

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Minuman boba berasal dari negara Taiwan pada tahun 1980-an yang disebut *zenzhu naicha*, *zenzhu* adalah mutiara dan *naicha* berarti teh susu (Tandra, 2020). Minuman boba berkembang di Indonesia pada tahun 2000-an yang disebabkan banyaknya *brand bubble tea* asal Taiwan dan negara-negara di Asia lainnya yang masuk ke pasar Indonesia (Barus et al., 2022). Perkembangan minuman boba didukung oleh respon positif masyarakat Indonesia terhadap produk, dimana pola masyarakat yang tidak ingin ketinggalan trend minuman kekinian. Kebutuhan akan minuman boba secara tidak sadar menjadi gaya hidup yang diminati oleh banyak anak muda hingga orang dewasa dan bersifat jangka panjang bukan sekedar musiman.

Minuman boba umumnya terbuat dari campuran susu sapi dan seduhan teh dengan tambahan *topping tapioca pearl*. Indonesia merupakan salah satu produsen kacang-kacangan seperti kacang hijau, kacang tanah, dan kacang merah, namun tingkat produksi yang tinggi seringkali tidak diimbangi dengan pemanfaatan yang tinggi pula. Salah satu pemanfaatan kacang-kacangan adalah dengan mengolahnya menjadi susu nabati. Susu nabati dibedakan menjadi 5 berdasarkan bahan bakunya yakni *cereal based*, *legume based*, *nut-based*, *seed-based*, dan *pseudo-cereal based* (Sethi, 2016).

Susu nabati telah berkembang pesat di Indonesia selama beberapa tahun terakhir, hal tersebut dikarenakan adanya kesadaran masyarakat akan trend gaya hidup. Pernyataan tersebut didukung oleh hasil survei, dimana dari 133 responden 129 diantaranya mengetahui susu nabati dengan bahan dasar kedelai, *oat*, almond, kacang hijau, dan beras. Selain itu, terdapat beberapa alasan khusus mengkonsumsi susu nabati adalah penyakit intoleransi laktosa, dan penyakit lainnya seperti kardiovaskular dan kolesterol (Aydar et al., 2020). Susu nabati memiliki kelebihan yakni bebas laktosa dan kasein, kandungan natrium yang rendah, dan tidak mengandung kolesterol (Setiawan & Nugroho, 2016). Berdasarkan hasil penelitian

Anino et al. (2019), yang membuat susu kacang merah memiliki kadar protein kasar dan karbohidrat lebih besar dibandingkan dengan kandungan dalam susu sapi yakni secara berurutan sebesar 17,7% dan 77,0% sedangkan pada susu sapi hanya 3,2% dan 4,3%. Disatu sisi kandungan lemak dari susu kacang merah sebesar 3,4% lebih rendah dibandingkan susu sapi sebesar 3,5% (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2018).

Salah satu bahan dasar pembuat susu nabati adalah kacang merah. Susu kacang merah disini memiliki arti sari dari kacang merah. Susu nabati umumnya berasal dari varietas tanaman kacang-kacangan yang diproses melalui pemanasan suhu rendah di bawah 100°C selama waktu tertentu atau disebut sebagai pasteurisasi (Maris dan Radiansyah, 2021). Kacang merah (*Phaseolus vulgaris* L.) merupakan salah satu komoditas kacang yang diproduksi oleh Indonesia, namun kurang diinovasikan sebagai produk olahan, padahal kacang merah memiliki banyak manfaat. Kacang merah memiliki manfaat dalam menjaga kesehatan tulang karena kandungan kalsium sebesar 144 mg, memperlancar pencernaan, anti-inflamasi karena adanya kandungan tembaga dan membantu pematangan sel darah merah serta sintesa DNA dan RNA (Pasaribu et al., 2022; Aisyah, 2020). Berdasarkan hasil survei 63,91%, menyatakan adanya kemungkinan menyukai susu berbahan dasar kacang merah, dengan beberapa menyatakan tidak menyukai karena tidak pernah mencoba dan tidak umum tersedia di pasaran.

Berdasarkan survei yang dilakukan terhadap 133 responden, 69,9% diantaranya memiliki kesukaan terhadap minuman boba dan 77,61% (31 orang diantaranya mengatakan tidak menyukai minuman boba) memiliki ketertarikan dalam mencoba minuman vegan boba dengan susu kacang merah. Hasil survei yang diperoleh menunjukkan bahwa usaha produksi minuman boba susu kacang merah memiliki peluang usaha yang layak direalisasikan karena banyak orang mengetahui dan tertarik untuk mencoba.

Usaha produksi boba susu kacang merah direncanakan berskala rumah tangga dengan nama produk “RedBob”. Usaha produksi berlokasi di Surabaya Selatan dengan kapasitas produksi 100 botol/hari (@320 mL). Nama “RedBob” berasal dari 2 kata

yakni “Red” yang berarti merah merujuk pada kacang merah sebagai bahan baku, dan “Bob” yang merujuk pada boba sebagai produk inovasi. RedBob akan dikemas menggunakan botol plastik PET karena kemasan memiliki harga yang terjangkau dan ringan sehingga mudah untuk didistribusikan.

Keunggulan dari produk yang ditawarkan adalah dapat dikonsumsi oleh penderita intoleransi laktosa, vegan, dan vegetarian, selain itu, dapat dikonsumsi oleh orang yang sedang menjaga pola makan atau diet karena memiliki kandungan lemak dan kalori yang lebih rendah. Strategi pemasaran menggunakan sosial media, seperti Whatsapp dan Instagram. Pemasaran melalui Instagram dianggap lebih efektif dengan menawarkan produk secara tidak langsung dengan mempublikasikan foto, spesifikasi produk (komposisi, volume, dan lain sebagainya), serta harga, sedangkan Whatsapp dilakukan untuk menerima pemesanan, konfirmasi pembayaran dan pemesanan dan, merespon secara langsung calon konsumen.

1.2. Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai melalui Tugas Perencanaan Unit Pengolahan Pangan ini adalah sebagai berikut:

- a. Melakukan perencanaan dan analisa kelayakan industri rumah tangga minuman boba susu kacang merah “RedBob” dengan kapasitas produksi 100 botol/hari (@320 mL).
- b. Merealisasikan perencanaan industri rumah tangga minuman boba susu kacang merah “RedBob”
- c. Melakukan evaluasi terhadap aspek teknis dan ekonomis industri minuman boba susu kacang merah yang direncanakan.