

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Produk roti dan kue banyak diminati oleh masyarakat Indonesia sebagai makanan selingan. Produk yang umumnya berbahan dasar tepung terigu ini dapat dinikmati dalam berbagai kesempatan dan sering pula difungsikan sebagai suguhan maupun buah tangan. Tren produk roti dan kue berkembang pesat dewasa ini. Produk *cake* seperti *red velvet* dan *rainbow cake* mengalami *booming* sejak tahun 2012, namun saat ini produk *pastry* mulai memiliki tren dan pasar tersendiri (Setyanti, 2013). Perkembangan ini disebabkan oleh berbagai macam hal, seperti informasi dan budaya kuliner dari daerah atau negara lain yang semakin mudah diakses, serta minat masyarakat Indonesia yang selalu tinggi untuk mencoba produk-produk baru. Peningkatan daya beli masyarakat yang ditandai dengan bertambahnya populasi golongan menengah ke atas juga berperan dalam perkembangan produk-produk baru di Indonesia (Badan Pusat Statistik, 2009 dalam Sekretariat Kabinet Republik Indonesia, 2013).

Pie buah merupakan salah satu produk roti dan kue golongan *pastry* yang dewasa ini populer sebagai makanan selingan. Ciri khas produk ini terletak pada kulit (*crust*) yang renyah, *crumbly*, dan gurih, vla yang cenderung manis, serta berbagai macam buah di bagian atasnya. *Pie* buah di pasaran diminati oleh konsumen karena dipandang sebagai produk pangan yang komposisinya cukup lengkap dan sehat, terutama dengan adanya buah-buahan sebagai sumber vitamin dan serat pangan.

Hasil survei terhadap 200 responden di Surabaya menunjukkan bahwa *pie* buah sangat digemari oleh konsumen dari berbagai usia, baik

laki-laki maupun perempuan, seperti dapat dilihat pada Appendix F. Semua responden dalam rentang usia 17-54 tahun pernah mengonsumsi *pie*, dan 80% dari mereka pernah mengonsumsi *pie* buah. Responden yang membeli *pie* minimal dua kali dalam sebulan sebanyak 75%. Responden yang berusia 16-25 tahun umumnya membeli satu hingga dua buah *pie* dalam sekali pembelian, sedangkan responden dewasa (25-55 tahun) umumnya membeli dalam jumlah besar untuk konsumsi keluarga. Rata-rata konsumsi *pie* per hari mencapai 66,37 buah, namun produsen *pie* buah di Surabaya tidak banyak. Toko roti dan kue seperti Suzana memproduksi secara kontinyu dalam jumlah 10-20 *pie* per hari, namun menerima pesanan sesuai dengan permintaan konsumen. Produsen *pie* buah yang memasarkan produknya melalui media sosial memproduksi sesuai dengan pesanan.

Hal tersebut menunjukkan adanya peluang untuk memproduksi dan memasarkan *pie* buah. *Pie* buah dipandang masih dapat berkembang baik dari segi rasa, penampilan, dan kapasitas produksi sehingga peluang produk diterima masyarakat cukup besar. *Pie* buah dipasarkan di dalam kota Surabaya dengan sasaran konsumen dari kalangan menengah ke atas. *Pie* diproduksi dengan kapasitas 54 buah per hari. Produksi dilakukan di rumah yang berlokasi di Jalan Ngagel Jaya Tengah III/16 dengan model tata letak *process layout*. Pemasaran dilakukan melalui media sosial dan produk ditunjukkan melalui foto.

Pie buah diberi label “INDIE PIE” yang merupakan singkatan dari *Indonesian Extraordinary Pie*. Hal ini dimaknai sebagai *pie* khas Indonesia yang lebih dari sekedar *pie* biasa. Ciri khas “INDIE PIE” terletak pada buah-buahan yang digunakan, yang merupakan gabungan antara buah lokal dengan buah-buahan yang telah umum dikenal di mancanegara sebagai *topping pie*. Kombinasi buah-buahan seperti pisang, stroberi, apel, kiwi,

peach, dan buah naga menghasilkan warna yang bermacam-macam sehingga produk tampil menarik di mata konsumen.

1.2. Tujuan

1. Melakukan perencanaan produksi dan analisa kelayakan usaha *pie* buah.
2. Melakukan realisasi perencanaan produksi yang telah dibuat.
3. Melakukan evaluasi terhadap realisasi usaha *pie* buah.