

RINGKASAN

Produksi dan Pemasaran Kue Kering Nastar dengan Substitusi Tepung Garut (*Maranta arundinacea*), Auberta Ardelia Cahya Dewi, NIM. B32222547, Tahun 2025, 75 halaman, Jurusan Teknologi Pertanian, Politeknik Negeri Jember, Aulia Brilliantina, S.TP., M.P.

Tepung garut diperoleh dari umbi garut yang merupakan tanaman lokal Indonesia dan kaya akan karbohidrat, serta memiliki kandungan serat yang tinggi dan indeks glikemik rendah. Tepung ini juga dikenal aman bagi penderita gangguan pencernaan karena tidak mengandung senyawa antinutrisi seperti HCN dan fenol. Tepung garut memiliki manfaat dalam membantu melancarkan sistem pencernaan dan melindungi lambung dari kerusakan akibat asam lambung. Oleh karena itu, pemanfaatan tepung garut dalam pembuatan kue nastar diharapkan dapat meningkatkan nilai gizi produk sekaligus mendukung ketahanan pangan lokal.

Pelaksanaan Proyek Usaha Mandiri (PUM) ini bertujuan untuk mengetahui proses produksi, analisis kelayakan usaha, dan strategi pemasaran dari produk kue kering nastar dengan substitusi tepung garut. Kegiatan dilakukan di Laboratorium Pengolahan Pangan Politeknik Negeri Jember Kampus Bondowoso, selama bulan Februari hingga Mei 2025. Proses produksi dilakukan sebanyak 10 kali, dengan masing-masing menghasilkan 10 kemasan nastar seberat 150 gram, sehingga total produksi mencapai 100 kemasan. Sebelum proses produksi, dilakukan tahap pra produksi yang terdapat 4 formulasi percobaan dengan variasi komposisi antara tepung garut dan tepung terigu untuk menentukan formula terbaik berdasarkan uji sensoris.

Formulasi terbaik dipilih dari formulasi ke-3, yang menggunakan 400 gram tepung garut dan 100 gram tepung terigu yang menghasilkan tekstur kue yang renyah, lembut, dan memiliki aroma yang khas. Komposisi bahan lainnya mencakup 80 gram susu bubuk, 100 gram *roombutter*, 100 gram tepung maizena, 50 gram kuning telur, 100 gram gula halus, 300 gram margarin, 100 gram keju, dan 250 gram selai nanas. Proses produksi mencakup beberapa tahap, mulai dari

persiapan alat dan bahan, pencampuran, pembentukan dan pengisian adonan, pengovenan, hingga pengemasan produk ke dalam toples kedap udara.

Analisis kelayakan usaha dilakukan untuk mengetahui efisiensi dari usaha ini. Perhitungan mencakup total biaya tetap dan tidak tetap, total biaya produksi, harga pokok penjualan (HPP), total pendapatan, keuntungan, laju keuntungan, biaya variabel per unit, hingga analisis *Break Even Point* (BEP). Hasil analisis menunjukkan bahwa usaha ini layak dijalankan, ditandai dengan *R/C ratio* lebih dari 1 dan nilai keuntungan yang signifikan dibandingkan biaya yang dikeluarkan.

Strategi pemasaran yang digunakan mengacu pada konsep bauran pemasaran 4P, yaitu *Product*, *Price*, *Place*, dan *Promotion*. Produk dikemas dalam bentuk toples dan diberi label identitas untuk membedakan dari produk kompetitor. Lokasi penjualan dilakukan secara *online* melalui media sosial serta pemasaran langsung ke konsumen. Promosi dilakukan secara aktif melalui media sosial seperti WhatsApp dan Instagram.

Uji organoleptik dilakukan untuk menilai daya terima konsumen terhadap produk nastar berbasis tepung garut. Uji ini melibatkan 30 panelis, dengan atribut penilaian meliputi warna, rasa, aroma, dan tekstur. Hasilnya menunjukkan bahwa mayoritas panelis memberikan respon positif terhadap semua parameter, yang berarti produk dapat diterima oleh pasar. Warna produk dinilai menarik, aroma khas dari kombinasi keju dan *roombutter* terasa kuat, rasa manis dan asam dari selai nanas seimbang, serta tekstur yang lembut dan renyah sangat disukai oleh panelis.