

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Cookies merupakan jenis biskuit yang terbuat dari adonan lunak, renyah, dan bila dipatahkan, penampangnya tampak bertekstur kurang padat (Badan Pengawas Obat dan Makanan, 2019). *Cookies* atau kue kering juga merupakan salah satu selingan yang banyak digemari oleh masyarakat. *Cookies* disukai karena rasanya yang manis dan teksturnya yang renyah. Salah satu karakteristik *cookies* lainnya adalah tidak memiliki pengembangan volume yang besar (Suarni, 2009). Karakteristik tersebut dihasilkan oleh adonan tepung yang dicampur dengan minyak atau lemak dan gula. Bahan baku *cookies* umumnya tepung terigu, telur, margarin, dan gula. *Cookies* biasanya digunakan sebagai jamuan pada berbagai acara seperti tahun baru, Idul Fitri, Natal ataupun sebagai kudapan saat minum teh dan kopi. Produksi *cookies* skala rumah tangga maupun industri akan meningkat saat menjelang acara-acara tersebut. Menurut Sekretaris Jendral Kementerian Pertanian (2018) mengenai tabel rata-rata konsumsi per kapita makanan dan minuman jadi pada tahun 2014, tingkat konsumsi *cookies* per kapita di Indonesia yaitu sebanyak 8,738 ons (873,8 gram), dan pada tahun 2018 mencapai 22,824 ons (2.282,4 gram). Menurut Badan Pengawas Obat dan Makanan (2018), angka konsumsi *cookies* di Indonesia adalah 30 gram/orang/hari.

Indonesia merupakan negara dengan pangsa pasar terbesar dalam industri makanan kemasan se-ASEAN mengalahkan Filipina dan Singapura, di antaranya adalah produk biskuit. Konsumsi perkapita biskuit Indonesia mencapai 24,22 ons pertahunnya dan nilainya selalu naik karena konsumen biskuit hampir dari semua usia (balita sampai lansia). Jumlah konsumen

biskuit diperkirakan 5%-8% dari total penduduk Indonesia. Nilai bisnis (omset) biskuit ini berkisar Rp 18 - 20 triliun pertahun (Badan Standarisasi Nasional, 2018).

Tingkat konsumsi *cookies* masyarakat Indonesia yang tinggi memberikan peluang terhadap usaha *cookies* untuk berkembang. Salah satu jenis *cookies* yang belum banyak diketahui masyarakat Indonesia namun memiliki keunikan adalah *thumbprint cookies*. *Thumbprint cookies* merupakan kue kering asal Swedia. Di Swedia, *cookies* ini disebut *hallongrottor*, yang artinya “gua *raspberry*” (Chesman, 2018). Dalam pembuatannya, bagian tengah adonan *cookies* yang telah dibentuk bulat harus ditekan dengan menggunakan ibu jari sehingga terbentuk cekungan. Setelah *cookies* dipanggang dan didinginkan, cekungan tersebut dapat diisi dengan berbagai macam isian yang memiliki rasa manis (Miller, 2006). Contoh isian tersebut yaitu selai rasberi (seperti resep aslinya), stroberi, bluberi, coklat, nenas, dan lainnya.

Masyarakat Indonesia cenderung menyukai *cookies* dengan selai buah. Menurut hasil *polling* CNN Indonesia (2017), 49% masyarakat Indonesia memilih *cookies* dengan selai nenas sebagai bagian dari perayaan hari Lebaran. Masyarakat Indonesia menyukai *cookies* jenis tersebut karena rasa buah nenas yang segar pada kue tersebut sehingga orang menjadi tidak sadar telah menghabiskannya dalam jumlah banyak. Maka dari itu, *thumbprint cookies* dengan isian selai buah, seperti nenas dan stroberi juga akan disukai oleh masyarakat. Berdasarkan hasil survei, varian rasa yang paling banyak diminati responden yaitu stroberi dan bluberi (Appendix A). Hasil survei yang peneliti lakukan pada 168 responden (usia 17-55 tahun) di Surabaya, 53,6% mengatakan belum pernah mendengar tentang *thumbprint cookies* dan 82,1% tertarik untuk mencobanya. Surabaya yang menjadi

lokasi usaha *thumbprint cookies* “JempolKu” merupakan kota tujuan wisata kuliner (Anshori dan Kusrianto, 2011). Oleh karena itu, usaha *thumbprint cookies* memiliki peluang untuk dijalankan.

Thumbprint cookies menjadi pilihan untuk diproduksi karena *thumbprint cookies* memiliki ciri khas tersendiri dan beberapa pertimbangan, antara lain adalah *thumbprint cookies* memiliki kenampakan yang unik dan masih jarang ditemukan di Indonesia, langkah pembuatan yang tergolong sederhana karena mencetak menggunakan ibu jari, serta memiliki hasil produk dengan tampilan yang menarik.

Produk *thumbprint cookies* yang akan diproduksi diberi merk “JempolKu” yang merupakan kepanjangan dari kata “jempol” atau ibu jari dengan “kukis”. Hal ini mencirikan penggunaan jari jempol atau ibu jari untuk membuat cekungannya yang khas. Nama “JempolKu” juga mudah diucapkan, sehingga mudah dikenal dan diingat. Slogan “JempolKu” yaitu “Jempol tenan rek!”, yang berarti kualitas *thumbprint cookies* yang dibuat sudah tidak diragukan lagi, sehingga siapapun yang memakannya, akan mengangkat ibu jari mereka yang menandakan produk tersebut baik dan memiliki rasa yang enak. Karakteristik produk yaitu berbentuk bulat pipih dengan diameter ± 3 cm dengan cekungan di tengahnya yang berisi selai stroberi atau bluberi; memiliki tekstur yang renyah di luar namun lumer di dalam, dan berwarna kuning keemasan. Produk akan dikemas dalam toples plastik dengan diameter 12 cm dan tinggi 4 cm yang praktis, mudah dibawa ke mana-mana, memiliki label kemasan, dan memiliki berat bersih ± 150 gram.

Bentuk usaha *thumbprint cookies* “JempolKu” adalah *home industry*. Pemasaran *thumbprint cookies* “Jempolku” dilakukan melalui media sosial (Line, Instagram dan WhatsApp) dikarenakan adanya pandemi Covid-19

dan cukup berisiko untuk melakukan promosi secara *offline* (tatap muka). Target pasar dari *thumbprint cookies* “JempolKu” adalah konsumen dengan kisaran usia 17-60 tahun dan berdomisili di Surabaya. Lokasi produksi “JempolKu” yaitu di Jalan Sidotopo Wetan Baru no. 47, Surabaya dengan bentuk usaha perorangan. Bahan baku *thumbprint cookies* “JempolKu” dirancang sebesar 15 kg tepung terigu/hari sehingga kapasitas produksi ± 290 kemasan @150 gram/hari. Harga jual per kemasan adalah Rp 30.000. Waktu operasional dimulai dari pukul 08.00 – 16.00 untuk pekerja produksi dan pukul 09.00 - 17.00 untuk pekerja bagian pengemasan. Jumlah karyawan sebanyak 6 orang.

1.2. Tujuan

- a. Menyusun perencanaan produksi “JempolKu” dengan kapasitas tepung terigu 15 kg per hari, meliputi perencanaan bahan, proses, mesin, tenaga kerja, lokasi, manajemen, dan analisis ekonomi.
- b. Menganalisis kelayakan usaha secara teknis dan ekonomi.