

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Jelly merupakan produk pangan yang sudah tidak asing dan banyak digemari dikalangan masyarakat. Menurut BSN (1994), *jelly* adalah makanan berbentuk gel yang terbuat dari agar, pektin, gelatin, karagenan atau senyawa hidrokoloid lainnya dengan penambahan gula, asam, atau tanpa penambahan bahan pangan lainnya yang diizinkan. *Jelly* memiliki bentuk yang bervariasi seperti minuman *jelly* yang dikonsumsi dengan cara dihisap, *jelly* siap saji dalam kemasan, dan *jelly* dalam bentuk bubuk yang perlu dimasak sebelum dikonsumsi (Arfah, 2015). Minuman *jelly* diartikan sebagai produk minuman berbentuk semi padat yang berasal dari bahan hidrokoloid dan bertekstur mudah hancur saat dikonsumsi (Agustin & Putri, 2014). Saat ini, salah satu minuman *jelly* yang sedang *trend* di media sosial adalah minuman es lumut. Namun, belum banyak ditemukan penjual es lumut di pasaran sehingga kami memilih produk es lumut sebagai produk yang akan dijual.

Es lumut merupakan minuman berbasis susu dengan *topping jelly* yang dihancurkan saat proses pendinginan sehingga diperoleh tekstur *jelly* yang menyerupai lumut. Tekstur *jelly* disebut menyerupai lumut karena panjang menjuntai, memiliki tekstur yang kenyal, licin, dan mudah hancur. Berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan terhadap 131 responden dengan rentang usia 12-40 tahun, diperoleh data bahwa 51,1% responden belum mengetahui mengenai produk es lumut dan 96,4% responden tertarik untuk membeli produk es lumut (Lampiran A). Hasil tersebut menunjukkan bahwa es lumut berpeluang untuk diproduksi dan dipasarkan ke masyarakat. Responden yang tertarik untuk membeli produk es lumut masing-masing telah memilih varian rasa yang paling diminati, yaitu sebanyak 61,8% responden memilih rasa coklat dan sebanyak 24,4% responden memilih rasa vanila. Berdasarkan hasil survei terbanyak, maka varian yang akan dipilih pada pembuatan es lumut adalah varian coklat dan vanila. Hal tersebut didasarkan pada hasil survei, dimana kedua varian rasa tersebut memiliki hasil survey terbesar.

Es lumut yang akan diproduksi memiliki merk “LOEMOOD” yang berasal dari kata “LOE”, serapan dari kata Lu/Li yang berarti kamu. Kata “LOE” digunakan merujuk pada orang yang meminum es lumut ini. Sementara itu, kata “MOOD” berarti suasana hati. Kedua kata tersebut memiliki makna bahwa produk es lumut ini dapat meningkatkan *mood* para konsumen karena rasanya yang manis dan aromanya yang wangi. Produk es lumut “LOEMOOD” memiliki beberapa keunggulan, yaitu merupakan minuman kekinian yang menarik minat banyak calon konsumen, tidak menggunakan pengawet, diproduksi menggunakan bahan baku yang berkualitas, harganya terjangkau, mudah dibawa karena memiliki kemasan yang praktis, dapat menjadi sumber serat karena *jelly* mengandung serat dan memiliki tekstur yang unik. Tekstur unik ini berasal dari tekstur *jelly* yang menyerupai lumut yang lunak dan panjang menjuntai. Bahan yang digunakan dalam pembuatan es lumut “LOEMOOD” adalah premix dengan campuran gula dan krimer (rasa coklat dan vanilla), gula pasir, air, dan serbuk *jelly*. Produk es lumut memiliki rasa yang manis dan *creamy* berpadu tekstur *jelly* yang kenyal.

Usaha es lumut “LOEMOOD” yang diproduksi oleh Five Star Company merupakan usaha skala rumah tangga yang tergolong sebagai usaha kecil. Berdasarkan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 22 Tahun 2018 tentang Pedoman Pemberian Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga Pasal 1 angka 3 menjelaskan bahwa Industri Rumah Tangga merupakan perusahaan pangan yang memiliki tempat usaha pada tempat tinggal dengan peralatan pengolahan pangan manual hingga semi otomatis. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 Pasal 6, usaha yang termasuk dalam usaha kecil harus memiliki kekayaan usaha bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) hingga Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan bersih tahunan, yaitu berasal dari penjualan produk dalam satu tahun buku lebih dari Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) hingga Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah). Produksi es lumut “LOEMOOD” akan dilakukan di jalan Mojopahit No. 11, Keputran, Kecamatan Tegalsari, Kota Surabaya. Lokasi produksi es

lumut berada di area pemukiman warga, kampus, dan sekolah sehingga memudahkan dalam pemasaran kepada konsumen. Es lumut “LOEMOOD” memiliki kapasitas produksi sebesar 150 botol/hari. Pemilihan kapasitas tersebut didasarkan pada hasil survei dimana 110 dari 130 responden tertarik untuk mencoba produk “LOEMOOD”, sehingga terdapat potensi produk akan terjual habis apabila kapasitas produksi dilakukan sebanyak 150 botol/hari. Selain itu, usaha ini juga mempertimbangkan modal yang akan digunakan. Produk es lumut “LOEMOOD” dikemas dengan menggunakan botol plastik PET dengan kapasitas 250 mL yang memiliki tinggi 14 cm dan berdiameter 5,5 cm. Produk es lumut ini akan dijual dengan harga Rp 10.000,-, yang didasarkan pada survei kelayakan harga dimana 60% responden memilih harga tersebut. Penjualan es lumut “LOEMOOD” dilakukan pada area Sidoarjo-Surabaya agar kualitas produk dapat terjamin mutunya hingga sampai ke tangan konsumen. Pemilihan area penjualan tersebut mempertimbangkan umur simpan es lumut yang tidak terlalu lama sehingga dipilih lokasi yang dekat dengan area produksi. Produk akan dipasarkan secara *direct selling* atau melalui media sosial seperti Instagram, Line, dan Whatsapp dengan target pasar remaja hingga dewasa. Sistem penjualan yang akan dilakukan adalah *pre-order* untuk meminimalkan kerugian akibat adanya produk yang tidak terjual.

Perencanaan usaha produksi es lumut “LOEMOOD” mempertimbangkan aspek teknis dan ekonomis sehingga dapat lebih efektif dan efisien dalam menjalankan produksi. Aspek teknis produksi es lumut “LOEMOOD” meliputi lokasi usaha, tenaga kerja, bahan penyusun, mesin dan peralatan, proses produksi dan tata letak produksi, serta pemasaran. Aspek ekonomis bertujuan untuk menganalisa kelayakan usaha tersebut yang meliputi *Minimum Acceptable Rate of Return* (MARR), *Pay Out Time* (POT), *Rate of Return* (ROR), dan *Break Even Point* (BEP).

1.2. Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai dari perencanaan unit usaha pengolahan pangan es lumut “LOEMOOD” adalah sebagai berikut.

1. Merencanakan usaha produk es lumut “LOEMOOD” dengan kapasitas 150 botol/hari (@250 g) dan menganalisa kelayakan produk dari segi teknis dan ekonomis.
2. Melakukan uji coba pembuatan dan penjualan produk es lumut “LOEMOOD” serta evaluasi terhadap hasil uji coba tersebut.