

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Boba *milk* merupakan minuman kekinian yang cukup viral dan hingga sekarang masih disukai dan dibeli oleh masyarakat, terutama generasi milenial. Hal ini dikarenakan tekstur boba yang unik. Boba terbuat dari bahan baku tepung tapioka yang bertekstur kenyal jika dikunyah. Tapioka tidak memiliki rasa dan rasa manis yang umum dijumpai pada minuman boba *milk drink* diperoleh dari penambahan gula aren atau *brown sugar*. Boba umumnya digunakan sebagai topping pada minuman boba *milk*. Boba yang telah direbus diketahui memiliki kalori sebesar 358 Kal/100 gram (Nutritionix.com, 2022).

Boba *milk drink* umumnya menggunakan bahan baku susu UHT *full cream* dengan penambahan gula aren sebagai pemanis. Gula aren dipilih karena mempunyai kelebihan yaitu berwarna kecokelatan serta memiliki aroma khas yang cocok digunakan pada pembuatan boba *milk*. Selain itu, gula merah memiliki nilai indeks glikemik 35, lebih rendah dibandingkan gula putih yaitu sebesar 58. Hal ini menyebabkan gula aren lebih aman untuk dikonsumsi penderita diabetes dengan kalori sebesar 368 Kal/100 g dibandingkan gula putih yang berkalori tinggi yaitu sebesar 394 Kal/100 g (Wilberta et al., 2021). Sirup *hazelnut* ditambahkan ke dalam boba *milk* bunga telang dikarenakan susu yang telah ditambah bunga telang memiliki rasa hambar sehingga berperan sebagai pemberi rasa. Selain itu, penambahan sirup *hazelnut* pada minuman boba *milk* menimbulkan rasa yang unik jika dipadukan dengan gula aren.

Berdasarkan survei yang dilakukan terhadap 55 responden, seluruh responden pernah mencoba minuman boba dan 92,7% di antaranya menyukai minuman boba (Lampiran A). Alasan tertinggi mengapa responden menyukai minuman boba adalah karena rasanya manis dan memiliki tekstur kenyal yang unik. Hasil survei menunjukkan bahwa usaha produksi boba *milk* berpeluang baik karena semua orang menyukai minuman boba. Namun agar boba *milk* dapat bersaing di pasaran, diperlukan inovasi maupun keunggulan dibandingkan produk sejenis untuk meningkatkan nilai jualnya.

Pada masa pandemi COVID-19, masyarakat cenderung memilih makanan yang tidak hanya enak namun juga memiliki manfaat positif bagi kesehatan. Bahan makanan yang memiliki manfaat positif dan dapat ditambahkan pada boba *milk* adalah ekstrak bunga telang dalam campuran susu. Bunga telang atau yang dapat disebut juga dengan *butterfly-pea* merupakan bunga yang memiliki kelopak berwarna biru dan bermanfaat sebagai pemberi warna biru yang unik karena senyawa antosianin. Selain itu, komponen bioaktif pada bunga telang yaitu flavonoid dapat meningkatkan nilai fungsional karena berfungsi sebagai antioksidan (Nabila et al., 2022). Ekstrak air bunga telang diketahui memiliki aktivitas antioksidan sebesar 94% dan kadar flavonoid sebesar 0,88 mg QE/g (Purwanto et al., 2022). Antioksidan berperan sebagai penangkal radikal bebas yang dapat merusak sel-sel dalam tubuh. Hal ini dapat menjadi keunggulan produk boba *milk*. Hasil survei menunjukkan bahwa dari 55 responden, 85,5% responden mengetahui bunga telang dan 70,9% responden tertarik mencoba produk boba *milk* bunga telang. Oleh karena itu, boba *milk* bunga telang berpeluang untuk dijual dalam skala industri rumah tangga.

Usaha produksi boba *milk* bunga telang rasa *hazelnut* direncanakan berskala rumah tangga dengan nama produk “Hazely”. Usaha produksi berlokasi di Surabaya Barat dengan kapasitas produksi 35 L (100 botol @350 ml) per hari. Nama Hazely berasal dari rasa boba *milk* bunga telang yang diproduksi yaitu rasa *hazelnut* dengan rasa yang berbeda dibandingkan boba *milk drink* yang umum dijual di pasaran. Boba *milk* “Hazely” dikemas menggunakan botol plastik berbentuk pir yang unik untuk meningkatkan daya tarik visual sehingga minat pembeli akan bertambah.

Keunggulan dari produk yang ditawarkan adalah bermanfaat bagi kesehatan karena tinggi antioksidan serta memiliki warna biru yang menarik. Strategi pemasaran yang digunakan yaitu penjualan melalui media sosial Line dan Instagram serta melakukan promosi dengan cara menitipkan produk untuk dijual di kantin mall maupun depot di sekitar wilayah perkantoran. Pemasaran dilakukan dengan menawarkan produk secara langsung terhadap calon pembeli melalui media Line dan WhatsApp, sedangkan pemasaran melalui media

Instagram dilakukan dengan mempublikasikan foto, volume, dan harga produk sehingga dapat menarik minat pengguna Instagram. Pemasaran melalui media Instagram dipilih karena sesuai dengan target pasar yaitu kalangan remaja hingga dewasa muda karena produk boba *milk* biasanya digemari oleh kalangan remaja hingga dewasa muda.

1.2. Tujuan

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

1. Melakukan perencanaan dan analisa kelayakan industri rumah tangga boba *milk* bunga telang rasa *hazelnut* “Hazely” dengan kapasitas produksi 35 L per hari.
2. Melakukan evaluasi terhadap aspek teknis dan ekonomis industri rumah tangga boba *milk* bunga telang rasa *hazelnut* “Hazely” yang telah dilakukan.