

“Omah Risol” Pemanfaatan Olahan Tepung Dengan Berbagai Varian Rasa Sebagai Inovasi Pangan Yang Sehat dan Bergizi

Thoriq Aldri Bramastya¹, Bayu Ardhy Putra¹, Ika Ngadyas Tuti¹, Risky Ridho Pradana¹,
 Ummatussa'adah¹

¹Universitas Sebelas Maret Surakarta

Corresponding author: thoriqaldri@gmail.com

Abstrak. Omah Risol adalah bentuk realisasi dari ide bisnis yang bergerak dibidang kuliner, lebih tepatnya pada pengolahan produk dengan berbahan dasar tepung. Kami mengangkat produk risol, karena pada saat ini makanan ringan telah mengalami perkembangan yang sangat drastis. Produk yang risol di zaman milenial sekarang ini menjadi salah satu makanan yang sangat digemari oleh konsumen terkhususnya kalangan pelajar. Pengambilan nama dari Omah Risol yaitu kami sebagai produsen memiliki keinginan untuk dapat menjangkau produk risol di area Solo Raya dan menjadi induk produsen risol di kota Solo. Ide bisnis ini dipelopori oleh kami berlima selaku mahasiswa Universitas Sebelas Maret Surakarta. Ide adanya penambahan berbagai varian rasa seperti risol cokelat, cokelat pisang, keju, pisang keju, cokelat keju dan tiramisu menjadi terobosan dan langkah solutif dari produk kami. Dasar pemikiran yang telah melandasi tercetusnya ide ini yaitu, untuk saat ini telah banyak produk risol dengan *filler* daging cincang ayam atau sayuran. Akan tetapi, belum terlalu banyak dan berani dalam mengkombinasikan dengan *filler* seperti cokelat keju dan isang. Disamping itu, umumnya masa simpan risol yang masih rendah membuat produk risol ini tidak dapat bertahan lama apabila disimpan di suhu ruang. Oleh karena itu, kami mencoba untuk menggunakan teknologi pembekuan makanan (*Frozen Food Technology*) dengan harapan mampu memperlama umur simpan dan daya tahan produk risol. Tujuan target produk Omah Risol yaitu kalangan pelajar seperti anak SMA dan mahasiswa di Kota Solo dan sekitarnya. Tahap penyelesaian produk yang telah kami rintis yaitu percobaan (*trial and error*) risol, penyusunan komposisi bahan utama dan pendukung serta analisis keuangan sehingga kami telah memutuskan untuk mendirikan Omah Risol yang tidak hanya berorientasi pada profit semata, akan tetapi lebih dari itu memajukan dunia kuliner risol di kalangan masyarakat. Kami yakin Omah Risol akan dapat meraih hati dan selera kalangan konsumen di Solo dengan cara membeli produk kami sebesar Rp. 3.500/pcs.

1. Pendahuluan

Sejak akhir tahun 2015 telah diberlakukannya *Asean Economic Community* (AEC) atau Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) yang seharusnya mampu mendorong keseluruhan pelaku ekonomi tidak terkecuali UKM dan usaha Mikro untuk berbenah diri dalam rangka meningkatkan kualitas produksi baik barang maupun jasa. Bila tidak dilakukan, maka Indonesia merupakan pasar “empuk” bagi Negara ASEAN lainnya karena Indonesia memiliki penduduk terbesar (*population size*) di ASEAN yakni mendekati hampir 250 juta jiwa. Menyadari hal tersebut, maka pemberdayaan (*empowering*) terhadap UKM dan Usaha Mikro adalah sebuah keharusan dan keniscayaan agar UKM dan Usaha Mikro memiliki *comparative advantage* dan *competitive advantage*. UKM yang dapat menjalankan kegiatan usahanya secara keberlanjutan senantiasa diberikan pelatihan-pelatihan yang inovatif sehingga produk yang dihasilkan relevan dengan permintaan pasar, hal ini senada dengan yang disampaikan oleh [1].

Pada era sekarang ini, makanan ringan telah mengalami perkembangan fungsi. Tidak hanya menjadi konsumsi sehari-hari atau penunda rasa lapar, akan tetapi juga bisa digunakan menjadi oleh-oleh [2]. Salah satu makanan ringan yang terus berkembang menyesuaikan jaman adalah risoles. Risoles merupakan jajanan gurih berisi daging cincang dan sayuran atau *ragout*. Isian ini dibungkus kulit dadar yang dibalut tepung panir dan digoreng [3]. Baru-baru ini berkembang jenis isian risoles berupa buah-buahan juga berbagai macam variasi rasa lain seperti cokelat, keju, cokelat keju dan pisang cokelat. Lesunya kondisi pasar, sempitnya jangkauan pasar, dan kurangnya daya beli

masyarakat terhadap kue basah membuat produk ini membutuhkan waktu yang Panjang untuk dapat dipasarkan secara menyeluruh. Hal ini bertentangan dengan kondisi umur simpan atau daya tahan produk yang dihasilkan. Sehingga tingkat kerugian akibat rusaknya produk yang belum laku terjual cukup tinggi [4].

Teknologi pembekuan makanan (*Frozen Food Technology*) dapat menjadi solusi dalam memperpanjang umur simpan dan daya tahan suatu produk. *Frozen Food Technology* merupakan teknologi mengawetkan makanan dengan menurunkan temperaturnya hingga di bawah titik beku air[5]. Menurunnya temperatur dan menghilangnya ketersediaan air akan menghambat pertumbuhan mikroorganisme dan aktivitas enzim di dalam produk makanan, menyebabkan makanan menjadi lebih awet dan tidak mudah membusuk. Keunggulan dari teknik pembekuan makanan adalah kualitas makanan seperti nilainutrisi dan sifat organoleptik tetap terjaga [4].

Teknologi pembekuan makanan (*Frozen Food Technology*) tentunya akan menyebabkan perubahan pada design kemasan. *Brand positioning* yang ingin ditampilkan dalam kemasan baru produk Risoles ini adalah sebuah kemasan yang higienis dan berkualitas. Daya tarik suatu produk tidak terlepas dari kemasannya, karena itu kemasan harus dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli produk yang bersangkutan. Melihat dari sisi tampilan maupun bentuk dengan warna dan bentuk yang baru sehingga terlihat menarik. Kemasan ini sendiri berfungsi untuk membungkus, melindungi, mengirim, menyimpan, mengidentifikasi, dan membedakan sebuah produk dalam pemasarannya[6]. Oleh karena itu, kami membuat sebuah produk risoles dengan inovasi berupa varian rasa, ukuran, juga kemasan yang dapat menciptakan *brand positioning* yang kami inginkan, yakni higienis dan berkualitas dengan merk dagang “Omah Risol”.

2. Metode Pelaksanaan

2.1. Materi

Olahan “Omah Risol” dibuat dengan bahan-bahan di antaranya, coklat, tepung terigu, tepung panko, keju, filo, mocca, pisang, telur, minyak goreng, mentega, oreo, greenfil tiramisu dan susu. Sedangkan sarana yang digunakan di antaranya tabung gas, teflon, baskom, kompor, kocokan telur, pisau, sendok dan garpu, timbangan kue, showcase, box plastik, serta sendok sayur. “Omah Risol” juga didukung dengan prasarana, di antaranya kotak kardus, kertas bungkus, tas plastik, *sticker*, gerobak, tenda, sewa tempat, promosi dan pemasaran.

2.2. Metode

2.2.1. Pembuatan Kulit Risoles

Bahan untuk membuat kulit risoles yakni tepung terigu, telur dan juga garam secukupnya. Pertama-tama seluruh bahan tersebut dicampur hingga merata. Setelah adonan tercampur dengan rata selanjutnya adonan tersebut dituangkan secukupnya kedalam wajan anti lengket dengan sedikit minyak panas yang dibutuhkan dan dibiarkan matang selama 1 menit. Lalu jadilah kulit risoles.



Gambar 1. Adonan kulit omah risol



Gambar 2. Kulit omah risol

Sumber : Dokumentasi pribadi

2.2.2. Pembuatan Isi Risoles

Isi risoles yang diproduksi oleh *home industry* “Omah Risol” ini terdiri dari coklat, keju, coklat keju, pisang coklat, pisang keju, keju, oreo dan tiramisu. Tidak diperlukan pengolahan terhadap isi risoles ini, hanya memotong bahan sesuai dengan kebutuhan atau mencampurkannya dengan bahan lain.



Gambar 3. Pemotongan isian Omah Risol. Sumber : Dokumentasi pribadi

2.2.3. Pembuatan Bentuk Risoles

Pada pembuatan risoles, isi yang telah dibuat dibalut dengan kulit risoles. Lalu isi yang telah terbalut kulit risoles dilumuri dengan telur yang sudah dikocok dan tepung panir. Setelah itu risoles digoreng dan kemudian ditiriskan. Proses penggorengan yang digunakan pada proses pembuatan risoles adalah dengan metode *deep fat frying*. Menggoreng dengan cara *deep fat frying* membutuhkan minyak dalam jumlah banyak sehingga bahan makanan dapat terendam seluruhnya di dalam minyak. Minyak dalam proses penggorengan memiliki fungsi sebagai media transfer panas antara makanan dan penggorengan serta sebagai pemberi tekstur dan citarasa pada makanan. Penggorengan ini dilakukan pada produk risoles yang dipasarkan dalam bentuk matang. Apabila pembuatan produk setengah matang, maka setelah diberi tepung panir risoles langsung dikemas dalam plastik dan dikedap udarakan untuk selanjutnya dibekukan.



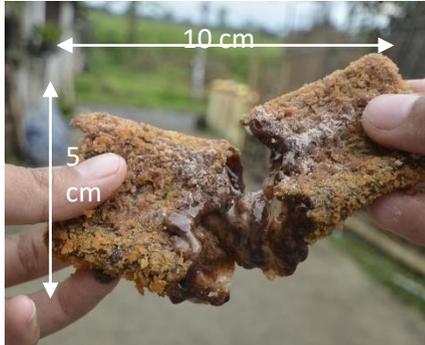
Gambar 4. Omah Risol setengah matang **Gambar 5.** Omah Risol siap makan
 Sumber: Dokumentasi pribadi

3. Hasil dan Diskusi

3.1 Keunggulan “Omah Risol”

Keunggulan produk “Omah Risol” dari risoles lain adalah varian isinya yang beraneka ragam. Hal ini membuat pembeli dapat memilih rasa yang disukainya dari berbagai varian rasa yang disediakan. Ukuran dari produk ini lebih besar daripada produk risoles dilain tempat dengan luas 50 cm². Tentunya, produk “Omah Risol” menggunakan isian yang berkualitas dengan jumlah isian yang banyak sehingga akan lumer ketika dimakan akan tetapi tetap renyah di luar. Kemasan yang digunakan

praktis dan mudah dibawa kemana-mana juga produk “Omah Risol” yang dijadikan produk *frozen food* menjadikannya dapat digunakan sebagai oleh-oleh dengan masa simpan selama 7 hari.



Gambar 6. Ukuran Omah Risol
Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar 7. Ukuran Risoles Umum
Sumber: Google.com

3.2. Target Pasar Produk “Omah Risol”

Omah Risol merupakan usaha yang bergerak dibidang pangan kuliner, memasarkan produk risol dengan berbagai varian rasa yang unik dan menarik konsumen. Sasaran konsumen perusahaan Omah Risol yaitu kalangan pelajar yang terdiri atas anak SMA dan mahasiswa. Tujuan sasaran konsumen kepada kalangan pelajar adalah mereka menyukai produk dengan bentuk dan varian rasa yang unik dan menarik, hal ini yang membuat perusahaan kami menargetkan sasaran konsumen kepada kalangan pelajar.

3.3. Potensi Produk “Omah Risol”

Proses produksi perusahaan Omah Risol yaitu sekitar 300 pcs/hari. Target penjualan produk kami terbagi kedalam berbagai varian rasa seperti rasa coklat, coklat pisang, keju, pisang keju, coklat keju dan tiramisu. Berbagai varian rasa tersebut menjadi nilai unggul dan daya saing Omah Risol dalam menghadapi produk-produk pesaing yang sejenis. Setiap varian rasa telah ditargetkan untuk diproduksi sebanyak 50 pcs/hari. Omah Risol juga melakukan proses penjualan melalui sosial media seperti Instagram, Facebook dan Website. Disamping itu perusahaan Omah Risol juga melakukan survei dan observasi pasar langsung kepada konsumen.

3.4. Manfaat Produk “Omah Risol” bagi Home Industry

Bagi usaha rumahan “Omah Risol” merupakan salah satu inovasi kue basah yang dapat meningkatkan penjualan dari produk risoles sebelumnya, juga peluang penyerapan tenaga kerja apabila permintaan produk “Omah Risol” terus meningkat. Penyerapan tenaga kerja juga dapat dilakukan tanpa harus 12 jam bekerja dalam proses pembuatan “Omah Risol” akan tetapi penyerapan tenaga kerja sebagai *reseller* dapat dilakukan. Omah Risol diharapkan mampu menjadi sentra produk risol varian rasa di kota Solo, yang nantinya apabila tercapai bisa menjadikan Omah Risol sebagai oleh-oleh khas dari Solo selain Serabi tentunya.

3.5. Mitra Bisnis Produk “Omah Risol”

Mitra bisnis adalah salah satu faktor yang sangat menentukan keberhasilan dan kelancaran dari majunya bisnis. Omah Risol telah menetapkan untuk merekrut mitra bisnis dengan fungsi pendukung dalam proses pemasaran dan penjualan. Mitra bisnis tersebut yaitu kami akan bekerja sama dengan gojek dan grab. Bentuk kerjasama tersebut yaitu Omah Risol akan mulai bekerjasama pada bulan ke 4 pada saat usaha ini berjalan. Dengan harapan agar meningkatkan pangsa pasar dan target pasar.

4. Kesimpulan

Omah Risol merupakan sebuah usaha yang bergerak dalam bidang kuliner yang memiliki inovasi didalamnya. Inovasi yang diusung ialah memiliki varian ini manis yang masih sangat jarang ditemukan karena sejauh ini risoles hanya memiliki varian rasa asin dan gurih. Omah Risol muncul

menjadi salah satu jawaban dari berbagai varian risoles kekinian yang disukai generasi milenial dan menjadi salah satu pangsa pasar potensial. Omah Risol juga dibanderol dengan harga yang cukup ramah kantong serta dapat dinikmati oleh berbagai kalangan serta semua usia.

5. Referensi

- [1]Zakariya., A. Sukristyanto., Gunawan, Ec.K.I. 2017. IbM untuk pemberdayaan kampung kue khas kota Surabaya. *Jurnal Pengabdian LPPM Untag Surabaya*. 02(03): 39-47.
- [2]Christanti, G., L. Natadjaja, dan M.H. Malkisedek. 2016. Perancangan desain kemasan produk loempia nyonya giok. Skripsi. Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra. Surabaya.
- [3]Tyas, A.S.P. (2017). Identifikasi kuliner lokal Indonesia dalam pembelajaran bahasa Inggris. *Jurnal Pariwisata Terapan*. 1(1).
- [4]Sasongko, P., S. Yuniningsih, dan E.M. Yasak. 2016. Aplikasi frozen food technology untuk menurunkan tingkat kerugian produk pada kelompok perempuan buta aksara alfabet Desa Nogosari Kecamatan Rowokangkung Kabupaten Lumajang Jawa Timur. *Jurnal Akses Pengabdian Indonesia*. 1(1): 8 – 17.
- [5]Evans, J.A. 2008. Frozen food science and technology. Blackwell Publishing. Oxford
- [6]Klimchuk, M. dan S.A. Krasovec. 2007. Desain kemasan. Erlangga. Jakarta.