

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara produsen tempe terbesar di dunia dan menjadi pasar kedelai terbesar di Asia. Sebanyak 50 % dari konsumsi kedelai diperoleh dalam bentuk tempe. Konsumsi tempe rata-rata pertahun di Indonesia saat ini sekitar 6,45 kg/orang. Sebagai sumber bahan pangan, tempe merupakan salah satu makanan pokok yang dibutuhkan oleh tubuh (Oktavia, N. 2012).

Tempe tidak hanya menjadi makanan masyarakat golongan menengah ke bawah. Semua golongan masyarakat sudah menyadari bahwa tempe merupakan sumber protein nabati yang sangat baik. Tempe berasal dari kacang kedelai yang sudah mengalami proses fermentasi dan peragian.

Mengonsumsi tempe sangat menguntungkan karena zat gizi yang terkandung di dalam tempe mudah diserap tubuh sehingga dapat memperingan kerja metabolisme tubuh. Beberapa zat gizi yang terkandung dalam tempe adalah protein 19,5 %, lemak tak jenuh 4 %, karbohidrat 9,4 %, dan vitamin B12 3,9 – 5 mg/100 gram tempe.

Adanya vitamin B12 di dalam tempe merupakan hal yang unik. Vitamin B12 berfungsi untuk membentuk sel darah merah dalam tubuh. Oleh karena itu, tempe dapat mencegah terjadinya penyakit anemia (kurang darah). Selain zat gizi di atas, tempe juga banyak mengandung mineral, kalsium, dan fosfor (Pradata, Y. 2005).

Tempe segar tidak dapat disimpan lama, karena tempe hanya tahan selama 48 jam, jika lebih dari dua hari maka kapang tempe mati dan selanjutnya akan tumbuh mikroba perombak protein, akibatnya tempe cepat busuk. Tempe yang sifatnya tidak dapat disimpan lebih lama dan mudah busuk, perlu diawekan menjadi produk olahan yang dapat meningkatkan mutu jual. Salah satu produk olahan tempe yang paling banyak digemari oleh masyarakat adalah keripik tempe. Keripik tempe merupakan makanan ringan berupa irisan tipis berbahan dasar dari tempe yang tergolong jenis makanan yang bersifat kering dan kandungan lemaknya tinggi.

Pengembangan keripik tempe terinspirasi dari makanan keripik tempe yang sudah ada sehingga muncul inovasi baru dengan bentuk yang berbeda yaitu keripik tempe triangle hot, yang umumnya paling banyak dijumpai adalah berbentuk segi empat, persegi panjang dan lingkaran. Pada keripik tempe triangle hot ini tempe dimodifikasi bentuknya menjadi segitiga (Triangle). Selain itu pengembangan keripik tempe ini lebih terfokus pada rasa yang pedas (Hot) dan bentuk yang berbeda dari produk yang sudah ada sebelumnya, sehingga dapat menarik perhatian konsumen.

Usaha keripik tempe triangle hot memiliki prospek yang sangat bagus, oleh karena berpeluang menjadi bisnis yang prospektif dimasa depan, maka perlu dilakukan pengupayaan produksi keripik tempe triangle hot dengan analisis usaha yaitu : *Break Event Point* (BEP), analisis *Revenue Cost Ratio* (R/C Ratio), dan *Return On Investment* (ROI) agar dapat diketahui apakah usaha tersebut layak atau tidak untuk diusahakan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat dirumuskan masalah pokok sebagai berikut :

1. Bagaimana proses pembuatan Keripik Tempe *Triangle Hot* ?
2. Bagaimana analisis usaha Keripik Tempe *Triangle Hot* berdasarkan analisis BEP, R/C Ratio, dan ROI?
3. Bagaimana pemasaran Keripik tempe *Triangle Hot* ?

1.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan tugas akhir ini adalah :

1. Mampu membuat Keripik Tempe *Triangle Hot*.
2. Menentukan tingkat kelayakan usaha Keripik Tempe *Triangle Hot* berdasarkan analisis BEP, R/C Ratio dan ROI.
3. Mampu memasarkan Keripik Tempe *Triangle Hot*.

1.4 Manfaat

Manfaat dilaksanakannya tugas akhir ini yaitu :

1. Dapat dijadikan bahan pembelajaran bagi mahasiswa yang ingin mencoba berwirausaha Keripik Tempe.
2. Memberikan pandangan berwirausaha dan melatih jiwa wirausaha bagi mahasiswa, sehingga bisa mencoba untuk membuka lapangan usaha baru.
3. Dapat dijadikan bahan pertimbangan dan pengetahuan bagi penulis maupun pembaca tentang analisis usaha dalam berwirausaha.