

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pannacotta merupakan *dessert* dari Italia yang berwujud *semi-solid* dengan tekstur yang lembut, rasa yang *creamy*, dan mudah meleleh saat di dalam mulut. *Pannacotta* merupakan produk yang terbuat dari krim kental dan susu kemudian dimasak dengan gelatin dan gula. *Pannacotta* memiliki karakter yang menyerupai puding dengan sifat gel yang lebih lembut namun tetap kokoh dan konsisten dalam mempertahankan bentuknya. Bahan penyusun *pannacotta* tidak hanya susu melainkan juga *heavy whipping cream*, gula, dan gelatin.

Dessert pannacotta sangatlah populer di negara Italia. *Pannacotta* dapat dibuat dengan berbagai rasa dan bentuk tampilan yang beragam jenisnya. Desain tampilan *pannacotta* yang beragam dapat menarik perhatian konsumen untuk membeli produk tersebut. Usaha *pannacotta* menjadi salah satu usaha *dessert* yang kian laris pada akhir-akhir ini. Makanan yang sering dimakan sebagai penutup ini seringkali dicari banyak orang. Usaha *pannacotta* menjadi salah satu usaha dengan modal yang tidak terlalu besar tetapi sangat menguntungkan. Kehadiran *pannacotta* mendapat respon yang sangat positif dari berbagai kalangan masyarakat yang ditunjukkan dengan tingginya tingkat permintaan akan produk ini. Usaha *pannacotta* juga tidak mengenal waktu atau musim sehingga *pannacotta* dapat dikonsumsi kapanpun dan dimanapun. usaha ini sangat cocok untuk dijadikan dalam pilihan menjalankan suatu perencanaan unit pengolahan pangan.

Pada umumnya, pembuatan *pannacotta* menggunakan *heavy whipping cream* dan susu UHT dengan perbandingan 1:1. Berdasarkan standard US, *heavy whipping cream* memiliki kandungan lemak minimal 36% (Dairy Management Inc., 2005). Kombinasi penggunaan *heavy whipping cream* dan susu UHT akan menghasilkan tekstur *pannacotta* yang lembut dengan rasa yang *creamy*. Karakteristik *pannacotta* tidak hanya dipengaruhi oleh kedua bahan tersebut tetapi juga dipengaruhi oleh konsentrasi gelatin dan gula yang ditambahkan. Gelatin pada pembuatan *pannacotta* berperan sebagai bahan pembentuk gel dengan memerangkap air bebas yang ada dalam adonan bahan. Gula juga dapat mempengaruhi karakteristik *pannacotta* karena dapat mengikat air. Gula bersifat higroskopis dan memiliki gugus hidroksil (-OH) yang akan membentuk ikatan hidrogen dengan air.

Produk olahan susu berupa *pannacotta* akan dipasarkan dengan merek "Delicato" *Pannacotta*. *Delicato* diambil dari bahasa Italia yang memiliki arti lembut. Kata lembut menunjukkan karakteristik *pannacotta* yang lembut dan mudah meleleh ketika dimakan di dalam mulut. Pada umumnya, produk *pannacotta* hanya menggunakan gelatin sebagai *gelling agent*. Tetapi, "Delicato" *Pannacotta* menggunakan kombinasi antara gelatin dan karagenan sebagai bahan pembentuk gel. Tujuan penambahan karagenan adalah untuk mempertahankan kekokohan gel ketika berada pada suhu ruang.

Keunggulan produk "Delicato" *Pannacotta* adalah variasi rasa yang cukup digemari di era modern ini seperti rasa coklat, *cappucino*, dan *green tea*. Coklat memiliki kandungan senyawa aktif berupa flavonoid, kafein, *theobromine*, *methyl-xanthine*, dan *phenylethylalanine* yang dapat mengurangi kelelahan sehingga bisa digunakan sebagai obat anti depresi

(Wahyudi dkk., 2008). *Green tea* memiliki senyawa polifenol yang dapat berfungsi sebagai antioksidan. Antioksidan adalah sifat zat atau senyawa nutrisi yang berguna untuk melindungi sel-sel dari dampak radikal bebas yang merusak. *Cappucino* juga memiliki kandungan berupa kafein yang berfungsi sebagai bahan penyegar.

Produksi "Delicato" *Pannacotta* dikerjakan di Jalan Semolowaru Tengah V no 7. Model tata letak yang digunakan adalah *product layout* serta dirancang dengan kapasitas produksi 150 *cup* per hari. Produk dikemas dengan menggunakan *cup* mika dengan bentuk menyerupai piala. Bentuk kemasan yang unik diharapkan dapat meningkatkan daya tarik konsumen terhadap produk. Produk dijual dengan harga Rp 15.000,00 per *cup* dan didistribusikan di seluruh wilayah Surabaya. Pemilihan harga ini disesuaikan dengan target pasar yang dituju. Target pasar "Delicato" *Pannacotta* adalah semua kalangan masyarakat dari anak kecil hingga orang tua. Strategi pemasaran yang akan dilakukan adalah dengan cara promosi lewat media sosial (Instagram, LINE, Whatsapp dan BBM), penitipan di café (contohnya Doho 22 café), dan promosi langsung (*mouth by mouth*).

Perencanaan unit pengolahan "Delicato" *Pannacotta* juga memperhitungkan aspek teknis, aspek manajemen, dan aspek ekonomis. Aspek teknis yang diperhitungkan adalah pemilihan lokasi, pemilihan alat dan mesin, pemilihan bahan baku, tenaga kerja, dan utilitas. Aspek manajemen ditinjau dari bentuk dan struktur organisasi. Aspek ekonomis yang diperhitungkan yaitu analisa ekonomi yang digunakan untuk menilai kelayakan pendirian suatu unit pengolahan ditinjau dari Laju Pengembalian Modal/*Rate of Return* (ROR), Waktu Pengembalian Modal/*Payout of Period* (POP), dan Titik Impas/*Break Even Point* (BEP)

1.2. Tujuan

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