

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Produk roti dan kue banyak diminati oleh masyarakat Indonesia sebagai makanan selingan. Menurut Badan Pusat Statistik (2014), tingkat produksi produk roti kue di Indonesia meningkat mulai dari tahun 2011-2013 yaitu pada tahun 2011 sebesar 31.514 ton/tahun hingga pada tahun 2013 mencapai 35.586 ton/tahun dan diprediksi akan terus meningkat setiap tahunnya. Produk-produk roti dan kue dapat dinikmati di berbagai kesempatan dan sering digunakan sebagai suguhan maupun buah tangan. Menurut Astawan (2009), salah satu jenis produk roti kue yang cukup digemari di Indonesia adalah *brownies* yang merupakan *cake* berwarna coklat kehitaman dengan tekstur sedikit lebih keras dari pada *cake*.

Survey Peluang Harga Brownies kukus ini bertujuan untuk mengetahui harga jual produk, sasaran konsumen, dan kapasitas produksi. Hasil survey terhadap 50 responden di Surabaya yang menunjukkan bahwa *brownies* pernah dikonsumsi oleh konsumen baik laki-laki maupun perempuan (Lampiran 1). Sebanyak 92% responden dalam rentang usia 17-24 tahun pernah membeli dan/atau mengonsumsi *brownies*. Hal ini menunjukkan adanya peluang untuk mengembangkan usaha pengolahan *brownies* sebagai salah satu pilihan usaha pengolahan pangan.

Brownies berawal dari tahun 1920, asal mula terbetuknya brownies ini karena seorang koki yang lupa menambahkan baking powder ke dalam adonannya sehingga kue yang dihasilkan tidak mengembang tetapi memiliki rasa yang lezat. Brownies kukus adalah sejenis kue basah yang berwarna coklat dan rasanya manis yang bahannya terdiri dari tepung terigu, margarin, telur, gula pasir dan coklat. Biasanya brownies berwarna

kecoklatan sehingga diklasifikasikan sebagai kue coklat kemudian dikenal dengan sebutan brownies (Ambarini, 2001). Ciri khas dari brownies kukus adalah manis, berwarna coklat, berbentuk padat dan tidak terlalu mengembang.

BRONKUS adalah hasil singkatan dari kata *brownies* kukus. Ciri khas “BRONKUS” adalah warna *brownies* yang khas yaitu coklat gelap dan dikemas dengan plastik OPP.

Produksi “BRONKUS” dilakukan di Kedung Klinter 3/29 Surabaya dengan model tata letak *product layout* serta dirancang dengan kapasitas produksi 151,2 kg tepung terigu yang akan menghasilkan 20.160 *slices*/tahun. Penentuan kapasitas produksi mempertimbangkan beberapa hal yaitu, belum adanya kompetitor yang memproduksi produk sejenis dengan tampilan per *slice* di Surabaya, selain itu dengan menjual produk per *slice* memiliki kelebihan lain seperti mudah untuk dibawa (praktis), dapat dinikmati sekali makan, memperluas pangsa pasar. Hal ini yang mendasari produk “BRONKUS” dipasarkan dengan sasaran konsumen semua usia dari kalangan menengah ke atas di kota Surabaya. Pemasaran dilakukan dengan cara promosi langsung (*mouth to mouth*), lewat media sosial (Instagram dan LINE). Realisasi usaha “BRONKUS” mulai dari proses produksi, pemasaran dan distribusi akan dilakukan sehingga perlu adanya perancangan dan analisa kelayakan usaha dari “BRONKUS”.

1.2. Tujuan

1. Melakukan perencanaan produksi dan analisa kelayakan usaha “BRONKUS”.
2. Melakukan realisasi perencanaan produksi yang telah dibuat.
3. Melakukan evaluasi terhadap realisasi usaha “BRONKUS”.