

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kentang merupakan bahan pangan yang berasal dari kelompok umbi-umbian dengan jumlah melimpah di Indonesia. Produksi kentang di Indonesia mendapatkan prioritas penanaman, karena tergolong sebagai bahan pangan utama selain beras, gandum dan jagung. Kentang mengandung karbohidrat dalam jumlah yang tinggi sebesar 13,5 g/100 g (Kementerian Kesehatan RI, 2018) sehingga dapat digunakan sebagai substitusi nasi bagi kalangan tertentu, seperti penderita diabetes. Permintaan pasar akan kentang tergolong tinggi yang ditunjukkan dari adanya peningkatan produksi kentang pada tahun 2018 sebesar 1.284.760 ton menjadi 1.314.657 ton pada tahun 2019 (Kementerian Pertanian RI, 2019). Tingginya jumlah produksi kentang sejalan dengan penambahan jumlah penduduk dan tingkat pengetahuan masyarakat akan pentingnya pemahaman nilai-nilai gizi bahan pangan.

Kentang tergolong sebagai bahan baku dengan tingkat produktivitas yang tinggi sehingga banyak digunakan dalam industri pengolahan pangan sebagai bahan dasar pembuatan keripik kentang, tepung kentang, kentang goreng dan jenis makanan olahan kentang lainnya. Salah satu jenis bahan pangan yang sedang populer di kalangan masyarakat saat ini adalah stik kentang keju. Stik kentang keju merupakan jenis pangan olahan dengan bahan dasar kentang yang diolah dengan tambahan tepung maizena dan keju. Stik kentang keju tergolong sebagai makanan ringan atau camilan, umumnya dijual dalam bentuk siap dikonsumsi yang telah melewati tahap penggorengan sebelumnya.

Pengolahan stik kentang keju sangat menguntungkan, karena waktu panen kentang tergolong singkat dan keju sebagai penambah rasa juga

termasuk bahan pangan yang banyak digemari di kalangan masyarakat. Pengolahan kentang menjadi stik kentang keju juga dapat menjadi salah satu alternatif produk dengan bahan dasar kentang serta menambah nilai ekonomis kentang. Banyaknya jenis produk kentang yang ada di pasar menyebabkan tingginya tingkat persaingan antar produsen sehingga perlu adanya peningkatan mutu produk. Penambahan keju dalam pembuatan stik kentang bertujuan sebagai penambah rasa dan meningkatkan rasa gurih dan asin pada produk stik kentang keju yang dihasilkan.

Berdasarkan hasil survei yang berjudul *State of Snacking* yang dilakukan oleh *Mondelez International* pada tahun 2019, 53% responden memilih untuk mengonsumsi camilan karena mengonsumsi makanan berat membutuhkan waktu yang lebih lama. Satu dari lima responden menyatakan bahwa konsumsi camilan memberikan perasaan menyenangkan (Setiono, 2019). Karakteristik makanan yang dikonsumsi mempengaruhi proses pengambilan keputusan seseorang dalam memilih makanan, seperti warna, rasa dan bentuk (Amalia dkk., 2012).

Pada Tugas Perencanaan Unit Pengolahan Pangan (PUPP) ini dilakukan perencanaan pembuatan usaha stik kentang keju dengan merek dagang "*Chiz-tos*". *Chiz-tos* merupakan stik kentang dengan penambahan keju yang diolah menggunakan metode penggorengan dengan penambahan bubuk tabur. Alasan dipilihnya metode penggorengan ini karena berdasarkan hasil orientasi, penggunaan *air fryer* menghasilkan stik kentang keju yang lebih renyah tetapi tidak efisien. Penggunaan *air fryer* membutuhkan biaya produksi yang lebih tinggi sehingga dipilih metode penggorengan konvensional, yaitu menggunakan wajan dan minyak goreng pada temperatur tinggi pada rasio 1:3 sehingga semua stik kentang keju yang digoreng terendam dalam minyak panas.

Peningkatan mutu produk pangan juga dapat dilakukan dengan penggunaan bahan pengemas yang tepat agar kualitas produk tetap terjaga. Bahan pengemas yang dipilih untuk produk stik kentang keju adalah plastik laminasi alumunium, dengan tujuan untuk mempertahankan tekstur makanan hingga sampai ke tangan konsumen. Stik kentang keju dijual dengan kemasan 250 g. Ukuran ini dapat dihabiskan dalam sekali makan. Stik kentang keju “*Chiz-tos*” merupakan produk olahan kentang yang berbentuk pipih dengan panjang 15 cm sebelum digoreng, menjadi mengembang dan berwarna keemasan hasil dari proses penggorengan (Lampiran E). Bumbu tambur sebagai penambah rasa ditambahkan setelah proses penggorengan dan penirisan agar seluruh bagian stik kentang keju dapat terlapisi dengan bumbu.

Stik kentang keju “*Chiz-tos*” memiliki kelebihan dibandingkan dengan *snack* keju lainnya karena dalam proses pembuatannya dilakukan pencampuran dengan kentang yang sudah dihaluskan. Setelah proses penggorengan, stik kentang akan didinginkan, dilakukan penambahan bumbu, ditimbang dan dimasukkan ke dalam kemasan. Target pemasaran penjualan stik kentang keju adalah berbagai kalangan usia dan berbagai status ekonomi masyarakat. Metode pemasaran yang digunakan untuk mengenalkan dan mempromosikan produk stik kentang keju secara langsung kepada konsumen, melalui media sosial seperti *Line*, *Instagram*, *WhatsApp*, dan *Facebook*. Tugas Perencanaan Unit Pengolahan Pangan (PUPP) ini dirancang dengan kapasitas produksi 200 kemasan @250 g/hari.

1.2. Tujuan

- a. Melakukan perencanaan pembuatan usaha “*Chiz-tos*” dengan kapasitas produksi sebesar 200 kemasan @250 g/hari.
- b. Melakukan evaluasi kelayakan usaha stik kentang keju “*Chiz-tos*” dari aspek teknis, ekonomi dan pemasaran.