

# I. PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang

Indonesia memiliki sumber pangan lokal yang melimpah, salah satunya komoditas umbi-umbian. Umbi-umbian merupakan kategori pangan yang memiliki kandungan gizi yang seimbang yang dapat menunjang untuk dijadikan sebagai diversifikasi pangan. Tujuan dari diversifikasi pangan adalah mendorong masyarakat agar mengonsumsi berbagai jenis pangan pokok yang memiliki kandungan gizi memadai, seimbang, dan aman untuk dikonsumsi. Salah satu umbi-umbian yang memiliki potensi besar sebagai bahan yang dapat dijadikan sebagai diversifikasi pangan adalah ubi jalar, khususnya ubi jalar cilembu yang terkenal dengan rasa manis alami dan tekstur yang menarik. Mengolah ubi jalar cilembu menjadi produk alternatif seperti *cookies* dapat menjadi salah satu cara meningkatkan nilai tambah dan pemanfaatan sumber daya lokal secara optimal.

*Cookies* merupakan salah satu bentuk kudapan yang sering dikonsumsi oleh banyak orang. Menurut Kementerian Pertanian (2020) dalam Syifahaque et al. (2023), konsumsi kue kering di Indonesia pada tahun 2020 mencapai 647,5 kg/kapita/tahun. *Cookies* umumnya diproduksi dengan bahan utamanya tepung terigu, telur, gula, dan mentega. Pembuatan *cookies* tergolong sederhana dan bahan bakunya dapat dimodifikasi dengan bahan pangan lain, sehingga menghasilkan *cookies* dengan nilai gizi yang lebih baik. Inovasi *cookies* dengan memodifikasi tepung terigu menggunakan tepung ubi cilembu sebagai bahan alternatif tidak hanya menghasilkan cita rasa yang unik, manis alami, dan lezat, tetapi juga meningkatkan nilai gizinya. Keunggulan utama ubi cilembu terletak pada kandungan serat, vitamin, dan mineralnya yang lebih tinggi. Dengan keunggulan ini, *cookies* yang dihasilkan menjadi lebih renyah, memiliki aroma khas, serta kaya akan serat pangan. Oleh karena itu, inovasi ini berpotensi besar untuk dikembangkan sebagai alternatif pangan

fungsional yang menarik dan menyehatkan bagi konsumen di Indonesia.

Komposisi *cookies* ubi cilembu dibuat dengan mengurangi penggunaan tepung terigu. Perbandingan yang digunakan adalah 60% tepung terigu dan 40% tepung ubi cilembu dari total bahan tepung. Karakteristik visual *cookies* ini menyesuaikan modifikasi bahannya, yaitu berwarna kuning kecokelatan yang menyerupai warna khas ubi cilembu. Tekstur *cookies* yang dihasilkan kering dan renyah, sehingga tetap mempertahankan karakteristik *cookies* pada umumnya. Kombinasi tepung ubi cilembu ini memberikan cita rasa dan penampilan yang unik, tanpa menghilangkan tekstur yang diharapkan. Produk *cookies* ubi cilembu ini masih sangat terbatas di pasaran. Oleh karena itu, terdapat potensi pasar yang menjanjikan. Hal ini memunculkan ide untuk mendirikan usaha *cookies* dengan merek "Cilemboo", yang diharapkan mampu memenuhi kebutuhan pasar akan camilan sehat dan inovatif.

Produk "Cilemboo" merupakan *cookies* renyah yang dibuat dari kombinasi tepung terigu dan tepung ubi cilembu, serta diperkaya dengan *chocolate chips* untuk menambah sensasi rasa manis dan lezat. Penggunaan *chocolate chips* dipilih karena salah satu varian yang paling umum disukai oleh konsumen. Komposisi *cookies* ubi cilembu menggunakan bahan-bahan berkualitas tinggi, seperti tepung terigu, tepung ubi cilembu, gula halus, margarin, telur, *chocolate chips*, *baking powder*, perisa vanila, dan garam yang berfungsi untuk menyeimbangkan rasa. Dari segi gizi, dalam setiap takaran saji 40 g (setara 4 keping), *cookies* "Cilemboo" mengandung 2 g serat pangan. Hasil kuesioner yang dibagikan kepada 29 orang dari berbagai kalangan usia menunjukkan tingkat penerimaan yang positif terhadap *cookies* "Cilemboo". Seluruh responden tertarik untuk mencoba produk ini karena dianggap inovatif dan menarik dan baru pertama kali ada *cookies* dengan bahan tepung ubi cilembu, beberapa responden menyatakan penasaran dan ingin mencoba tekstur dan rasa yang dihasilkan dari penggunaan ubi cilembu, pemanfaatan bahan lokal seperti ubi cilembu dianggap memberikan nilai tambah dan kesan lebih sehat pada produk *cookies*.

*Cookies* ubi cilembu akan diproduksi oleh unit usaha *home industry* bernama Nailong Jaya dengan merek “Cilemboo”, yang mencirikan cita rasa alami dari tepung ubi cilembu dalam setiap gigitannya. *Cookies* “Cilemboo” dikemas dalam kemasan *standing pouch* berukuran 13 x 20,5 cm yang terbuat dari *laminated aluminium foil* dengan sistem *ziplock* dan memiliki berat bersih sebanyak 100 gram. Berdasarkan kuesioner, 58,6% responden menilai harga Rp 15.000 hingga Rp 20.000, sebagai kisaran yang sesuai untuk *cookies* “Cilemboo”. Kapasitas produksi *cookies* “Cilemboo” dalam sehari sebanyak 150 kemasan. Kapasitas sebanyak 150 kemasan ditetapkan berdasarkan banyaknya peminat produk *cookies* ini. Hasil tes pasar pada Kegiatan Expo Hari Pangan Sedunia Tahun 2025 di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya menunjukkan produk “Cilemboo” habis terjual dan beberapa konsumen melakukan pemesanan ulang.

Unit usaha *cookies* “Cilemboo” berlokasi di Jalan Raya Trosobo, Kecamatan Taman, Sidoarjo, Jawa Timur. Lokasi ini telah dilengkapi dengan fasilitas pendukung yang memadai, seperti akses air bersih dari PDAM. Terdapat juga tenaga kerja yang terlibat dalam operasional usaha untuk mendukung kelancaran produksi. Total tenaga kerja *cookies* “Cilemboo” yaitu 4 orang yang terdiri 1 pimpinan dan 3 karyawan.

Target pasar *cookies* “Cilemboo” adalah konsumen dari kalangan menengah atas yang memiliki mobilitas tinggi, sehingga cocok untuk orang yang sibuk, sering bepergian, atau membutuhkan camilan cepat. Strategi pemasaran yang akan digunakan yaitu pemanfaatan media sosial seperti Instagram dan Whatsapp, serta dapat dikembangkan menggunakan *marketplace* seperti Tokopedia dan Shopee. Produk *cookies* “Cilemboo” diperkenalkan dengan menonjolkan keunggulannya dalam penggunaan bahan pangan lokal yang memiliki nilai gizi lebih tinggi khususnya kandungan serat pangan dibandingkan dengan *cookies* komersial lainnya. Proses pemesanan dapat dilakukan melalui *marketplace* atau akun media sosial. Produk “Cilemboo” juga dijual secara *offline* dengan menitipkan produk di toko oleh-oleh, serta mengikuti acara bazar dengan tujuan agar produk “Cilemboo” dapat diperkenalkan secara langsung kepada calon konsumen dengan

memberikan *tester* karena orang cenderung lebih yakin membeli setelah mencicipi produk terlebih dahulu.

### **1.2. Tujuan**

Tujuan yang ingin dicapai melalui Tugas Perencanaan Unit Pengolahan Pangan ini adalah merencanakan *home industry cookies* ubi cilembu “Cilemboo” dengan 150 kemasan @100g per hari serta menganalisis kelayakannya secara teknis dan ekonomis.