

THAI TEA SEBAGAI PELUANG USAHA MAHASISWA

Hikrawati¹, Inka², Satriani³, Nurwahidah⁴, Nurhidayah⁵, Syamsul Alam Ramli⁶

¹²³⁴⁵⁶Universitas Muhammadiyah Palopo

*Corresponding author,

E-mail: : (inkajuslanlan@gmail.com)*

Abstract:

This journal is a study that discusses opening a contemporary drink business (Thai Tea a) as a student business opportunity. This study aims to provide an understanding of opening a contemporary beverage business (Thai Tea) as a student business opportunity. Research conducted is descriptive qualitative. The results of this study say that the Thai Tea beverage business has very good opportunities, this is indicated by the large number of enthusiasts who like this drink. This can be seen from the results of the interviews that Thai Tea is the best choice and there are many enthusiasts who are accompanied by driving factors, namely strategic selling locations, attractive packaging and achieving the desired target market. Even though the selling location is on the campus, Thai Tea enthusiasts are in great demand, from children to adults.

Keywords: *Thai Thea; Student Business Opportunities.*

Pendahuluan

Minuman adalah salah satu kebutuhan manusia sehari-hari, minuman yang diminum setiap harinya tentu beragam. Dimulai dari air putih, jus, susu, kopi, dan minuman rasa lainnya. Minuman kekinian atau minuman seperti rasa *Thai Tea* ternyata mulai banyak digemari oleh banyak masyarakat mulai dari kalangan anak-anak sampai orang dewasa.

Meski telah banyak yang membuka bisnis *Thai Tea*, namun potensi bisnis tersebut masih terbuka lebar. Seperti yang peneliti lakukan, ia memilih untuk membuka bisnis kedai *Thai Tea* yang di beri nama Kedai Hilal berlokasi Desa Laba Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara. Meskipun di desa, *Thai Tea* sangat digemari banyak masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Adanya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat cepat, para pengusaha melakukan iklan di media sosial agar bisnisnya di ketahui banyak masyarakat di luar maupun di dalam desa Laba. Pengusaha di bidang minuman *Thai Tea* menggunakan banyak akal untuk tetap memikat pelanggannya dengan mengadakan promo setiap hari yang di tentukan oleh pengusaha. Contohnya melakukan promo gratis ongkir dan promo jum'at berkah beli 3 gratis 1. Tak hanya itu pebisnis juga membuat label cup minuman *Thai Tea* menjadi semenarik mungkin. Hal itu di lakukan agar pelanggan tetap menyukai usaha kita dan tidak bosan berbelanja di kedai Hilal. Meskipun banyaknya pebisnis di luar sana dengan berbagai macam merek, namun sudah menjadi rahasia umum bahwa para pelanggan suatu produk bisa saja tertarik hanya karena program promo yang diselenggarakan oleh pemilik kedai.

Salah satu bisnis yang dapat dilakukan guna memperoleh keuntungan adalah dengan mendirikan usaha kecil. Usaha kecil merupakan kelompok usaha yang perannya cukup signifikan dalam perekonomian Indonesia, dengan jumlah pelaku usaha kecil yang diperkirakan sebagian besar bergerak di sektor informal (Utama & Nawawi, 2022)

Salah satu usaha kecil yang berkembang pada masa ini adalah bisnis minuman kekinian yaitu sejenis *Thai Tea*, peluang usaha *Thai Tea* atau minuman manis serta dingin di Indonesia masih terbuka lebar. *Thai Tea* artinya varian teh yang berasal dari negeri gajah putih Thailand yang kini telah mendunia. Teh ini mempunyai rasa manis sebab di campur dengan gula dan susu kental manis serta tentunya disajikan dingin membuat minuman ini semakin nikmat. Menjadi salah satu minuman yang populer dengan potensi pasar yang relatif luas, *Thai Tea* bisa sebagai peluang bisnis yang menjanjikan, (Utama & Nawawi, 2022)

Thai Tea mampu dipasarkan di desa-desa karena minuman *Thai Tea* ini minuman yang begitu diminatkan oleh remaja saat ini. Hal ini membuat motivasi bagi mahasiswa untuk membuka usaha minuman kekinian tersebut.

Usaha atau bisnis saat ini mulai berkembang dengan pesat, mulai dari bisnis jasa maupun produk terdapat variasinya sendiri, salah satunya yang menunjukkan perkembangan secara signifikan yakni bisnis di bidang kuliner. Bisnis di bidang kuliner akhir-akhir ini telah menunjukkan perkembangan yang cukup pesat. Hal tersebut di tandai dengan berdirinya berbagai jenis usaha kuliner. Perkembangan di bidang ini dipengaruhi oleh banyak faktor, diantaranya adalah situasi ekonomi Indonesia yang semakin membaik telah mendorong orang untuk memulai usaha baru.

Banyak cara yang dilakukan oleh pengusaha dalam mempromosikan produknya. Salah satunya adalah menggunakan media sosial. Penggunaan media sosial akan membantu pengenalan produk penjualan kepada khalayak luas. Jika sesuai dengan apa yang konsumen inginkan mereka dapat melakukan transaksi secara online. Membangun *brand awareness* dapat dilakukan dengan mengelola media sosial seperti Instagram dengan melakukan aktivitas berupa iklan, tagline, serta menjalankan teknik bauran pemasaran seperti *personal selling*, *sales promotion* dan *public relations* sebagai upaya membangun *brand awareness* tentang suatu produk. (Fetnisari Babang Noti, Herru Prasetyo Widodo, 2021)

Di dunia bisnis strategi pemasaran memiliki peran yang sangat penting dalam tahap pembentukan kesadaran dan pemahaman konsumen. Karena itu sebuah perusahaan membutuhkan perencanaan strategi yang tepat agar dapat diterima dengan mudah oleh masyarakat. Strategi yang dilakukan oleh perusahaan pun beraneka ragam, seperti menawarkan sesuatu produk dengan kemasan yang menarik, harga terjangkau atau lokasi penjualan yang strategis. Selain itu ada pula strategi pemasaran yang berbentuk pemasangan iklan di sejumlah media. Berbagai strategi pemasaran tersebut tidak hanya digunakan untuk mengenalkan keberadaan suatu produk, melainkan juga memberikan pengetahuan mengenai manfaat suatu produk sehingga tercipta keinginan untuk membelinya (Hamdan, 2015).

Konsumen yang semakin selektif dalam berperilaku untuk mengonsumsi dan memilih suatu produk yang diinginkan dan di butuhkan. Oleh sebab itu, perusahaan atau pengusaha harus semakin cerdas dan inovatif dalam menciptakan produk yang sesuai dengan selera konsumen dan juga harus pandai memilah untuk menciptakan suatu lokasi usaha dimana lokasi tersebut dapat

mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk tersebut. Konsumen biasanya yang dilihat bagaimana produk yang ditawarkan. *Thai Tea* merupakan bisnis personal yang bergerak di bidang minuman dengan bahan dasar teh dari Thailand. *Thai Tea* merupakan minuman dari Thailand yang berbahan dasar teh dengan di kombinasikan dengan susu, *Thai Tea* dapat disajikan dingin maupun panas. Saat ini *Thai Tea* sudah banyak membuka yang hampir menyebar di seluruh Indonesia, (Eko Mardianto, Zamhari, 2019)

Hal ini membuktikan bahwa minuman *Thai Tea* semakin dikenal masyarakat dan semakin disukai banyak pelanggan. Pelanggan yang datang ke *Thai Tea* sebagian besar adalah mereka pecinta minuman teh yang dari kalangan pelajar, mahasiswa/mahasiswi, anak-anak, karyawan, masyarakat sekitar, dan orang yang melewati kedai Hilal *Thai Tea* dapat memenuhi keinginan dan menghilangkan dahaga. Minuman *Thai Tea* juga menyediakan berbagai varian rasa yang membuat para pelanggan tidak merasa bosan dengan rasa yang begitu saja. Kombinasi kualitas produk, pelayanan, komunikasi, iklan, varian produk dan lokasi dari suatu produk yang ditawarkan dapat memuaskan strategi pemasaran khususnya dalam meningkatkan volume penjualan yang bersinergi menciptakan kepuasan pelanggan untuk memiliki keputusan pembelian agar melakukan pembelian terus menerus. (Eko Mardianto, dkk, 2019)

Metode

Adapun metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah: 1) Metode penyuluhan kepada masyarakat tentang usaha *Thai Tea* ; 2) Metode promosi produk di media sosial. Kegiatan penelitian ini dilaksanakan di area Desa Laba Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara. Sasaran utama kegiatan program ini adalah masyarakat umum di Desa Laba Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara.

Diskusi

Adapun hasil kegiatan yang diperoleh adalah sebagai berikut: Kedai Hilal *Thai Tea* berlokasi di Desa Laba Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara. Kedai Hilal *Thai Tea* adalah satu satunya yang menjual minuman *Thai Tea* di desa tersebut. Adapun produk kedai Hilal *Thai Tea* .



Gambar 1. Produk Hilal *Thai Tea*

Di desa tersebut bukan desa yang ketinggalan zaman melainkan desa yang sudah mengikuti trend yang ada di kota ,maka dari itu kami bernisiatif untuk

menjual minuman tersebut, sehingga masyarakat yang ada di desa tidak usah lagi keluar jauh-jauh ke kota untuk membeli minuman tersebut.

Untuk memulai suatu usaha tentu ada cerita dibalik semua itu, baik dari segi senang maupun duka tetapi dibalik semua itu ada hikmah yang dapat kita diambil. Kita paling sering iri melihat kesuksesan usaha orang lain tapi tanpa kita sadari dibalik kesuksesan orang lain dapatkan terdapat banyak kesusahan sehingga mereka dapat sukses seperti sekarang. Banyak juga pengusaha yang jatuh bangun saat baru mulai menjalankan usahanya, bahkan sering pengusaha tadi mengalami kerugian dan ada yang hampir nyaris bangkrut. Tetapi sebab karena keberanian, kesabaran ketekunan, keberanian, dan adanya tekad yang bertenaga serta akal budi pada mengelola perjuangan dari saat ke ketika selama bertahun tahun akhirnya berhasil.

Keberhasilan suatu usaha tergantung dari faktor-faktor pengusaha itu sendiri, baik dari dalam maupun dari luar. Faktor dari dalam seperti pengelolaan, tenaga kerja, modal, tingkat teknologi, dan lain sebagainya, sedangkan faktor dari luar seperti tersedianya sarana transportasi dan komunikasi. Pada umumnya kemampuan tersebut diperoleh dari pengalaman-pengalaman sebelumnya, baik pengalaman sendiri maupun orang lain. Kreativitas dan inovasi diperlukan untuk menciptakan pasar, dengan memanfaatkan berbagai peluang yang ada. Kreativitas merupakan kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan menemukan cara baru dalam melihat masalah dan peluang. Sedangkan inovasi adalah kemampuan untuk menerapkan solusi kreatif terhadap masalah dan peluang untuk meningkatkan atau memperkaya kehidupan seseorang.

Kendala yang perlu diketahui ada dua golongan. Pertama yang dapat dihindari yaitu, banyaknya pesaing di luar sana yang juga banyak berjualan *Thai Tea* di pinggir-pinggir jalan, terlebih jika memulainya dengan *brand* sendiri. Agar dapat bersaing dengan brand yang sudah besar, maka diperlukan strategi seperti membuat varian rasa baru yang sedikit berbeda dengan lainnya serta trik-trik yang dapat mengalihkan perhatian pelanggan agar tidak hanya berpatokan dengan *Thai Tea* nya saja. Kendala kedua yaitu yang tak dapat dihindari yang sering terjadi yaitu penurunan omset saat musim hujan. Sama seperti bisnis minuman dingin pada umumnya, *Thai Tea* memiliki kemungkinan akan turun omset saat musim dingin. Pada musim penghujan, masyarakat cenderung mencari makanan atau minuman yang hangat. Jika tertarik membuka bisnis *Thai Tea*, maka ini harus menjadi bahan pertimbangannya.

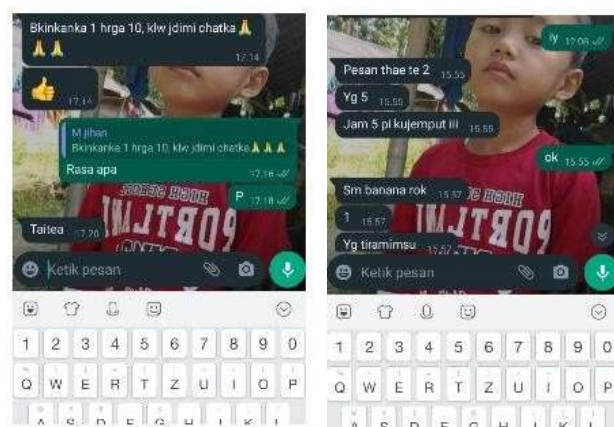
Tepatnya pada Tahun 2022 bulan 8, kami memutuskan untuk membuka usaha minuman ringan yang berbahan dasar Teh dan memberikan nama Kedai Hilal. Membuka usaha dengan bahan dasar teh alasanya karena teh adalah salah satu minuman yang sangat diminati kaum muda bahkan anak-anak dan dewasa, sangat menyukai minuman tersebut terutama *Thai Tea*. Pada bulan pertama berdirinya Kedai Hilal sudah mendapatkan prestasi. Selaku pemilik usaha yang baru memulai merintis kami memberikan pelayanan seperti promosi kepada pelanggan dan harga *Thai Tea* di Kedai Hilal masih terbilang murah dan ramah

dikantong masyarakat, sehingga pelanggan selalu berdatangan, bukan hanya sekali tetapi beberapa kali. Berikut dukungan UMKM Produk Hilal Thai Tea Oleh Bupati Luwu Utara.



Gambar 2. Dukungan UMKM Produk Hilal Thai Tea Oleh Bupati Luwu Utara
Bunda Hj. Indah Putri Indriani, S.IP., M.Si

Promosi yang juga kami lakukan adalah terus memposting di sosial media seperti *Facebook* dan *Whatsapp*. Guna menarik pelanggan bukan hanya masyarakat di Desa Laba. Adanya promosi yang kami lakukan setiap hari memberikan hasil, pelanggan tetap kedai Hilal bukan hanya masyarakat tetapi juga tetangga desa dan masyarakat lain yang hanya sekedar lewat dan singgah dikedai untuk istirahat, bahkan ada yang dari jauh datang ke kedai untuk menikmati kesegaran *Thai Tea* yang kami sajikan. Pelanggan dari jauh yang datang selalu kami berikan pelayanan yang baik. Meminta bantuan ke beberapa pelanggan untuk memposting di *Whatsapp* mereka agar kedai Hilal terus di ketahui lebih banyak masyarakat.



Gambar 3. Testimoni Pesanan Pelanggan Produk Hilal Thai Tea Melalui WhatsApp Business

Prestasi lain yang membanggakan lagi adalah, kedai Hilal kini sudah memiliki tempat sendiri untuk berjualan dan menyambut hangat para pembeli dan

sudah memiliki bermacam variasi rasa seperti *Thai Tea* (menu utama), *lemon tea*, *green tea*, dan *red velvet*. Bermula kami memulai usaha dari rumah dan hanya menjual 1 variasi rasa *Thai Tea*, hanya tetangga yang mengetahui dan membeli *Thai Tea* yang kami jual. Kini kedai Hilal sudah memiliki tempat sendiri dengan pendapatan yang jauh lebih meningkat. Perjuangan berjualan kami kini memulai hasil yang baik. Pelanggan yang terus berdatangan memberikan kami motivasi untuk terus berkembang, mempertahankan cita rasa, identitas rasa, identitas kemasan agar *Thai Tea* tetap membekas di hati pelanggan.

Kami sebagai Mahasiswa yang memulai usaha pada awalnya memiliki prinsip usaha adalah aktivitas, dan aktivitas kita lakukan setiap hari tanpa beban. Prinsip yang kami pegang membuat usaha Kedai Hilal sampai saat ini masih berjalan. Walaupun setiap usaha akan ada titik rendah tetapi kami selalu mengingat bahwa “usaha tidak akan mengkhianati hasil”. Adanya harapan kedai Hilal akan terus berkembang, mendirikan cabang kedai diperkotaan maupun dipedesaan.

Kesimpulan dan Saran

Dapat disimpulkan dengan adanya usaha Kedai Hilal *Thai Tea* dapat membantu perekonomian mahasiswa yang sedang meniti usaha, dan dengan tekad yang kuat bahwa usaha yang di lakukan dengan niat meningkatkan ekonomi dapat memberikan hasil yang baik. Usaha Kedai Hilal *Thai Tea* adalah salah satu usaha kecil yang mempuni, dan dengan begitu dapat mengurangi tingkat pengangguran di wilayah setempat .

Agar usaha tersebut berjalan dengan lancar dan menguntungkan penulis memberikan saran yaitu percaya diri dan yakin bahwa usaha ini dapat menghasilkan dan berjalan lancar dan menerima kritik dan saran dari pembeli.

Ucapan Terimakasih

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta’ala atas segala rahmat dan karunia Nya yang telah memberikan kesehatan dan kesempatan pada peneliti sehingga artikel ini dapat diselesaikan dengan baik. Kepada tim yang telah berusaha keras atas terselesaikan jurnal ini. Atas segala kekurangan baik secara teknis maupun substansi dalam penelitian ini akan disempurnakan di masa yang akan datang.

Daftar Referensi

- Eko Mardianto, Zamhari, H. T. S. M. (2019). Analisis Pengaruh Pelayanan, Promosi Dan Variasi Produk Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Usaha *Thai Tea* Booyah Di. *Jurnal Progresif Manajemen Bisnis*, 6(2), 346–355.
- Fetnisari Babang Noti, Herru Prasetyo Widodo, E. D. S. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Kae *Thai Tea* Dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 3(1), 33–43. <https://doi.org/10.33366/jkn.v3i1.76>
- Utama, S. S. R., & Nawawi, Z. M. (2022). Membuka Usaha Minuman Kekinian (*THAI TEA*) untuk Meningkatkan Jiwa Kewirausahaan bagi Mahasiswa yang Mengalami Pembelajaran Daring. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 2(1), 1541–1546.