

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tanaman teh (*Camelia sinensis*) adalah tanaman yang berasal dari Asia bagian timur dan selatan. Tanaman teh telah dibudidayakan sejak 2700 tahun yang lalu oleh masyarakat China. Tanaman teh sendiri telah banyak dimanfaatkan di Indonesia, bahkan Indonesia merupakan negara penghasil teh terbesar kelima di dunia. Teh merupakan salah satu komoditi hasil perkebunan yang cukup banyak diminati oleh masyarakat karena memiliki manfaat bagi kesehatan.

Salah satu contoh pengembangan dari minuman teh dengan penambahan sari buah. Saat ini, kebanyakan teh rasa buah yang beredar berasal dari perisa buah, masih jarang yang menambahkan sari buah untuk menghasilkan minuman teh dengan rasa buah.

Berdasarkan hasil survei terhadap 100 responden di Surabaya, yang terlampir pada Appendix G, sebanyak 38% responden biasanya membeli minuman teh jika ingin membeli minuman, sebanyak 70% responden mengetahui produk *fruit tea* atau teh dengan rasa buah, dan sebanyak 62% responden pernah membeli dan mengonsumsi minuman teh dengan rasa buah, hal ini menunjukkan bahwa produk minuman “iTea” dapat diterima oleh masyarakat.

Minuman teh dengan rasa buah yang diproduksi diberi nama “iTea”, yang merupakan singkatan dari “i” yang berarti saya dalam bahasa Inggris dan “Tea” yang berarti teh dalam bahasa Inggris, artinya “iTea” digambarkan sebagai minuman teh pilihan saya (konsumen yang membeli). Selain itu awalan “i” pada nama iTea mengesankan modern dan berkelas. Ciri khas dari iTea adalah kemasan yang berbentuk seperti bola lampu yang mengesankan

modern, label yang simpel dan menarik bagi konsumen, warna minuman yang menyegarkan, serta sari buah asli yang ada didalam minuman teh memberikan cita rasa tersendiri serta baik bagi kesehatan tubuh. iTea juga memiliki tiga varian rasa, yaitu stroberi, jeruk nipis, dan jeruk mandarin.

Produksi iTea dilakukan di Jl. Babatan Mukti XII J – 41 Surabaya dengan model tata letak *product layout* serta dirancang dengan kapasitas produksi 210 botol per hari. Penentuan kapasitas produksi mempertimbangkan beberapa hal seperti berapa jumlah produk yang harus diproduksi dan terjual untuk dapat mencapai titik impas, kapasitas peralatan, dll. Pada tahun 2017 persentase masyarakat kelas menengah Jawa Timur adalah sebesar 39%. Hal ini yang mendasari produk “iTea” dipasarkan dengan sasaran konsumen anak – anak muda dari kalangan menengah ke atas di kota Surabaya. Pemasaran dilakukan dengan cara promosi langsung (*mouth to mouth*), via media sosial (Instagram, LINE, Whatsapp, dan Facebook), penitipan pada kafe – kafe, dan kantin, dan pada bazar atau event – event tertentu di Surabaya. Realisasi usaha “iTea” mulai dari proses produksi, pemasaran dan distribusi akan dilakukan sehingga perlu adanya perancangan dan analisa kelayakan usaha dari “iTea”.

1.2 Tujuan

1. Melakukan perencanaan usaha "iTea" dengan kapasitas produksi 210 botol per hari dan evaluasi kelayakan usaha "iTea".
2. Melakukan realisasi perencanaan produksi yang telah dibuat.
3. Melakukan evaluasi terhadap realisasi usaha “iTea”.