

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Makanan adalah kebutuhan dasar bagi manusia untuk keberlangsungan hidup dan sebagai bahan pokok manusia yang diperlukan untuk proses tumbuh kembang manusia dan digunakan sebagai sumber tenaga dan energi menjalankan aktivitas dalam kehidupan sehari-hari. Seiring berkembangnya zaman, industri makanan terus berkembang. Mulai dari makanan ringan hingga makanan berat. Dengan hal ini, banyak pelaku usaha yang melakukan inovasi terhadap produk makanan yang dijualnya agar tetap bersaing dan terus berkembang mengikuti zaman. Salah satu produk makanan yang banyak digemari berbagai kalangan yaitu brownies (Abat dkk, 2018). Brownies adalah kue yang bertekstur lembut dan padat, memiliki warna coklat kehitaman, memiliki rasa khas cokelat, serta aroma coklat yang nikmat. Pembuatan brownies ada 2 macam yaitu dengan cara dikukus dan dipanggang. Pada penelitian ini pembuatan brownies yang digunakan yaitu dengan cara dipanggang. Dalam pembuatan brownies panggang menggunakan bahan utama berupa tepung terigu, telur, gula, dan lemak (Setyani dkk, 2017).

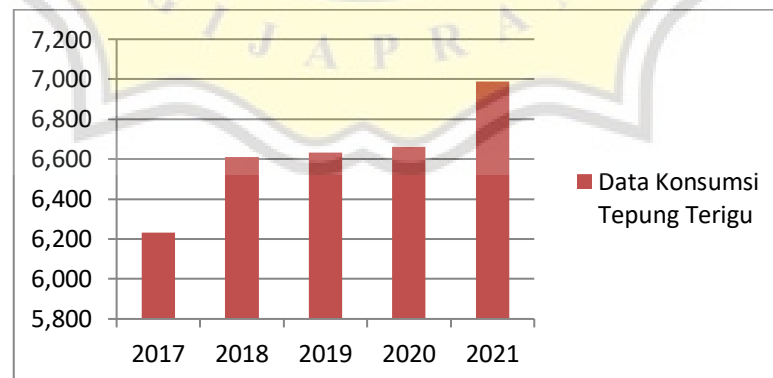
Ciocolatobrownie.smg adalah salah satu brand yang dikenal dengan produk yang dijualnya yaitu brownies panggang. Ciocolatobrownie berdomisili di Semarang. Awal berdirinya Ciocolatobrownie pada tahun 2020 di tengah-tengah kasus pandemi Covid-19 di Indonesia. Saat kasus Covid-19 di Indonesia muncul, banyak pengusaha yang rugi dan akhirnya gulung tikar. Selain itu, tidak sedikit pula karyawan-karyawan yang dikeluarkan dari tempat kerjanya. Penurunan karyawan atau tenaga kerja dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Rekapitulasi Penurunan Bisnis UMKM Setelah Pandemi Covid-19

No	Kategori	Jumlah UMKM	Tenaga Kerja		
			Turun %	Tetap %	Naik %
1	Makanan / Minuman	28391	-26	-286	-29115

Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jawa Tengah, 2022

Menurut data Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jawa Tengah pada Tabel 1. menunjukkan bahwa aset dan omzet UMKM dalam bidang makanan/minuman mengalami penurunan yang signifikan sehingga berdampak pada pengurangan jumlah tenaga kerja. Sebelum adanya pandemi covid-19 tenaga kerja umkm dalam bidang makanan/minuman berjumlah 28391, setelah adanya pandemi mengalami penurunan sebanyak -26% dari jumlah UMKM 28391. Dari situ lah terinspirasi untuk membuka usaha kecil dengan menjual produk makanan yang berupa brownies panggang, mulai dari mencari formulasi bahan yang pas hingga melakukan pemasaran melalui promosi media sosial. Bahan baku pembuatan produk *bakery* adalah tepung terigu. Banyaknya produk makanan yang diolah dengan menggunakan tepung terigu, konsumsi tepung terigu dari tahun ke tahun mengalami kenaikan dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Konsumsi Tepung Terigu Nasional Tahun 2017-2021

Sumber: (APTINDO, 2021)

Di Indonesia kebutuhan tepung terigu sebagai bahan baku industri pangan terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Dapat dilihat pada gambar 2. Pada tahun 2021 konsumsi tepung terigu di Indonesia sebesar 6,987 juta MT/tahun. Tingkat pertumbuhan rata-rata tahunan dalam periode waktu tertentu yaitu sebesar $\pm 2,32\%$ (APTINDO, 2021). Berbagai produk makanan seperti cake, roti, dan biskuit umumnya menggunakan tepung terigu sebagai bahan baku utama. Budaya konsumsi tepung terigu pada masyarakat Indonesia perlu diimbangi dengan dilakukannya upaya untuk mengurangi ketergantungan terhadap tepung terigu yaitu dengan melakukan pencarian bahan baku lain dan melakukan pengembangan tepung lokal dengan tujuan untuk mengurangi penggunaan tepung terigu (Setyani dkk, 2017).

Konsumsi tepung terigu yang berlebihan dapat mengakibatkan masalah kesehatan. Tepung terigu mengandung gluten 9,61% (USDA, 2013) dalam (Istinganah dkk, 2017). Pada orang yang menderita penyakit *celiac disease*, konsumsi makanan yang mengandung gluten dapat memicu peradangan dan kerusakan usus halus. Kerusakan usus halus menyebabkan gangguan penyerapan zat gizi yang masuk ke dalam tubuh (Widanti & Mustofa, 2015). Sebagai alternatif bagi pecinta makanan berbahan dasar tepung terigu tanpa mengurangi citarasa dan kualitas yang dihasilkan oleh tepung terigu namun dengan kandungan gluten yang lebih rendah, untuk itu adanya substitusi dengan tepung lokal seperti kacang kedelai merupakan pilihan yang tepat.

Kacang kedelai lokal merupakan salah satu bahan pangan lokal yang sudah tidak asing di Indonesia. Kacang kedelai biasanya digunakan untuk bahan pembuatan tempe, tahu, susu kedelai, oncom, dan sebagainya. Pada umumnya masyarakat memanfaatkan kacang kedelai sebagai sumber gizi terutama kandungan proteinnya. Salah satu jenis kedelai varietas lokal yaitu kedelai anjasmoro. Kandungan protein kedelai lokal anjasmoro sebesar 41,8 – 42,10% (Ginting dkk, 2009). Penggunaan kacang kedelai lokal anjasmoro dalam penelitian ini dikarenakan keunggulan dari kedelai tersebut yaitu kandungan protein yang lebih

tinggi dibandingkan kedelai impor 35-37% (Ginting, 2009). Selain kandungan protein yang tinggi, kacang kedelai mengandung isoflavon sebesar 4,32 mg (0,65 mg genistein dan 3,67 mg daidzein) (Triandita & Putri, 2019). Selain itu, konsumsi protein kedelai memiliki manfaat dapat menurunkan resiko penyakit jantung, osteoporosis, dan dapat memperbaiki fungsi ginjal (Triandita & Putri, 2019). Kacang kedelai dapat dibuat dalam bentuk tepung dengan cara dikeringkan, dan digiling hingga halus.

Masyarakat masih sedikit menggunakan kacang kedelai sebagai bahan pembuatan makanan selain tahu dan tempe. Oleh sebab itu sangat diperlukan untuk meningkatkan nilai kedelai dengan mengolahnya menjadi makanan yang modern dan mudah dikonsumsi seperti brownies. Dalam pembuatan brownies panggang ditambahkan kacang kedelai yang sudah dijadikan tepung, sehingga dapat menambah nutrisi pada brownies.

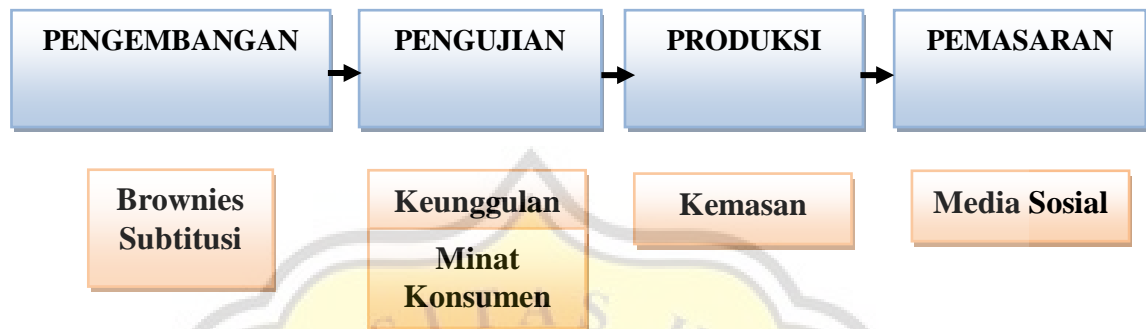
Pengembangan produk baru ini tidaklah mudah, karena memerlukan biaya dan produk yang akan diluncurkan harus memiliki nilai dibandingkan produk lain yang sejenis. Produk yang sudah ada dipasaran akan membentuk persepsi konsumen, yang kemudian akan mempengaruhi minat pembelian produk tersebut. Mengetahui informasi dan kualitas mengenai suatu produk, konsumen akan cenderung membandingkan antara produk satu dan produk lain. Sama halnya dengan brownies substitusi tepung kedelai, produk ini tergolong asing dan masyarakat banyak yang kurang mengenal produk tersebut. Persepsi konsumen dalam penelitian ini yaitu mengenai persepsi kualitas dan harga brownies kedelai terhadap minat beli produk. Persepsi konsumen terhadap kualitas diharapkan dapat diartikan sebagai suatu penilaian konsumen tentang keunggulan produk. Kualitas adalah salah satu faktor yang penting dan yang paling umum, karena orang menyukai produk yang berkualitas tinggi. Persepsi harga juga merupakan salah satu faktor untuk menarik minat konsumen untuk membeli. Jika harga yang ditawarkan lebih murah dari pesaing dengan kualitas yang baik maka konsumen akan lebih tertarik untuk membeli.

1.2. Ruang Lingkup

Ciocolatobrownie adalah usaha brownies rumahan yang sudah berjalan selama 2 (dua) tahun dengan sistem penjualan sesuai dengan pesanan dan kegiatan produksi brownies saat ini masih dikerjakan sendiri. Brownies panggang original dijual dengan harga Rp 55.000 dengan ukuran brownies 30x10x3cm dan brownies menggunakan kemasan cup ukuran 12oz dijual seharga Rp 23.000. Kemasan yang digunakan ciocolatobrownie menggunakan kemasan primer dan sekunder. Kemasan primer yang digunakan yaitu dus kraft 365gsm coklat full laminasi dalam dengan ukuran 30x10cm dan cup kraft paper ukuran 12oz. Kemasan ini sudah terdapat full laminasi di bagian dalam yang berfungsi anti air dan minyak. Namun, supaya lebih aman bagian bawah brownies dialasi dengan kertas baking terlebih dahulu. Pada kemasan primer ditambahkan *sticker* logo usaha dan sosial media. Kemasan sekunder yang digunakan yaitu plastik PP bening ukuran 30cm. Kemasan ini digunakan untuk memudahkan konsumen saat membawa produk brownies. Saat ini ciocolatobrownie sudah pernah mengirim ke beberapa kota di Indonesia seperti Blora, Jakarta, Kudus. Pelayanan pengiriman yang digunakan yang paling cepat sampai agar brownies tetap aman dikonsumsi. Sedangkan pengiriman dalam kota, bisa diambil kerumah (*self pick up*) dan dikirim melalui go send/grab. Pemesanan brownies dapat dilakukan max h-2 sebelum waktu pengambilan. Selain itu, konsumen dapat *request* tanggal, jumlah pesanan, dan waktu pengambilan.

Banyaknya produk brownies yang beredar di pasaran membuat Ciocolatobrownie harus berinovasi menciptakan produk baru agar dapat bersaing dengan kompetitor untuk menyesuaikan minat konsumen. Terinspirasi dari permintaan konsumen untuk menambah varian brownies yang mengandung nutrisi yang lebih baik, kami melihat bahwa inovasi brownies dengan metode substitusi bahan lokal yaitu tepung kedelai belum banyak ditemui sehingga kami menjadikan hal ini sebagai peluang inovasi produk. Pada gambar 3 terdapat *business development map*, pada pengembangan produk dilakukan untuk menganalisa perbandingan kualitas brownies berbahan dasar tepung terigu dengan

brownies substitusi tepung kedelai, selain itu juga untuk mengetahui persepsi konsumen dan segmentasi pasar terhadap inovasi produk brownies substitusi ini.



Gambar 2. *Business development map*

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka terdapat poin permasalahan yang ditemukan, yaitu:

- Bagaimana perbandingan uji organoleptik pada brownies original dengan brownies substitusi tepung kedelai?
- Formula brownies dengan substitusi tepung kedelai mana yang lebih disukai?
- Apakah persepsi kualitas dan harga mempengaruhi minat pembelian brownies substitusi tepung kedelai?
- Bagaimana analisis penjualan dan BEP (*Break Even Point*)?

1.4. Hipotesis Penelitian

Hipotesis uji organoleptik pada penelitian ini yaitu:

- Responden lebih menyukai brownies panggang dengan substitusi tepung kedelai

Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Persepsi Kualitas (X1) dan Persepsi Harga (X2) dengan variabel dependennya yaitu Minat Beli (Y).

Hipotesis penelitian ini yaitu:

- H1 : Persepsi kualitas berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk brownies panggang substitusi tepung kedelai
- H2 : Persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk brownies panggang substitusi tepung kedelai

1.5. Tujuan Penelitian

- Mengetahui perbandingan uji organoleptik pada *brownies* panggang substitusi tepung kacang kedelai dengan *brownies* original.
- Mengetahui apakah persepsi konsumen pada kualitas dan harga mempengaruhi minat beli brownies substitusi tepung kedelai atau tidak.
- Mengetahui analisis penjualan dan BEP (*Break Even Point*).

1.6. Manfaat Penelitian

- Mengembangkan usaha dengan penambahan tepung kedelai ke dalam pembuatan brownies panggang.
- Diharapkan dapat menjadi referensi untuk mengembangkan usaha khususnya pemanfaatan kedelai pada brownies.