

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Bubble milk tea merupakan minuman yang berasal dari Taiwan pada tahun 1980. Minuman ini mirip dengan teh tarik, yaitu campuran susu dan pilihan gula yang dipercantik dengan *topping* bola-bola tapioka. Bola-bola yang menyerupai gelembung menjadi identitas awal dari nama *bubble tea*. Teh yang digunakan biasanya adalah teh hitam, teh hijau dan teh oolong. Ada yang murni benar-benar teh dengan *bubble* saja atau dengan tambahan susu yang membuatnya menjadi *bubble milk tea* (Susanto dan Yuwono, 2019). *Topping* pada *bubble* tersebut merupakan produk olahan tapioka yang umumnya berwarna hitam dan berbentuk bulat seperti bola dengan tekstur yang kenyal, biasanya berdiameter 2-8 mm. *Bubble* yang belum dimasak mempunyai tekstur yang keras, tetapi jika sudah dilakukan pemasakan akan menjadi menjadi *translucent* dan kenyal serta lembut (Law dkk., 2004).

Menurut Menteri Perindustrian Airlangga Hartanto, Indonesia menjadi negara yang kompetitif dalam daya saing ekonomi baik dalam pasar domestik maupun ekspor (Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2018). Berdasarkan data *World Economic Forume* (WEF), pasar Indonesia diakui sangat potensial dengan ukuran pasar terbesar pada peringkat ke-9. Potensi *bubble milk tea* tentunya masih sangat menjanjikan ke depannya. Minuman ini kerap menjadi pilihan utama setelah jam makan siang dan semakin fenomenal dengan variasi dan inovasi yang ada. Menurut sebuah studi oleh *Fortune Business Insights*, pasar global untuk *bubble milk tea* pada tahun 2018 adalah sekitar USD 1,89 miliar dan diperkirakan akan tumbuh hampir dua kali lipat hingga USD 3,49 miliar dalam 8 tahun

mendatang yaitu pada tahun 2026. Pernyataan tersebut membuat bisnis industri termasuk *bubble milk tea* harus mulai memikirkan cara untuk tetap bertahan dalam persaingan yang ketat dengan membuat strategi bisnis yang bijak untuk menyesuaikan dan memenuhi keinginan pelanggan. Sebagai data tambahan, GrabFood mengatakan bahwa rata-rata pengguna di Indonesia memesan tiga cangkir *bubble milk tea* per bulan. Pesanan untuk *bubble milk tea* meningkat 30 kali lipat dari tahun lalu di kawasan Asia Tenggara. Selain itu, Indonesia memiliki pertumbuhan permintaan *bubble tea* tertinggi, lebih khusus jumlah pesanan meningkat sekitar 85 kali antara Januari dan Desember 2018. (Susanto dan Yuwono, 2019).

Produk yang akan diproduksi merupakan *bubble milk tea* “Boba Mates” yang terbuat dari teh susu (Susu sapi merek “Diamond Milk” dan Teh Celup Merek “Sariwangi”), tepung beras merah (varietas Cempo Merah), tapioka dan gula aren. *Bubble milk tea* “Boba Mates” yang diproduksi memiliki skala produksi usaha kecil. *Bubble milk tea* “Boba Mates” yang diproduksi akan dikemas dengan kemasan botol. Kapasitas produksi yang direncanakan untuk usaha *bubble milk tea* “Boba Mates” adalah 100 botol per hari. Lokasi usaha *bubble milk tea* “Boba Mates” direncanakan didirikan di Jalan Guntur No.25, Oro-oro Dowo, Kecamatan Klojen, Kota Malang, Jawa Timur.

1.2. Tujuan

1. Merencanakan pendirian usaha *bubble milk tea* “Boba Mates” pada skala usaha kecil.
2. Mengkaji serta mengevaluasi kelayakan usaha *bubble milk tea* “Boba Mates”.