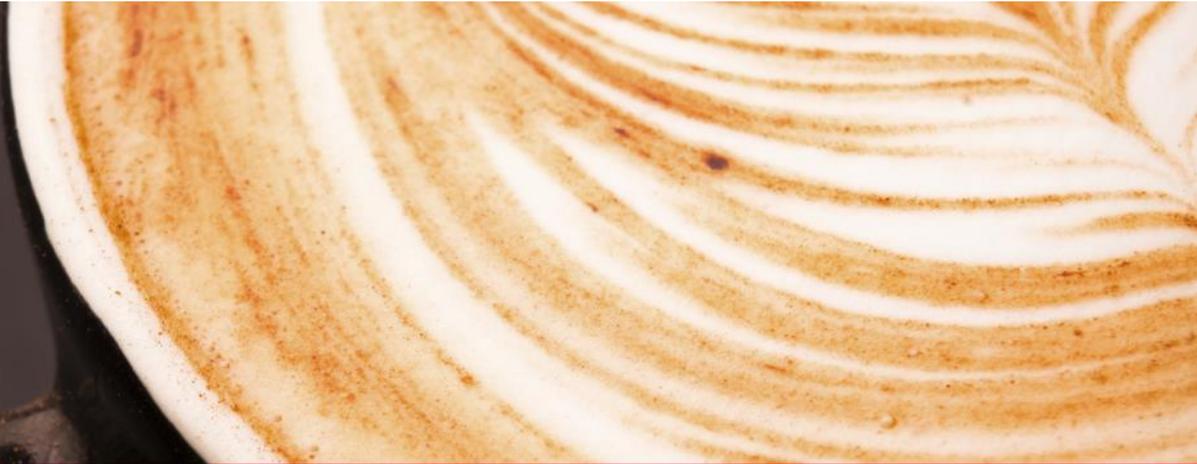


DECEMBER 2019



# SPRING OF LIFE

SLICE OF LIFE FROM EASTSPRING INVESTMENTS

## BOBA, SI MANIS YANG MEMANJAKAN

Akhir-akhir ini sering kali kita melihat *posting-an* teman-teman kita terkait dengan makanan dan minuman yang dianggap lagi ngetren saat ini. Sebagian dari kita tentunya gak asing lagi dengan yang namanya “Boba” atau dikenal sebagai Bubble Tea yang terus menjadi *hype* di ibu kota Jakarta. Nama-nama merek populer menjadi sasaran utama misalnya Chatime, Koi, Kokumi, Tiger Sugar, dan Xing Fu Tang. Toko-toko kecilpun turut menjamur di mana-mana menyambut fenomena boba ini, hingga merek tidak cukup terkenal. Sebagian konsumen bahkan ada yang rela mengambil antrian panjang dengan waktu tunggu lebih dari 2 jam hanya untuk mendapatkan segelas *bubble tea* ini. Apalagi dengan promo tambahan Gopay/OVO membuat fenomena ini semakin menjadi-jadi.

Kali ini kami tertarik untuk mengangkat tema boba drink lantaran entah mengapa minuman yang satu ini semakin fenomenal. Improvisasi dunia kuliner yang cenderung ekstrem membuat boba ini bahkan sekarang dicampur dengan makanan-makanan yang tidak terbayangkan sebelumnya. Apakah tren ini masih akan berlanjut kedepannya? Apakah tingginya kalori *Bubble Tea* sebanding dengan rasanya? Mari kita simak ulasan dibawah ini.

### SEMUANYA BERMULA DI SINI

Sebagian besar orang Indonesia mungkin belum tahu tentang asal muasal bubble tea. Bubble tea awalnya adalah sebuah minuman teh berasal dari Taiwan yang ditemukan di daerah Tainan dan Taichung dari sebuah kios bernama Chun Shui Tang pada tahun 1980. Tehnya yang mirip dengan teh tarik di mana ada campuran susu dan pilihan gula yang dipercantik dengan topping bola-bola tapioka.

Bola-bola yang seperti gelembung inilah yang 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. Bubble tapioka ini juga diidentikkan dengan mutiara, jadi tak salah kalau ada yang menamainya pearl tea. Dua Jenis yang paling populer adalah black pearl milk tea dan green pearl milk tea. Minuman ini lalu menjadi populer di Asia Timur dan Asia Tenggara pada tahun 1990-an.





## BOBA DI INDONESIA, DULU DAN SEKARANG

Bubble tea/Boba sebenarnya telah ada di Indonesia sejak beberapa dekade yang lalu, dengan pemain awal seperti nama-nama Quickly dan Hophop. Namun, di masa lalu bubble tea belum terlalu populer, dibandingkan dengan seperti sekarang ini. Bahkan kedua nama ini juga sudah jarang kita temui saat ini.

Di masa lalu, minuman bubble tea di Indonesia kebanyakan terbuat dari teh atau air yang dimaniskan dengan sirup berbagai rasa buah/coklat dan akhirnya diberi berbagai topping, termasuk jeli dan boba. Namun, baru-baru ini produk bubble tea terlaris adalah yang dibuat dengan basis teh dengan campuran susu dan boba. Menurut pendapat saya, perbedaan terbesar dalam bubble tea hari ini dan di masa lalu adalah bahwa di masa lalu bubble tea sebagian besar terdiri dari aditif seperti penguat rasa, pengawet, pewarna buatan, dan gula. Hal ini dikarenakan bubble tea masa lalu lebih berbasis sirup dibandingkan dengan basis susu pada saat ini. Baru-baru ini ada lonjakan popularitas dalam bubble tea susu dan gula aren di Jakarta.

Hampir semua toko bubble tea menggunakan sedotan besar yang ikonik yang mudah diidentifikasi orang. Bubble tea umumnya tersedia dalam berbagai rasa dengan bola tapioka rasa yang berbeda. Pelanggan biasanya memesan dengan memilih kombinasi utama teh, topping tambahan, kadar gula, dan kadar es. Sebagian besar konsumen bubble tea adalah anak-anak dan dewasa muda hingga usia 30 tahun. Sementara itu, konsumen yang berusia di atas 30 tahun umumnya lebih sadar akan kesehatan dan cenderung membatasi asupan minuman yang memanjakan mereka ini.

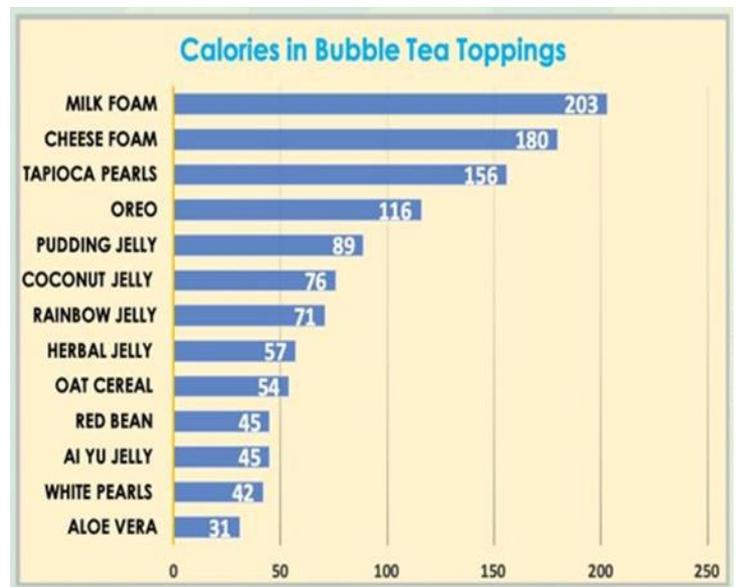
Fenomena bubble tea ini juga semakin ditopang oleh adanya promo dari Gopay, OVO, Dana dan media uang elektronik lainnya. Belum lagi, orang-orang yang sering menggunakan media sosial seperti Instagram dan Twitter ingin berbagi cerita dan momen kehidupan mereka, fakta ini telah menjadi faktor besar bagi popularitas minuman bubble tea yang tersebar luas saat ini. Ditambah dengan penampilan yang menarik dari cangkir dan kemasan bubble tea, orang-orang semakin ingin berbagi dan mengunggah foto-foto bubble tea ini ke komunitas mereka. Tren ini terus berlanjut bahkan sampai hari

ini dan seiring waktu minuman bubble tea telah membangun basis penggemar yang besar di Indonesia. Sampai-sampai akhir ini ada Festival Boba di Jakarta pada akhir September 2019 yang ramai pengunjung, mereka menjadi tuan rumah dari sebanyak 25 merek berbeda bubble tea termasuk merek-merek populer seperti Xing Fu Tang, Kokumi, Tiger Sugar, dan banyak lagi.

## TINGGINYA KALORI BUBBLE TEA, SEBANDINGKAH DENGAN RASANYA?

Berbicara tentang bubble tea, tentunya kita tak bisa jauh dari pembahasan tingginya kalori bubble tea. Pasalnya, minuman ini sudah jelas banyak ditambahkan pemanis dan topping yang sarat dengan kalori. Walau begitu, peminatnya tak kunjung surut dan merek baru dengan variasi rasa terus berdatangan. Lalu, bagaimana dengan kalori bubble tea? Sebandingkah kenikmatan minuman ini dengan efeknya untuk kesehatan?

Memang, jumlah kalori bubble tea akan sangat bervariasi, tergantung dari bahan dasar pembuatan dan ukurannya. Namun dalam segelas ukuran reguler berukuran 500 ml,



Sumber: Mount Alvernia Hospital

kalori bubble tea dengan bola-bola tapioka bisa mencapai sekitar 280 sampai 460 kkal per gelas, tergantung dari pilihan topping dan penambahannya.

Para ahli nutrisi menyebut bubble tea sebagai jenis minuman yang paling tidak sehat akibat tingginya kalori bubble tea. Memang terdengar kejam, tetapi label itu perlu diakui kebenarannya. Berdasarkan kalori meter, segelas bubble tea ini setara dengan satu hingga dua piring nasi. Nah loh, jadi buat kalian yang suka diet diet nasi, coba pikirkan lagi kalo minum bubble tea. Kalori bubble tea juga

setara dengan dua kali minuman bersoda, jadi buat kalian yang suka menghindari minuman bersoda juga lebih baik menimbang ulang hal ini.

Pada bulan Juli 2019, sebuah rumah sakit Singapura, Mount Alvernia Hospital memposting artikel tentang kandungan gula dalam minuman bubble tea. Mereka memperingatkan bahwa meskipun teh hitam dan hijau telah dikaitkan dengan pengurangan risiko penyakit kardiovaskular, diabetes, radang sendi, dan bahkan kanker, ternyata penambahan pada minuman bubble tea berbahaya bagi kesehatan kita. Selain itu, berbagai topping yang

tersedia memiliki tingkat kalori sendiri, dengan topping foam susu atau keju yang mengandung jumlah kalori tertinggi.

Selain terkait kalori, ternyata kaitan batasan lemak dan gula yang terkandung juga cukup mengkhawatirkan. Bubble tea menyumbang lemak hingga 36 gr per saji, lebih dari setengah batasan asupan lemak ke tubuh (67gr). Padahal, American Heart Association merekomendasikan hanya mengonsumsi 7% lemak dari total kalori 2.000 kkal per hari. Beberapa efek negatif yang bisa terjadi akibat peningkatan dan penumpukan lemak trans adalah meningkatkan risiko penyakit jantung, stroke, dan diabetes melitus tipe 2. Kenaikan lemak trans yang tak terkontrol juga berisiko menyerang kemampuan memori dan reproduksi.

Sedangkan terkait kadar gula di dalamnya, penelitian menunjukkan bahwa segelas bubble dengan level kemanisan reguler mengandung 30-50 gr gula, yang mana 68% lebih banyak dari ambang batas konsumsi harian gula yang ditetapkan oleh Badan Kesehatan Dunia (WHO). Bayangkan, banyaknya gula ini belum termasuk gula dari nasi putih yang dimakan, dari tambahan kecap manis di hidanganmu, atau beberapa potong buah sebagai pencuci mulut. Tak heran, diabetes melitus tipe 2 kian menjadi ancaman di usia produktif dan menempatkan Indonesia di peringkat ke-6 dunia dengan jumlah penyandang diabetes usia 20-79 tahun sekitar 10,3 juta orang.

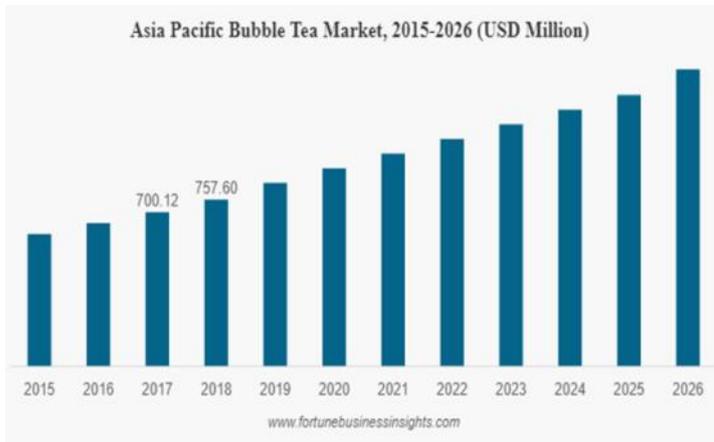




**MENIUP GELEMBUNG POTENSI BUBBLE TEA**

Potensi bubble tea tentunya masih sangat menjanjikan kedepannya. Terlepas dengan bermacam ancaman kesehatan yang ada, 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 tea pada tahun 2018 adalah sekitar USD 1,89 miliar dan diperkirakan akan tumbuh hampir 2x lipat hingga USD 3,49 dalam 8 tahun mendatang yaitu pada tahun 2026.

**Pasar Bubble Tea (Boba) Global dan Indonesia**



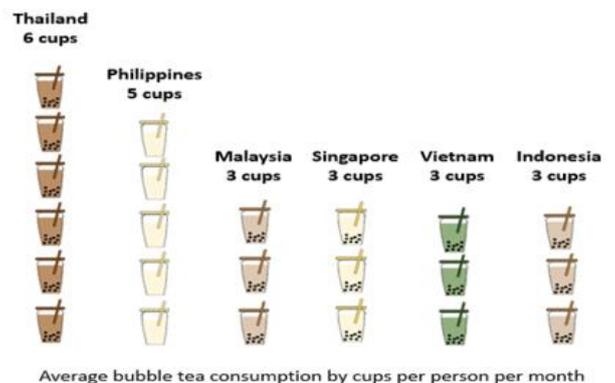
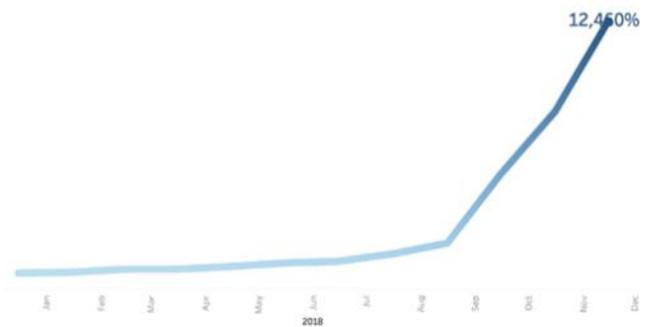
Sumber: Fortune Business Insights

Ini menunjukkan CAGR sekitar 8,09% dari periode tahun 2019-2026. Saat ini, pangsa pasar terbesar adalah di Asia Pasifik dengan pangsa pasar sekitar USD 757,6 juta pada tahun 2018, dan diharapkan tumbuh dari periode tahun 2019-2026 pada CAGR sekitar 10,07% lebih tinggi dari pertumbuhan global.

Sebagai data tambahan menurut data GrabFood, rata-rata pengguna di Singapura, Malaysia, dan Indonesia memesan tiga cangkir bubble tea per bulan. Grab mengatakan bahwa pesanan untuk bubble 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. Waktu yang paling populer untuk memesan bubble tea adalah saat makan siang dari sekitar jam 12 siang hingga jam 2 siang. Sementara itu dari Januari hingga Desember 2018, jumlah pengguna GrabFood yang memesan bubble tea meningkat sekitar 1.200 kali. Di Indonesia sendiri, rata-rata bubble tea yang dijual dibanderol seharga Rp. 15.000 hingga Rp. 30.000. Dengan adanya promo tambahan hingga 10-60% dari media berbayar seperti Gopay, OVO, Dana dan sejenisnya, segelas bubble tea bisa didapatkan dengan harga Rp.5000-15000. Tak heran kita sering menemukan antrian panjang di kedai-kedai bubble tea. Rata-rata, konsumen Indonesia membeli sekitar 50 juta gelas bubble tea per tahun, yang menunjukkan kepada kita bahwa ukuran pasar bubble tea Indonesia adalah sekitar Rp. 1,4 triliun pada 2018.

Bubble-Tea-Lover growth on GrabFood



Sumber: GrabFood

## PENUTUP

Saya masih cukup yakin bahwa pada saat ini konsumen masih lebih mempertimbangkan kepuasan daripada kalori. Kehadiran media sosial dan juga inovasi pilihan bubble tea yang terlihat menarik dari berbagai merek serta topping dan rasa akan mendukung serta meningkatkan permintaan dari konsumsi bubble tea di Indonesia kedepannya. Beberapa konsumen mungkin sudah menyadari akan ancaman kesehatan yang didapat jika dikonsumsi berlebihan. Namun, saya percaya kedepannya konsumen juga akan mempertimbangkan kesehatan terkait gaya hidup yang lebih sehat.

Sebagai penutup, memang minuman ini sangat memanjakan dan saya rasa masih cukup aman untuk dikonsumsi selama tidak berlebihan. Menurut saya, mungkin akan lebih baik apabila kita memilih gelas dengan ukuran paling kecil dengan kadar gula lebih rendah (30% ke bawah), meminta susu segar, serta membatasi diri hanya 1 atau 2 gelas seminggu dengan pertimbangan kesehatan. Terakhir, jangan lupa juga untuk berolahraga secara teratur.

Penulis,

**Erik Agustinus Susanto**

Head of Investment Specialist and Portfolio Manager

**Joshua Yuwono**

Investment Specialist and Portfolio Analysis

**“Take care of your body. It’s the only place you have to live.”**

—Jim Rohn



## INFORMASI PENTING

## Eastspring Investments Indonesia

Eastspring Investments adalah perusahaan manajer investasi bagian dari grup Prudential plc (UK) di Asia. Kami adalah salah satu dari perusahaan manajer investasi terbesar di Asia, beroperasi di 11 negara Asia dengan 3000 karyawan dan jumlah dana kelolaan sekitar USD 216 miliar per 30 Juni 2019. Eastspring Investments Indonesia adalah Lembaga Manajer Investasi yang telah memiliki izin usaha, terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan. Saat ini Eastspring Investments Indonesia adalah salah satu perusahaan manajer investasi terbesar di Indonesia dengan dana kelolaan sekitar Rp 89,69 triliun per 31 Oktober 2019. Didukung oleh para profesional yang handal dan berpengalaman di bidang manajemen investasi dan reksa dana, Eastspring Investments Indonesia berkomitmen penuh menyediakan layanan keuangan berkualitas untuk memenuhi beragam kebutuhan investasi Anda.



A member of Prudential plc (UK)

## Informasi lebih lanjut hubungi:

PT Eastspring Investments Indonesia

Prudential Tower Lantai 23

Jl. Jend. Sudirman Kav. 79, Jakarta 12910

Telepon: +(62 21) 2924 5555

Fax: +(62 21) 2924 5566

[eastspring.co.id](http://eastspring.co.id)



## Disclaimer

Dokumen ini hanya digunakan sebagai sumber informasi dan tidak diperbolehkan untuk diterbitkan, diedarkan, dicetak ulang, atau didistribusikan baik sebagian ataupun secara keseluruhan kepada pihak lain manapun tanpa persetujuan tertulis dari PT Eastspring Investments Indonesia. Isi dari dokumen ini tidak boleh ditafsirkan sebagai suatu bentuk penawaran atau permintaan untuk pembayaran, pembelian atau penjualan dari setiap jenis Efek yang disebutkan di dalam dokumen ini. Meskipun kami telah melakukan segala tindakan yang dibutuhkan untuk memastikan bahwa informasi yang ada dalam dokumen ini adalah tidak keliru ataupun tidak salah pada saat penerbitannya, kami tidak bisa menjamin keakuratan dan kelengkapan informasi dalam dokumen ini. Perubahan terhadap setiap pendapat dan perkiraan yang terdapat dalam dokumen ini dapat dilakukan kapanpun tanpa pemberitahuan tertulis terlebih dahulu. Para investor disarankan untuk meminta nasehat terlebih dahulu dari penasihat keuangannya sebelum berkomitmen melakukan investasi pada unit penyertaan dari setiap produk keuangan kami. PT Eastspring Investments Indonesia dan seluruh pihak terkait dan perusahaan terafiliasinya beserta seluruh direksi dan karyawannya, bisa mempunyai kepemilikan atas Efek yang disebutkan dalam dokumen ini dan bisa juga melakukan atau berencana untuk melakukan perdagangan dan pemberian jasa investasi kepada perusahaan-perusahaan yang Efeknya disebutkan dalam dokumen ini dan juga kepada pihak-pihak lainnya. Seluruh grafik dan gambar yang ditampilkan hanya digunakan untuk maksud ilustrasi. Kinerja masa lalu tidak bisa dijadikan sebagai indikasi untuk kinerja masa depan. Seluruh prediksi, perkiraan, atau ramalan pada kondisi ekonomi, pasar modal atau kecenderungan ekonomi yang terjadi pada pasar tidak bisa dijadikan sebagai indikasi untuk masa depan atau kemungkinan kinerja PT Eastspring Investments Indonesia atau setiap produk yang dikelola oleh PT Eastspring Investments Indonesia. Nilai dan setiap penghasilan yang dicatat sebagai imbal hasil dari investasi yang dilakukan, apabila ada, dapat mengalami penurunan ataupun kenaikan. Nilai dan setiap penghasilan yang dicatat sebagai imbal hasil dari investasi yang dilakukan, apabila ada, dapat mengalami penurunan ataupun kenaikan. Suatu investasi mengandung risiko investasi, termasuk kemungkinan hilangnya jumlah pokok investasi itu sendiri. PT Eastspring Investments Indonesia merupakan anak perusahaan yang dimiliki seluruhnya oleh Prudential plc yang berkedudukan di Inggris Raya sebagai pemegang saham teratas dalam struktur kepemilikan saham grup perusahaan. PT Eastspring Investments Indonesia dan Prudential plc UK tidak terafiliasi dalam bentuk apapun dengan Prudential Financial, Inc., yang memiliki kedudukan utama di Amerika Serikat atau dengan Prudential Assurance Company, anak perusahaan M&G plc (sebuah perusahaan gabungan di Inggris Raya).

Konten dokumen ini tidak dapat digunakan setelah melewati 3 (tiga) bulan persetujuan publikasi.