

# I. PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang

*Brownies* merupakan varian kue coklat yang dipanggang dengan tekstur bantat, padat, dan sedikit lembab (Nuresa et al., 2022). *Brownies* dikenal pada tahun 1897 dan menjadi varian kue coklat yang khas di Amerika. Awalnya seorang koki dari Amerika lupa menambahkan baking powder pada adonan kue *brownies* sehingga dihasilkan kue *brownies* dengan tekstur bantat namun memiliki rasa yang lezat (Mazis et al., 2023). Selain dengan cara dipanggang *brownies* juga dapat diolah dengan cara dikukus. Salah satu kekurangan *brownies* adalah umur simpannya yang relatif singkat. Menurut Wahyuni. (2018) umur simpan *brownies* relatif singkat karena tingginya kadar lemak dan gula sehingga rentan terhadap kerusakan dan kontaminasi jamur. Kadar air juga dapat mempengaruhi umur simpan pada *brownies*. Menurut Violalita et al. (2019) saat kadar air pada produk pangan cukup tinggi maka akan mudah mengalami kerusakan, sehingga umur simpan produk pangan akan lebih singkat. Berdasarkan pengujian Salihat & Putra (2021), *brownies* kukus memiliki rata-rata kadar air sebesar 31,15%. Selain itu, pengujian Affandi et al. (2016) menunjukkan rata-rata kadar air *brownies* panggang sebesar 22,72%. Selain itu, aktivitas air (Water activity) juga dapat mempengaruhi pertumbuhan mikroba pada *brownies*. Salah satu cara untuk memperpanjang umur simpan *brownies* dapat dilakukan dengan membuat olahan *brownies* krispi.

*Brownies* krispi memiliki tampilan tipis dan diolah dengan cara dipanggang sehingga memiliki kadar air yang rendah. Oleh karena itu, *brownies* krispi memiliki umur simpan yang lebih panjang. *Brownies* krispi di Provinsi Jawa Timur belum banyak diperjualbelikan dibandingkan dengan *brownies* panggang atau *brownies* kukus. Sebelum melakukan penjualan *brownies* krispi kami melakukan survei pada 85 responden dengan usia 17-35 tahun yang berasal dari Jawa Timur. Melalui survei, kami mengetahui terdapat 85,9% responden sudah mengetahui *brownies* krispi dan sebanyak 14,1% responden belum mengetahui produk *brownies*

krispi. Hal ini dapat menjadi peluang bisnis terutama pada masyarakat yang belum mengetahui produk *brownies* krispi agar lebih dikenal oleh masyarakat luas.

Pada perencanaan unit pengolahan pangan ini tergolong kedalam kategori usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang dijalankan dalam bentuk Usaha Dagang yaitu UD. Te bake dengan produk *brownies* krispi yang diberi merek “BorinG” dengan topping choco chips. Pemilihan merek “BorinG” diambil dari singkatan “*brownies* kering” yang mencerminkan karakteristik kering dari produk *brownies* krispi. Selain itu, pemilihan merek “BorinG” agar masyarakat mudah untuk mengingat merek dari produk *brownies* krispi yang akan diperjualbelikan. *Topping Chocochips* dipilih untuk menambah cita rasa coklat pada produk *brownies* krispi, sehingga memiliki rasa manis dan kaya akan rasa coklat. Produk “BorinG” akan dikemas dalam kemasan *standing pouch* yang dilengkapi dengan sistem klip. Kemasan *standing pouch* yang digunakan tergolong kemasan laminasi dengan bahan *paper foil*, *aluminium foil*, dan *polyethylene*. Kemasan ini dipilih karena memiliki sistem pembuka dan penutup yang praktis, dapat menjaga mutu produk, dan dapat dicetak dengan label produk. Kemasan laminasi memiliki permeabilitas dan nilai WVTR (*Water Vapor Transmission Rate*) yang rendah, sehingga uap air atau oksigen akan sulit untuk bertransmisi ke dalam kemasan, akibatnya umur simpan produk lebih lama (Rahmi et al., 2013).

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan diketahui bahwa sebanyak 80,7% responden menyukai *brownies* krispi dan sebanyak 94,1% responden tertarik dengan produk *brownies* krispi “BorinG”. Rata-rata para responden tertarik dengan produk *brownies* krispi “BorinG” karena menyukai rasa dan tekstur dari *brownies* krispi serta penasaran dengan produk “BorinG”. Melalui hasil survei tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa produk *brownies* krispi “BorinG” memiliki peluang pasar yang tinggi.

Pengolahan *brownies* krispi “BorinG” diproses secara higienis dengan kapasitas produksi 1.100 kemasan per bulan atau 50 kemasan per hari dengan harga Rp. 14.000 per kemasan. Gambar produk “BorinG” dapat dilihat pada Gambar 1.1.



Gambar 1.1. Produk “BorinG”

Pendirian unit usaha brownis krispi “BorinG” akan dilakukan pada skala *home industry* di Perumahan Griya Surya Asri A3 no 1, Sidoarjo, Jawa Timur dengan harga sewa tahunan sebesar Rp. 10.000.000. Lokasi rumah produksi “BorinG” berada di area pemukiman warga, dekat dengan sekolah, dan universitas yang cukup ramai, sehingga memudahkan untuk pemasaran produk secara *offline* maupun *online* kepada konsumen khususnya usia 17-35 tahun. Lokasi ini juga tidak terlalu jauh dengan lokasi pembelian bahan baku serta mudah untuk ditemukan oleh kurir.

Strategi pemasaran produk “BorinG” dilakukan dengan promosi secara *offline* dengan menjual produk langsung di tempat produksi dan secara *online* melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, Line, dan Whatsapp. Meskipun pemasaran dilakukan secara *online* namun calon konsumen tetap dapat melihat kenampakan dari produk “BorinG” melalui konten berupa foto atau video singkat terkait produk *brownies* krispi. Target pasar yang dituju untuk produk “BorinG” adalah remaja hingga dewasa dengan usia 17-35 tahun.

## 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 *brownies* krispi “BorinG”.

2. Melakukan implementasi perencanaan produksi yang telah disusun.
3. Melakukan evaluasi terhadap realisasi usaha *brownies* krispi “BorinG”.