

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Menurut Badan Pusat Statistik (2020) produksi daging ayam buras di Jawa Timur tahun 2019 sebesar 44.388 ton merupakan yang paling tinggi dibanding dengan 33 provinsi lain di Indonesia dan mengalami peningkatan produksi sebesar 2,50% dari tahun 2018. Produksi daging ayam di Jawa Timur yang tinggi menunjukkan tingginya konsumsi daging ayam. *Nugget* merupakan salah satu produk olahan yang berbahan dasar daging ayam. *Nugget* merupakan produk bahan pangan berupa restrukturisasi daging dengan memanfaatkan potongan daging yang relatif lebih kecil dan tidak beraturan, kemudian direkatkan kembali menjadi suatu produk olahan yang lebih besar (Amertaningtyas, 2000). Potongan daging ayam pada pembuatan *nugget* ditambahkan bumbu-bumbu, bahan pengisi (*filler*), dan bahan pengikat (*binder*) kemudian diselimuti oleh perekat tepung (*batter*), pelumuran tepung roti (*breadcrumbing*), dan dilakukan penggorengan. *Nugget* banyak disukai oleh masyarakat karena praktis dan mudah dalam penyajiannya.

Menurut Badan Pusat Statistik (2017), total pengeluaran makanan per kapita di daerah perkotaan pada September 2016 terbesar untuk makanan dan minuman jadi (34,37%), sedangkan pengeluaran terkecil untuk sayur-sayuran (6,54%). Rendahnya konsumsi sayur oleh masyarakat Indonesia karena rasa yang cenderung pahit dan hambar serta kurangnya kebiasaan makan sayur sejak usia dini sehingga mengakibatkan kebiasaan tidak suka sayur (Suyatno *et al.*, 2015). Penambahan sayur pada produk makanan siap saji merupakan cara yang tepat untuk meningkatkan konsumsi sayur, hal ini

sesuai data diatas yaitu persentase total pengeluaran terbesar adalah untuk makanan jadi.

Nugget “Chic Chop” merupakan *nugget* ayam dengan penambahan wortel dan bunga kol. Bunga kol dan wortel berfungsi sebagai *filler* dan dapat meningkatkan kandungan serat, vitamin, serta mineral. Menurut Data Komposisi Pangan Indonesia (2018) dalam 100 g bunga kol terkandung 1,6 g serat dan 0,8 g abu, sedangkan dalam 100 g wortel terkandung 1 g serat dan 0,6 g abu. *Nugget* “Chic Chop” dijual dalam bentuk siap makan dan dikemas dengan kemasan berbentuk *standing pouch* yang dilengkapi dengan *zipper* sehingga kemasan lebih rapat dan mudah dibuka saat akan mengkonsumsi *nugget*. Kemasan *ziplock* merupakan kemasan laminasi yang terdiri dari PET, PE, aluminium foil, dan LDEP, yang memiliki MVTR (*Moiture Vapour Transmission Rate*) dan OTR (*Oxygen Transmission Rate*) yang rendah (Pelco, 2020), sehingga dapat menjaga mutu produk.

Nugget yang diproduksi diberi merek ”Chic Chop” dengan desain *background* berupa gambar wortel, bunga kol, potongan ayam, serta terdapat garis tebal berwarna hijau. “Chic Chop” merupakan singkatan dari *chicken chop* yang memiliki arti potongan ayam, menunjukkan bahwa *nugget* adalah produk daging restrukturisasi dimana terbuat dari potongan ayam yang tidak beraturan lalu disatukan kembali dengan menambahkan *binder*, *filler*, serta bumbu-bumbu. Garis hijau menekankan bahwa *nugget* "Chic Chop" tidak 100% terbuat dari daging ayam, namun terdapat campuran sayuran pada produk.

Menurut Badan Pusat Statistik (2020) penduduk Surabaya tahun 2019 dengan usia 5-19 tahun berjumlah 631.759 jiwa. Usia 5-19 tahun adalah golongan anak-anak hingga remaja yang kurang menyukai sayur, sehingga merupakan target utama untuk penjualan *nugget* “Chic Chop”. *Nugget*

“Chic Chop” dipasarkan melalui media sosial antara lain Whatsapp, LINE, Instagram dan juga melalui *mouth to mouth*. Perencanaan produksi *nugget* “Chic Chop” diharapkan dapat mengurangi rasa pahit dan hambar dari sayuran sehingga meningkatkan konsumsi serat khususnya bagi anak-anak hingga remaja di kota Surabaya.

1.2. Tujuan Perencanaan

1. Melakukan perencanaan produksi dan analisa kelayakan usaha *nugget* “Chic Chop”
2. Merealisasikan perencanaan produksi yang telah dilakukan
3. Mengevaluasi kelayakan usaha *nugget* “Chic Chop” yang telah dijalankan