

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Minuman tidak kalah terkenalnya sebagai sajian kuliner yang saat ini digemari oleh masyarakat. Berbagai minuman banyak divariasi termasuk minuman teh atau kopi (Pramelina 2020). Bagi pecinta teh, dengan munculnya nama-nama minuman teh menambah rasa dari sajian minuman teh lainnya. Begitu pula pada minuman kopi semakin banyak kuliner minuman tersebut (Pramelani 2020). Minuman terus bermunculan di tengah masyarakat Indonesia. Salah satunya jenis minuman kopi.

Minuman kopi merupakan suatu *trend* baru yang muncul diberbagai kalangan masyarakat. Permintaan kopi semakin meningkat di berbagai kalangan masyarakat, kemudian muncul berbagai *brand*, *cafe* dan *coffee shop* di kota-kota besar. Banyak *brand* yang bermunculan namun pasar yang dituju berbeda-beda. Kopi pada dasarnya merupakan sesuatu yang menarik untuk dibicarakan, karena kopi merupakan salah satu komoditi terlaris yang selalu diburu dan digandrungi oleh para peminum kopi khususnya anak muda. Kopi dikenal sebagai minuman yang sangat khas baik dari aroma maupun rasa yang dihasilkan (Kurniawan dan Ridho 2017). Seiring perkembangan jaman minuman kopi banyak dikembangkan dengan menambahkan berbagai campuran seperti ditambahkan susu, gula aren, caramel, dan masih banyak lainnya. Pada penelitian ini pengembangan minuman kopi kekinian mengarah kepada kondisi pandemi seperti sekarang ini dan nantinya minuman tersebut akan ditambahkan rempah-rempah untuk meningkatkan kekebalan tubuh.

Pengembangan produk merupakan suatu siklus hidup produk (*product life cycle*) pada sebuah perusahaan. Bersamaan dengan perkembangan teknologi, perusahaan dituntut untuk bisa terus-menerus memperbaiki dan meningkatkan nilai ekonomi dari produk yang sedang diproduksi. Lingkungan industri yang cepat berubah ini, memperkenalkan produk baru merupakan suatu cara untuk dapat *survive* (Agustina dan Kamalia 2012). Perbaikan dan pengembangan produk perlu dilakukan untuk mengantisipasi kebangkrutan dan agar bisa bersaing dipasaran. Pengembangan suatu produk dapat dilakukan dengan berbagai cara salah satunya dengan menggunakan metode *value engineering*. Pengembangan produk ini diharapkan dapat memberikan nilai

tambah produk sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Indriati *et al.* 2021)

Value Engineering atau bisa juga disebut rekayasa nilai adalah suatu cara pendekatan yang kreatif dan terencana dengan tujuan untuk mengidentifikasi biaya yang tidak perlu. Rekayasa Nilai (*Value Engineering*) digunakan untuk mencari alternatif-alternatif atau ide-ide yang bertujuan untuk menghasilkan biaya yang lebih baik/lebih rendah dari harga yang telah direncanakan sebelumnya dengan batasan fungsional dan mutu pekerjaan (Firda dan Saputra 2018). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui atribut terpenting dalam pengembangan produk minuman kopi sehat menggunakan metode *Value Engineering* dan mengetahui alternatif terbaik yang dipilih untuk pengembangan produk minuman kopi sehat menurut keinginan konsumen. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif yaitu dengan lebih banyak menggunakan pendekatan dalam studi kasus serta pengumpulan data menggunakan observasi dalam bentuk kuesioner dan survey yang bertujuan untuk mengukur minat masyarakat (Saputro *et al.* 2021)

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah dari penelitian ini yaitu apa saja atribut dalam pengembangan produk minuman kopi sehat dengan menggunakan metode *value engineering* dan apa saja alternatif terbaik yang dipilih untuk pengembangan produk minuman kopi sehat menurut keinginan konsumen .

1.3 Tujuan

Berdasarkan dari data di atas tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Mengetahui atribut terpenting dalam pengembangan produk minuman kopi sehat dengan menggunakan metode *Value Engineering*.
2. Mengetahui alternatif terbaik yang dipilih untuk pengembangan produk minuman kopi sehat menurut keinginan konsumen.
3. Mengetahui nilai tambah dalam pengembangan produk minuman kopi

1.4 Manfaat

Manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Dapat menyediakan teknik inovasi untuk mengantisipasi persaingan pasar yang ketat
2. Dapat memberikan informasi kepada masyarakat untuk melakukan pengembangan produk minuman kopi sehat