

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kopi merupakan minuman yang sering dikonsumsi oleh masyarakat. Minum kopi sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat zaman sekarang dalam bersosialisasi, seperti saat acara rapat, pertemuan bisnis, ataupun reuni. Menurut Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia (AEKI) (2022), sejak empat tahun terakhir konsumsi kopi di Indonesia naik hingga 50%, tingginya peminat kopi berdampak pada kenaikan penjualan kopi yang mayoritas berasal dari *take away* atau melalui platform *online*. Menurut data *International Coffee Organization* (2022), tingkat konsumsi kopi di Indonesia pada periode 2020/2021 mencapai 5 juta kantong berukuran 60 kg meningkat hingga 4,04% dibandingkan periode sebelumnya sementara itu, variasi menu kopi juga semakin kreatif, salah satunya adalah Nasi Goreng Kopi. Meningkatnya minat masyarakat terhadap kopi tidak hanya mendorong pertumbuhan konsumsi, tetapi juga memunculkan inovasi-inovasi baru yang menarik. Nasi Goreng Kopi, misalnya, merupakan perpaduan unik antara cita rasa tradisional dan modern yang berhasil menarik perhatian banyak orang."

Nasi Goreng Kopi belum banyak diperjualbelikan di Surabaya dan Sidoarjo, sehingga produk nasi goreng ini lebih dikenal oleh masyarakat luas dan memberikan pengalaman yang berbeda dengan menyajikan kopi sebagai makanan. Produk makanan ini akan diberi merek "Gorkkoffie" dalam bentuk *paperbowl* 250 ml dengan tinggi 6,2 cm, diameter atas 9 cm, dan diameter bawah 7,2 cm. Nama "Gorkkoffie" merupakan singkatan dari kata "Nasi Goreng *Coffee*". Nasi goreng merupakan bagian dari identitas masyarakat dengan mencerminkan rasa kebersamaan dan kedekatan. Rasa nasi goreng dipengaruhi oleh campuran bumbu yang digunakan. Hal tersebut yang menyebabkan adanya keberagaman nasi goreng di Indonesia. Produk nasi goreng yang dipasarkan dapat memberikan keberuntungan dan kepuasan bagi konsumen.

Nasi goreng kopi merupakan perpaduan unik antara dua cita rasa yang mungkin tak terduga, yaitu gurihnya nasi goreng dan pahit manisnya kopi. Kombinasi ini menarik minat banyak orang karena beberapa alasan. Pertama, rasa penasaran yang tinggi mendorong orang untuk mencoba sesuatu yang baru dan berbeda. Kedua, bagi pencinta kopi, perpaduan ini bisa menjadi pengalaman baru dalam menikmati minuman favorit mereka. Ketiga, dari segi kuliner, perpaduan rasa yang tidak biasa seringkali menciptakan sensasi yang menarik dan menggugah selera. Meskipun terdengar aneh bagi sebagian orang, namun banyak yang penasaran dengan bagaimana rasa pahit kopi bisa berinteraksi dengan bumbu-bumbu nasi goreng. Singkatnya, nasi goreng kopi menarik minat karena menawarkan pengalaman kuliner yang unik dan menantang selera. Potensi usaha nasi goreng kopi sangat menjanjikan. Perpaduan unik antara nasi goreng dan kopi berhasil menciptakan rasa penasaran yang tinggi di kalangan masyarakat. Hal ini membuat nasi goreng kopi memiliki daya tarik tersendiri dan dapat menjadi produk yang stand out di pasar kuliner. Selain itu, dengan semakin banyaknya orang yang menyukai kopi dan makanan fusion, permintaan akan produk seperti ini cenderung meningkat. Potensi pasarnya pun cukup luas, mulai dari kalangan anak muda yang menyukai hal-hal baru hingga orang dewasa yang ingin mencoba pengalaman kuliner yang berbeda. Namun, untuk mencapai kesuksesan, perlu diperhatikan kualitas rasa, kemasan yang menarik, serta strategi pemasaran yang efektif untuk memperkenalkan produk ini kepada masyarakat luas.

Ide perencanaan unit pengolahan produk makanan “Gorrkoffie” ini didasari dari hasil survei calon konsumen dengan menggunakan kuesioner. Berdasarkan hasil survei didapat data bahwa 95,3% responden gemar mengkonsumsi nasi goreng dan sebagian besar responden (95,3%) tertarik untuk mencoba makanan “Gorrkoffie”. Nasi Goreng Kopi yang belum banyak diperjualbelikan juga menjadi salah satu peluang untuk usaha “Gorrkoffie”. Melalui hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan sederhana bahwa makanan “Gorrkoffie” menunjukkan adanya peluang pasar yang potensial. Berdasarkan survei kebanyakan responden tertarik untuk mencoba makanan “Gorrkoffie” karena ingin mencoba perpaduan yang unik

antara produk lokal dengan campuran bubuk kopi. Sebanyak 58,6% responden menyarankan harga diatas Rp18.000 setiap porsi @160 gram nasi goreng kopi.

Varietas biji kopi yang digunakan pada kopi bubuk kapal api special mix yaitu biji robusta. Aroma kopi berkaitan dengan senyawa volatilnya, timbulnya aroma dihasilkan oleh senyawa kimia yang mudah menguap. Senyawa kimia yang terkandung dalam kopi yaitu termasuk furan, keton, asam, aldehid, pirol, fenol, dan ester, berperan dalam memberikan kompleksitas aroma dan rasa yang khas pada kopi. Pengolahan makanan “Gorrkoffie” ini diproses secara higienis, sehingga aman untuk dikonsumsi. Unit produksi usaha makanan “Gorrkoffie” dirancang dengan kapasitas 10 kg (100 *pack* per hari) dengan harga Rp 20.000 per porsi @160 gram. Keunggulan dari makanan “Gorrkoffie” adalah inovasi makanan nasi goreng kekinian dengan campuran bubuk kopi.

Pendirian industri rumah tangga “Gorrkoffie” direncanakan didirikan di Perumahan Mutiara Citra Graha J5 No.25, Sidoarjo, Jawa Timur dengan jumlah karyawan sebanyak dua orang. Dasar dari pemilihan tempat ini adalah akses yang mudah terhadap pengadaan bahan baku dari *supplier* dan pengiriman produk kepada konsumen. Lokasi rumah produksi makanan “Gorrkoffie” berada di area pemukiman warga, sekolah, rumah sakit, dan kampus yang cukup ramai sehingga memudahkan pemasaran produk kepada konsumen khususnya kalangan remaja usia 17-25 tahun. Lokasi ini mudah untuk ditemukan sehingga memudahkan kurir dalam menemukan lokasi dan mengirimkan produk kepada konsumen yang memesan secara *online*.

Strategi pemasaran dilakukan dengan cara promosi melalui media sosial seperti Shopeefood, Tiktok, Go-food, Grabfood, Instagram, dan Whatsapp. Berdasarkan hasil evaluasi penjualan yang telah dilakukan, usaha ini lebih cocok untuk memproduksi makanan “Gorrkoffie” dengan sistem *pre order* dan *dine in* untuk meminimalkan kerugian akibat adanya produk yang tidak dapat terjual. Target pasar yang dituju untuk produk ini adalah remaja hingga lanjut usia dan untuk masyarakat dengan tingkat ekonomi bawah hingga atas.

1.2. Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai melalui Tugas Perencanaan Unit Pengolahan Pangan ini adalah sebagai berikut:

1. Melakukan perencanaan produksi dan analisa kelayakan usaha makanan “Gorrkoffie”.
2. Melakukan survey dan realisasi perencanaan produksi yang telah disusun.
3. Melakukan evaluasi terhadap realisasi usaha makanan “Gorrkoffie”