

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Makanan ringan atau camilan merupakan jenis makanan yang bukan merupakan menu utama. Makanan ringan diciptakan untuk mengatasi rasa lapar yang dikonsumsi di antara ketiga waktu makan utama (Muchtadi, dkk. 1988). Makanan ringan memiliki jumlah kalori per *serving* yang lebih kecil dibandingkan dengan makanan utama. Makanan ringan banyak disukai oleh masyarakat berbagai kalangan karena praktis, langsung dapat dikonsumsi, serta memiliki banyak varian rasa dan bentuk. Makanan ringan yang umumnya beredar di masyarakat dibedakan menjadi tiga menurut rasanya yaitu; makanan ringan dengan rasa asin, pedas dan manis.

Pie merupakan salah satu jenis *pastry* yang populer di banyak negara salah satunya di Indonesia. Pada mulanya *pie* yang dipasarkan di Indonesia merupakan *pie* buah, namun seiring berkembangnya bisnis *pastry* di Indonesia, jenis *pie* yang ditawarkan semakin beragam, salah satu *pie* yang terkenal adalah *pie* susu. *Pie* susu merupakan *pie* yang memadukan susu dan telur sebagai *filling* atau isinya sehingga *pie* susu yang dihasilkan terasa manis dan gurih. *Pie* susu yang umumnya dijual di pasaran memiliki *filling* yang jumlahnya sedikit, sehingga konsumen merasa kurang puas. *Pie* susu pada mulanya memiliki rasa original dan coklat, namun seiring bertambahnya permintaan pasar akan rasa *pie* susu yang lain, maka banyak produsen *pie* susu mulai berinovasi menambahkan berbagai perisa ke dalam *filling pie* susu. Usaha *pie* susu mempunyai potensi untuk dikembangkan, hal ini dapat dilihat dari tingkat kesukaan masyarakat terhadap produk *pie* susu sehingga usaha ini layak dijadikan sebagai *home industry*.

Pada tugas Perencanaan Unit Pengolahan Pangan, *pie* susu yang ditawarkan adalah *pie* susu dengan jumlah *filling* $\frac{2}{3}$ bagian *pie crust* dan pilihan varian rasa *filling vanilla*, *rhum*, coklat, *taro*, dan *green tea* sehingga dapat menjadi keunggulan dari produk *pie* susu “LAUVIA”. Pemilihan rasa tersebut berdasarkan survei yang telah dilakukan terhadap para pembeli *pie* susu “LAUVIA”. Target pemasaran penjualan *pie* susu “LAUVIA” adalah berbagai kalangan usia dan status ekonomi masyarakat menengah ke atas. Harga *pie* susu di pasaran berkisar antara Rp 3.500 – 4.500, sedangkan untuk *pie* susu “LAUVIA” dijual dengan harga Rp 3.000 per buah. Unit produksi usaha *pie* susu dirancang dengan kapasitas bahan baku 50 kg tepung terigu per bulan.

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 *pie* susu “LAUVIA”.
2. Melakukan realisasi perencanaan produksi yang telah disusun.
3. Melakukan evaluasi terhadap realisasi usaha *pie* susu “LAUVIA”.