

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan perekonomian di Indonesia semakin lama semakin mengalami sebuah perubahan menuju kearah yang lebih baik. Hal tersebut dikarenakan adanya pengaruh perubahan zaman yang serba modern dan kemudahan atas akses informasi yang tersedia. Hal ini menuntut setiap masyarakat di Indonesia khususnya para wirausahawan untuk berfikir lebih cerdas, kreatif dan inovatif dalam memasarkan produknya. Selain itu, pertumbuhan perekonomian di Indonesia juga dipengaruhi oleh adanya revolusi industri gelombang ke empat atau yang juga disebut “Industri 4.0” dimana revolusi industri tersebut menjadi sebuah tren terbaru yang mengharuskan semua elemen didalamnya berbasis teknologi. Menyikapi perubahan global dan masif ini, pemerintah telah menghimbau untuk mengaplikasikan program ekonomi kreatif yang disasarkan kepada semua sektor perekonomian di Indonesia yakni meliputi sektor telekomunikasi, sektor pariwisata, sektor manufaktur, sektor industri dan sektor agribisnis. Dari beberapa sektor tersebut yang memiliki peran paling besar adalah di sektor industri dan sektor agribisnis. Hal ini disebabkan karena kedua sektor tersebut memiliki prosentase terbesar yang berkontribusi terhadap pertumbuhan dan perkembangan perekonomian di Indonesia.

Masalah utama yang dihadapi kebanyakan Negara Sedang Berkembang (NSB) termasuk Indonesia hingga saat ini adalah bagaimana memanfaatkan sumber daya manusia yang berlimpah dan kebanyakan belum terlatih (*unskilled*), sehingga jumlah penduduk yang tinggi bukan merupakan suatu beban pembangunan, namun menjadi sebuah modal untuk suatu pembangunan dan turut memberikan dampak yang baik bagi perekonomian. Dengan adanya kerjasama di sektor industri dan agribisnis, dapat tercipta sebuah bentuk kegiatan usaha industri berbasis agribisnis yang dapat menyerap tenaga kerja. Kegiatan ini salah satunya diwujudkan dalam suatu bentuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Pengembangan UMKM kini menjadi alternatif pilihan strategis dalam menggerakkan perekonomian nasional. Dengan kegiatan usahanya yang mencakup hampir di semua lapangan,

kontribusi UMKM menjadi sangat berdampak bagi penyerapan tenaga kerja dan peningkatan pendapatan suatu kelompok masyarakat dengan pendapatan rendah. Berbagai jenis usaha UMKM prospektif untuk dijalankan salah satunya adalah usaha pada bidang pangan yakni makanan dan minuman.

Pada era dimana setiap kebutuhan menjadi semakin beragam, berdampak pula pada perubahan pola konsumsi manusia. Yang akhirnya menjadikan usaha dalam bidang pangan menjadi dapat dikatakan sebagai usaha yang cukup menjanjikan. Hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya usaha makanan ataupun minuman yang jumlahnya semakin meningkat secara signifikan dari tahun ke tahun. Dengan adanya keragaman serta kemudahan teknologi, manusia semakin menyukai segala hal yang praktis, instan dan mudah terutama untuk mencukupi kebutuhan primer mereka. Perubahan pola konsumsi ini menyebabkan munculnya berbagai bisnis industri minuman (*beverages*) di Indonesia, dimana bisnis minuman tersebut berkembang secara pesat dengan berbagai produk yang inovatif dan beragam. Keanekaragaman ini dapat ditinjau mulai dari jenis minuman yang disajikan, varian rasa, harga, hingga sistem *packaging* yang dibuat semenarik mungkin agar dapat diterima oleh konsumen.

Teh merupakan salah satu minuman favorit di dunia yang tinggi akan permintaannya. Pengetahuan tentang khasiat mengkonsumsi teh, menjadikan teh komoditas andalan ekspor bagi negara Indonesia. Sebagai bahan minuman, teh memiliki nilai lebih dibandingkan dengan minuman lainnya mengingat teh kaya akan mineral dan vitamin yang diperlukan oleh tubuh. Berdasarkan data statistik teh Indonesia, produksi teh di Indonesia pada tahun 2016 mencapai 154.688 ribu ton. Hal ini menunjukkan kenaikan yang signifikan dari tahun-tahun sebelumnya yakni pada tahun 2015 produksi teh mencapai 154.598 ribu ton dan pada tahun 2014 produksi teh mencapai 154.369 ribu ton. Dengan adanya data tersebut, dapat disimpulkan bahwa minat dan permintaan konsumen di Indonesia terhadap teh cukup tinggi.

Usaha minuman cepat saji terus menunjukkan pertumbuhan yang sangat pesat. Salah satu produk minuman teh cepat saji inovatif yang digemari oleh konsumen adalah produk minuman *thai tea*. *Thai tea* merupakan varian teh asal

negeri gajah putih, Thailand yang kini sudah mendunia hingga masuk sampai ke Indonesia termasuk di Kota Jember. *Thai tea* adalah olahan teh yang penyajiannya sekilas mirip dengan teh tarik tetapi memiliki rasa yang berbeda. *Thai tea* berasal dari campuran teh hitam, *creamer* bubuk, susu kental manis, susu evaporasi, dan gula serta memiliki rasa yang pahit namun tak begitu pekat. *Thai tea* dapat disajikan dalam keadaan panas maupun dingin.

Di Kabupaten Jember sendiri, produk *thai tea* dijual melalui *franchise* ataupun kedai. *Franchise* adalah perjanjian pembelian hak untuk menjual produk dan jasa dari pemilik usaha. Dimana dalam hal ini *franchisee* (pemilik *franchise*) beroperasi dibawah merk/nama dagang yang sama, format dan prosedur dimiliki atau dikendalikan oleh *franchisor* (pemilik usaha) dan *franchisee* telah melakukan suatu investasi didalamnya dengan sumber dananya sendiri (Sukandar, 2004 dalam Astuti, 2005). Apabila ditinjau dari segi pemasaran di kabupaten Jember, produk minuman cepat saji *thai tea* ini masih tergolong kurang. Hal ini dapat dibuktikan dengan fakta bahwa di Kabupaten Jember hanya terdapat 3 *franchise* dan 1 cafe yang menjual *thai tea*. Fakta tersebut tidak sebanding dengan banyaknya peminat produk *thai tea* di Kabupaten Jember. Selain memperhatikan segi pemasaran dan kualitas produk dari *thai tea* sendiri, pengemasan yang tepat dan efisien juga sangat memengaruhi daya beli terhadap produk ini. Pada umumnya, produk *thai tea* disajikan secara dingin dalam gelas cup plastik dengan ukuran cup 500 ml yang dijual dengan harga Rp 9.000-Rp 15.000/cup. Dibanding dengan minuman cepat saji yang lain, *thai tea* tergolong minuman cepat saji dengan harga yang dapat terbilang mahal bagi sebagian konsumennya. Dengan adanya analisis permasalahan pada produk *thai tea* yang beredar di pasaran serta untuk menambah nilai jual minuman cepat saji *thai tea*, dibutuhkan suatu pengembangan produk serta pengemasan yang efisien sehingga seluruh elemen konsumen dapat menjangkau produk ini. Berdasarkan hal tersebut, maka dalam kegiatan ini akan dilakukan analisis usaha minuman cepat saji *thai tea* berdasarkan perhitungan Break Even Point (BEP), Revenue Cost Ratio (R/C Ratio), Return On Investment (ROI) dan saluran pemasarannya agar dapat mengetahui tingkat kelayakan usaha yang dijalankan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, maka dapat diambil beberapa rumusan masalah tugas akhir, antara lain:

1. Bagaimana proses produksi minuman *thai tea* kemasan botol di Kelurahan Sumbersari Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember ?
2. Bagaimana hasil studi kelayakan bisnis minuman minuman *thai tea* kemasan botol di Kelurahan Sumbersari Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember berdasarkan *Break Even Point* (BEP), *Revenue Cost Ratio* (R/C Ratio) dan *Return On Investment* (ROI)?
3. Bagaimana saluran pemasaran usaha minuman cepat saji *thai tea* di Kelurahan Sumbersari Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember ?

1.3 Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan

Berdasarkan beberapa rumusan masalah yang ada, maka tujuan dari tugas akhir antara lain:

1. Dapat melakukan proses produksi minuman *thai tea* kemasan botol di Kelurahan Sumbersari Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember.
2. Dapat menganalisis kelayakan usaha produksi minuman *thai tea* kemasan botol di Kelurahan Sumbersari Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember berdasarkan *Break Even Point* (BEP), *Revenue Cost Ratio* (R/C Ratio) dan *Return On Investment* (ROI).
3. Dapat menentukan saluran pemasaran usaha minuman *thai tea* kemasan botol di Kelurahan Sumbersari Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember.

1.3.2 Manfaat

Berdasarkan tujuan yang telah ditetapkan, maka manfaat Tugas Akhir ini meliputi :

1. Bagi penulis, dapat menambah wawasan dan pengetahuan untuk mengembangkan kemasan dalam suatu produk.
2. Bagi mahasiswa, dapat menumbuhkan jiwa kewirausahaan dan dijadikan sebagai referensi dalam penulisan tugas akhir.
3. Bagi masyarakat, dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan yang akan membuat usaha tentang pengembangan kemasan suatu produk yang telah ada.