

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang

Permen merupakan salah satu produk pangan yang digemari oleh seluruh golongan usia, terutama dari kalangan anak-anak karena rasanya yang manis. Gula merupakan bahan yang mudah dicerna sehingga dapat memberikan energi untuk tubuh dengan cepat, selain itu dapat membantu dalam penyediaan gula dalam darah. Permen juga dapat dijadikan sebagai hadiah atau *gift*. Permen dapat dibedakan menjadi beberapa jenis, yaitu *Hard Candy*, *Soft Candy*, serta *Gum Candy*. Salah satu jenis permen yang paling banyak beredar saat ini adalah permen keras (*hard candy*). Permen keras merupakan permen yang memiliki tekstur keras, memiliki kenampakan mengkilat dan bening (Lawrence, 1991). Permen keras pada dasarnya adalah campuran dari gula, sirup glukosa atau gula invert, air, *flavour* dan pewarna (Slater, 1986).

Menurut Febrinasti (2011), tingkat produksi permen keras di Indonesia rata-rata 200 buah permen per orang per tahun. Konsumsi permen keras lebih banyak dibandingkan jenis permen lain. Koswara (2009) juga menyatakan bahwa pada mulanya suatu pabrik permen hanya dapat memproduksi permen sekitar 2500–4000 kg per hari dengan masa simpan hanya beberapa bulan, tetapi sekarang suatu pabrik permen dapat memproduksi sekitar 25.000 kg permen selama 8 jam kerja per hari. Sedangkan masa simpan permen yang dihasilkannya dapat mencapai hingga 12 bulan. Pemasarannya telah dapat dilakukan lebih luas dengan mutu permen yang tinggi dan harganya relatif murah.

Permen keras (*hard candy*) telah tersedia dalam berbagai bentuk, rasa, dan warna, sehingga meningkatkan minat konsumen. Permen keras juga dapat dimodifikasi dengan penambahan ekstrak sehingga memberikan tambahan rasa. Permen biasanya hanya memiliki rasa mint dan buah-buahan sehingga dapat menyebabkan kebosanan bagi konsumen. Salah satu bentuk diversifikasi produk permen yaitu dengan cara menambahkan ekstrak teh. Teh merupakan salah satu produk minuman yang digemari oleh masyarakat, biasanya diseduh dan diminum langsung ketika sarapan atau dimakan bersama camilan lain. Menurut hasil riset MARS di lima kota besar di Indonesia menunjukkan bahwa minuman teh dikonsumsi oleh 79% penduduk Indonesia (Nugroho, 2009). Syah (2006) menambahkan bahwa dari 76-78% teh yang dihasilkan dan dikonsumsi di seluruh dunia adalah 20% teh hitam, 22% teh hijau dan sisanya 2% teh oolong. Tingginya minat masyarakat pada teh memungkinkan dilakukan inovasi dengan cara diolah menjadi produk olahan lain seperti permen keras. Inovasi permen terutama permen keras (*hard candy*) dan teh ini dapat menjadi peluang bisnis yang menguntungkan.

Perencanaan pabrik permen keras teh dengan kapasitas 3,15 ton per hari perlu dianalisis kelayakannya dari aspek teknis dan aspek ekonomis serta strategi pemasarannya. Aspek teknis meliputi lokasi, tenaga kerja, ketersediaan bahan, proses pengolahan, peralatan, kebutuhan utilitas dan manajemen, sedangkan aspek ekonomis meliputi laju pengembalian modal, waktu pengembalian modal dan titik impas. Strategi pemasaran meliputi riset pasar, melakukan kegiatan promosi dan memberikan pelayanan yang terbaik untuk konsumen.

Pabrik permen keras teh yang akan didirikan direncanakan berbentuk Perseroan Terbatas (PT) tertutup dengan struktur organisasi lini dan kapasitas 3,15 ton per hari. Pabrik permen keras teh ini direncanakan

terletak di Pandaan. Produk permen keras teh akan dipasarkan di kota-kota Pulau Jawa dengan harga yang terjangkau bagi seluruh kalangan masyarakat.

## **1.2. Tujuan**

Tujuan penulisan Tugas Perencanaan Unit Pengolahan Pangan Ini adalah untuk merencanakan pendirian pabrik permen keras teh dengan kapasitas 3,15 ton per hari serta mengevaluasi kelayakannya dari aspek teknis dan aspek ekonomis, serta menentukan strategi pemasarannya.