

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Nugget merupakan produk *frozen* hasil olahan daging yang digemari oleh sebagian besar konsumen, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa karena penyajiannya yang mudah, umur simpan relatif lebih lama, tekstur renyah, rasa sedap, aroma harum, dan warna lapisan yang menarik. Jumlah konsumsi *nugget* di Indonesia pada tahun 2020 sebanyak 32,812 kg/kapita/tahun, dan mengalami peningkatan pada tahun 2021 sebesar 34,452 kg/kapita/tahun (Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan, 2022).

Jenis *nugget* yang banyak beredar di pasar biasanya tinggi protein (sekitar 20%) yang biasanya berasal dari daging ayam, ikan, udang, atau sapi. Bahan pokok dalam pembuatan *nugget* terdiri dari daging, tepung (terigu dan tapioka), air, merica, gula, dan garam. Oleh karena itu, *nugget* yang biasanya beredar di masyarakat memiliki rendah vitamin dan serat. Hal ini menjadi keprihatinan masyarakat berkaitan dengan rendahnya vitamin dan serat dalam pola makan masyarakat. Salah satu cara untuk meningkatkan jumlah vitamin dan serat dilakukan substitusi daging ayam dengan ubi cilembu sebagai sumber vitamin A dan serat dalam pembuatan *nugget*.

Ubi cilembu memiliki prospek yang cukup menjanjikan untuk diaplikasikan dalam upaya diversifikasi *nugget* sebagai produk *frozen food*. Hasil kuisioner menunjukkan bahwa konsumen yang meliputi para pelajar/mahasiswa, ibu rumah tangga, dan pekerja sangat menyukai produk *nugget* (95,5%) dengan alasan penyajiannya yang mudah, umur simpan relatif lebih lama, tekstur renyah, rasa sedap, aroma harum, dan warna lapisan yang menarik. Hasil testimoni menunjukkan bahwa konsumen tidak bisa membedakan antara *nugget original* yang komersial dengan *nugget* ayam yang disubstitusi dengan ubi cilembu sebesar 25%.

Industri rumah tangga JIJ *Food* memproduksi *nugget* ayam-ubi cilembu yang disubstitusi dengan ubi cilembu sebesar 25%, dalam bentuk *frozen* dengan nama dagang “Yamci”. Nama “Yamci” berasal dari singkatan ayam dan ubi cilembu. Perencanaan pembuatan *nugget*

sebanyak 240 kemasan per hari dengan netto 220 g per kemasan dikemas dalam plastik PP (*polypropylene*) vakum dengan ketebalan 25 mikron, *oxygen transmission rate* sebesar 93-300 cm³(STP)/m², *water transmission rate* sebesar 1,5-5,9 g/ m², dan bersifat transparan (Lu & Zheng, 2018). Pemasaran untuk mempromosikan produk dilakukan menggunakan sistem *pre-order* melalui *Instagram* dan *Whatsapp*. Keunggulan *nugget* “Yamci” dibandingkan *nugget* komersial yaitu memiliki nilai gizi lebih tinggi, sehingga produk *nugget* tersebut sangat prospek untuk diproduksi. Selain itu, *nugget* “Yamci” memiliki nilai jual yang jauh lebih murah karena harga bahan baku yang tidak mahal, memenuhi standar produk *nugget*, tidak menggunakan tepung dalam jumlah banyak untuk menggantikan daging ayam, dan tidak menggunakan bahan *coating* berupa telur namun *batter mix* untuk mencegah adanya bau amis dan rasa asam pada produk selama penyimpanan.

1.2. Tujuan

Tujuan kegiatan Perencanaan Unit Pengolahan Pangan, adalah:

1. Mahasiswa mampu merencanakan usaha produksi *nugget* “Yamci” dengan kapasitas 240 kemasan @220 gram per hari.
2. Mahasiswa mampu merealisasikan perencanaan produksi *nugget* “Yamci”.
3. Mahasiswa mampu melakukan studi dan mengevaluasi kelayakan usaha produksi *nugget* “Yamci”.