

**INOVASI PENGOLAHAN UBI UNGU MENJADI BOLA UBI  
COKLAT LUMER CRISPY SERTA STRATEGI  
PEMASARANNYA**



**UNIVERSITAS  
TEKNOLOGI  
SUMBAWA**

**Disusun Oleh :**

**Wardatul Jannah (20.01.041.006)**

**PROGRAM STUDI TEKNOLOGI HASIL PERTANIAN  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS TEKNOLOGI SUMBAWA**

## **LEMBAR PENGESAHAN MODUL AJAR**

1. Judul Modul : INOVASI PENGOLAHAN UBI UNGU MENJADI BOLA UBI LUMER  
COKLAT SERTA STRATEGI PEMASARANNYA

2. Bidang Ilmu : Teknologi Hasil Pertanian/Teknologi Pangan

3. Penyusun : Wardatul Jannah / 20.01.041.006

4. Dosen Pembimbing MBKM

Nama / NIDN : Ihlana Nairfana, M.Si / 0805049102

5. Semester : Lima (5)

6. SKS : 20 SKS

Disetujui untuk digunakan sebagai media pembelajaran di lingkungan Universitas  
Teknologi Sumbawa.

Sumbawa, 21 November 2022

WARDATUL JANNAH

**Mengetahui,  
Ketua Program Studi**



**Ratna Nurmalita Sari, S.TP, M.Sc**  
**NIDN. 0805019402**

**Dosen Pembimbing MBKM**



**IHLANA NAIRFANA, S.TP., M.Si**  
**NIDN. 0805049102**

Mengetahui,  
Direktur Akademik

Nova Adhitya Ananda, M.M  
NIDN. 0826118801

Menyetujui,  
Subdirektorat Pengembangan dan Inovasi  
Akademik

Desi Maulidyawati, M.Pd  
NIDN. 0816129001

## **KATA PENGANTAR**

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Panyayang, Kami panjatkan puja dan puji syukur atas kehadiran-Nya, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya kepada kami, sehingga kami dapat menyelesaikan modul ajar tentang tentang Inovasi Pengolahan Ubi Ungu Menjadi Bola Ubi Lumer Cokelat Serta Strategi Pemasarannya.

Modul ajar ini telah kami susun dengan maksimal dan mendapatkan bantuan dari berbagai pihak sehingga dapat memperlancar pembuatan makalah ini. Untuk itu kami menyampaikan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam pembuatan modul ini.

Terlepas dari semua itu, Kami menyadari sepenuhnya bahwa masih ada kekurangan baik dari segi susunan kalimat maupun tata bahasanya. Oleh karena itu dengan tangan terbuka kami menerima segala saran dan kritik dari pembaca agar kami dapat memperbaiki modul ajar ini.

Akhir kata kami berharap semoga modul ajar tentang Inovasi Pengolahan Ubi Ungu Menjadi Bola Ubi Lumer Cokelat Serta Strategi Pemasarannya ini dapat memberikan manfaat maupun inspirasi terhadap pembaca.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Sumbawa, 21 November 2022

Penulis

## **PETUNJUK BAGI PEMBACA**

Kriteria pembaca modul ini dapat dibaca oleh remaja – dewasa. Sebelum melanjutkan membaca inti bahasan dari modul, pembaca diharapkan untuk membaca deskripsi mata kuliah karena terdapat beberapa pokok bahasan penting agar selanjutnya pembaca dapat memahami isi modul ajar ini. Berikut petunjuk penggunaan modul :

- 1) Pembaca diharapkan membaca isi modul dari awal secara berurutan.
- 2) Pembaca diharapkan membaca isi modul secara teliti.
- 3) Pada modul ini terdapat langkah pembuatan produk. Pembaca diharapkan mengikuti langkah sesuai dengan isi modul agar tidak terjadi kesalahan.
- 4) Diharapkan pembaca dapat memahami dan mengikuti langkah yang ada dalam modul ajar ini.

## **DESKRIPSI MATA KULIAH**

### **A. Pembahasan Mata Kuliah Pemasaran Dan Strategi Bisnis Produk Pangan**

Pada hakekatnya kebutuhan akan pangan merupakan kebutuhan utama bagi setiap orang. Seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap hubungan pola makan dengan kesehatan, maka menyebabkan permintaan akan bahan pangan menjadi semakin meningkat.

Salah satu usaha industri yang berkembang di Indonesia adalah di bidang pangan. Menurut Wirakartakusumah (1997), industri pangan merupakan salah satu sektor industri yang sangat penting peranannya dalam perekonomian Indonesia. Disamping mampu memenuhi kebutuhan pangan Indonesia, industri pangan juga dapat menghasilkan devisa untuk negara. Keberadaan industri pangan di Indonesia dapat menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang cukup banyak serta mampu mendorong berdirinya industri penunjang seperti industri tambahan makanan, industri kemasan, industri mesin dan peralatan pengolahan pangan maupun industri agribisnis.

Sektor pertanian merupakan sektor penyedia bagi kebutuhan bahan pangan penduduk Indonesia. Pemenuhan kebutuhan akan makanan dan gizi dapat diperoleh dari hasil-hasil pertanian, yang berasal dari sub sektor tanaman bahan pangan, peternakan, dan perikanan. Sektor perikanan merupakan salah satu sub sektor pertanian yang sangat berperan dalam menyediakan pemenuhan gizi nasional, khususnya dalam pemenuhan gizi protein hewani.

Inovasi produk pangan menuntut pelaku bisnis untuk berfikir kreatif dan mampu membuat suatu produk pangan yang berbeda serta di era perkembangan industry 5.0 ini strategi pemasaran-pun harus begitu kreatif pada setiap bisnis produk pangan.

## B. Pembahasan Bola Ubi Lumer Coklat

Indonesia merupakan negara yang memiliki jumlah penduduk yang sangat banyak serta memiliki sumber kekayaan alam yang melimpah, ini membuat Indonesia pantas disebut sebagai negara yang kaya akan sumber dayanya, baik pada sumber daya alam maupun sumber daya manusianya. Hal ini harusnya dapat memberikan keuntungan besar untuk perekonomian di Indonesia.

Ubi ungu merupakan bahan pangan yang baik, khususnya karena patinya yang memiliki kandungan nutrisi yang sangat kaya antara lain karbohidrat yang tinggi. Oleh karena itu di beberapa daerah, ubi jalar juga digunakan sebagai bahan makanan pokok. Selain itu juga mengandung protein, vitamin C dan kaya akan vitamin A (betakaroten). Sedangkan mineral yang terkandung dalam ubi jalar adalah zat besi (Fe), fosfor, kalsium (Ca), dan Natrium (Na). Kandungan zat gizi lainnya yang terdapat dalam ubi ungu adalah protein, lemak, serat kasar, kalori, dan abu (Juanda dkk, 2009).

Tabel Kandungan Vitamin yang ada pada ubi adalah sebagai berikut

Zat Gizi	Ubi Jalar Putih	Ubi Jalar Kuning	Ubi Jalar Ungu
Pati (%)	28,79	24,47	22,64
Lemak (%)	0,77	0,68	0,94
Protein (%)	0,89	0,49	0,77
Serat (%)	2,79	2,79	3,00
Vitamin C (mg/100gr)	28,68	25,00	21,43
Antosianin (mg/100gr)	-	-	110,51

Untuk itu di lihat dari kandungannya ubi ungu sangat bagus untuk di olah menjadi produk atau barang setengah jadi yang mempunyai nilai jual yang cukup tinggi. Dan oleh karena itu, penulis akan mencoba memberi inovasi baru tentang pengolahan ubi ungu menjadi jajanan yang menarik, sehat dan bergizi dengan memberi nama kue itu Bola Ubi Lumer Cokelat crspsy.

Dalam sekali membuat produk ini “bola ubi ungu coklat lumer crspsy” dapat menghasilkan 80-200 pices produk. produk ini dipasarkan dengan harga jual 1000 per pices yang biasa yang special bisa sampai 2000/3000 per pices .untuk saat ini bproduk ini hanya dipasarkan di laboratorium kewirausahaan pangan yaitu green corner fakultas teknologi

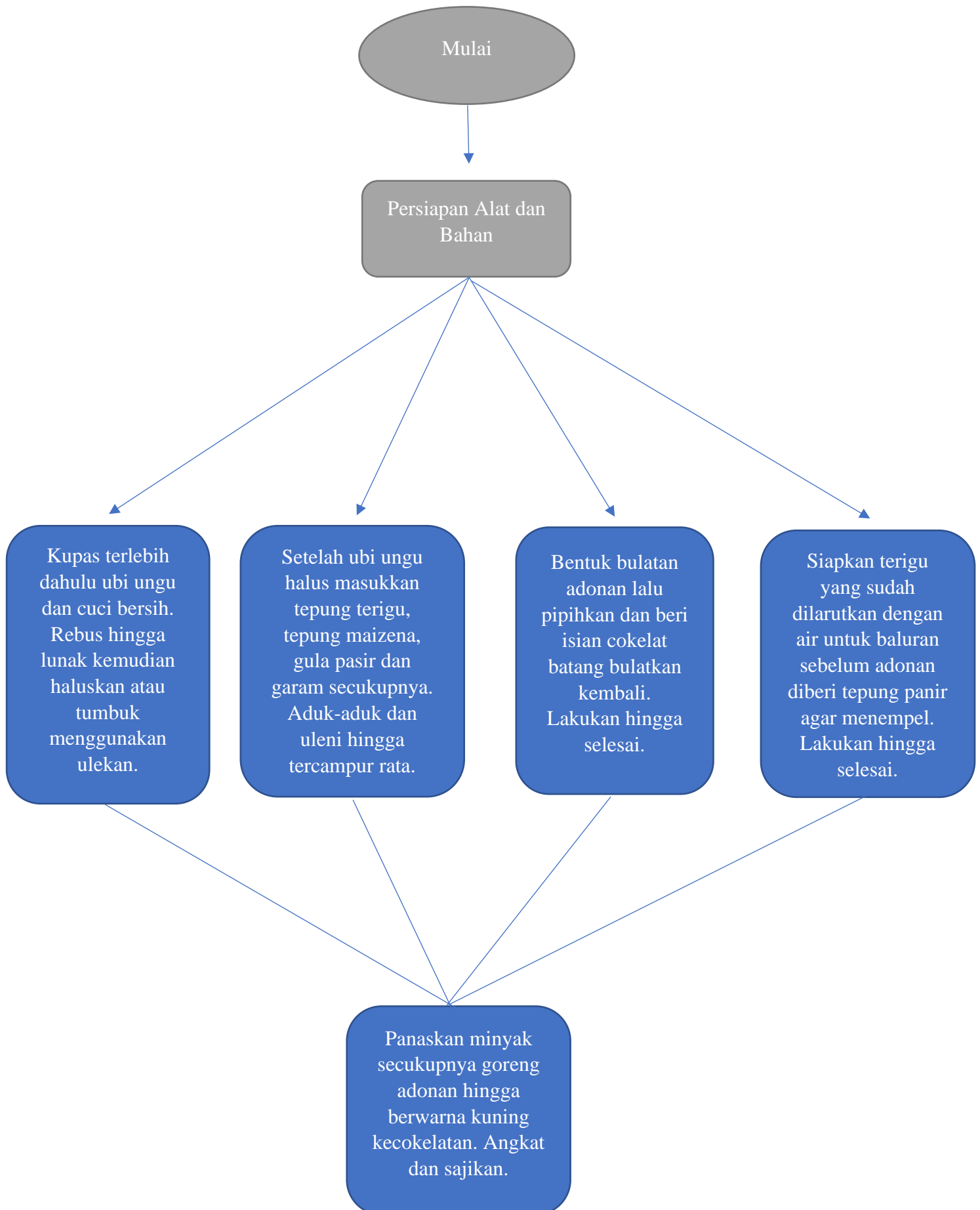
pertania Universitas teknologi sumbawa.waktu penjualan hari senin-jum'at pukul 08.00-16.00 Wita.dan produk ini sudah memiliki breand kece yaitu “ DAPOER TEPUNG NGALUT ”.

a. Bahan Dasar dan alat pembuatan produk Bola Ubi Lumer Cokelat

- |                              |                  |
|------------------------------|------------------|
| 1. 250 gram ubi Ungu         | 1. Pisau         |
| 2. 2 sdm Tepung Maizena      | 2. Wadah         |
| 3. 3 sdm Tepung Terigu       | 3. Sarung tangan |
| 4. 3 sdm Gula Pasir          | 4. Talenan       |
| 5. Secukupnya Garam          | 5.wajan          |
| 6. Secukupnya Cokelat Batang | 6.sendok/garpu   |
| 7. Secukupnya Tepung Panir   | 7.gelas          |



b. Proses Pembuatan Bola Ubi Lumer Cokelat



### Penjelasan Alur Flowchart

1. **Proses Menghaluskan Ubi** : Kupas terlebih dahulu ubi ungu dan cuci bersih. Rebus hingga lunak kemudian haluskan atau tumbuk menggunakan ulekan.
2. **Membuat Adonan** : Setelah ubi ungu halus masukkan tepung terigu, tepung maizena, gula pasir dan garam secukupnya. Aduk-aduk dan uleni hingga tercampur rata.
3. **Memberi Isian** : Bentuk bulatan adonan lalu pipihkan dan beri isian coklat batang bulatkan kembali. Lakukan hingga selesai.
4. **Lapisan Luar** : Siapkan terigu yang sudah dilarutkan dengan air untuk baluran sebelum adonan diberi tepung panir agar menempel. Lakukan hingga selesai.
5. **Proses Penggorengan** : Panaskan minyak secukupnya goreng adonan hingga berwarna kuning kecokelatan. Angkat dan sajikan.

Setelah melakukan Langkah di atas untuk proses pembuatan Bola Ubi Lumer Cokelat maka hasil akhir dari adonan adalah seperti berikut :



*Gambar 1.1 Isi dalam Bola Ubi Lumer Cokelat*



*Gambar 1.2. Tampak Luar Ubi Lumer Cokelat*

### C. Pembahasan Strategi Pemasaran

Pemasaran adalah banyak pendapat yang berbeda. Banyak orang, terutama mereka yang tidak di perusahaan, melihat pemasaran sebagai fungsi bekerja di bisnis. Dari perspektif ini, pemasaran paralel dengan fungsi bisnis lainnya seperti produksi/ operasi, penelitian, manajemen, sumber daya manusia, dan akuntansi. Sebagai fungsi bisnis, tujuan pemasaran adalah menghubungkan organisasi dengan pelanggannya. Pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi, dan distribusi ide, barang, dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memenuhi tujuan individu dan organisasi (O.C. Ferrell, 2014).

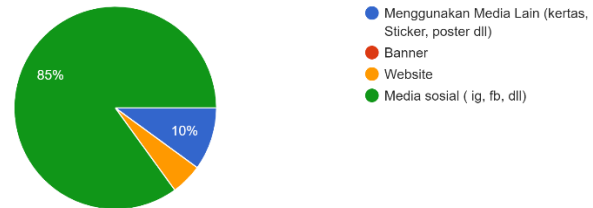
Perkembangan dewasa ini memberikan adanya ketidakpuasan konsumen terhadap barang yang dibelinya karena terdapat ketidaksesuaian antara kenyataan menggunakan propaganda perusahaan. pada kenyataannya banyak perusahaan yang hanya memikirkan keuntungan yang besar tanpa memperhatikan kepentingan konsumen. Ini tidak sinkron menggunakan Konsep Pemasaran yang berusaha menyampaikan kepuasan pada konsumen. Oleh karena itu, konsumenisme dibuat untuk mendapatkan untung jangka panjang. Oleh karena itu, konsumenisme menjadi sangat krusial dan diperhatikan. Cravens dan Hills mengemukakan konsumenisme sebagai berikut. Konsumerisme adalah kekuatan sosial pada dalam lingkungan yang ditujukan untuk membantu serta melindungi konsumen dengan menggunakan hukum, modal serta tekanan ekonomi terhadap perusahaan (Mulyana, 2019).

a. Faktor yang mempengaruhi strategi pemasaran

Kami telah melakukan sebuah survey dengan mengajukan beberapa pertanyaan kepada para konsumen dan hasilnya adalah sebagai berikut :

1. Bentuk Pemasaran Produk

Bentuk Pemasaran produk yang ada sukai ?  
40 jawaban

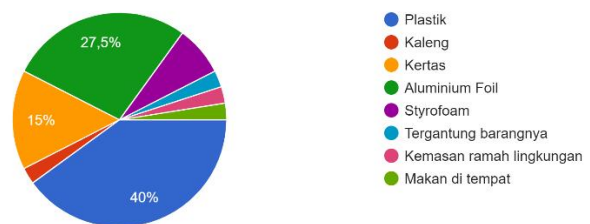


Dari 39 responden yang kami dapatkan 85% lebih menyukai bentuk pemasaran menggunakan Media Sosial berupa Instagram, Facebook, dan media social lainnya.

Sehingga dapat disimpulkan dari data yang telah di dapat bahwa untuk strategi pemasaran produk yang lebih efektif adalah menggunakan Media Sosial.

2. Kemasan Produk

Kemasan Produk yang anda sukai ?  
40 jawaban

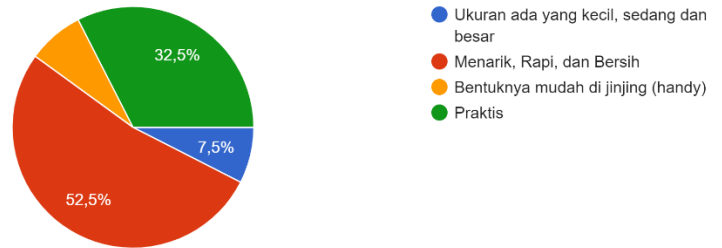


Dari 39 responden yang kami dapatkan 40% responden lebih menyukai kemasan produk menggunakan plastik, 27,5% menyukai aluminium Foil dan 15% menyukai kemasan menggunakan kertas.

### 3. Ukuran Kemasan

ukuran Kemasan Yang anda sukai ?

40 jawaban



Dari 40 responden 52,5% menyukai ukuran kemasan yang menarik, rapi, dan bersih, 32,5% menyukai ukuran kemasan yang praktis dan 7,5 % menyukai ukuran kemasan yang mempunyai 3 bentuk, yaitu ada yang kecil, sedang dan besar.

## **DAFTAR ISI**

SAMPUL

LEMBAR PENGESAHAN MODUL AJAR

KATA PENGANTAR

PETUNJUK BAGI PEMBACA

DESKRIPSI MATA KULIAH

- A. Pembahasan Mata Kuliah Pemasaran Dan Strategi Bisnis Produk Pangan
- B. Pembahasan Bola Ubi Lumer Coklat
  - a. Bahan Dasar Adonan Bola Ubi Lumer Cokelat
  - b. Proses Pembuatan Bola Ubi Lumer Cokelat
- C. Pembahasan Strategi Pemasaran

DAFTAR ISI

LAMPIRAN

DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN



*Gambar 1.1 Pembuat dengan produk*



*Gambar 1.2. Pembuatan*



*Gambar 1.3. Penjual dengan pembeli*



*Gambar 1.4. Penjual dengan pembeli ceria*







## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin, Francis Tantri (2012). *Manajemen Pemasaran*, Raja Grafindo Persada, Jakarta,
- Arntson, Amy E. (1988) *Graphic Design Basics*. Holt, Reinhart and Winston, Inc., Orlando,.
- Herudiyanto, Marleen S. (2010) *Praktikum Pengemasan Pangan*, Widya Padjadjaran, Bandung.
- Julianti, E. dan Nurminah, M. 2006. *Teknologi Pengemasan*. Departemen Teknologi Pertanian, Fakultas pertanian, Universitas Sumatera Utara.
- Kartajaya, Hermawan. *Marketing Plus 2000 Siasat Memenangkan Persaingan Global* (1996) PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Kotler, Philip, and Armstrong, Gary, (2007) *Principles of Marketing*, 12th Edition, Pearson Education, New Jersey.
- Porter, Michael, E. (1990). "Competitive Strategy". The Free Press . New York, p.20.
- Nitisemito, Alex S. *Marketing*. Ghalia Indonesia, Jakarta, 1986. Rolstadas, A. (1995). *Performance Measurement*. Chapman & Hall. London.
- Stanton, William J. & Y. Lamarto. *Prinsip Pemasaran*. Penerbit Erlangga, Jakarta, 1988.
- Sjaifudin, Hetifah, dkk., (1995), *Strategi Pengembangan Usaha Kecil*, AKATIGA, Bandung.
- Tjiptono, Fandy (2002) *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta, Andi Tjiptono, Fandy (1997) *Strategi Pemasaran edisi II*, Andi, Yogyakarta
- Wiryana, Iwan. 1999 *Kemasan yang Menjual*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Herdiwan, D., 1993, *Faktor-faktor yang Berpengaruh sebagai Karakteristik Kemampukembangan Industri Kecil Khususnya pada Sektor Sandang di Kotamadya Yoyakara : Tugas Akhir Jurusan Teknik dan Manajemen Industri Institut Teknologi Industri Serpong*.
- ISBRC-Pupuk, 2003, *Usaha Kecil Indonesia : Tinjauan Tahun 2002 dan Prospek Tahun 2003*, ISBRC-Pupuk dan LP3E Kadin Indonesia, Jakarta.