

# I. PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang

Hidangan penutup (*dessert*) merupakan bagian hidangan utama yang pada umumnya disajikan terakhir kali setelah serangkaian menu yang biasanya terdiri dari makanan dengan aroma yang kuat dan berasa manis ataupun menyegarkan. *Dessert* juga dikenal dengan istilah pencuci mulut atau *the final course* ataupun *the last course* (Nurhidayati, 2021). Salah satu jenis *dessert* adalah *panna cotta*.

*Panna cotta* merupakan *dessert* asal Italia yang dibuat dengan krim dan susu dan disajikan dalam keadaan dingin (Handani, 2016). *Panna* dalam Bahasa Itali memiliki arti krim dan *cotta* memiliki arti masak, sehingga dikatakan bahwa *panna cotta* merupakan krim yang dimasak (Khazanahar et al., 2018). *Panna cotta* umumnya terbuat dari susu sapi dan krim, oleh karena itu dibuat inovasi *panna cotta* menggunakan susu beras hitam yang diharapkan mampu menawarkan produk yang berbeda dengan *panna cotta* yang banyak ditemukan dipasaran. Penggunaan beras hitam dalam proses pembuatan *panna cotta* bertujuan sebagai sumber serat sekaligus sumber pewarna alami karena adanya antosianin dalam beras hitam.

Beras hitam (*Oryza sativa* L.) merupakan beras berpigmen dengan bekatul berwarna hitam yang menutup bagian endospermanya (Arifa et al., 2021). Tingkat produksi beras untuk konsumsi pada tahun 2021 menurut Badan Pusat Statistik sebesar 31,69 juta ton (BPS.go.id, 2021). Berdasarkan data ini maka ada peluang untuk menggunakan beras hitam dalam produk kami. Beras hitam memiliki kandungan serat sebanyak 1,4-7,5% (Haziman, 2019). Serat selain berfungsi sebagai penahan rasa lapar mampu membantu dalam mencegah kanker kolon, mengurangi tingkat kolesterol dan kardiovaskuler, menanggulangi diabetes, serta mencegah terjadinya gangguan gastrointestinal (Santoso, 2011). Beras hitam memiliki kandungan antosianin sebesar 159,31-359,51 mg/100 g (Pratiwi et al., 2020). Antosianin dalam beras hitam berfungsi sebagai pewarna alami yang akan membantu memberi warna keunguan yang diharapkan mampu meningkatkan daya tarik konsumen.

Produk *panna cotta* beras hitam kami beri nama “Cotatam”. “Cotatam” berarti *panna cotta* beras hitam, dimana “Cota” terinspirasi dari *panna cotta* dan “tam” untuk menggambarkan beras hitam yang digunakan dalam proses pengolahan. Produk akan dikemas dalam *cup* plastik PET (*Polyethylene Terephthalate*) berkapasitas 150 ml dengan berat bersih 100 ml/*cup* dan diberi *topping* selai bluberi pada permukaan atas “Cotatam”. Pemilihan *cup* plastik PET dikarenakan desainnya yang menarik, memiliki permeabilitas uap air dan gas rendah, tahan pelarut organik, bersih, jernih, tahan suhu tinggi (300°C) serta bersifat *food grade* (Kaihatu, 2014). Berdasarkan perhitungan analisa ekonomi didapatkan harga *panna cotta* sebesar Rp 10.000,00.

Usaha *panna cotta* “Cotatam” memproduksi sebanyak 300 *cup*/hari dengan berat bersih (@100 ml)/30 kg/hari. Lokasi produksi “Cotatam” direncanakan berada di Alam Hijau Blok E11 No. 7 Citraland, Surabaya, Jawa Timur. Target pasar yang kami adalah masyarakat menengah ke atas dari remaja hingga dewasa. Strategi pemasaran akan dilakukan secara *offline* dan *online* melalui media-media sosial seperti *Whatsapp*, *Line*, dan *Instagram*.

## 1.2. Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai melalui Tugas Perencanaan Unit Pengolahan Pangan ini adalah:

1. Melakukan perencanaan produksi *panna cotta* “Cotatam”.
2. Menyusun dan menganalisa kelayakan usaha kecil *panna cotta* “Cotatam” dari segi teknis, ekonomi dan manajemen.