

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Masyarakat di Indonesia memiliki kecenderungan suka mengonsumsi makanan selingan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh lembaga riset Mondelez International pada tahun 2017 disebutkan 72% orang Indonesia mengonsumsi makanan selingan hingga 3 kali dalam sehari. Kegemaran masyarakat Indonesia dalam mengonsumsi makanan selingan, menyebabkan masyarakat Indonesia membutuhkan jenis makanan selingan lain selain keripik, *cookies*, biskuit dan lain sebagainya. Salah satu jenis makanan yang berpotensi untuk dijadikan sebagai makanan selingan adalah es krim yang mempunyai cita rasa manis, enak dan bertekstur lembut di mulut, es krim juga cocok dikonsumsi saat musim panas karena dapat memberikan efek segar saat dikonsumsi sehingga masyarakat Indonesia banyak menjadikan es krim sebagai makanan favorit yang dapat dikonsumsi sebagai makanan selingan maupun makanan pencuci mulut untuk semua usia. Pada tahun 2017, tingkat konsumsi es krim di Indonesia mencapai 158 juta liter dan jumlah tersebut semakin bertambah seiring dengan meningkatnya pertumbuhan pasar produk Es krim (Campina *Ice Cream Industry*, 2019). Tingginya konsumsi es krim di Indonesia menyebabkan industri es krim mempunyai potensi besar untuk dikembangkan. Namun semakin ketatnya persaingan dalam industri es krim sehingga produsen harus mampu memproduksi sebaik mungkin agar dapat memenuhi berkualitas dan kuantitas yang mampu bersaing di pasaran.

Untuk memenuhi kebutuhan konsumen akan es krim maka mendorong pendirian pabrik es krim dalam kemasan cup dengan merek

dagang “Lady”, yang berlokasi di Kecaling, Kemiri Sewu, Pandaan, Pasuruan, Jawa Timur. Bentuk perusahaan yang akan direncanakan adalah PT (Perseroan Terbatas), dengan kapasitas produksi per hari sebesar 2200 liter per hari. Pemilihan lokasi pabrik didasarkan pada kedekatannya dengan pemasok bahan baku, kedekatan dengan tempat-tempat liburan, kedekatannya dengan jalan tol yaitu jalan tol gempol-pandaan yang akan memudahkan proses distribusi es krim melalui jalur darat, berpeluang membuka lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat sekitar dan meningkatkan perekonomian daerah.

Es krim adalah salah satu produk pangan beku semi padat atau padat yang dibuat melalui kombinasi proses pembekuan dan agitasi pada campuran bahan-bahan yang terdiri atas susu dan produk susu, lemak hewani atau nabati, bahan pemanis, bahan penstabil, bahan pengemulsi, serta penambahan cita rasa (Haryani dan Zueni, 2015). Es krim yang akan diproduksi adalah kategori es krim standar dengan dua rasa yaitu cokelat dan vanilla yang dikemas dalam cup dengan volume 150 mL per cup nya. Tahapan proses pembuatan proses pencampuran, pasteurisasi, homogenisasi, pendinginan, penuaan, pembekuan, pengisian dalam kemasan, pengerasan dan pendistribusian. Bahan baku dan bahan tambahan yang digunakan dalam produksi adalah susu bubuk *full cream*, susu skim, gula pasir, air, Na-CMC, Gliserol Monostearat dan perisa. Bahan baku dan bahan tambahan akan diperoleh dari supplier di sekitar pabrik.

Promosi merupakan kegiatan pemasaran dimana perusahaan berusaha mengkomunikasikan manfaat dan informasi tentang suatu produk serta membujuk konsumen untuk membeli produk tersebut baik secara langsung atau tidak langsung. Promosi es krim “Lady” dilakukan dengan pemasangan iklan dalam spanduk, brosur, billboard, koran, majalah, TV atau radio. Selain itu, semakin berkembangnya teknologi menyebabkan

promosi di media sosial sangat perlu untuk dilakukan. Promosi melalui media sosial dilakukan melalui pemasangan iklan di *Instagram*, *Facebook* dan *Twitter*. Untuk proses distribusi produk akan dilakukan melalui jalur darat untuk daerah Jawa Tengah, Jawa Barat dan Jawa Timur sehingga prosesnya lebih mudah dengan biaya lebih murah karena jarak tempuh tidak jauh. Produk es krim “Lody” akan dikemas dalam kemasan cup dan dipasarkan di kafe, tempat wisata, kios-kios kecil dan swalayan di daerah Jawa Timur, Jawa Tengah, Jawa Barat hingga Bali. Target pemasaran es krim “Lody” adalah semua lapisan masyarakat dengan tujuan memenuhi kebutuhan masyarakat akan es krim dengan cup.

1.2 Tujuan

1. Untuk merencanakan pendirian pabrik es krim rasa coklat dan vanila dalam kemasan cup di Pandaan, Jawa Timur dengan kapasitas 2.200 L per hari
2. Untuk menganalisa kelayakan teknis dan ekonomis perencanaan pendirian pabrik es krim rasa coklat dan vanila dalam kemasan cup di Pandaan, Jawa Timur dengan kapasitas 2.200 L per hari