

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

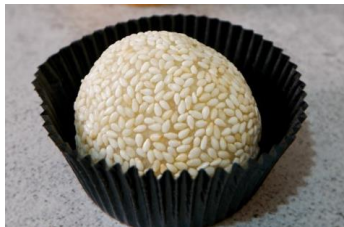
Indonesia merupakan negara yang memiliki beragam kebudayaan salah satunya di bidang kulinernya. Jajanan pasar merupakan salah satu bentuk kekayaan kultural yang sudah ada sejak lama. Jajanan pasar atau yang dikenal sebagai kue tradisional khas Indonesia, hadir dalam beraneka rasa dan juga bentuk. Proses pembuatan kue tradisional ini masih menggunakan bahan-bahan alami serta cara pengolahan yang sangat sederhana. Hal tersebut membuat aneka jajanan pasar ini memiliki cita rasa yang enak dan gurih, sehingga tetap memiliki penggemar setia dan sampai saat ini masih diminati oleh masyarakat. Jajanan pasar pada awalnya hanya dijual di pasar-pasar tradisional. Seiring dengan perkembangannya, jajanan pasar sekarang dapat ditemukan di berbagai tempat seperti di beberapa pasar *swalayan* dan tidak hanya di pasar tradisional (Huda, 2018).

Onde-onde adalah salah satu jenis jajanan pasar yang terbuat dari tepung terigu atau tepung ketan yang digoreng atau direbus dan permukaannya bertabur wijen serta memiliki isian berupa pasta kacang hijau. Kemunculan onde-onde bermula dari pengaruh seni memasak bangsa Tionghoa yang dibawa ke Nusantara sejak jaman Kerajaan Majapahit (Kesuma dan Syarif, 2019). Kue dengan bentuk bulat ini populer di Mojokerto, hingga saat ini.

Ide perencanaan unit pengolahan produk onde-onde ini, didasari dari hasil survei calon konsumen dengan menggunakan kuesioner. Berdasarkan hasil survei didapati data bahwa 99% responden mengenal atau mengetahui onde-onde dan sebagian besar responden (99.5%) juga pernah mengkonsumsi onde-onde. Melalui kedua hasil tersebut dapat ditarik

kesimpulan sederhana bahwa produk onde-onde cukup populer di pasar dan diketahui orang-orang. Berdasarkan survei kebanyakan responden mengkonsumsi onde-onde karena suka dengan rasa serta teksturnya, sekedar sebagai cemilan atau *snacks*, dan juga ada yang mengkonsumsi onde-onde karena bangga dengan salah satu budaya Indonesia ini. Apabila ditinjau dari jenis isian 72% responden masih tertarik dengan isian kacang hijau yang merupakan isian pada umumnya dalam onde-onde. Variasi isian lain seperti keju dan coklat masih mendapat minat dari responden dengan persentase 9,5% untuk isian keju dan 7% untuk isian coklat. Hasil survei ini juga menunjukkan jika onde-onde “Onde One day” berpeluang untuk dijual sebanyak 4 buah dengan harga masing-masing Rp 5.000,00 untuk isian kacang hijau saja.

Nama produk onde-onde yang ditawarkan adalah “Onde One day” yang menunjukkan jika produk ini sebaiknya dikonsumsi segera, agar tekstur yang diharapkan masih dapat diterima oleh konsumen. Gambar produk onde-onde yang diproduksi dapat dilihat pada Gambar 1.1.



Gambar 1.1. Produk Onde-Onde yang Diproduksi

Produk onde-onde ini dikemas dalam sebuah box karton ukuran 16 cm x 16 cm x 7,5 cm dan setiap kemasan berisikan 4 buah onde-onde yang memiliki berat 57 gram. Produk “Onde One day” menggunakan bahan-bahan yang berkualitas. Kualitas bahan baku yang tinggi membuat cita rasa onde-onde lebih enak dan teksturnya kenyal. Pengolahan onde-onde ini diproses secara higienis, sehingga aman untuk dikonsumsi. Kapasitas produksi “Onde

One day” dirancang mampu mengolah 5 Kg tepung beras ketan sebagai salah satu bahan baku pembuatan onde-onde tiap harinya.

Strategi pemasaran dilakukan dengan cara promosi melalui media sosial seperti *Line*, *Instagram*, dan *Whatsapp*. Berdasarkan hasil evaluasi penjualan yang telah dilakukan, usaha ini lebih cocok untuk memproduksi onde-onde dengan sistem *made by order* untuk meminimalisir kerugian akibat adanya produk yang tidak dapat terjual. Evaluasi kedepannya untuk unit usaha ini adalah dengan memperluas pangsa pasar produk, sehingga tidak hanya berpusat di kota Surabaya namun juga dapat menjangkau ke kota-kota lain di kawasan Jawa Timur. Target pasar yang dituju untuk produk ini adalah anak-anak hingga lanjut usia dan untuk masyarakat dengan tingkat ekonomi menengah ke atas.

1.2. Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai melalui Tugas Perencanaan Unit Pengolahan Pangan ini adalah sebagai berikut:

1. Melakukan perencanaan produksi dan analisa kelayakan usaha onde-onde “Onde One day”.
2. Melakukan realisasi perencanaan produksi yang telah disusun.
3. Melakukan evaluasi terhadap realisasi usaha onde-onde “Onde One day”.