

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia adalah negara berkembang. Di negara-negara berkembang, program pembangunan ekonomi nasional menjadi tujuan utama. Pembangunan nasional adalah serangkaian pembangunan yang berkeadilan untuk mencapai tujuan nasional. Keadaan perekonomian Indonesia masih belum stabil, permasalahan perekonomian seperti pengangguran dan kemiskinan terus meningkat. Permasalahan ini perlu diatasi melalui upaya serius pemerintah dan dukungan seluruh lapisan masyarakat untuk melaksanakan berbagai kegiatan pembangunan di semua sektor secara bertahap (Ridha & Putri, 2017).

Hasil dari pembangunan sektor perekonomian adalah berkembangnya sektor industri, yaitu sektor usaha kecil dan menengah. Pembangunan sektor usaha kecil menengah ditujukan agar mampu berkembang secara mandiri guna meningkatkan pendapatan masyarakat serta mengurangi pengangguran dan kemiskinan. Di negara maju dan berkembang, usaha kecil dan menengah (UKM) memainkan peran penting dan memiliki potensi untuk mencakup penyerapan lapangan kerja, penggunaan bahan baku lokal, keberadaan di semua sektor ekonomi, ketahanan terhadap krisis (Sulistiyastuti, 2004).

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha yang mempunyai persentase serta kontribusi yang sangat besar untuk Indonesia. Selain itu, kelebihan dari sektor UMKM adalah teruji tahan terhadap berbagai macam pergerakan ekonomi yang nilai fluktuasinya tinggi. Oleh sebab itu, sudah menjadi kewajiban untuk melakukan penguatan UMKM yang melibatkan banyak sektor. UMKM memberikan kontribusi atau peranan yang cukup besar, yaitu: Peningkatan kesempatan kerja, penyerapan tenaga kerja, pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB), dan penyediaan jaring pengaman terutama bagi masyarakat yang memiliki pendapatan rendah untuk menjalankan kegiatan ekonomi produktif.

Pentingnya keberadaan dan peranan UMKM salah satunya sebagai upaya dalam mewujudkan pembangunan nasional, pemerintah memberikan ruang

kepada masyarakat dalam usaha menciptakan UMKM. Selain itu, masyarakat dituntut untuk terus meningkatkan kreativitas dan kolaborasi agar terwujudnya masyarakat UMKM yang mampu memberikan kontribusi positif dari pencapaian tahun-tahun sebelumnya. Meskipun lingkupnya kecil UMKM di Indonesia tidak kalah pentingnya dengan perusahaan yang aktif di Indonesia.

Dalam pengembangan UMKM, langkah ini tidak semata-mata merupakan langkah yang harus diambil oleh pemerintah dan hanya menjadi tanggung jawab pemerintah. Pihak UMKM sendiri sebagai pihak internal yang dikembangkan, dapat mengayunkan langkah bersama-sama dengan pemerintah. Karena potensi yang mereka miliki mampu menciptakan kreativitas usaha dengan memanfaatkan fasilitas yang diberikan oleh pemerintah.

UMKM sedang dalam tren yang cukup positif dengan jumlahnya yang dapat terus bertambah dari tahun 2020 hingga 2023. Tren positif ini akan berdampak baik bagi perekonomian Indonesia. UMKM merupakan salah satu pilar terpenting dalam perekonomian Indonesia. UMKM yang ada di Indonesia, sebagian besar merupakan kegiatan usaha rumah tangga yang dapat menyerap banyak tenaga kerja. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, di Indonesia pada tahun 2023, terdapat 66 juta UMKM. Dengan jumlah unit usaha yang sampai 66 juta dapat menyerap tenaga kerja 117 juta tenaga kerja. Ini membuktikan bahwa dampak dan kontribusi dari UMKM yang sangat besar terhadap pengurangan tingkat pengangguran di Indonesia. Dengan semakin banyaknya keterlibatan tenaga kerja pada UMKM itu akan membantu mengurangi jumlah pengangguran di negara ini. (Gapembi, 2024).

Untuk Provinsi Sumatera Barat, berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM pada tahun 2022 berada di peringkat ke-8 secara nasional dengan jumlah 296.052 unit. Hal ini menunjukkan bahwa perkembangan UMKM di Sumatera Barat merupakan salah satu sektor yang sangat berpengaruh terhadap perekonomian. (Lampiran 1). Pengembangan produk hasil pertanian memiliki potensi untuk digali dan dikembangkan sehingga bisa mengundang daya tarik orang untuk mencoba menikmati kelezatannya. Perkembangan teh sebagai produk konsumsi di Indonesia, didukung oleh kualitas bahan yang serba alami, potensi

bisnis teh ini masih berpeluang besar untuk bisa digarap baik sebagai bisnis sambilan maupun bisnis utama.

Beberapa merek produk teh yang ditawarkan di pasaran diantaranya adalah Teh Celup Sariwangi, Teh Bendera, Teh Melati, Teh Gunung Dempo dan produk teh lainnya. Produk teh ini memiliki keunggulannya masing masing dalam proses pemasarannya untuk menarik minat konsumen. (Ramadheni, 2015).

UMKM pada saat ini mulai berkembang, salah satunya adalah dengan cara wirausaha, wirausaha merupakan salah satu potensi pembangunan, baik dengan jumlah maupun mutu seorang wirausaha itu sendiri. Dengan menumbuhkan niat maupun keinginan untuk berwirausaha akan menjadi sebuah harapan terwujudnya pemerataan pembangunan dan kesejahteraan merupakan masyarakat. Salah satu UMKM yang sedang mengalami trend pada saat ini ialah minuman es teh dengan dengan berbagai varian seperti original, leci, lemon, melati, dan mangga. Hampir di setiap jalan minuman ini dapat kita temukan dengan harga yang sangat terjangkau.

Di Kota Padang sendiri salah satu *brand* minuman es teh yang sering kita jumpai di antaranya Es Teh Poci, Es Teh kampul, Es Teh Konco, Es Teh HS dan Es Teh Indonesia. *Brand* tersebut saling bersaing satu sama lain untuk mendapatkan profit yang maksimal dengan mengedepan kualitas yang terbaik versi sendiri baik itu dari segi rasa, varian dan kemasan.

Menurut Rembet dkk, (2013) Untuk mengembangkan suatu usaha, perlu mengetahui hubungan yang jelas antara biaya produksi, output, dan keuntungan. Analisis titik impas merupakan salah satu alat manajemen yang dapat menjelaskan hubungan antara biaya, volume produksi, dan keuntungan. Menganalisis titik impas memungkinkan industri untuk menyusun rencana keuntungan yang ingin dicapai. Dari rencana tersebut, industri dapat mengetahui berapa banyak produk yang perlu dijual agar dapat memperoleh keuntungan tanpa mengalami kerugian (Pelu, 2021).

Analisa usaha sangat penting dilakukan karena pemilik dapat mengetahui bagaimana kondisi usahanya di masa sekarang maupun dimasa yang akan datang. Analisis usaha secara ekonomi pada UMKM menjadi salah satu acuan mengetahui biaya yang akan digunakan, selain itu untuk memperhitungkan resiko atau

hambatan yang dihadapi dalam proses produksi sehingga dapat dilakukan antisipasi untuk menghindari kerugian, atau kegiatan efisiensi biaya usaha dalam rangka meningkatkan pendapatan (keuntungan) dan untuk menilai sejauh mana manfaat yang dapat diperoleh dalam melaksanakan suatu kegiatan usaha, sehingga analisis ini digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan, menentukan arah usaha dan strategi-strategi suatu gagasan usaha yang dibutuhkan dalam pengembangan usaha.

B. Rumusan Masalah

Salah satu usaha kuliner yang sedang trend dan hits saat ini adalah usaha yang menyajikan olahan inovasi minuman teh dengan desain yang modern dan kekinian. Teh sendiri bukanlah hal yang asing bagi masyarakat Indonesia. Teh bisa dijumpai di warung-warung, di pinggir jalan, bahkan di restoran pun juga menawarkan minuman teh.

Kesegaran minuman teh memang sangat digemari oleh masyarakat Indonesia dan bahkan telah menjadi kebiasaan minuman sehari-hari apalagi dengan harga yang begitu murah. Hal inilah yang membuat para pelaku usaha baru mencoba menginovasi minuman teh dengan rasa yang unik agar masyarakat tidak merasa jenuh dengan rasa yang itu-itu saja. Dengan banyaknya gerai-gerai yang menawarkan minuman inovasi teh kekinian berarti menunjukkan bahwa produk ini sangat digandrungi oleh masyarakat. Namun dengan banyaknya rasa dan merek dari inovasi minuman teh yang ditawarkan oleh pelaku usaha diluar sana pastinya membuat konsumen lebih teliti untuk melakukan suatu keputusan pembelian.

Adanya nilai ekonomis dari UMKM teh ini, tentunya usaha minuman teh kedepannya mempunyai prospek yang baik, tetapi harus ditopang dengan keberadaan bahan baku yang memadai guna menunjang kegiatan proses produksi usaha teh tersebut. Di Kota Padang sendiri terdapat usaha Es Teh HS yang sudah berdiri sejak tahun 2020. Usaha Es Teh HS ini merupakan singkatan dari Habib Safira yang merupakan pemilik dari usaha tersebut. Usaha ini telah memiliki cabang sebanyak 2 di Kota Padang. Salah satu produk unggulan dari usaha ini ialah teh hijau dan teh original dengan varian lemon dan cincau. Untuk harga jual dari es teh ini sekitar Rp 3.000 – Rp 7.000/cup.

Berdasarkan hasil survei pendahuluan yang telah dilakukan terhadap usaha Es Teh HS, permasalahan yang sering dialami oleh pemilik teh ini dapat dikategorikan menjadi 3 aspek yaitu aspek produksi, aspek pemasaran dan aspek keuangan. Permasalahan yang terjadi dalam aspek produksi ialah harga bahan baku yang terus berfluktuasi dan produk sering bersisa atau terbuang akibat penjualan yang tidak stabil. Berdasarkan informasi dari pemilik usaha Es Teh HS Maret - September 2025 harga gula yang dibeli pada pedagang sekitar Rp 700.000 hingga 800.000/karung (Lampiran 2). Dan untuk daun teh kering sendiri tidak terlalu besar mengalami kenaikan. Sementara harga jual terhadap minuman es teh tidak mengalami perubahan atau dalam artian harga jual tetap. Kenaikan biaya produksi tersebut akan berpengaruh terhadap keuntungan yang didapatkan oleh pemilik Teh HS.

Pada permasalahan produk yang bersisa sering kali pemilik membuang teh yang tersisa setelah berjualan dengan alasan ingin tetap menjaga kualitas teh yang dijualnya. Setiap harinya pemilik membuat teh lebih kurang sebanyak 45 ℓ. Dari jumlah tersebut terkadang mengalami peningkatan dan penurunan permintaan. Kurangnya permintaan pada saat tertentu terkadang menyisakan minuman teh mencapai 2-4 ℓ per harinya dan terpaksa dibuang.

Pada aspek pemasaran, yang menjadi permasalahan ialah penjualan yang tidak stabil. Hal ini diakibatkan karena cuaca yang sering hujan dan masa libur para pelajar yang berada di sekitar outlet. Selama Maret - September 2025 penjualan Teh HS masih berfluktuasi, berdasarkan informasi dari pemilik, untuk bulan Januari omset penjualan sekitar sebesar Rp 25.308.000, sementara penjualan tertinggi pada bulan Mei mencapai sekitar Rp 27.240.000 (Lampiran 3).

Dari sisi persaingan, banyak ditemui usaha sejenis yang juga menjual teh es. Usaha ini pernah mengalami gulung tikar yang pada awalnya berjumlah 5 dan sekarang berjumlah 2 outlet. Di Kota Padang, usaha teh selain Es Teh HS juga terdapat Teh Konco, Teh Kampul, Teh Poci, Es Teh Indonesia dan usaha es teh skala rumah tangga. Banyaknya usaha sejenis karena pembuatan es teh ini cukup mudah. Masing-masing memiliki keunggulan tersendiri seperti Esteh Indonesia dengan tampilan yang lebih premium, Es Teh Poci dengan varian khususnya, Es

Teh Konco dengan ukuran kemasan. Dengan tingkat persaingan usaha yang cukup tinggi, maka jumlah permintaan akan mengalami penurunan.

Selanjutnya pada aspek keuangan, usaha Es Teh HS selama ini hanya melakukan pencatatan secara sederhana sehingga pemilik belum bisa mengidentifikasi biaya-biaya yang dikeluarkan dalam menjalankan usahanya. Maka dari itu perlu dilakukan pencatatan yang baik guna mengetahui biaya produksi, penerimaan, titik impas dan keuntungan yang didapatkan dalam menjalankan usaha ini.

Agar usaha ini dapat terus berkembang, maka perlu dilakukan analisis usaha yang baik. Selanjutnya hasil analisa usaha dijadikan acuan bagi pemilik untuk mengambil suatu keputusan untuk menghindari kerugian.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana gambaran umum usaha Es Teh HS di Kota Padang ?
2. Bagaimana besaran keuntungan dan titik impas (*Break even point*) Es Teh HS di Kota Padang ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan di atas, adapun tujuan dilakukannya penelitian ini ialah :

1. Mendeskripsikan usaha Es Teh HS di Kota Padang
2. Menganalisis keuntungan dan titik impas (*Break even point*) Es Teh HS di Kota Padang

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini ialah sebagai berikut :

1. Bagi akademik, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, pustaka dan pengetahuan mengenai analisa usaha.
2. Bagi pengusaha, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan pengambilan keputusan dalam keuangan usaha Es Teh.
3. Bagi peneliti dan pihak lain, hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca secara tidak langsung serta bagi yang ingin mempelajari lebih lanjut mengenai usaha Es Teh.