

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Masyarakat dewasa ini cenderung menyukai makanan dengan penampilan yang menarik saat dilihat, memiliki bentuk yang berbeda, dan unik. Masyarakat seringkali mencoba makanan baru hanya karena melihat bentuk makanan yang menarik dan berbeda dari yang lain. Salah satu makanan yang dapat dikreasikan bentuk hiasan dan ukurannya sehingga memiliki keunikan tersendiri adalah *cupcakes*. Variasi hiasan dan ukuran *cupcakes* seringkali dapat menarik perhatian konsumen untuk membelinya.

Cupcakes merupakan salah satu jenis produk olahan tepung terigu yang biasanya dicetak di dalam *cup* dan dipanggang. Makanan ini seringkali dikonsumsi oleh anak-anak, dan remaja. *Cupcakes* biasanya disajikan bersama dengan *frosting* yang berupa tambahan di bagian atas *cupcakes* untuk memperindah penampilan luar dari *cupcakes*, dan untuk memberi rasa pada *cupcakes*. Proses pembuatan *cupcakes* hampir sama dengan proses pembuatan *cake* pada umumnya, yaitu diawali dengan pencampuran bahan-bahan, pencetakan, dan pemanggangan.

Rancangan pengolahan *cupcakes* yang diterapkan pada *Popping Cupcakes Company* adalah pengolahan *cupcakes* dengan kapasitas produksi sebanyak 642 biji per hari, yang didasarkan pada kapasitas maksimal dari mesin yang digunakan, jam kerja, serta jumlah tenaga kerja. Adanya *bottle neck* berupa jumlah oven dan jam kerja yang terbatas, menyebabkan kapasitas produksi hanya terbatas pada jumlah tersebut.

Cupcakes yang diproduksi adalah *cupcakes* yang berukuran kecil dengan diameter *cup* sebesar 4,5cm. Ukuran *cupcakes* yang kecil diharapkan dapat membedakan *Popping Cupcakes* dengan produk *cupcakes*

lain yang ada di pasaran yang kebanyakan berukuran besar. Pengolahan *cupcakes* diberi variasi jenis *frosting*, hal ini membuat warna dan rasa *cupcakes* yang dijual dapat lebih bervariasi. Pemberian pilihan *frosting* yang bermacam-macam akan memudahkan konsumen untuk memilih sesuai dengan selera mereka masing-masing.

Penjualan produk *Poppng Cupcakes* dilakukan dengan penjualan langsung kepada konsumen melalui sistem *pre-order* dan melalui sistem kerjasama dengan kantin-kantin sekolah, dan ke toko-toko *patisserie* yang dekat dengan lokasi perusahaan. *Popping Cupcakes Company* juga aktif mengikuti *bazaar* terbuka yang diadakan oleh berbagai *event creator*, namun keikutsertaan dalam *bazaar* ini tidak dilakukan rutin setiap bulan melainkan sesuai dengan jadwal yang ditentukan oleh pihak penyelenggara *bazaar*. Pemasaran produk dilakukan dengan melakukan promosi via media sosial seperti *Instagram*, *Blackberry Messenger* (BBM), dan *Line*. Promosi melalui media sosial dipilih karena dirasa efektif untuk menarik minat konsumen, dan dapat meminimalkan biaya promosi.

1.2. Tujuan

Penulisan Tugas Perencanaan Unit Pengolahan Pangan ini bertujuan untuk:

- a. Melakukan perencanaan pendirian usaha *Popping Cupcakes Company* dengan kapasitas produksi sebesar 642 biji per hari.
- b. Menganalisis kelayakan pendirian usaha *Popping Cupcakes Company* dari aspek teknis, manajemen, lingkungan, dan ekonomi.