

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Mochi merupakan salah satu jenis kue basah yang umum dikonsumsi oleh masyarakat dunia. Nama mochi diambil dari Bahasa Jepang, yaitu *mua ci*. Keberadaan mochi di Indonesia ini diakibatkan karena adanya akulturasi budaya Jepang selama pendudukannya saat masa penjajahan. Di Jepang mochi umumnya disajikan ketika akhir tahun untuk menyambut datangnya tahun baru maupun disajikan untuk beberapa upacara adat seperti mochi nage matsuri. Kebiasaan membuat mochi di tahun baru ini biasa disebut sebagai *mochitsuki*. Mochi dibuat dari bahan dasar tepung ketan, memiliki bentuk bulat dan teksturnya kenyal saat digigit (Fauzi, et al. 2015). Mochi memiliki banyak varian rasa seperti pasta kacang merah, kacang tanah, coklat maupun buah-buahan. Pengembangan produk mochi yang dapat dilakukan adalah dengan menggunakan varian rasa tape yang merupakan makanan tradisional Indonesia.

Tape merupakan salah satu makanan fermentasi tradisional yang populer di Indonesia, khususnya di Pulau Jawa. Terdapat dua jenis tape berdasarkan bahan baku pembuatannya, yaitu tape singkong dan tape ketan. Tape memiliki rasa manis, sedikit beralkohol, aroma khas hasil fermentasi, dan tekstur yang lunak. Tape merupakan bahan pangan yang mudah rusak karena dapat mengalami fermentasi lanjutan, sehingga akan menyebabkan penyimpangan pada rasa dan aroma tape. Jenis tape yang digunakan pada perencanaan usaha kami adalah tape singkong karena tape singkong memiliki tekstur yang lembut dan tidak terlalu berair dibandingkan dengan tape ketan, sehingga mempermudah saat diolah lebih lanjut menjadi isian mochi.

Pengolahan singkong menjadi tape dapat meningkatkan kadar Vitamin B1 (tiamin) hingga tiga kali lipat (Asnawi et al., 2013). Vitamin B1 berfungsi untuk membantu sel-sel tubuh mengubah karbohidrat menjadi energi dan menjaga sistem saraf agar tetap baik. Pengolahan singkong menjadi tape juga dapat membantu menurunkan kadar asam sianida (HCN) di dalam singkong, sehingga aman untuk dikonsumsi.

Produk mochi tape kami memiliki keunggulan, yaitu memiliki rasa yang unik karena belum ada pesaing dengan produk sejenis yang menggunakan tape sebagai bahan isian dan harga yang relatif lebih murah dibanding mochi yang beredar dipasaran. Nama produk mochi tape yang kami buat adalah “Chipe” yang diambil dari kata mochi dan tape. Produk ini dikemas dalam kotak kertas *food grade* dengan bagian atas kemasan menggunakan mika transparan sehingga isi produk terlihat. Produk mochi yang telah dikemas ini mampu bertahan selama 7 hari dengan penyimpanan suhu rendah karena isian mochi memiliki kadar air yang rendah akibat dari proses pemasakan yang optimal. Bagian kulit mochi diberi taburan tepung beras ketan sangrai yang dapat menyerap air dari kulit mochi, sehingga selama penyimpanan produk tidak menjadi semakin lembab. Kapasitas produksi mochi tape sebesar 150 boks per hari dengan masing-masing boks berisi 15 buah mochi dengan harga jual Rp 13.000,00 per boks.

Strategi pemasaran yang akan kami gunakan untuk mengenalkan produk kami kepada masyarakat adalah media sosial seperti WhatsApp, LINE, dan Instagram. Target pasar yang dituju adalah segala golongan usia masyarakat dengan tingkat ekonomi menengah hingga ke atas. Jenis usaha ini berpotensi untuk dikembangkan karena tingkat persaingannya yang rendah di mana masih belum banyak usaha serupa.

1.2. Tujuan

Perencanaan Unit Pengolahan Pangan memiliki tujuan:

1. Melakukan perencanaan usaha Mochi Tape “Chipe” dengan kapasitas produksi 150 boks per hari.
2. Melakukan evaluasi kelayakan usaha Mochi Tape “Chipe” melalui analisis ekonomi dan teknis.