

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Cookies merupakan makanan yang cukup populer di kalangan masyarakat. Produk ini adalah salah satu jenis makanan ringan yang memiliki kadar air kurang dari 4% dan terbuat dari tepung, margarin, kuning telur, gula, vanili, *baking powder*, dan susu bubuk. Menurut SNI 01-2973-1992, *cookies* termasuk jenis kue kering yang dibuat dari adonan lunak, berkadar lemak dan gula tinggi, dan relatif renyah, dapat dinikmati dari oleh semua kalangan usia yaitu anak-anak sampai dengan usia lanjut. *Cookies* juga praktis karena dapat dimakan kapan saja, dan memiliki daya simpan yang relatif lama.

Berdasarkan survei yang dilakukan pada 100 responden di Surabaya, didapatkan hasil produk *cookies* merupakan produk yang disukai 96% responden, dari rentang usia 18-60 tahun, baik pria maupun wanita. Hasil survei juga menunjukkan 71% responden lebih menyukai jenis *chocolate chip cookies* dengan rasa yang paling disukai adalah rasa coklat, yaitu sebanyak 78%. Komentar dan saran survei juga menunjukkan 21% responden menginginkan produk *cookies* yang menarik dari segi kemasan, dan 27% menginginkan produk *cookies* dengan nilai tambah seperti rendah lemak ataupun tinggi serat.

Hasil survei tersebut menunjukkan peluang pasar untuk memproduksi dan memasarkan *chocolate chip cookies* dengan rasa coklat dan penambahan *havermout* serta kemasan yang cukup unik dibandingkan yang ada di pasaran. Penambahan *havermout* pada proses pembuatan *cookies* dapat meningkatkan kandungan serat sehingga dihasilkan *cookies* dengan nilai

tambah dari aspek kesehatan. *Havermout cookies* merupakan *cookies* yang diberi penambahan serat pangan larut sehingga menambah manfaat kesehatan. Contoh manfaat kesehatan yang didapat karena penambahan *havermout* ini antara lain seperti mengurangi resiko hipertensi, mencegah diabetes, mencegah obesitas berlebih, dan lain sebagainya. *Havermout cookies* memiliki penampilan yang tidak berbeda jauh dari *cookies* lainnya yaitu berwarna coklat keemasan dengan bentuk bulat dan pipih, ukuran yang seragam serta memiliki bagian dalam berwarna kekuningan, renyah, dan beraroma harum. Pembuatan *havermout cookies* ini melalui proses pemanggangan sehingga diperoleh *cookies* dengan tekstur yang renyah serta memiliki umur simpan yang relatif panjang. Kemasan yang digunakan lebih menarik, unik, dan berbeda dari kemasan pada umumnya yang memakai toples plastik berukuran besar sehingga *cookies* ini tidak hanya dibeli sebagai camilan, namun dapat dijadikan sebagai hadiah ataupun buah tangan.

Produk *havermout chocochip cookies* ini diberi merk “Golden Kuki”. Nama Golden dalam “Golden Kuki” menunjukkan bahwa *cookies* ini dibuat dengan bahan-bahan pilihan dan berkualitas. Merk *havermout* yang digunakan adalah Quaker. Ciri khas dari “Golden Kuki” adalah *cookies* yang berkadar serat 3,30% (g/100 g bahan). Satu kemasan “Golden Kuki” berisi rata-rata 25 biji *cookies* (150 g). Berdasarkan survei yang dilakukan, produk ini dikonsumsi dua kali sehari sebanyak 6-7 biji/santap (12-13 biji/hari atau 75 gram/hari), sehingga *cookies* ini dapat menyumbang serat sekitar 2,48 gram/hari. *Havermout cookies* ini akan dipasarkan dengan harga Rp. 25.000/150 gram. Pemilihan harga tersebut didasarkan pada harga *havermout cookies* di pasaran dan harga *cookies* yang dianggap wajar oleh responden. Harga tersebut dapat diterima oleh 65% responden berdasarkan hasil survei.

Produk ini dipasarkan di kota Surabaya dengan sasaran konsumen dari kalangan menengah ke atas. Kapasitas produksi didasarkan pada bahan

bakunya yaitu tepung terigu sebanyak 528 kg/tahun yang menghasilkan *cookies* sebanyak 11880 kemasan. Proses produksi dilakukan di rumah yang berlokasi di Jalan Kapasari V / 10 dengan model tata letak *product layout*. Pemasaran dilakukan melalui media sosial dan produk ditunjukkan melalui foto.

1.2. Tujuan

1. Melakukan perencanaan produksi dan analisa kelayakan usaha *cookies*.
2. Melakukan realisasi perencanaan produksi yang telah dibuat.
3. Melakukan evaluasi terhadap realisasi usaha *cookies*.