

ABSTRAK

FULA merupakan produk minuman fermentasi berbasis nanas (tepache) yang hadir dengan empat varian rasa dan memberikan sensasi menyegarkan dari soda alami. Melalui dua tahapan proses fermentasi, FULA menawarkan manfaat kesehatan berupa probiotik dan menjadi pilihan minuman probiotik yang cocok bagi penderita intoleransi laktosa, vegan/vegetarian, dan dapat dikonsumsi oleh konsumen dari berbagai usia. Persepsi memegang peran penting dalam proses keputusan pembelian konsumen dalam memilih minuman kesehatan. Salah satu faktor signifikan yang memengaruhi persepsi adalah klaim terkait kesehatan. Maka dari itu, penelitian ini dijalankan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh klaim probiotik terhadap peluang usaha FULA. Penelitian ini terdiri dari penelitian kualitatif yang dilakukan dengan *interview* serta *focus group discussion* (FGD) dan kuantitatif yang dilakukan dengan kuesioner, evaluasi sensori, tes alfa, serta pengujian laboratorium. Berdasarkan penelitian, didapatkan bahwa klaim probiotik berpengaruh signifikan dalam memilih produk yang hendak dibeli. Perhitungan jumlah BAL sebagai bakteri probiotik pada seluruh varian didapati memenuhi syarat SNI 7552:2009 tentang Minuman Susu Fermentasi Berperisa yaitu minimum 10^6 CFU/mL. Namun, masih terdapat keterbatasan bagi FULA untuk mendapatkan klaim dari BPOM dikarenakan beberapa persyaratan lain yang membutuhkan penelitian lebih lanjut. Sebagai *brand* baru di pasar, didapati beberapa permasalahan yang dihadapi FULA sehingga dibuatlah objektif pemasaran utama yaitu produk FULA dicoba oleh masyarakat sebagai langkah awal pengenalan *brand* beserta produknya yang merupakan minuman probiotik berbasis nabati. Objektif ini dicapai dengan mengadakan kampanye “*Better Living with FULA*”. Mutu FULA dipertahankan dengan operasional FULA yang dilengkapi dengan SOP dan HACCP. Secara finansial, FULA didapati sebagai usaha yang layak dijalankan dan memiliki peluang yang baik untuk dikembangkan.

Kata kunci: fermentasi, klaim kesehatan, peluang usaha, minuman probiotik, tepache

ABSTRACT

FULA is a fermented pineapple-based beverage product (tepache) with four flavors and provides a refreshing sensation from natural soda. Through a two-stage fermentation process, FULA offers health benefits in the form of probiotics and is the choice of probiotic drinks that are suitable for people with lactose intolerance, vegan/vegetarian, and can be consumed by consumers of all ages. In choosing healthy drinks, perception plays an important role in the consumer purchasing decision process. One of the significant factors influencing perceptions is health-related claims. Therefore, this study was carried out with the aim of knowing the effect of probiotic claims on FULA's business opportunities. This research consists of qualitative research conducted by interviews and focus group discussion (FGD) and quantitative research conducted by questionnaire, sensory evaluation, alpha test, and laboratory testing. Based on the research, it was found that probiotic claims had a significant effect in choosing the product to be purchased. Calculation of the number of LAB as probiotic bacteria in all variants was found to meet the SNI 7552:2009 about Flavored Fermented Milk Drink requirements, namely a minimum of 10^6 CFU/mL. However, there are still limitations for FULA to obtain claims from BPOM due to several other requirements that require further research. As a new brand in the market, there were several problems faced by FULA. Therefore, the main marketing objective is FULA products to be tried by the public as the first step on introducing the brand and its products which were plant-based probiotic drinks. This objective was achieved by holding a "Better Living with FULA" campaign. FULA quality is maintained with FULA operations equipped with SOP and HACCP. Financially, FULA was found to be a viable business and has good opportunities for development.

Keywords: *fermentation, health claim, business opportunity, probiotic drink, tepache*