

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kopi adalah salah satu minuman yang disukai oleh masyarakat Indonesia dari usia remaja hingga orang dewasa. Indonesia merupakan produsen kopi terbesar ke-4 di dunia dengan total produksi 565 ton per tahun, dan jenis kopi robusta sebesar 70% (Lorenza, 2021). Peningkatan konsumen kopi dipengaruhi oleh gaya hidup generasi muda yaitu Generasi Milenial dan Gen Z yang menjadikan kedai kopi atau *coffee shop* di Indonesia juga semakin banyak jumlahnya dan tersebar di berbagai tempat. Kopi menjadi salah satu pilihan favorit untuk dijadikan teman nongkrong, mengerjakan tugas, bekerja, atau hanya sekedar menemani waktu luang.

Persaingan dalam industri kopi semakin ketat karena pasar global yang berubah-ubah mengikuti tren, sehingga diperlukan inovasi yang sesuai dengan perkembangannya dan menonjolkan kelebihan dari produk yang dijual. Salah satu inovasi yang dilakukan adalah inovasi *coffee latte* dengan penambahan sirup bunga telang untuk meningkatkan nilai estetika gradasi warna biru dari bunga telang yang belum banyak dikenal konsumen dan memberikan manfaat kesehatan sebagai antioksidan. Perpaduan *coffee latte* dan sirup bunga telang saat ini masih belum banyak di kenal oleh konsumen kopi, sehingga dapat menjadi peluang usaha kopi dengan inovasi terbaru. Produk minuman dengan penambahan bunga telang sudah tersedia di beberapa kafe namun belum menjangkau secara luas di pasaran. Hal tersebut menunjukkan adanya peluang untuk memproduksi minuman kopi dengan penambahan sirup bunga telang. Dalam perencanaan unit pengolahan pangan ini minuman kopi dengan penambahan sirup bunga telang diberi nama “Coerulea Latte”.

“Coerulea Latte” adalah minuman kopi susu siap konsumsi yang diberi tambahan sirup bunga telang dan disajikan dalam kondisi dingin. Penggunaan nama “Coerulea Latte” pada produk berasal dari Bahasa Latin yang berarti *coffee latte* berwarna biru, sesuai dengan

tampilan khas produk kopi dan bunga telang. Keunggulan dari produk “Coerulea Latte” adalah inovasi minuman *coffee latte* dengan penambahan sirup bunga telang yang tidak hanya meningkatkan nilai estetika melalui gradasi warna biru, putih, dan coklat yang menarik tetapi juga memberikan tambahan antioksidan dalam minuman sehingga terdapat manfaat tambahan bagi kesehatan konsumen.

“Coerulea Latte” akan diproduksi dengan kapasitas produksi 75 cup @ 350 mL per hari. Pertimbangan dari kapasitas tersebut berdasarkan dari hasil analisa dan wawancara kepada pesaing produk kopi lain yang dilakukan oleh penulis sendiri. Lokasi produksi dan penjualan terletak di Jalan Brawijaya No.15 Magunrejo, Pelem, Kecamatan Pare. Kabupaten Kediri, Jawa Timur. Dasar pemilihan tempat tersebut karena area strategis dekat dengan tempat kursus Bahasa Inggris (± 100 m), area sekolah (± 1 km), dan area pedagang UKM (Usaha Kecil Menengah) (± 100 m) dengan target konsumen adalah pelajar kursus bahasa yang mayoritas merupakan Generasi Milenial dan Generasi Z, pekerja, pelajar sekolah. Sistem usaha yang dipilih untuk produk minuman “Coerulea Latte” adalah *coffee stall* sistem *takeaway* yaitu tempat usaha yang tidak menyediakan tempat untuk minum ditempat namun hanya menyediakan beberapa bangku untuk menunggu pesanan dibuat, sehingga tempat yang dibutuhkan tidak terlalu besar. Tempat yang digunakan untuk usaha minuman “Coerulea Latte” adalah ruko dengan ukuran 8 x 8 m dan sudah termasuk dengan kontainer penjualan dengan ukuran 3 x 3 m. Strategi pemasaran yang dilakukan adalah promosi melalui sosial media seperti Instagram, Tik Tok, Facebook, YouTube, dan Whatsapp yang berisi konten-konten menarik tentang produk sehingga dapat menarik perhatian konsumen. Pembelian produk “Coerulea Latte” dapat langsung di kedai atau melalui aplikasi online seperti *GoFood*, *GrabFood*, dan *ShopeeFood*.

1.2. Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai dalam Tugas Perencanaan Unit Pengolahan Pangan ini adalah merencanakan unit pengolahan untuk produk minuman *coffee latte with butterfly pea flower* “Coerulea Latte” dengan kapasitas 75 cup @ 350 mL per hari, merealisasikan perencanaan produksi dan mengevaluasi penjualan minuman kopi latte serta mengevaluasi kelayakan rencana unit pengolahan pangan dari aspek teknis dan ekonomis.