, atau sayuran yang digoreng di dalam minyak yang panas. Untuk menghasilkan rasa yang gurih dan renyah biasanya dicampur dengan adonan tepung yang diberi bumbu–bumbu rempah. Keripik dapat berasa dominan asin, pedas, manis, gurih, ataupun paduan dari kesemua rasa tersebut (Oktaningrum dkk, 2013).

Selada keriting (*lollo verde*) merupakan tanaman yang diambil daunnya sebagai lalapan, salad, maupun isian burger. Permintaan tanaman seladang keriting tergolong cukup tinggi. Menurut Badan Pusat Statistika (2018), Indonesia memiliki nilai ekspor tanaman selada pada tahun 2016 sebesar 1.498.040 kg. Pada tahun 2017 terjadi peningkatan nilai ekspor sebesar 2.109.592 kg dan pada tahun 2018 terjadi penurunan ekspor sebesar 1.565.787 kg.

Selada keriting selama ini hanya dimanfaatkan sebagai lalapan, salad, maupun isian roti burger. Pemanfaatan selada yang sedikit ini dikarenakan kurangnya pemahaman masyarakat tentang kegunaan dan manfaat selada sehingga persediaan sayur selada di pasar sangat banyak. Selada keriting yang selama ini pemanfaatan atau kegunaannya kurang maka memunculkan sebuah ide untuk membuat sebuah inovasi dari selada keriting ini untuk diolah menjadi suatu produk yang baru yaitu keripik selada keriting yang termasuk dalam kategori keripik sayuran.

Keripik sayuran adalah produk yang terbuat dari sayuran segar yang diolah dengan menggunakan cara pemanasan, baik menggunakan pemanasan biasa yang biasa disebut pemasakan dan cara pemanasan menggunakan vacuum. Macam–macam keripik sayuran yang ada di pasaran yaitu keripik wortel, keripik bayam, keripik daun kelor, keripik daun pepaya dan masih banyak lagi. Dari semua macam keripik sayuran ada beberapa data yang telah dibuat jurnal seperti

yang telah ditulis dari beberapa contoh keripik tersebut yaitu keripik wortel (Nurdi, 2009) dan keripik bayam (Rukka, 2018)

Berdasarkan latar belakang diatas telah menghasilkan suatu inovasi produk yakni keripik selada. Keripik selada merupakan pengembangan produk dari sayur selada yang pemanfaatannya minim dikarenakan kurangnya pengetahuan masyarakat tentang kegunaan dan manfaat dari sayur selada. Maka diharapkan produk ini dapat disukai oleh kalangan masyarakat luas. Oleh karena itu dilakukanlah Proyek Usaha Mandiri (PUM).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka rumusan masalah yang dapat diambil sebagai berikut :

1. Bagaimana proses produksi Keripik Selada Keriting yang dapat diterima oleh konsumen?
2. Bagaimana mengetahui perhitungan kelayakan usaha untuk pemasaran Keripik Selada Keriting?
3. Bagaimana strategi pemasaran pada Keripik Selada Keriting?

1.3 Tujuan

Adapun tujuan dari pelaksanaan kegiatan Proyek Usaha Mandiri (PUM) Keripik Selada Keriting sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui proses pembuatan produk keripik selada keriting yang dapat diterima oleh konsumen
2. Untuk Mengetahui perhitungan kelayakan usaha untuk pemasaran keripik selada keriting.
3. Untuk mengetahui proses pemasaran pada keripik selada keriting.

1.4 Manfaat

1. Mengenalkan inovasi dari olahan selada keriting menjadi keripik.
2. Menambah wawasan masyarakat tentang olahan dari selada keriting
3. Mempunyai peluang membuka usaha keripik selada keriting.