

BAB 2

DATA ANALISA

2.1 Data Produk

2.1.1 Sumber Literatur

Data yang digunakan sebagai penunjang proyek ini ditinjau dari beberapa sumber antara lain :

1. Wawancara dengan Ibu Juli sebagai HRD dari Hop Hop Bubble Drink
2. Website www.hophopbubbledrink.com
3. Website www.bubbledrinksupply.com

2.1.2 Sejarah Bubble Tea

Minuman Bubble berasal dari Taiwan yang pada tahun 80 an mulai dijual pada sebuah toko penjual minuman teh. Kebetulan toko tersebut terletak persis didepan sebuah sekolah, sehingga murid murid selalu berebutan membeli setelah seharian lelah belajar dan bermain. Pada suatu kesempatan, pemilik toko tersebut menambahkan beberapa macam rasa buah buahan pada teh yang dijualnya. Karena minuman tehnya yang manis dan mengasyikan tersebut, semakin banyak orang yang ketagihan membelinya. Pada saat teh dicampurkan dengan sirup perasa (*flavoring*), maka perlu dikocok beberapa kali, sehingga terbentuklah gelembung gelembung udara pada permukaan minuman tersebut, karena hal inilah kemudian minuman tersebut dikenal sebagai *Bubble Tea*.

Pada tahun 1983, Liu Han Chieh, memperkenalkan Taiwan pada singkong mutiara (*Tapioca Pearl*). Yang kemudian banyak digunakan sebagai bahan tambahan pada toko penjual *Bubble Tea*. Didalam minuman teh, *Pearl* akan tengelam ke dasar gelas, dan terlihat sebagai gelembung gelembung hitam yang menarik, sehingga orang menyebutnya sebagai *Bubble Drink*.

Bubble Drink biasanya disajikan dingin, meyegarkan, dengan tumpukan *pearls* yang mengendap pada dasar gelas plastik transparan. Kadang kadang bahan dasar minumannya dibuat dari jus buah segar, teh, susu, campuran es krim, ataupun campuran sirup tertentu untuk menambah variasi rasa. Hal ini bergantung pada kreatifitas penjual nya.

Tapioca pearl / Singkong mutiara yang digunakan pada minuman ini pada umumnya berwarna hitam, tetapi kini dapat dijumpai pula yang berwarna warni. kekenyalan *Tapioca Pearl* harus pas, tidak terlalu keras, dan juga tidak terlalu lembek yang bisa mengganggu bila menempel di gigi.

Hal lain yang menarik dari minuman Bubble ini adalah sedotan besar yang digunakan untuk menghisap *Pearl* dari dasar gelas. Inilah yang membedakan *bubble drink* dari minuman lain, anda bisa minum sambil mengunyah makanan.

2.1.3 Sejarah Perusahaan



Gambar 2.1

Produk Hop Hop Bubble Drink muncul dari kecintaan Pak Michael Karnady, penemu dan inisiator Hop Hop untuk memulai sebuah bisnis berbasis makanan dan minuman. Berbekal pengalaman dan observasi selama di Amerika dibuatlah sebuah merek baru mengacu kepada sebuah minuman unik yang aslinya berasal dari Taiwan kemudian berkembang pesat di USA dan Kanada pertengahan tahun 1990-an.

Mendapat lisensi dari Kanada dalam bentuk produk, Hop Hop mulai diperkenalkan di Indonesia. Pada tahun 2000, Bapak Michael Karnady bersama 2 saudaranya membangun PT. Mata Air Boga Lestari sebagai perusahaan yang memproduksi Hop Hop The Bubble Drink. Nama Hop Hop The Bubble Drink sendiri muncul setelah melalui berbagai alternatif nama seperti Bubba, Bubble Tea, Bubble King yang dicoba sebelumnya. Akhirnya diputuskan dengan nama Hop Hop karena bubble-nya yang kenyal dan seolah dapat meloncat-loncat.

PT. Mata Air Boga Lestari secara resmi mendaftarkan produknya, Hop Hop Bubble Drink pada tahun 2001. Gerai Hop Hop pertama kali dibuka di Pasaraya Grande, Jakarta lantai basement. Hampir sebagian besar bahan bakunya masih diimpor dari luar negeri untuk tetap menjaga kualitas dan mutu produk.

Tahun berikutnya berkembang pesat karena banyak pula merk-merk lain serupa yang buka sehingga membantu sosialisasi produk *franchise/waralaba* pertama yang dibuka di Sumatera. Pada saat profil

perusahaan ini dibuat (2006), total gerai berjumlah 44 *outlet*/gerai. Hop Hop itu sendiri adalah minuman unik berwarna-warni dan beraneka rasa yang dikemas dalam gelas plastik berukuran 400 ml yang dapat ditutup baik oleh *lid* atau *sealed*. Ciri khasnya, terdapat 5 gram *bubble* tapioka kenyal berwarna coklat kehitaman yang seolah bisa melompat-lompat sehingga diberi nama Hop Hop.

Proses pembuatannya adalah dengan menggunakan blender yang mencampurkan 4 elemen utama yaitu *bubble*, bubuk rasa, gula, dan es batu. Pembuatan *bubble* dilakukan dengan cara dimasak langsung setiap hari sesuai dengan pesanan masing-masing outlet.

Hop Hop pertama kali dijual pada tahun 2001 dengan harga Rp 6.500 dan sekarang (2010) harganya menjadi Rp 10.000 untuk Tea, Rp 12.000 untuk Regular dan Rp 15.000 untuk Premium.

Variasi rasa Hop Hop berjumlah kurang lebih 20 varian dengan beberapa varian baru yang diperkenalkan pada masa-masa tertentu. Hingga kini, Hop Hop memiliki 26 varian rasa yang berbeda-beda yang terdiri dari Chocolate, Capucino, Bubble gum, Strawberry, Taro, Milk tea, Vanilla, Green tea, Grape, Mango, Chol Mond, Apple, Chotar, Guava, Lychee, Melon, Bastro, Orange, Avocado, Moccacino, Coffecino, Macha, Lime, Durian, Sirsak, dan Kiwi. Hop Hop memiliki produk best seller yaitu rasa coklat, strawberry, bubble gum, dan taro.

Hop Hop Bubble Drink dianggap pionir dalam menciptakan minuman bubble di Indonesia, karena kemunculannya pada tahun 2001 dan terus berkembang menjadi salah satu minuman bubble terkemuka di Jakarta dan sekitarnya. Maka dari itu, Hop Hop selalu berkreasi dalam menciptakan cita rasa minuman bubble yang lezat, segar, nikmat, dan berkualitas.

2.1.4 Visi dan Misi Perusahaan

2.1.4.1 Visi Perusahaan

Suatu merek harus memberikan arti bagi konsumennya. Maka dari itu Hop Hop Bubble Drink memiliki visi perusahaan yaitu sebagai berikut :

- Memberikan pengalaman 3 K yaitu berupa Kegembiraan (*Joy*), Kebahagiaan (*Happiness*), dan Keceriaan (*Fun*) di dalam suasana positif – positif setiap saat membangun sikap positif (*positive attitude*) dan sikap “Saya Pasti Bisa” (“*Yes I Can*” *behavior*).

Dan itu dapat dilakukan oleh Hop Hop dengan cara menjual sebanyak mungkin minuman unik ini dan membuka diri sebagai bagian dari pengalaman itu sendiri. Tugas perusahaan adalah menciptakan nilai tersebut melalui

pelayanan terbaik (*service excellence*), kualitas terbaik (*quality excellence*), dan pengembangan inovasi terbaik (*innovation excellence*) melalui asset yang kita miliki.

2.1.4.2 Misi Perusahaan

Salah satu misi Hop Hop adalah menjadi bagian yang tak terpisahkan dalam kehidupan pergaulan kaum muda dan generasi sesudahnya, sesuai dengan slogan Hop Hop, yaitu *fun, cool and friends*. Yang memiliki arti yaitu, dimanapun Anda berada dalam keadaan senang ataupun sedih, Hop Hop akan membuat kamu *fun* (senang) dengan pilihan-pilihan rasanya, dan Anda akan merasa *cool* (keren) ketika meminumnya dan menjadi *friends* (teman-teman) bagi Anda untuk berbagi perasaan. Beberapa misi Hop Hop lainnya yaitu :

- Menjadi *market leader* di industri minuman bubble.
- Menciptakan sebanyak-banyaknya *outlet/gerai* melalui pengembangan strategis di seluruh Indonesia.

2.2 Karakteristik Produk

Karakteristik produk Hop Hop Bubble Drink ini adalah :

1. Menggunakan *bubble* berbahan tapioka sebagai ciri utamanya
2. Menggunakan serbuk rasa sebagai perasa dari *bubble tea* tersebut
3. Hop Hop hanya terdapat di pusat perbelanjaan atau *mall*
4. Bahan bahan yang digunakan diimpor langsung dari Taiwan

2.3 Khalayak Sasaran

Hop Hop Bubble Drink memiliki *target market* atau sasaran pasar yang terdiri dari :

1. Remaja putri yang berusia 13-18 tahun, urban, aktif, dinamis, gaul.
2. Segmen pasar B – C ++.
3. Pedes. Suka mencoba hal-hal yang baru, suka manis, suka mengoleksi berbagai macam barang.
4. Sensitif, romantis, dan gaya.
5. Terbuka persamaan *gender*/jenis kelamin.
6. Memiliki biaya pengeluaran pada barang-barang di bawah Rp. 50.000
7. Mall kelas B.
8. Suka mengikuti kegiatan.
9. Praktis dan efisien.

2.4 Kompetitor

1. La Kaffa – Chatime



Gambar 2.2

La Kaffa – Chatime merupakan usaha yang bergerak dalam minuman bubble tea yang berdiri sejak 2003 di Taiwan. Chatime merupakan produk dari La Kaffa sejak tahun 2008 yang berpusat di Hsinchu, Taiwan. Sekarang La Kaffa – Chatime memiliki 510 outlet di 15 negara termasuk Indonesia.

La Kaffa – Chatime menyediakan berbagai pilihan teh, kopi, jus, dan topping untuk memuaskan konsumen. mereka berniat untuk menyediakan teh yang beragam dengan kualitas tertinggi untuk konsumen di seluruh dunia. La Kaffa – Chatime ingin membuat tren dalam minuman teh yang dapat menjadi bagian dari hidup konsumennya.

2. Quickly Bubble Tea



Gambar 2.3

Quickly Bubble Tea pertama berdiri di Taiwan, ROC pada bulan Agustus 1996. Sejak awal, Quickly Bubble Tea ingin memberikan yang terbaik dalam minuman dan makanan ringan dengan bahan-bahan terbaik dan resep. Dengan semangat Quickly Bubble Tea berusaha membuat teh terbaik bagi pecinta teh, sehingga Quickly Bubble Tea berkembang pesat, yang membuat Quickly Bubble Tea dapat tersebar ke seluruh Taiwan dan negara negara lainnya.

Minuman Teh Quickly Bubble Tea secara profesional dibuat dengan seni penglihatan, suara, sentuhan, aroma, dan, yang paling penting, rasa. Misi Quickly Bubble Tea adalah untuk memuaskan panca indera konsumennya, dengan kualitas tak tertandingi dalam bahan.

Teh Susu *Pearl (Boba)* adalah minuman teh berbasis khusus yang berasal dari Taiwan. Quickly Bubble Tea yang berkantor pusat di pusat Kota Taipei, Taiwan, Quickly Bubble Tea telah berhasil membawa budaya minum teh ke Amerika Serikat, sebagaimana Quickly Bubble Tea hanya menggunakan bahan-bahan top-of-the-line untuk membuat produk-produk kami. Sebagian besar bahan-bahan kami diimpor dari Taiwan

sehingga pecinta teh dapat memiliki pengalaman yang benar-benar berbeda dalam mencoba minuman Taiwan yang unik ini. Daun teh Quickly Bubble Tea dipilih dan ditambah dengan resep yang luar biasa dari Quickly Bubble Tea. Quickly Bubble Tea menyediakan 300 minuman unik yang telah mereka sempurnakan selama dekade terakhir.

3. Calais - Artisan Bubble Tea & Coffee



Gambar 2.4

"CALAIS - Bubble Tea Artisan & Coffee" menawarkan semangat kami dalam menciptakan konsep baru toko *Bubble Tea* di masyarakat urban yang serba cepat. Menyediakan teh dan kopi terbaik untuk permintaan konsumen yang mencari kualitas tinggi. Standar manajemen kami telah terbukti dengan kualitas *SOP* kami & alur kerja karyawan.

Menu andalan kami, Calais Milk Latte dan Rock A Salt Tea, menawarkan konsep baru yang menyegarkan kepada menu *bubble tea* yang *stereotype*. Kami menawarkan tapioka khusus sebagai topping: *All Time Pearl*, *Baby Pearl* dan yang paling terkenal *Pink Pearl*.

Kami tidak menggunakan teh siap saji, kami hanya menggunakan daun teh segar. Semua daun teh kami disertifikasi *Grade A* segar yang diimpor langsung dari Taiwan dan diseduh pada suhu tertentu untuk memastikan kualitas dan konsistensi. Begitu juga biji kopi kami yang awalnya berasal dari Indonesia dan dipanggang oleh roaster lokal terkenal, *Anomali Coffee*.

2.5 Preposisi

Keunggulan dari Hop Hop Bubble Drink ini adalah :

1. Merupakan pelopor minuman bubble tea pertama di Indonesia
2. Memiliki 26 pilihan rasa yang berbeda beda
3. Memiliki 150 outlet yang tersebar di Indonesia

2.6 SWOT

2.6.1 Strength

1. Hop Hop dikenal sebagai pelopor minuman bubble tea pertama di Indonesia
2. Hop Hop memiliki 26 pilihan rasa yang berbeda
3. Bubble tapioka yang digunakan Hop Hop diimpor langsung dari Taiwan

2.6.2 Weakness

1. kurangnya media promosi yang dapat membantu memperkenalkan produk produk dari Hop Hop itu sendiri
2. Pelayanan terhadap konsumen yang kurang cepat

2.6.3 Opportunity

Dapat menjadi pilihan utama masyarakat Indonesia dalam memilih minuman *bubble tea*.

2.6.4 Threat

1. Banyaknya gerai-gerai *bubble tea* lain yang menawarkan pilihan rasa yang lebih variatif
2. Beberapa gerai-gerai *bubble tea* lain memberikan pilihan *topping* selain *bubble* tapioka seperti agar agar, *bubble* tapioka merah jambu, dan lain lain.