

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Bakery adalah bagian dari patiseri yang terdiri dari roti, kue, *pastry*, dan *cookies*. Produk *bakery* umumnya berbahan dasar terigu dan dapat dinikmati dalam berbagai kesempatan dan sering digunakan sebagai suguhan, hantaran, maupun buah tangan. Perkembangan konsumsi produk *bakery* makin meningkat seiring dengan perkembangan jaman. Perkembangan ini disebabkan oleh berbagai macam hal, seperti informasi dan budaya kuliner dari daerah atau negara lain yang semakin mudah diakses serta minat masyarakat Indonesia yang selalu tinggi untuk mencoba produk-produk baru. Peningkatan daya beli masyarakat yang terkait dengan bertambahnya populasi golongan menengah ke atas juga berperan dalam perkembangan produk-produk baru di Indonesia.

Produk *bakery* yang mulai memiliki *trend* dan pasaran adalah *pastry* (Setyanti, 2013). *Pastry* adalah bagian dari *bakery* yang secara umum terbagi dalam dua kelompok adonan, yaitu *dough* dan *batter*. *Dough* digunakan dalam pembuatan *puff*, *danish*, *croissant*, dan *strudel* sedangkan *batter* digunakan dalam pembuatan *crepe* (Anni Faridah dkk, 2008). Salah satu jenis *pastry* yang sedang naik daun adalah *pie* buah. Ciri khas produk *pie* buah terletak pada kulit (*crust*) yang *crumbly*, gurih, dan fla yang cenderung manis serta berbagai macam buah di bagian atasnya. Ciri khas *pie* tersebut menjadikan produk ini digemari oleh seluruh lapisan masyarakat. *Topping* berupa buah pada *pie* juga dapat menambah nilai gizi dan serat dari *pie* sehingga selain menjadi makanan selingan yang enak juga menyehatkan.

Produk *pie* buah dapat menguntungkan jika dikembangkan dalam usaha produk pangan di Indonesia khususnya Surabaya. Banyaknya pesaing khususnya di Surabaya membuktikan *pie* buah menjadi salah satu *pastry* yang banyak diminati oleh masyarakat. *Pie* dengan merk dagang *PannaPie* (*Pannacotta Pie*) merupakan produk diversifikasi yang dapat menjadi salah satu produk pilihan untuk menyaingi *pie* buah dan untuk menambah keragaman *pie*. *Pie* pada umumnya menggunakan vla sebagai *filling pie* sedangkan pada *PannaPie*, *pannacotta* digunakan untuk menggantikan vla yang berfungsi sebagai *filling pie*. *Pannacotta* merupakan salah satu *dessert* atau hidangan penutup yang berasal dari Italia yang terdiri dari susu segar, krim kental manis, dan gelatin yang dicetak dan disajikan dengan saus buah.

Topping yang digunakan pada produk *PannaPie* hampir sama dengan *pie* buah, yakni menggunakan buah-buahan maupun coklat hias. *Pannacotta* merupakan *dessert* asal Italia yang terbuat dari krim kental manis yang memanfaatkan gelatin sebagai *gelling agent* dan umumnya dicetak dalam gelas. *Pannacotta* juga merupakan produk makanan selingan yang juga mulai berkembang di Indonesia. *PannaPie* yang diproduksi dapat dilihat pada Gambar 1.1.



Gambar 1.1. *PannaPie* dengan *Topping Fruit Cocktail* dan *Choco Sprinkle*

Hasil *survey* yang dilakukan terhadap 50 responden di Surabaya menunjukkan bahwa *pie* sangat digemari oleh seluruh lapisan masyarakat. Responden dalam rentang usia 17 hingga di atas 30 tahun pernah mengonsumsi *pie* namun sebanyak 86% responden belum pernah mendengar *pannacotta pie* dan sebanyak 78% responden berminat untuk mencoba (Lampiran G). Hasil *survey* juga menunjukkan bahwa tidak ada toko ataupun *online shop* yang menjual produk tersebut.

Respon positif yang diperoleh dari hasil *survey* menunjukkan bahwa ada peluang untuk memproduksi dan memasarkan *PannaPie*. *PannaPie* dipasarkan di kota Surabaya dengan sasaran konsumen dari kalangan menengah ke atas. Kapasitas produksi *PannaPie* sebanyak 48 *packs* per hari dengan harga Rp15.000/*pack* dan hari operasional 20 hari/bulan. Kapasitas produksi *PannaPie* ditentukan dari rata-rata penjualan produk selama 4 bulan yang dalam satu tahun kalender terdapat *peak season* dan *low season* yang menyebabkan penjualan setiap bulan tidak tetap (Lampiran H). Produksi *PannaPie* dilakukan di rumah yang berlokasi di Jalan Doho No. 15, Surabaya dengan tata letak *process layout*. Pemasaran dilakukan melalui media sosial dan produk ditunjukkan melalui foto.

1.2. Tujuan

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