

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perubahan perilaku makan terus berubah seiring dengan berjalannya waktu. Sebelumnya, orang-orang terbiasa mengonsumsi makanan buatan sendiri di rumah. Adanya laju globalisasi membuat orang-orang menjadi sangat sibuk, sehingga tidak memiliki waktu untuk menyiapkan makanan di rumah. Hal ini membuat perubahan pola makan dari masyarakat, umumnya masyarakat saat ini lebih menyukai makanan yang praktis dan lebih efisien dalam menjalani kehidupan. Konsumsi pangan saat ini lebih cenderung pada konsumsi pangan dengan waktu yang relatif singkat dalam penyajiannya. Salah satu bentuk olahan pangan yang praktis dikalangan masyarakat yaitu produk *frozen food*. *Frozen food* menjadi populer di Indonesia karena kepraktisan dalam pengolahannya, dan cita rasanya yang enak. Ibu rumah tangga misalnya, memiliki banyak kegiatan yang harus dikerjakan cenderung memilih produk *frozen food* untuk anak-anaknya.

Frozen food merupakan makanan beku yang di jual dalam kemasan yang tepat dan disiapkan untuk di sajikan. Jenis nutrisi dari *frozen food* telah dirancang untuk ketersediaan, penggunaan, atau konsumsi siap makan setelah kemasan dibuka. Jenis makanan ini di simpan pada suhu dingin (Sen et al., 2019). *Frozen food* merupakan olahan makanan berbahan daging yang dikemas dalam bentuk beku sehingga tahan lama dan mudah dalam penyajiannya. Beragam olahan *frozen food* menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Misalnya olahan daging ayam yang di haluskan sehingga menjadi produk sosis dan *nugget*. Meski produk *frozen* mudah diolah, bukan berarti *frozen food* tidak memiliki nutrisi. *Frozen food* dapat menyimpan vitamin dan tidak mengubah kandungan protein, karbohidrat, serta lemak didalamnya. Menurut Sasongko et al., 2016 keunggulan dari teknik pembekuan makanan adalah kualitas makanan seperti nilai nutrisi dan sifat organoleptik tetap terjaga. Selain dari penyajiannya yang praktis dan nutrisinya yang terjaga olahan produk *frozen food* sering kali lebih terjangkau dari

pada bahan segar yang sama. Ini bisa jadi pilihan ekonomis untuk keluarga atau konsumen dengan anggaran terbatas.

PT Dmamam Sehatin Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak di bidang makanan dengan memproduksi olahan *Froozen food* seperti *nugget*, baso, dll. Sebagian besar produknya ditujukan untuk anak-anak dan balita umur 5 tahun. Jangkauan pemasaran dari perusahaan ini sendiri sudah mencapai kota-kota besar di Indonesia. Dmamam memodifikasi produk dengan penambahan sayur untuk meningkatkan konsumsi sayuran dikalangan anak usia balita bahkan pada kalangan anak usia sekolah. Hal ini disebabkan konsumsi sayur pada anak di Indonesia relatif rendah dan belum menunjukkan tren kenaikan dari tahun ke tahun. Pada Tahun 2011 konsumsi sayur masyarakat Indonesia sebesar 37,46%. Konsumsi sayur pada tahun 2012 yaitu 37,72%, sedangkan konsumsi sayur menurun pada tahun 2013 yaitu sebesar 34,96% (BPS, 2013).

Salah satu penelitian menyimpulkan bahwa sayuran adalah jenis makanan yang cenderung kurang disukai oleh anak, mereka lebih menyukai makanan siap saji yang mengandung lemak tinggi dan kurang mengandung serat (Nur Mahmudah *et al.*, 2015). Dalam pembuatan *nugget* modifikasi dipilih beberapa jenis sayuran yang bisa ditambahkan dan dikenal banyak manfaat karena vitamin dan serat. Jenis sayuran tersebut antara lain wortel dan brokoli. Produk *nugget* sayur adalah salah satu produk yang cukup bersaing dipasaran dengan angka penjualan yang cukup baik.

Permasalahan yang muncul selama ini yaitu adanya keluhan konsumen terhadap mutu sensoris produk karena tampilan *nugget* menjadi kurang menarik yang disebabkan hilangnya tepung panir rontok dan mengakibatkan *nugget* kehilangan *coating* dan *breeding*, selain itu stabilitas adonan, rendahnya volume produk, hal ini terutama disebabkan oleh pengemasan *vacum* yang diterapkan pada produk *nugget* sayur. *Vacum* adalah metode pengemasan di mana udara dari bagian dalam kemasan dikeluarkan seluruhnya segera sebelum menyegel kemasan, hal ini mengakibatkan pengeluaran O₂ yang tersedia dalam kemasan. Melibatkan penempatan produk makanan dalam kemasan plastik, mengeluarkan udara dari dalam kemasan dengan alat pompa *vacum*, kemudian menyegel kemasan (Church & Parsons, 1995). Tujuan utamanya adalah untuk

menghilangkan oksigen dengan menarik bahan pengemasan agar bersentuhan langsung dengan produk sehingga bahan luar atau pelapis *nugget* menempel dalam kemasan setelah kemasan dibuka yang mengakibatkan tampilan luar produk *nugget* menjadi rontok dan kurang menarik.

1.2 Tujuan

1. Membandingkan sifat sensoris dari *Nugget Chessy Broccarrot* yang dikemas secara *vacum* dan *non vacum*.
2. Mempelajari karakteristik kimia dan mikrobiologi pada produk *Frozen Nugget Chessy Broccarrot* yang dikemas secara *vacum* dan *non vacum*.

II. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Lokasi Perusahaan

Letak perusahaan PT D'mamam Sehatin Indonesia berada di Jl. Letjen Ibrahim Adjie. Kelurahan Sindang Barang, Kecamatan Bogor Barat, Kota Bogor, 16117, Provinsi Jawa Barat.

2.2 Sejarah singkat

PT Dmamam Sehatin Indonesia merupakan industri pangan yang memproduksi produk olahan beku berbahan dasar daging sapi, ayam, ikan dan sayuran yang didirikan pada tahun 2015 atas keinginan pemilik untuk memberikan makanan padat cepat saji yang sehat kepada anak pertama. Awalnya, pemilik mencoba produk sehat di supermarket tetapi anak-anak pemilik tidak menyukainya dan rasanya hambar. Pemilik dan keluarganya harus pindah ke kota Bogor pada tahun 2014. Pemilik berhenti dari pekerjaannya dan berusaha memenuhi keinginannya dengan membuat makanan pendamping asi berupa *nugget* yang dikemas dalam kemasan PP dengan label stiker. Produk awal yang diciptakan adalah *nugget original*, *nugget cheesy* brokoli wortel, *nugget cheesy melt*, *nugget* ayam wortel dan *nugget* ikan dori. Pemilik pada awalnya memasarkan produk tersebut melalui media sosial Instagram, diluar dugaan produk yang dipasarkan memiliki Tingkat peminat yang tinggi. Akhirnya pemilik memutuskan untuk melanjutkan usahanya dan menjadi UMKM D'MAMAM.

Sejak tahun 2018, Dmamam telah mengantongi sertifikat Halal MUI dengan nilai SJH "A" dan telah memiliki izin edar BPOM RI MD sejak tahun 2019, dan kini dalam proses sertifikat HCCP dan SNI. Seiring berjalannya waktu, konsumen terus bertambah dan UMKM D'MAMAM memiliki berbagai macam produk diantaranya ayam katsu, bakso ayam *original*, *egg chicken roll*, *chicken shrimp roll*, mini kakean, ekado, dimsum udang ayam, sosis ayam *original*, *nugget* daging sapi, bakso daging sapi, dan sosis sapi. Hingga saat ini UMKM D'MAMAM memiliki agen di 35 kota di Indonesia. Setelah D'mamam bertransformasi dari usaha rumahan menjadi Perusahaan Perseroan yang telah memiliki berbagai sertifikat, kini PT D'mamam Sehatin Indonesia ingin semakin

mengenalkan *Nugget Homemade* D'mamam tidak hanya di pasar *online* saja namun di pasar *offline*, karena semakin tingginya kebutuhan masyarakat untuk dapat menemukan produk solutif dengan lebih mudah dan cepat, sehingga penetrasi pasar di dalam Indonesia dan luar negeri menjadi salah satu strategi kedepan PT D'mamam Sehatin Indonesia.

2.3 Visi dan Misi

Visi

Visi dari perusahaan Dmamam Sehatin Indonesia adalah sebagai berikut:
Terangkatnya gizi anak Indonesia sejak dini melalui makanan sehat agar menjadi generasi yang siap bersaing dikancah dunia, dan menjadi makanan keseharian anak Indonesia.

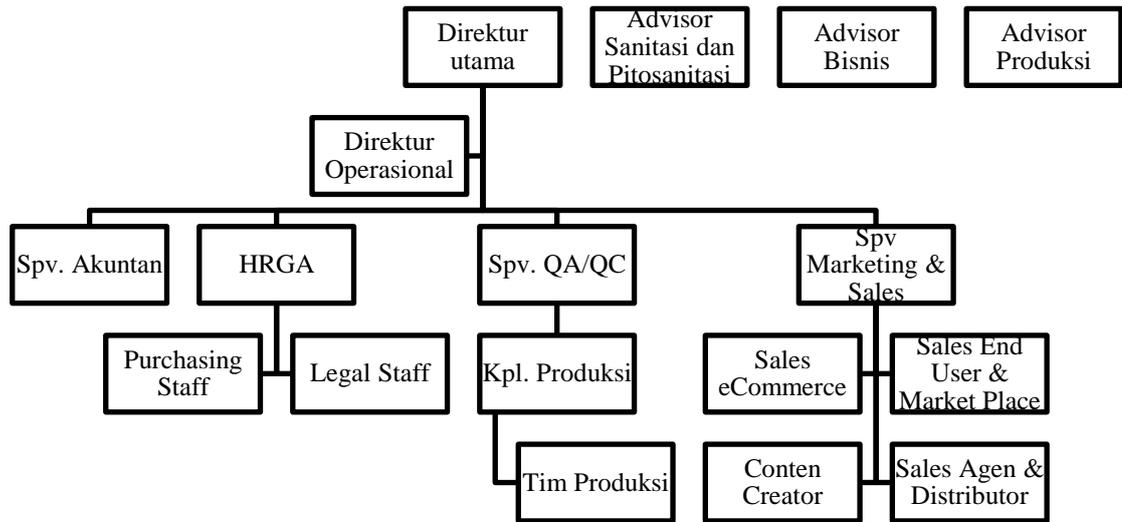
Misi

Adapun misi dari perusahaan Dmamam Sehatin Indonesia sebagai berikut:

1. Turut serta secara aktif dalam terangkatnya gizi anak Indonesia melalui makanan yang berkualitas
2. Turut serta secara aktif dalam terangkatnya kualitas Pendidikan Indonesia
3. Terangkatnya kualitas karya dan prestasi karyawan
4. Terangkatnya keuntungan perusahaan

2.4 Organisasi

PT Dmamam Sehatin Indonesia memiliki koordinasi dalam pelaksanaan pekerjaan secara tersusun sebagai struktur organisasi yang ditetapkan sebagai berikut:



Gambar 1. Struktur organisasi PT Dmamam Sehatin Indonesia

a) Advisor

Advisor yaitu ahli yang bertugas memberi saran, masukan, dan nasihat atau disebut juga penasihat. PT Dmamam Sehatin Indonesia memiliki beberapa penasihat sesuai dengan keahliannya seperti penasihat sanitasi dan pitosanitasi, penasihat bisnis dan penasihat produksi.

b) Direktur Utama

Secara umum, tugas direktur utama sering disebut dengan dewan direksi atau pemimpin dari sebuah perusahaan. Memimpin dalam hal ini memiliki banyak arti. Jadi dapat diartikan direktur utama adalah orang yang berwenang merumuskan dan menetapkan kebijakan dan program umum perusahaan sesuai dengan batas wewenangnya.

c) Direktur Operasional

Selain membantu dan berkolaborasi dengan direktur utama dalam membuat keputusan penting, menciptakan inisiatif bisnis, strategi operasi dan kebijakan yang sering dikaitkan dengan meminimalkan biaya direktur operasional adalah orang yang memiliki tanggung jawab terhadap semua kegiatan operasional perusahaan. Hal tersebut mencakup proses perencanaan hingga evaluasi dari setiap divisi yang ada di perusahaan. Direktur operasional bertanggung jawab terhadap proses operasional, produksi, proyek hingga kualitas produksi.

d) Supervisor Akuntan

Memimpin dalam berbagai prosedur akuntansi dan pajak, memastikan bahwa kegiatan terkait akuntansi dan pajak dilakukan dengan benar dan juga memastikan bahwa anggaran dikelola sesuai dengan tujuan dan sasaran Perusahaan. Selain melakukan tugas supervisor, supervisor akuntan juga bertanggung jawab untuk melakukan fungsi akuntansi, seperti menyiapkan laporan keuangan, perpajakan dan menindaklanjuti laporan audit.

e) Supervisor QA/QC (*Quality Assurance/Quality Control*)

Supervisor QA/QC memiliki peran yang erat dimana QA adalah *Quality Assurance* bertanggung jawab dan bertugas untuk memastikan sebuah produk yang akan dipasarkan sudah memenuhi semua standar kualitas untuk setiap komponennya. Untuk itu, staf QA secara aktif melakukan monitoring dan serangkaian uji dalam upaya memberi jaminan kualitas pada pembeli. Sedangkan *Quality Control* bertugas dan bertanggung jawab untuk memeriksa produk sebelum, selama, ataupun setelah proses produksi untuk mendapatkan standar kualitas yang diperlukan. Staf QC memiliki hak untuk menerima atau menolak produk yang bakal dipasarkan. Jadi, jika ditemukan produk yang cacat, maka akan dikembalikan ke bagian produksi.

Dibawah dari kepemimpinan Supervisor QA/QC terdapat tim yang dinaunginya, yaitu:

1. Kepala Produksi yaitu orang yang diberi amanat untuk memimpin dari tim produksi, dan memastikan bahwa proses produksi sesuai dengan yang sudah ditetapkan sebagai standar dari Supervisor QA/QC.
2. Tim Produksi yaitu anggota atau karyawan yang berperan dalam proses produksi.

f) Supervisor marketing dan Sales

Peran dari profesi ini sangat penting bagi sebuah perusahaan untuk menjalankan bisnis dan mencapai kesuksesan target. Sebab, selain memiliki tugas dibidang pemasaran bisnis dan perusahaan. Supervisor Marketing dan Sales bertanggung jawab untuk mengawasi dan mengelola tim penjualan serta mengevaluasi rencana promosi dan penjualan perusahaan. Supervisor Marketing dan Sales harus memastikan bahwa strategi yang ada sesuai visi dan misi

perusahaan dan dapat mencapai target yang ditetapkan. Adapun tim yang harus dikelola oleh Supervisor Marketing dan Sales, yaitu:

1. *Sales End user dan Market Place* adalah tim penjualan yang menawarkan dan melayani pihak yang menggunakan produk tapi bukan pelanggan atau memasarkan pada orang atau pihak yang baru.
2. *Sales eCommerce* yaitu tim penjualan yang melayani sistem jual-beli yang dilakukan berbasis online dan menggunakan media elektronik.
3. *Sales Agen dan Distributor* yaitu tim penjualan yang berperan pada transaksi bisnis produk kepada pihak lain yang kemudian menyalurkan produk kepada pelanggan atau pembeli. Biasanya pada sistem penjualan ini sales memiliki peran agar dapat dilakukan kesepakatan antara perusahaan dengan agen atau distributor untuk bertanggung jawab melakukan pemasaran maupun penjualan yang optimal.
4. *Conten Creator* merupakan profesi dibawah naungan tim pemasaran dengan memiliki tugas utama yaitu membuat berbagai konten dan memberikan informasi nilai tertentu demi menarik pelanggan sebagai upaya pemasaran yang dilakukan diberbagai media digital.

g) HRGA (*Human Resources dan General Affairs*)

HRGA memiliki tanggung jawab yang penting dalam proses keberlangsungan perusahaan yaitu yang berperan dalam mengelola dan mengembangkan sumber daya manusia atau karyawan perusahaan. Pada PT Dmamax Sehatin Indonesia posisi HRGA dibuat menjadi dua bagian yaitu:

1. *Legal Staff* berperan dan bertanggung jawab atas berbagai urusan legalitas karyawan, termasuk didalamnya pemenuhan hak pekerja.
2. *Purchasing Staff* yaitu bertugas untuk urusan kebutuhan operasional perusahaan. *Purchasing staff* memiliki peran dalam urusan membeli dan menyediakan barang, bahan baku atau kebutuhan lainnya yang dibutuhkan setiap tim atau divisi yang berada dalam perusahaan demi keberlangsungan operasional perusahaan.