

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Konsumsi tepung terigu di Indonesia sudah menjadi ketergantungan oleh masyarakat, tak terkecuali di Jawa Tengah. Tingginya tingkat konsumsi tepung terigu dapat dilihat dari banyaknya olahan pangan di Indonesia yang berbahan dasar tepung terigu, seperti mi instan, roti, kue kering, maupun aneka jajanan tradisional dari berbagai daerah di Indonesia. Data yang dilansir dari Badan Pangan Nasional (2024) menunjukkan bahwa tingkat konsumsi rumah tangga tepung terigu dan produk turunannya di Jawa Tengah mencapai 16,68 kilogram/kapita/tahun. Kementerian PPN/Bappenas RI (2023) mengungkapkan bahwa di tahun 2022 pemenuhan kebutuhan biji gandum untuk produksi tepung terigu dalam negeri dipenuhi melalui impor sebesar 9,5 juta metrik ton biji gandum untuk menghasilkan 6.661 juta metrik ton tepung terigu.

Diversifikasi pangan menjadi salah satu upaya untuk mengatasi ketergantungan konsumsi tepung terigu yang terjadi di Indonesia. Bahan pangan alternatif pengganti tepung terigu, seperti ketela pohon, jagung, ubi jalar, kentang, dan lain-lain perlu digalakkan konsumsinya untuk mengimbangi kebutuhan konsumsi pangan sumber karbohidrat masyarakat. Upaya diversifikasi pangan atau penganekaragaman pangan merupakan upaya untuk mengurangi ketergantungan konsumsi masyarakat terhadap satu jenis bahan pangan saja (Sudrajat, 2023). Penganekaragaman pangan tersebut juga dapat meningkatkan konsumsi bahan

pangan lain yang dapat dimanfaatkan untuk mempromosikan bahan pangan lokal dari tiap-tiap daerah untuk dikembangkan sesuai dengan tren serta minat konsumen yang terus berkembang. Komoditas ketela pohon menjadi salah satu bahan pangan alternatif yang sangat potensial untuk dikembangkan menjadi bahan pangan pengganti tepung terigu. Provinsi Jawa Tengah mencatatkan jumlah produksi ketela pohon di tahun 2019 mencapai 2,98 juta ton (BPS, 2021). Hasil produksi tersebut belum mampu mempengaruhi tingkat konsumsi ketela pohon di Jawa Tengah. Konsumsi ketela pohon di Jawa Tengah pada tahun 2023 menyentuh angka 11,18 kilogram per kapita per tahun (Bapanas, 2024).

Mi mocaf sebagai salah satu produk diversifikasi pangan yang berbahan baku ketela pohon. Mi mocaf sendiri terbuat dari tepung mocaf atau *modified cassava flour*. Prinsip pengolahannya adalah dengan memfermentasi ketela pohon untuk kemudian dikeringkan dan ditepungkan menjadi mocaf. Bahan dasar yang digunakan berupa tepung mocaf yang dicampur dengan bahan baku penunjang lainnya. Mi mocaf memiliki keunggulan dibandingkan dengan mi yang berbahan dasar tepung terigu, diantaranya tinggi kandungan serat, bebas gluten, dan rendah lemak, sehingga dapat menjadi alternatif pangan sumber karbohidrat bagi penderita diabetes (Yuliyandjaja *et al.*, 2020). Produk yang tidak memiliki kandungan gluten yang mampu membentuk tekstur kenyal pada produk mi, produsen diharuskan memberi bahan pengikat seperti telur atau campuran tepung maizena (Gaol *et al.*, 2022).

Indonesia menjadi negara dengan konsumsi mi instan berbahan dasar terigu terbanyak kedua di dunia pada tahun 2023 dengan tingkat konsumsi mencapai

14,54 miliar porsi (World Instant Noodles Association, 2024). Tingginya tingkat konsumsi terigu dapat berdampak pada prevalensi angka pengidap *Celiac Disease*. Penderita *celiac disease* memiliki alergi terhadap kandungan zat gluten yang terkandung pada terigu. Jumlah penderita *celiac disease* di Indonesia diperkirakan terdapat 1 penderita di antara 100 orang (Goi, 2017). Mi berbahan dasar tepung mocaf menjadi salah satu produk diversifikasi pangan yang bebas dari kandungan gluten. Produksi mi mocaf kian berkembang di berbagai daerah seiring dengan digalakkannya kampanye diversifikasi pangan dan juga perkembangan tren pasar pada segmen kesehatan dengan peralihan ke produk bebas gluten. Perkembangan tren pasar produk bebas gluten tersebut berkembang di segmen konsumen milenial yang mulai sadar akan gaya hidup sehat (Rayesa dan Ali, 2022). Hal tersebut mendasari berkembangnya produksi produk diversifikasi, tak terkecuali mi mocaf, di skala *home industry* hingga industri pabrik. Sejauh ini, pemerintah melalui Badan Standarisasi Nasional menetapkan standar syarat mutu untuk produk tepung mocaf yang diatur dalam SNI Nomor 7622 Tahun 2011 tentang Tepung Mocaf.

UMKM Mekarsari hadir sebagai produsen mi mocaf yang berkomitmen dalam pengembangan *home industry* olahan pangan lokal unggulan. Perusahaan tersebut beralamat di Jalan Singkil-Watugede, Dusun Singkil, Kelurahan Karanggede, Kecamatan Boyolali, Kabupaten Boyolali, Jawa Tengah. UMKM yang didirikan tahun 2018 tersebut memproduksi aneka jenis olahan ketela pohon, seperti tepung mocaf, mi mocaf, tepung panir mocaf, teh mawar, gatot instan, dan sebagainya. Kapasitas produksi tepung mocaf di UMKM Mekarsari sebesar 1 ton per bulan, sedangkan untuk produksi mi mocaf mencapai lebih dari 1.200 kemasan

per bulan. Mi mocaf yang diproduksi di sana dijual dengan merek dagang Mie Hend's. Komposisi Mie Hend's terdiri dari 96% tepung mocaf dan 4% tepung komposit maizena dan tapioka, sehingga dapat dijamin bahwa produk Mie Hend's tidak memiliki kandungan gluten. Produk Mie Hend's memiliki tiga varian jenis mi mocaf, yaitu original, wortel, dan brokoli. Varian wortel dan brokoli menggunakan sari sayur wortel dan brokoli untuk campuran adonan mi mocaf. Mie Hend's dijual dengan harga Rp13.000. Harga jual tersebut tidak menunjukkan margin yang terlalu jauh apabila dibandingkan dengan kategori produk mi sehat lainnya yang dijual pada *range* harga Rp10.000 hingga Rp20.000, sehingga harga jual Mie Hend's masih dapat bersaing di pasaran.

Produksi dan penjualan mi mocaf merek Mie Hend's oleh UMKM Mekarsari masih belum optimal. Hal tersebut nampak dalam sistem penjualan yang hanya terbatas menggunakan sistem *pre-order*. Akibatnya aksesibilitas pasar dan jangkauan pemasaran produk Mie Hend's juga menjadi terbatas. Kapasitas produksi juga tidak dapat dimaksimalkan karena sistem *pre-order* yang diterapkan UMKM Mekarsari. Produk *ready stock* yang minim menyebabkan penjualan Mie Hend's belum optimal. Penyebab UMKM Mekarsari hanya menerapkan sistem *pre-order* adalah keterbatasan sarana prasarana produksi serta kepastian pasar untuk produk mi mocaf.

Potensi, permasalahan, dan kondisi aktual terkait produk Mie Hend's dan UMKM Mekarsari menjadi dasar yang melandasi bahwa penelitian terkait dengan analisis nilai tambah produk mi mocaf menarik untuk dilakukan. Hal tersebut salah satunya untuk memberi gambaran terkait potensi nilai tambah dan keuntungan yang

diperoleh produsen dalam proses produksi mi mocaf, sehingga memotivasi calon produsen lain untuk turut mengembangkan produk mi mocaf. Penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan evaluasi bagi UMKM Mekarsari terkait efisiensi produksi yang dilakukan. Potensi tren pasar dan nilai tambah yang dihasilkan dari produk tersebut salah satunya akan digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pengembangan *home industry* mi mocaf yang dilakukan oleh UMKM Mekarsari, maupun oleh industri lain hingga ke skala *home industry*.

1.2. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu menjawab tujuan penelitian yang direncanakan sebagai berikut.

1. Menganalisis biaya dan pendapatan pengolahan mi mocaf di UMKM Mekarsari.
2. Menganalisis nilai tambah dari produk mi mocaf produksi UMKM Mekarsari.
3. Menganalisis kondisi lingkungan internal dan eksternal, serta merumuskan alternatif strategi pengembangan produk mi mocaf di UMKM Mekarsari.

Penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan manfaat kepada pihak-pihak berikut ini.

1. Bagi manajemen UMKM Mekarsari, hasil dari penelitian ini diharapkan mampu dijadikan bahan evaluasi dan pertimbangan terkait kebijakan produksi maupun pengembangan usaha.

2. Bagi pemerintah melalui dinas terkait, hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan pertimbangan dan rujukan dalam perumusan kebijakan, terkhusus yang terkait dengan pengembangan industri pangan lokal.
3. Bagi peneliti dan pembaca, penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan dan pengetahuan, serta menjadi rujukan referensi penulisan karya tulis ilmiah yang akan datang, terutama terkait dengan analisis nilai tambah dan strategi pengembangan produk sejenis.