

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Puding terbuat dari bahan dasar campuran bubuk agar, gula, air, dan dapat dikombinasikan dengan bahan tambahan lain seperti buah, sayur, susu yang disajikan sebagai hidangan penutup dengan tekstur lembut dan bercita rasa manis (Indani et al., 2018). Puding disukai oleh semua kalangan dari mulai anak-anak hingga dewasa. Menurut Badan Pengawas Obat dan Makanan pada tahun 2018 puding memiliki tingkat konsumsi mencapai 70g per orang per hari. Puding dapat ditemukan di berbagai tempat seperti kantin sekolah, pasar tradisional, pasar modern, toko roti, dan kafe dengan harga yang bervariasi.

Puding yang dijumpai di masyarakat ada beberapa jenis, yakni puding buah puding roti, puding lapis, dan puding susu (Rantika et al., 2020). Salah satu jenis puding yang sering dikonsumsi adalah puding susu. Menurut Badan Pengawas Obat dan Makanan (2019) puding susu merupakan makanan pencuci mulut atau *dessert* yang terbuat dari susu atau produk susu dengan penambahan bahan berpati atau pembentuk gel. Puding umumnya memiliki kandungan gizi yang rendah, sehingga diperlukan penambahan bahan untuk meningkatkan gizi puding susu (Safitri, 2020). Salah satu cara untuk meningkatkan kandungan gizi pada puding adalah memanfaatkan ubi Cilembu.

Penambahan ubi Cilembu pada puding diperlukan supaya meningkatkan kandungan pati dan serat puding yang berpengaruh pada kekokohan gel puding. Ubi jalar Cilembu merupakan sumber pati, serat, dan gula yang memberikan rasa manis pada puding. Menurut Mahmudatussa'adah (2014) ubi jalar Cilembu sendiri memiliki kekhasan daging ubi berwarna kuning keemasan dan rasa manis yang bermadu serta menjadi sumber antioksidan yang baik bagi tubuh. Ubi Cilembu memiliki karotenoid dalam bentuk β -karoten dan likopen. Jitmau et al. (2010) menyatakan bahwa likopen termasuk dalam senyawa terpen yang tergolong kelompok karotenoid dan berperan sebagai antioksidan yang kuat dan berperan dalam mengurangi resiko penyakit degeneratif dengan menghambat radikal

bebas yang merusak sel-sel dalam tubuh manusia. Keunggulan tersebut akan meningkatkan gizi dari puding ubi Cilembu.

Berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan kepada 35 orang dengan berbagai kalangan usia, tingkat penerimaan responden terhadap puding ubi Cilembu menunjukkan hasil positif. Sebesar 62,9% responden menyukai warna dari puding, serta 45,7% responden menyatakan bahwa tekstur puding bertekstur lembut; 57,1% responden menyatakan tingkat kemanisan puding cukup manis. Secara keseluruhan 97,1% responden menyatakan tertarik untuk membeli produk puding ubi Cilembu bila akan dikomersialkan. Hasil menunjukkan bahwa produk puding ubi Cilembu memiliki tingkat penerimaan yang cukup tinggi, sehingga dapat dikembangkan lebih lanjut menjadi suatu unit usaha.

Puding ubi Cilembu direncanakan akan diproduksi oleh unit usaha *home industry* dengan nama Superfood Indonesia dan memiliki merek "Puteto" yang berasal dari dua kata, yakni "Puding" dan "Sweet Puteto" yang mencirikan bahan tambahan berupa hancuran ubi Cilembu kukus pada adonan puding. Puding "Puteto" dikemas dalam cup plastik berdiameter 6,5 cm dan tinggi 8 cm dengan total berat bersih puding sebesar 100g. Puding "Puteto" terdiri dari dua lapisan, yakni lapisan bawah merupakan puding ubi dan lapisan atas berupa puding cokelat. Puding cokelat ditambahkan untuk memberikan sensasi rasa pahit cokelat, sehingga rasa manis ubi tidak mendominasi. Proporsi puding ubi dengan puding cokelat sebesar 80:20 dengan berat total 100g. Harga jual puding "Puteto" direncanakan pada rentang Rp 10.000 hingga Rp 15.000 berdasarkan hasil kuesioner terkait dengan kesesuaian harga jual puding oleh 65,7% responden.

Unit usaha direncanakan dalam bentuk *home industry* yang berlokasi di Jalan Manyar Kertoadi 36B, Kelurahan Manyar Sabrangan, Kecamatan Mulyorejo, Kota Surabaya, Jawa Timur dengan area seluas $\pm 5 \times 9$ m di daerah perumahan. Pemilihan lokasi didasarkan atas kemudahan akses serta pengiriman produk kepada konsumen. Strategi pemasaran yang akan digunakan adalah promosi melalui media sosial seperti LINE, Whatsapp, dan Instagram disertai informasi terkait keunggulan dari produk "Puteto" yaitu pemanfaatan bahan lokal yang memiliki nilai gizi lebih baik dibandingkan dengan

puding konvensional serta tidak menggunakan bahan pengawet. Sistem pemesanan akan dilakukan dengan cara *pre-order* melalui media sosial tersebut dengan penutupan *order* maksimal 3 hari sebelum produksi. Target pemasaran produk “Puteto” adalah masyarakat kelas menengah bawah hingga atas.

1.2. Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai melalui Tugas Perencanaan Unit Pengolahan Pangan ini adalah merencanakan *home industry* puding ubi Cilembu “Puteto” dengan kapasitas 500 *cup* per hari @100g serta menganalisis kelayakannya secara teknis dan ekonomis.