

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dessert merupakan hidangan pencuci mulut yang disajikan sebagai hidangan penutup. *Dessert* memiliki rasa yang manis dan disajikan dalam keadaan dingin. *Dessert* memiliki berbagai macam jenis, salah satunya adalah *panna cotta*.

Panna cotta merupakan salah satu hidangan penutup yang berasal dari Italia yang tersusun atas susu, gula dan *whipping cream* kemudian dilakukan pemasakan dan ditambahkan gelatin sebagai bahan pengental dan pembentuk tekstur pada *panna cotta* dan disajikan dalam kondisi dingin (Handani et al., 2016). *Panna cotta* memiliki tekstur yang lembut, berbentuk semi-solid, kenyal, dan rasa yang *creamy*. Rasa yang *creamy* ini berasal dari penggunaan *whipping cream* pada proses pembuatannya (Khazanahar et al., 2018). Produk ini pada umumnya memiliki varian rasa vanilla dan coklat yang disajikan tanpa *topping* atau penambahan *topping* seperti selai atau *puree* buah *strawberry*. Pengembangan produk *panna cotta* dilakukan salah satunya dengan menambah varian rasa menggunakan bubuk teh hijau atau *green tea*.

Teh (*Camellia sinensis*) merupakan salah satu hasil komoditas pertanian yang paling banyak tumbuh dan berkembang di Indonesia (Fajar et al., 2018). Berdasarkan proses pengolahannya, teh dibagi menjadi 3 jenis, yaitu teh hitam, teh hijau, dan teh oolong. Jenis teh yang digunakan dalam pembuatan produk “Pacotea” adalah teh hijau (Fajar et al., 2018). Teh hijau merupakan jenis minuman olahan yang banyak disukai oleh masyarakat. Hal ini disebabkan karena teh hijau memiliki rasa dan aroma yang khas, selain itu teh hijau mulai diminati masyarakat karena sebagian masyarakat mulai menyadari pola hidup yang sehat. Menurut *International Tea Committee* (ITC), Indonesia menempati posisi ke-4 di antara negara-negara di dunia dalam mengonsumsi teh hijau. Teh hijau kaya akan kandungan flavonoid dan senyawa fenolik yang memiliki manfaat yaitu sebagai

antioksidan dan menghambat aktivitas radikal bebas dalam tubuh (Komes et al., 2010).

Produk *green tea panna cotta* dapat memberikan prospek yang baik untuk dijadikan suatu usaha. Produk *panna cotta* merupakan produk yang tidak asing lagi bagi masyarakat Indonesia. Tingkat pengetahuan masyarakat yang tinggi mengenai produk *panna cotta* serta tingkat kesukaan yang tinggi terhadap teh hijau menyebabkan *green tea panna cotta* dapat diminati dan dikonsumsi secara terus menerus. *Green tea panna cotta* juga tergolong produk yang jarang ditemui di pasaran sehingga kehadirannya akan menyebabkan konsumen tertarik dan ingin mencoba mengonsumsi produk tersebut. Produk *green tea* berpeluang untuk laku terjual di pasaran. Selain rasa *green tea* yang unik dan jarang ditemui, produk *green tea panna cotta* juga memiliki kualitas yang sebanding dengan harga, baik kualitas dalam penggunaan bahan baku maupun dalam proses pengolahannya.

Kapasitas produksi *green tea panna cotta* sebesar 250 cup per hari. Faktor-faktor yang mempengaruhi kapasitas produksi antara lain ketersediaan bahan baku, mesin dan peralatan, permintaan pasar, dan modal kerja (Bachtiar, 2018). Ketersediaan bahan baku yang tinggi akan meningkatkan hasil produksi. Kemampuan penyediaan modal untuk melakukan proses produksi dan tingginya permintaan konsumen terhadap produk akan mempengaruhi kapasitas produksi "Pacotea". Pemilihan kapasitas produksi tersebut dikarenakan kami yakin bahwa produk kami dapat habis dan laku terjual dalam jumlah tersebut. Alasan produk dapat habis terjual yaitu target pasar. Target pasar produk "Pacotea" ditujukan untuk semua kalangan maupun usia namun diutamakan untuk masyarakat dengan rentang usia 18-22 tahun yang menyukai produk susu dan *green tea*.

Produk "Pacotea" memiliki manfaat bagi tubuh akibat kandungan yang terdapat pada *green tea* dan susu. (Fajar et al., 018). Penambahan *green tea* dalam pembuatan *panna cotta* memiliki manfaat yaitu mengandung katekin yang dapat menurunkan berat badan, mencegah penyakit jantung, melindungi tubuh dari diabetes dan kanker, serta sebagai anti-inflamasi. Selain itu teh hijau mengandung senyawa polifenol yang berfungsi sebagai antioksidan (Fajar et al., 2018). Penggunaan susu sebagai bahan utama penyusun

panna cotta memiliki manfaat yaitu mengandung protein, vitamin D dan kalsium yang dapat mencegah terjadinya osteoporosis dan menjaga kesehatan gigi (Triratnawati, 2017). Hal tersebut dikarenakan pada saat ini banyak masyarakat yang menerapkan pola hidup sehat. Produk ini memiliki harga relatif murah dan kemasan menarik yang dapat meningkatkan daya tarik konsumen untuk membeli sehingga menyebabkan produk “Pacotea” dapat habis terjual dalam kapasitas produksi tersebut. Strategi pemasaran untuk penjualan produk “Pacotea” dilakukan dengan promosi melalui media sosial seperti Instagram, Tiktok, Line, *Whatsapp*, dan menitipkan produk di beberapa *cafe*. Untuk meyakinkan konsumen sebelum membeli produk “Pacotea”, disediakan beberapa testimoni dari konsumen yang telah membeli produk “Pacotea”, sehingga calon konsumen yang melihat testimoni tersebut lebih yakin untuk membeli produk “Pacotea”.

1.2. Tujuan

Merencanakan usaha dan menganalisis kelayakan produk “Pacotea” dengan kapasitas produksi 250 cup/hari.