

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

*Jelly shake* merupakan salah satu produk diversifikasi dari *jelly drink* yang berbentuk *gel* (semi padat) dan dikocok terlebih dahulu sebelum diminum. *Jelly drink* pada umumnya memiliki bagian *gel* yang lunak dan bagian cair. *Jelly shake* perlu dikocok untuk mengecilkan bagian *gel* sehingga mudah untuk diminum. Produk *jelly shake* memiliki warna serta rasa yang bervariasi. Bahan-bahan pembuatan *jelly shake* biasanya terdiri dari air, gula, bahan pembentuk *gel* dan perisa.

Produk *jelly shake* di Indonesia tergolong produk baru karena merupakan hasil modifikasi produk *jelly drink*. Menurut TOP BRAND INDEX (2016), potensi penjualan *jelly drink* dan minuman sejenis di Indonesia cukup besar. Hal ini ditunjukkan dengan persentase penjualan *jelly drink* tahun 2016 sebesar 89,2% dan tahun 2017 sebesar 84,8 % dari total produksi *jelly drink* di Indonesia. Berdasarkan data tersebut terjadi penurunan penjualan *jelly drink* sebesar 4,4% pada beberapa kota besar di Indonesia seperti Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, Medan, Makassar, Pekanbaru, Balikpapan, Denpasar, Palembang dan Samarinda (TOP BRAND INDEX, 2017). Penurunan penjualan produk *jelly drink* tersebut mengindikasikan perlu inovasi terhadap produk *jelly drink* atau minuman sejenis. Produk *jelly shake* diharapkan dapat mengatasi kejenuhan masyarakat terhadap minuman *jelly drink*.

Produk *jelly shake* di pasaran pada umumnya memiliki kenampakan menyerupai *jelly drink*. Perbedaan diantara kedua jenis produk tersebut terdapat pada adanya proses pengocokan pada *jelly shake* sebelum diminum. Salah satu cara meningkatkan nilai ekonomi produk *jelly shake*

adalah memproduksi produk *jelly shake* dalam bentuk minuman kopyor. Selama ini minuman kopyor hanya dapat dinikmati masyarakat di restoran atau tempat makan tertentu saja. Produk *jelly shake* kopyor yang nantinya diproduksi diharapkan dapat memberikan jalan keluar bagi masyarakat yang ingin menikmati minuman kopyor tanpa harus mengunjungi kedai tertentu dan memberikan inovasi terhadap produk *jelly drink* yang telah ada. Hal ini menjadi alasan dilakukan orientasi produksi dan pemasaran produk *jelly shake* kopyor di Surabaya. Oleh karena itu, dilakukan survei dengan menyebarkan kuesioner seperti tercantum pada Appendix A.

Berdasarkan hasil survei pasar (Appendix B) diperoleh informasi bahwa sebanyak 56,73% dari 104 responden mengonsumsi *jelly shake* minimal dua kali dalam sebulan. Sebesar 61,5% responden menyukai *jelly shake* kopyor rasa cocopandan dan 23,08% menyukai rasa melon. Oleh karena peluang penjualan *jelly shake* kopyor rasa cocopandan cukup besar, maka direncanakan *home industry jelly shake* kopyor dengan rasa cocopandan saja. Kapasitas produksi *jelly shake kopyor* direncanakan sebesar 500 kemasan per hari dengan wilayah pemasaran Surabaya. Berdasarkan perhitungan, untuk wilayah pemasaran Surabaya dengan target pasar penduduk usia 16-48 tahun maka peluang tingkat konsumsi sebesar 111.776 kemasan per hari. Perhitungan tersebut dapat dilihat pada Appendix C.

*Jelly shake* kopyor yang diproduksi direncanakan dengan merek "D'Shake". *Jelly shake* yang akan diproduksi dikemas dalam botol PET (*Polyethylene Therephthalate*) dengan volume 330 mL. Pemilihan volume tersebut berdasarkan pada hasil survei pasar (Appendix B) yakni 55,77% responden menyatakan ukuran tersebut telah sesuai untuk produk *jelly shake* dan ukuran volume produk sejenis yang telah beredar di pasar sebesar 330 mL.

*Home industry jelly shake* kopyor ini direncanakan didirikan di Jalan Banyu Urip Wetan V No. 36 Surabaya, Jawa Timur dengan jumlah karyawan sebanyak 3 orang. Pemasaran dilakukan melalui media sosial dengan menunjukkan foto produk yang diproduksi dan menitipkan produk di toko-toko dekat lokasi produksi.

## **1.2. Tujuan**

Tugas Perencanaan Unit Pengolahan Pangan ini bertujuan untuk :

- a. merencanakan pendirian *home industry* minuman *jelly shake* kopyor rasa cocopandan dengan kapasitas produksi 500 botol per hari dan menganalisa kelayakan teknis dan ekonomisnya,
- b. melakukan realisasi produksi dan pemasaran *jelly shake* kopyor rasa cocopandan,
- c. melakukan evaluasi terhadap realisasi produksi dan pemasaran *jelly shake* kopyor rasa cocopandan.