

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dessert atau hidangan penutup merupakan makanan yang dikonsumsi setelah hidangan utama. Budaya menyantap makanan penutup berasal dari tradisi negara-negara di Eropa (Rahman, 2011). Hidangan penutup biasanya memiliki rasa manis dan dapat menghilangkan rasa asin setelah mengonsumsi hidangan utama sehingga *dessert* dapat disebut sebagai makanan “pencuci mulut”.

Di era modern ini, pandangan masyarakat terhadap produk *dessert* tidak terbatas pada hidangan yang dikonsumsi setelah hidangan utama. Banyak masyarakat yang menjadikan *dessert* sebagai suguhan pada saat pertemuan, cemilan pada saat waktu luang bahkan produk *dessert* dapat dikonsumsi sebagai pengganti hidangan utama.

Panna cotta merupakan salah satu produk *dessert* yang berasal dari Italia. *Panna cotta* dibuat dari campuran krim, gula, dan susu yang dipanaskan bersama gelatin kemudian dicetak serta dipadatkan dalam suhu dingin. *Flavoring agent* seperti rum, kopi, dan vanila biasanya ditambahkan dalam pembuatan *panna cotta* untuk meningkatkan cita rasa (World Heritage Encyclopedia, 2015). Kata *panna cotta* merupakan bahasa Italia yang berarti krim yang dimasak. *Panna cotta* memiliki karakteristik *gel* yang lebih lembut daripada *pudding* namun tetap kokoh serta dapat meleleh ketika berada di dalam mulut sehingga produk *panna cotta* digemari oleh berbagai kalangan mulai dari anak-anak, remaja maupun orang dewasa. Hal tersebut dapat diketahui dari survei yang telah dilakukan dengan menyebarkan kuisioner yang dapat dilihat dalam Appendix A pada 100 responden berusia 12 sampai

40 tahun. Survei dilakukan oleh mahasiswa dan masyarakat di dalam dan di sekitar Universitas Katolik Widya Mandala Kampus Dinoyo. Hasil survei menyatakan bahwa dari 80% responden pernah mengkonsumsi *panna cotta*, 100% dari 80 responden yang pernah mengkonsumsi *panna cotta* tersebut menyukai *panna cotta* dan 50% dari 80 responden yang menyukai *panna cotta* tersebut sering mengkonsumsi produk *panna cotta* dengan frekuensi lebih dari dua kali selama sebulan.

Panna cotta yang diproduksi memiliki brand “Piacevole” yang merupakan bahasa Italia dari manis, menyenangkan, memikat, menimbulkan kesukaan, dan dapat dinikmati. Nama “Piacevole” dipilih karena berasal dari bahasa Italia yang merupakan negara asal *panna cotta* dan diharapkan dengan mengkonsumsi *panna cotta* “Piacevole”, konsumen dapat menikmati produk *panna cotta* “Piacevole” serta dapat menyukainya. Karakteristik produk *panna cotta* “Piacevole” ini adalah memiliki 3 lapisan. Lapisan pertama adalah *crumb* “Oreo”, lapisan kedua adalah *panna cotta* dan lapisan paling atas dari *panna cotta* “Piacevole” adalah *glazing* cokelat dan *choco ball* (bola-bola cokelat). *Panna cotta* “Piacevole” dengan 4 varian rasa yaitu cokelat, *coffee*, pisang, dan *taro* yang dikemas dalam kemasan *cup* dari bahan plastik PS berbentuk *trapezoid* dengan kapasitas 150 mL per *cup* agar memiliki kesan unik, elegan, praktis karena mudah dibawa dan tidak mudah pecah.

Bahan utama dari *panna cotta* “Piacevole” adalah susu *full cream* dan *whipped cream*. Susu merupakan bahan yang kaya akan nutrisi, memiliki pH cenderung netral dan memiliki *water activity* (Aw) yang tinggi sehingga susu mudah sekali terkena kontaminasi mikrobiologis yang berupa mikroba sehingga memerlukan perlakuan khusus seperti penyimpanan di lemari pendingin (Legowo, 2002). Oleh karena itu, penjualan *panna cotta* akan dibatasi pada kota Surabaya untuk menjaga kualitas dan penampilan produk

Pemasaran dilakukan melalui media sosial dan penawaran secara langsung. Segmen pasar yang akan dituju adalah konsumen mulai dari anak-anak, remaja sampai orang dewasa dengan kalangan menengah ke atas.

Panna cotta “Piacevole” diproduksi dengan kapasitas bahan baku 9,7288 kg susu *full cream* per hari menjadi 120 *cup panna cotta* dan dijual dengan harga jual Rp 20.000,00 per *cup*. Pemilihan harga dilakukan berdasarkan survei yang telah dilakukan pada 100 responden laki-laki dan perempuan berusia 12-40 tahun. Hasil survei menunjukkan sebesar 90% responden dapat menerima harga *panna cotta* pada kisaran harga Rp 15.000,00-Rp 20.000,00 dan sebesar 10% sisanya memilih kisaran harga Rp 20.000,00-Rp 25.000,00. Produksi dilakukan di rumah bagian dapur yang berlokasi di Jalan Kangingan Gg II No 3, Surabaya dengan model tata letak mesin dan peralatan *process layout* sehingga segala jenis peralatan dengan jenis yang sama diletakkan di dalam satu lokasi.

1.2. Tujuan

1. Menyusun perencanaan pendirian usaha pengolahan *panna cotta* dengan kapasitas 120 *cup* (142,8 g) per hari dan menganalisa kelayakan teknis dan ekonomisnya.
2. Melakukan realisasi produksi, pemasaran dan evaluasi terhadap realisasi produksi serta pemasaran *panna cotta* yang telah dilakukan.