

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Teh merupakan salah satu komoditas ekspor Indonesia yang cukup penting sebagai penghasil devisa negara. Hal ini dipengaruhi oleh tingginya permintaan pasar yang tidak hanya dari dalam negeri saja, melainkan tersebar di seluruh dunia. Berdasarkan data BPS (2021) dalam Maurizky & Ernah (2022), produk domestik bruto (PDB) pada sektor pertanian, khususnya tanaman perkebunan memberikan kontribusi tertinggi pada perekonomian nasional yakni sebesar 39,54%. Popularitas teh juga semakin meningkat akibat publikasi penelitian mengenai komponen fungsional teh seperti polifenol dan katekin yang sangat berperan sebagai antioksidan, antikanker, dan antidiabetes (Rohdiana, 2015). Begitu pula dengan kandungan kafein yang menyumbangkan rasa pahit dan segar dari teh, diketahui mempunyai aktivitas sebagai anti asam urat (Rohdiana, 2015).

Terdapat beberapa jenis teh di Indonesia, salah satunya yaitu teh melati. Teh tersebut terbuat dari teh hijau yang dicampur dengan bunga melati, dan merupakan jenis teh yang paling sering dikonsumsi di Indonesia (Budianta & Ristiarini, 2009). Berdasarkan analisa Wisnianingsih (2018), teh melati digemari oleh masyarakat Indonesia karena wanginya yang khas. Selain itu, teh melati juga memiliki harga yang lebih murah dibandingkan dengan jenis teh lainnya. Oleh karena itu, jenis teh yang digunakan dalam pembuatan teh ini adalah teh melati.

Di Indonesia, teh dipasarkan dalam tiga bentuk yaitu bubuk, celup dan siap minum. Menurut Nugraha et al. (2017), lebih dari 60% responden memilih bentuk teh siap minum untuk mengonsumsi teh karena alasan kepraktisan. Hal ini sesuai dengan data dari BPS (2020) yang menyatakan bahwa minuman teh dalam kemasan merupakan minuman kemasan terlaris kedua di Indonesia setelah air mineral.

Produk minuman teh dalam kemasan di Indonesia umumnya menggunakan gula pasir (sukrosa) sebagai penambah cita rasa teh. Namun, hal tersebut dapat meningkatkan kadar glukosa darah,

sehingga kurang aman dikonsumsi bagi para penderita diabetes melitus (DM). Menurut WHO (2019), DM merupakan salah satu penyakit yang termasuk dalam 10 besar penyebab kematian terbesar di dunia. International Diabetes Federation (2021), mencatat sebanyak 537 juta orang dewasa atau 1 dari 10 orang hidup mengidap diabetes di seluruh dunia. Indonesia berada di posisi kelima dengan jumlah pengidap diabetes sebanyak 19,47 juta atau sebesar 10,6% dari jumlah penduduk Indonesia (Databoks, 2021). Banyaknya penderita DM, membuka peluang pasar yang tinggi pada produk minuman manis rendah gula. Sebagai alternatif gula pasir, dapat menggunakan stevia sebagai pemanis alami yang rendah kalori dan juga rendah indeks glikemik (tidak mudah meningkatkan kadar gula darah). Stevia diperoleh dari hasil ekstraksi daun *Stevia rebaudiana*, yang memiliki tingkat kemanisan sekitar 200-300 kali lebih manis dari gula tebu (Limanto, 2017). Formulasi stevia pada minuman teh harus sesuai dengan aturan BPOM dan tidak mengurangi cita rasa tetapi dapat mencapai hasil yang diinginkan. Batas penggunaan stevia yang aman adalah sebesar 4 mg/kgBB/hari (JECFA, 2008).

Sebagai upaya untuk meningkatkan cita rasa pada minuman teh rendah kalori ini, dapat dilakukan penambahan sari lemon. Sari lemon merupakan hasil perasan dari daging buah lemon yang diketahui mengandung asam sitrat dan vitamin C yang memberikan rasa asam, serta minyak atsiri yang memberikan aroma khas citrus yang menyegarkan. Penambahan sari lemon pada minuman teh rendah kalori ini dapat meningkatkan flavor dan sifat menyegarkan dalam minuman, sehingga diharapkan menjadi keunggulan pada produk.

Usaha produksi teh lemon rendah kalori direncanakan berskala rumah tangga dengan nama produk “SEARTEA” Usaha produksi berlokasi di Jln. Wonosari Kidul Buntu No.5, Kecamatan Wonokromo, Kelurahan Sawunggaling, Kota Surabaya, Jawa Timur dengan kapasitas produksi 35 L (@350 mL/botol) per hari. Minuman teh lemon rendah kalori “SEARTEA” akan dikemas menggunakan botol karena lebih praktis bagi konsumen. Botol tersebut terbuat dari plastik berjenis *Polyethylene Terephthalate* (PET) yang memiliki sifat sebagai berikut: jernih, kuat, liat, dimensinya stabil, tahan nyala api,

tidak beracun, dan permeabilitasnya rendah terhadap gas, aroma dan air.

Keunggulan dari produk yang ditawarkan adalah rendah kalori, rendah indeks glikemik, tinggi antioksidan, dan bermanfaat untuk kesehatan. Strategi pemasaran yang digunakan adalah penjualan melalui media sosial seperti Instagram, Whatsapp, dan Line, dengan mempublikasikan foto, harga, dan volume produk sehingga dapat menarik pengguna media sosial tersebut. Selain itu, sebagian produk akan ditempatkan di beberapa restoran seperti Ramayana, Warung Bu Kris, dan Gang Djangkrik, serta dipasarkan juga melalui *marketplace* seperti Go-Food dan GrabFood.

1.2. Tujuan

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

- a. Melakukan dan menyusun perencanaan produksi dan analisa kelayakan usaha pembuatan minuman teh lemon rendah kalori “SEARTEA” dengan kapasitas 35 L/hari (@350 mL/botol).
- b. Menganalisa kelayakan usaha kecil minuman teh lemon rendah kalori “SEARTEA” secara teknis dan ekonomis dengan kapasitas 35 L/hari (@350 mL/botol).