

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Hidangan penutup (*dessert*) adalah hidangan yang pada umumnya disajikan pada tahap akhir waktu makan. Kata hidangan penutup sendiri berasal dari bahasa Perancis Kuno “*desservir*” yang artinya membersihkan meja. *Dessert* umumnya disajikan secara segar (*fresh*) yang berfungsi sebagai penstimulasi rasa setelah menyantap hidangan utama untuk kemudian dilanjutkan dengan penyajian minuman.

Pandangan masyarakat terhadap hidangan penutup sekarang tidak lagi terbatas pada hidangan yang disajikan setelah hidangan utama. Banyak masyarakat yang menjadikan hidangan penutup sebagai cemilan pada waktu senggang dan bahkan pengganti hidangan utama. Keanekaragaman jenis produk hidangan penutup menjadi suatu nilai tambah yang membuat konsumen tidak akan merasa bosan. Artikel dalam majalah *Foodservice* edisi Maret 2013 menyebutkan bahwa saat ini hidangan penutup lebih dapat diterima di Negara-negara Asia, termasuk Indonesia, bahkan berkembang menjadi suatu peluang usaha yang prospektif. Pernyataan ini menunjukkan tingginya minat pasar terhadap hidangan penutup.

Salah satu hidangan penutup yang disukai anak-anak hingga orang dewasa ialah *pudding*. *Pudding* merupakan makanan pencuci mulut dengan tekstur yang lembut, rasanya manis, dan disajikan dalam bentuk dingin. *Pudding* biasanya dibuat dari bahan cair berupa susu, air, jus buah, dan lain sebagainya yang dicampur dengan bahan pengental seperti agar-agar, tepung maizena, gelatin, dan lain-lain (Muaris, 2006).

Pudding susu merupakan salah satu produk olahan susu serta merupakan inovasi produk agar konsumen tidak merasa bosan untuk mengonsumsi susu. Gaya hidup konsumen yang semakin serba praktis, menyebabkan munculnya sistem pengemasan yang memudahkan untuk membawa *pudding* keluar dari toko. Kemasan adalah salah satu hal yang penting untuk diperhatikan dalam memasarkan produk. Kemasan dapat menimbulkan *first impression* bagi konsumen tentang produk yang dijual karena masyarakat cenderung menilai segala sesuatu dari bentuk luarnya dan mengutamakan penampilan fisik terlebih dahulu. Peranan kemasan juga sangat penting sebagai media promosi untuk memasarkan produk agar dapat bersaing di pasaran dan dapat meningkatkan penjualan.

Kemasan yang digunakan produk *pudding* ini berupa *cup* seperti gelas dengan dimensi tinggi 7,8 cm, diameter terbesarnya 6,7 cm, dan volume *pudding* sebanyak 140 mL. Sebuah kemasan dan tampilan *pudding* yang menarik bisa menjadi nilai jual lebih karena bisa menjadikannya sebagai hantaran atau oleh-oleh. Selain itu, pilihan untuk mengemasnya dengan volume kecil cukup untuk satu kali makan, juga dapat menjadi alternatif untuk meningkatkan penjualan.

Harga jual 1 *cup pudding* Rp 12.000,00 dengan segmen pasar yang dituju adalah masyarakat dengan tingkat ekonomi menengah ke atas. *Pudding in cup* sudah terbukti bisa diterima dan disukai oleh konsumen, baik anak-anak maupun dewasa. Hal ini terbukti dari pengalaman menjual mulai bulan Agustus 2014 hingga sekarang mampu memproduksi dengan kapasitas lebih dari 60 *cup*/hari. Adanya permintaan pasar yang cukup tinggi terhadap *pudding in cup*, maka perlu dirancang pendirian industri rumah tangga yang berlokasi di Kutisari Indah Utara 5/15, Surabaya. Kepadatan penduduk yang berpusat di kota Surabaya meyakinkan bahwa *pudding in cup* cukup berpotensi untuk dikembangkan.

1.2. Tujuan

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