

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri camilan di Indonesia menunjukkan pertumbuhan signifikan seiring meningkatnya permintaan masyarakat akan makanan praktis dan inovatif. Menurut Badan Pusat Statistik (2024), Generasi Z (lahir tahun 1997-2012) sebanyak 74,93 juta jiwa atau 27,94% dan Milenial (lahir tahun 1981-1996) 69,38 juta jiwa atau 25,87% merupakan kelompok populasi terbesar pada 2020, dan pada 2021 mencakup 55% konsumen makanan ringan, dengan 33% berusia 25–34 tahun dan 22% berusia 18–24 tahun. Tren ini diperkuat oleh peningkatan pengeluaran masyarakat untuk makanan sebesar 5,69% dari Maret 2023 hingga Maret 2024 (BPS 2024). Menurut BPS (2024), rata-rata pengeluaran per kapita untuk makanan dan minuman kemasan mencapai Rp 227.581 per bulan pada Maret 2023, dengan prevalensi konsumsi hampir universal di 99,43% rumah tangga pada 2024. Di Jawa Timur, sektor makanan dan minuman menunjukkan pertumbuhan ekonomi signifikan dengan 791,60 ribu unit usaha pada 2023, menjadikannya provinsi dengan jumlah usaha tertinggi kedua di Indonesia. Menurut Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian (2025), secara nasional UMKM menjadi tulang punggung perekonomian, menyumbang 99% dari total unit usaha dan 61% (Rp9.580 triliun) terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia.

Kabupaten Nganjuk, sebagai sentra pertanian dan peternakan di Jawa Timur, memiliki potensi produk sampingan hasil kegiatan peternakan seperti usus ayam yang belum dimanfaatkan optimal. Data BPS (2023) mencatat populasi ayam ras pedaging mencapai 4.566.998 ekor pertahun. Berdasarkan penelitian Rosa Safitri (2019) menunjukkan rata-rata berat usus ayam berkisar 32-40 gram per ekor, diperkirakan Kabupaten Nganjuk menghasilkan sekitar 146-183 ton limbah usus ayam per tahun, atau rata-rata 164 ton. Saat ini, di tingkat loka limbah usus ayam sebagian besar dibuang atau dijual mentah dengan harga rendah (Rp5.000–Rp10.000/Kg). Kurangnya inovasi membuat produk berbahan usus kurang diminati karena persepsi negatif terhadap higienitas dan citarasa. Di Kecamatan Rejoso, Desa Wengkal dengan jumlah penduduk 2.232 jiwa pada tahun 2023 dan mayoritas

bekerja di sektor pertanian dan peternakan, memiliki akses mudah terhadap usus ayam segar. Namun, usaha camilan masih didominasi produk umum seperti keripik singkong atau pisang dengan persaingan tinggi dan margin rendah, sehingga inovasi rasa dan kemasan menjadi peluang penting untuk peningkatan nilai jual.

Keragaman potensi bahan baku lokal yang belum dimanfaatkan optimal membuka peluang pengembangan produk baru berbasis inovasi rasa dan pengolahan, seperti pemanfaatan limbah usus ayam menjadi camilan bernilai jual. Keripik usus rasa sapi panggang merupakan inovasi yang menggabungkan usus ayam dengan cita rasa sapi panggang yang gurih dan digemari generasi muda. Produk ini tidak hanya menawarkan keunikan rasa, tetapi juga memanfaatkan sumber daya lokal yang kurang termanfaatkan, khususnya di Desa Wengkal, Kecamatan Rejoso, Kabupaten Nganjuk. Namun, kajian kelayakan usaha camilan berbahan usus ayam masih terbatas, khususnya di wilayah pedesaan seperti Desa Wengkal. Oleh karena itu, studi ini bertujuan mengoptimalkan potensi keripik usus rasa sapi panggang sebagai produk unggulan Desa Wengkal sekaligus menganalisis kelayakan usahanya melalui perhitungan *Break Even Point* (BEP), *Return Cost Ratio* (R/C Rasio), *Return Of Investment* (ROI).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat diketahui rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana proses produksi keripik usus rasa sapi panggang di Desa Wengkal Kecamatan Rejoso Kabupaten Nganjuk?
2. Bagaimana analisis kelayakan usaha produk keripik usus rasa sapi panggang di Desa Wengkal Kecamatan Rejoso Kabupaten Nganjuk?
3. Bagaimana proses pemasaran produk keripik usus rasa sapi panggang di Desa Wengkal Kecamatan Rejoso Kabupaten Nganjuk?

1.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari pelaksanaan tugas akhir sebagai berikut:

1. Dapat melakukan proses produksi Keripik Usus Rasa Sapi Panggang di Desa Wengkal Kecamatan Rejoso Kabupaten Nganjuk.
2. Dapat melakukan analisis usaha produk Keripik Usus Rasa Sapi Panggang di Desa Wengkal Kecamatan Rejoso Kabupaten Nganjuk.
3. Dapat menerapkan proses pemasaran produk Keripik Usus Rasa Sapi Panggang.

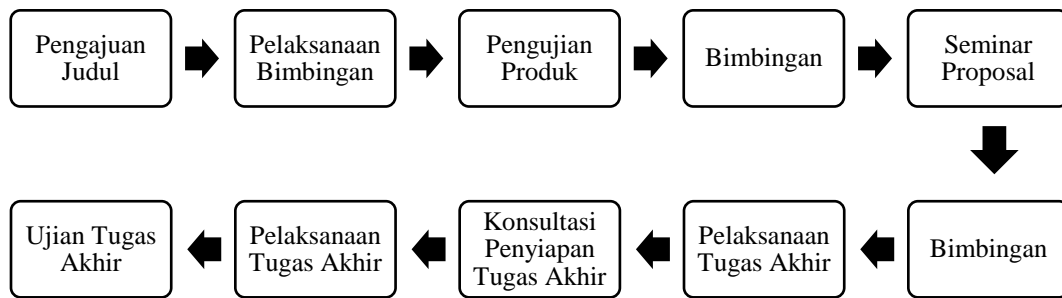
1.4 Manfaat

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan diatas, diharapkan hasil tugas akhir memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Dapat dijadikan referensi dalam penulisan tugas akhir serta dapat menumbuhkan dan mengembangkan jiwa kewirausahaan para mahasiswa.
2. Dapat menambah pengetahuan dan wawasan untuk mengembangkan usaha Keripik Usus Rasa Sapi Panggang bagi para pengusaha dalam menciptakan usaha baru.
3. Dapat memberikan wawasan serta pengetahuan bagi penulis dan pembaca mengenai analisis usaha Kripik Usus Rasa Sapi Panggang.

1.5 Road Map Pelaksanaan Tugas Akhir

Adapun alur pelaksanaan kegiatan tugas akhir ini akan dilakukan berdasarkan road map kripik usus rasa sapi panggang di Desa Wengkal, Kecamatan Rejoso, Kabupaten Nganjuk seperti pada gambar berikut :



Gambar 1. 1 Road Map Pelaksanaan Tugas Akhir

Sumber : Data Primer, (2025)