

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bubble tea adalah minuman dingin berbasis teh dicampur dengan susu yang ditambahkan *bubble* atau boba atau puding jenis lainnya. Dilansir oleh Alfa Pratama dalam “*Suka Menyeruput Bubble Tea, Ternyata Ini Sejarah Minuman yang Menyegarkan*” (2017), *bubble tea* biasanya dikenal dengan nama *Taiwanese tea*, *boba tea*, atau *pearl tea*.

Menurut Fanny Low dari Biro Pariwisata Taiwan dalam “*Digemari di Indonesia, Kenali Sejarah Singkat Minuman Boba*” (2019), minuman *bubble* berasal dari Taiwan pada tahun 1980an dan kemudian dijual dalam sebuah toko penjual minuman teh. Pada tahun 1983, Liu Han Chieh merupakan pemilik toko teh asal Taiwan bernama "Chun Shui Tang" di Taichung, Taiwan, memperkenalkan masyarakat pada singkong mutiara (*tapioca pearl*), kemudian banyak toko *bubble tea* yang menggunakan *tapioca pearl* tersebut sebagai bahan tambahan pada tokonya.

Dilansir oleh Kartika Pamujiningtyas et al. dalam “*Cerita Boba, Bubble Drink yang Digandrungi Anak Muda*” (2019), untuk membawa minuman *bubble* ini masuk ke Indonesia dibutuhkan waktu sepuluh tahun, dan *brand* pertama yang mendatangkan minuman tersebut ialah Quickly yang berdiri di Taiwan pada tahun 1996. Terinspirasi dari suksesnya Quickly Singapura sebagai *sub-franchise* pertama di Asia, Lim, Gita Pratama, dan Nini Widjaja membuka bisnis minuman ini pertama kali di Plaza Indonesia, Jakarta pada tahun 2000.

Pada saat ini, banyak outlet *bubble tea* yang sudah menjamur di Jakarta, tidak jarang kita temui anak muda atau yang biasa disebut anak milenial sedang menyeruput *bubble tea*. Kami sebagai penulis melakukan penelitian kecil untuk membuktikan bahwa mayoritas yang mengkonsumsi *bubble tea* adalah milenial, penelitian dilakukan pada 50 responden.

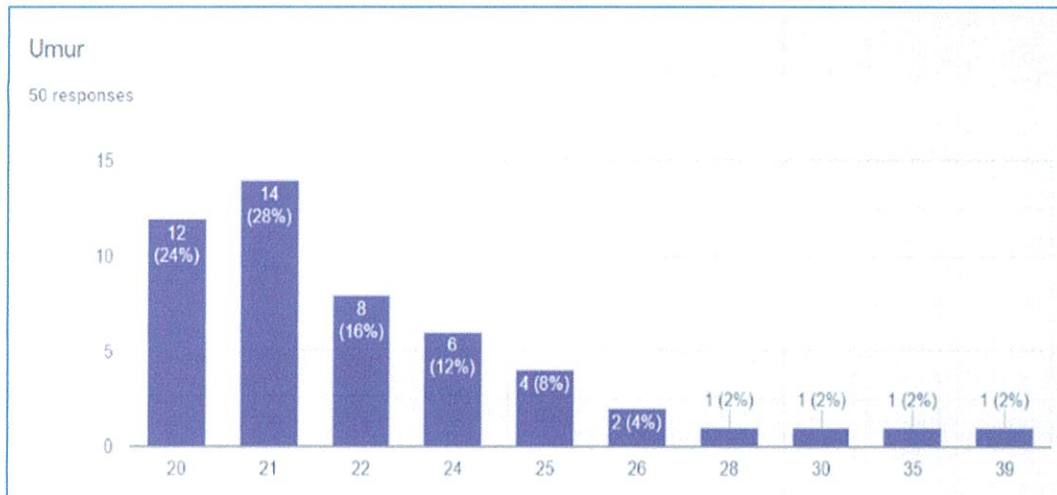


Diagram 1.1 Hasil Kuesioner 1 Bagian 1

Hasil penelitian penulis membuktikan bahwa konsumen *bubble tea* terbanyak adalah berumur 20-22 tahun, dimana pada umur tersebut disebut sebagai generasi milenial. Dalam penelitian 100% responden mengetahui *bubble tea* tapi hanya 90% yang mengkonsumsi *bubble tea* dan 90% sudah mengkonsumsi *bubble* lebih dari satu tahun dan 10% kurang dari satu tahun. Ternyata 78% dari 90% sudah mengkonsumsi *bubble tea* lebih dari 5 tahun. Tetapi dari 100% yang tidak mengetahui sejarah *bubble tea* dan ternyata sebesar 90% tidak mengetahui adanya sejarah *bubble tea* dan 10% tidak tertarik akan sejarah *bubble tea*.

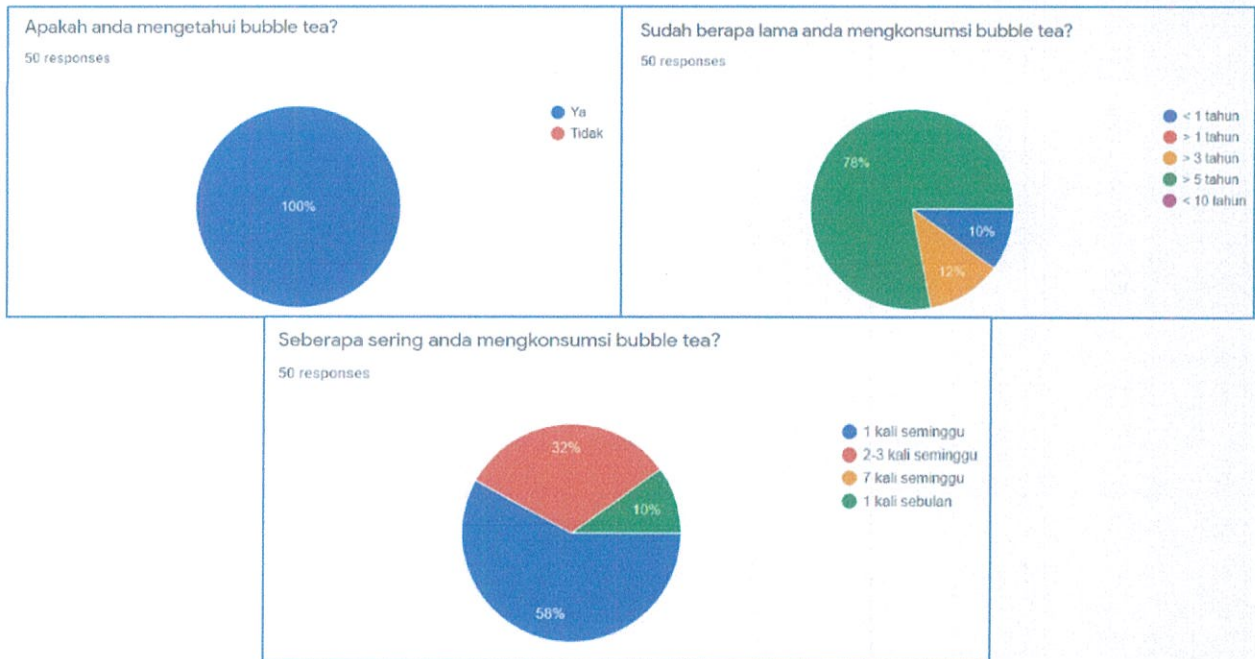


Diagram 1.2 Hasil Kuesioner 1 Bagian 2

Berdasarkan penelitian kecil yang telah penulis lakukan, bahwa mayoritas konsumen *bubble tea* adalah generasi milenial. Tapi dibalik minuman *bubble tea* yang banyak dikonsumsi oleh orang-orang, sangat disayangkan karena banyak dari mereka tidak mengetahui adanya sejarah *bubble tea* dan terlebih lagi beberapa orang tidak tertarik dengan sejarah *bubble tea*.

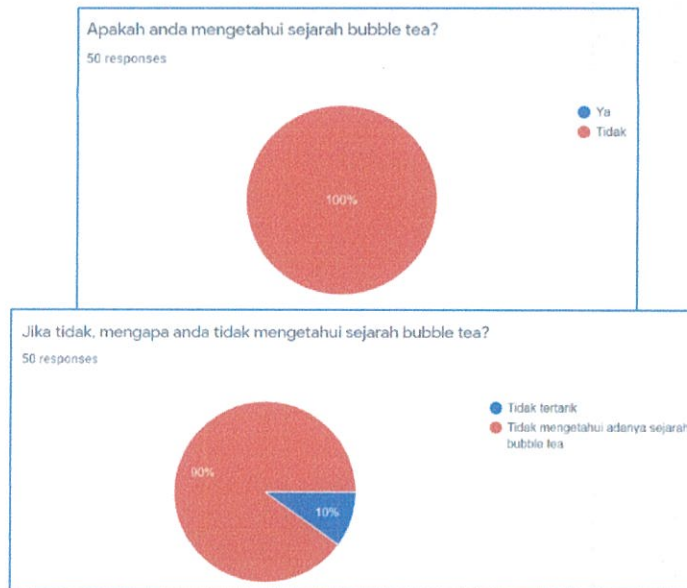


Diagram 1.3 Hasil Kuesioner 1 Bagian 3

Oleh karena itu, kami memilih untuk membahas mengenai *bubble tea* dalam *Capstone* kami yang berjudul “*Bubble Tea* dalam Dunia Milenial”. Dalam *Capstone Project* ini, kami akan mencari tahu mengapa *bubble tea* disukai oleh generasi milenial dan kami akan menyampaikan sejarah *bubble tea* yang jarang diketahui oleh orang-orang, dengan cara yang semenarik dan sejelas mungkin agar setiap orang dapat mengetahui sejarah dibalik minuman *bubble tea*.

1.2 Identifikasi Masalah

Tingginya tingkat konsumsi *bubble tea* terhadap anak milenial, membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai *bubble tea*. Walaupun *bubble tea* merupakan minuman yang terkenal tapi banyak orang tidak mengetahui sejarah *bubble tea*, maka dari itu peneliti ingin mencari tahu sejarah hadirnya *bubble tea* sampai masuknya ke Indonesia, dan faktor yang membuat generasi milenial menyukai *bubble tea*.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana sejarah hadirnya *bubble tea* sampai masuk ke Indonesia?
2. Apa saja faktor yang membuat generasi milenial menyukai *bubble tea*?

1.4 Tujuan Masalah

Adapun tujuan dari *Capstone Project Storytelling* yang hendak dicapai oleh penulis dalam projek ini adalah:

1. Mengetahui sejarah *bubble tea*.
2. Mengetahui faktor yang membuat generasi milenial menyukai *bubble tea*.

1.5 Manfaat Penelitian

A. Manfaat Bagi Praktisi/Industri

Penelitian ini bermanfaat untuk memperluas wawasan praktisi/industri dalam topik *bubble tea* dan juga bermanfaat untuk melatih daya pikir praktisi/industri untuk mengambil kesimpulan atas permasalahan yang ada.

B. Manfaat Bagi Akademisi

Manfaat dari penelitian ini bagi akademisi ialah penulis berharap hasil penelitian ini dapat dipergunakan untuk mengetahui "*Bubble Tea* dalam Dunia Milenial". Dengan mengetahui hal tersebut dapat dipergunakan sebagai referensi dalam mengembangkan penelitian di bidang lainnya atau mengembangkan teori-teori yang sejenis.