## I.PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Industri makanan dan minuman merupakan salah satu sektor industri yang paling prospektif, baik di Indonesia maupun secara global. Beberapa tahun terakhir, usaha penyediaan makanan dan minuman di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan (Astrilestari & Basuki, 2024). Perkembangan industri meliputi munculnya berbagai variasi minuman kekinian yang memiliki pangsa pasar yang luas salah satunya minuman berbasis susu. Popularitas minuman kekinian semakin meningkat karena memiliki cita rasa yang unik, desain kemasan yang menarik, serta adanya keterkaitan dengan gaya hidup dari konsumen (Bidin et al., 2023). Mengacu pada ta survei yang dimuat oleh Annur (2022), sebanyak 45% responden mengkonsumsi minuman kekinian berasal dari kelompok usia 15-19 tahun. Hasil survei tersebut menunjukkan bahwa kebanyakan minuman yang dikonsumsi meliputi boba, es kopi, dan teh yang terus berkembang dengan berbagai inovasi serta komposisi baru yang dapat menarik konsumen. Salah satu inovasi yang semakin digemari adalah minuman susu berperisa. Minuman susu berperisa merupakan semua minuman berbasis susu yang difermentasi atau tidak, dalam bentuk cair atau siap minum, dengan penambahan perisa dan/atau bahan pangan yang memberikan rasa (tidak termasuk campuran untuk kakao) misalnya minuman susu cokelat malt, minuman yogurt rasa stroberi, minuman susu fermentasi bakteri asam laktat, minuman berbasis whey, dan lassi. (BPOM, 2019).

Dalam proses pengembangan produk minuman kekinian berbahan dasar susu, muncul sebuah ide inovatif yang terinspirasi dari video peracikan minuman yang banyak dibuat dan diunggah di *social media* (Pinterest). Salah satu video yang menarik perhatian adalah penggunaan seduhan bunga telang dan atau stroberi dalam minuman berbasis susu (*Thai Iced Blue Milk Tea* dan *Korean Strawberry Milk*). Warna tersebut dinilai menambah estetika produk dan berpotensi meningkatkan minat beli konsumen. Hasil penelusuran minat konsumen terhadap produk minuman susu bunga telang dilakukan

pada responden menggunakan kuesioner yang disebarkan secara daring. Hasil survei tersebut menunjukkan 100% responden (N=30 orang) tertarik dan ingin mencoba minuman susu bunga telang. Berdasarkan penelusuran ini maka dilakukan percobaan awal.

Percobaan awal dilakukan sesuai resep susu bunga telang yang diunggah di *social media*. Hasil percobaan menunjukkan produk memiliki warna biru pucat, rasa yang hambar, dan tidak *creamy*. Kemudian dilakukan percobaan kedua dengan menambah persentase seduhan bunga telang menjadi 10% serta kombinasi seduhan bunga kol dan bunga telang (1:1) dan penambahan pure stroberi, yoghurt, dan SKM. Hasil survei pada 6 panelis terpilih menunjukkan bahwa ternyata produk yang menggunakan 100% bunga telang justru lebih disukai warna dan rasanya. Rasa produk menjadi tidak hambar, ada rasa manis dan asam, dan warna produk menjadi keunguan. Menurut hasil survei, warna formulasi 100% bunga telang mendapat nilai ratarata sebesar 6 (suka) dan rasa mendapat nilai rata-rata sebesar 6 (suka)

Berdasarkan uraian di atas, produk minuman ini memiliki peluang untuk diproduksi dalam skala besar. Minuman susu bunga telang stroberi yang akan diproduksi memiliki merek "MooTery" dan akan diproduksi dalam kemasan botol *Polyethylene Terephthalate* (PET) dengan kapasitas produksi 150 botol/hari (@250mL/botol). Target pasar "MooTery" adalah remaja hingga dewasa terutama anak sekolah yang berada di sekitar lokasi pabrik.

## 1.2 Tujuan

- 1. Melakukan perencanaan produksi dan analisa kelayakan usaha pembuatan minuman berperisa "MooTery" dengan kapasitas produksi sebanyak 150 botol/hari (@250mL/botol).
- 2. Mengevaluasi kelayakan faktor teknis dan ekonomi usaha minuman berperisa "MooTery" dengan kapasitas produksi 150 botol/hari (@250mL/botol).