



A. Ide Bisnis

Minuman teh sudah lama dikenal dan digemari masyarakat Indonesia. Berdasarkan data tahun 2020 Organisasi Pangan dan Pertanian Dunia (FAO) menunjukkan bahwa Indonesia berada pada urutan ke-7 sebagai negara penghasil teh terbesar di dunia dengan jumlah produksi 563.000 ton. Hal ini mengindikasikan tingginya permintaan dan perhatian masyarakat Indonesia terhadap komoditas teh itu sendiri. Meskipun demikian, hal tersebut tidak menjamin bahwa selama ini masyarakat Indonesia telah mengonsumsi teh dengan kualitas terbaik. Dari data “*Compass E-commerce Market Insight Dashboard*” menunjukkan bahwa 3 produk teh dengan volume penjualan terbesar pada periode 17-31 Januari 2022 (dengan total 42,5%) di *Shopee* dan *Tokopedia* bukanlah minuman teh alami berkualitas tinggi melainkan produk teh instan olahan. Artinya, selama ini masyarakat Indonesia telah terbiasa mengonsumsi teh dengan kualitas rendah bahkan kurang baik untuk kesehatan karena sebagian besar produk teh yang dikonsumsi masyarakat Indonesia sudah tidak murni lagi atau dalam kata lain sudah tercampur bahan-bahan lain seperti pengawet, perasa, pewarna, pemanis buatan, dan lain sebagainya sehingga merusak khasiat teh yang sesungguhnya padahal minuman teh yang alami dapat memberikan segudang khasiat yang baik bagi kesehatan tubuh.

Menanggapi hal tersebut, terciptalah suatu ide bisnis untuk menawarkan produk berupa minuman teh seduh alami berkualitas tinggi agar masyarakat Indonesia dapat menikmati minuman teh sesungguhnya yang aman untuk dikonsumsi bahkan memberikan khasiat yang baik bagi tubuh. Dengan masuknya Indonesia ke dalam jajaran

BAB I

PENDAHULUAN

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



negara penghasil teh terbesar di dunia tentu memberikan suatu keuntungan ekonomis tersendiri bagi kelangsungan bisnis ini dalam mendapatkan pasokan teh terbaik dalam negeri guna menghadirkan produk teh dengan kualitas terbaik bagi para konsumen. Selain menghadirkan produk dari jenis daun teh terbaik yang berasal dari dalam negeri, produk teh dari jenis daun teh terbaik dari luar negeri juga turut dihadirkan guna memberikan pengalaman baru bagaimana nikmatnya sensasi minuman teh dari jenis-jenis teh terbaik di dunia kepada masyarakat Indonesia.

Adapun merek untuk bisnis ini adalah *Comerich Tea* yang berasal dari kata “*Become Rich*” yang memiliki makna bahwa produk ini akan menghantarkan kekayaan atau kemakmuran bagi para konsumen. Terdapat dua varian unggulan dari bisnis ini yakni teh hijau Indonesia (*Indonesian Green Tea*) dan teh putih Fujian (*Fujian White Tea*) asal China yang merupakan salah satu jenis teh terbaik di dunia. Dengan hadirnya produk ini diharapkan dapat memberikan solusi khususnya bagi masyarakat Indonesia dalam menemukan minuman teh alami berkualitas terutama sebagai minuman pendamping ideal dalam menjaga kesehatan dan kebugaran tubuh demi kualitas hidup yang lebih baik. Selain itu, dengan hadirnya bisnis ini juga diharapkan dapat memberikan sumbangsih untuk memajukan sektor agribisnis di Indonesia serta membuka lapangan kerja yang luas untuk masyarakat umum guna menekan tingkat pengangguran demi meningkatkan perekonomian masyarakat Indonesia.

B. Gambaran Usaha

Usaha ini bergerak dibidang industri pengolahan minuman yang mana saat ini fokus utama bisnis ini adalah memproduksi dan memasarkan teh seduh alami. Pada alur bisnisnya, *Comerich Tea* akan berkolaborasi dengan petani teh yang ada dari dalam maupun luar negeri untuk mendapatkan pasokan teh terbaik. Valdellon (2017),



mengatakan bahwa pembentukan kolaborasi itu, baik yang dilakukan antar individu maupun antar lembaga maupun organisasi sangat penting misalnya saja dalam memacu kemajuan bisnis yang lebih cepat (*Accelerated Business Velocity*). Kolaborasi mampu meningkatkan kemampuan suatu organisasi misalnya saja dalam hal produksi. Tentu akan membutuhkan biaya yang sangat besar dan waktu yang cenderung lama apabila *Comerich Tea* mengelola lahan perkebunan dan membudidayakan tanaman teh sendiri. Tingkat ketidakpastian juga akan meningkat mengingat risiko seperti gagal panen dapat menghampiri kapan saja. Kolaborasi memungkinkan *Comerich Tea* mendapatkan pasokan teh terbaik dengan lebih efektif dan efisien sehingga perusahaan dapat lebih fokus terhadap aspek pemasaran maupun pengembangan produk untuk memacu kemajuan aktivitas bisnis yang lebih cepat. Adapun produk teh seduh yang diproduksi *Comerich Tea* akan dialirkan untuk konsumen akhir maupun konsumen bisnis. Untuk konsumen bisnis sendiri lebih dikhususkan bagi mereka yang berada di industri HOREKA (Hotel, Restoran, Kafe) dan juga para “*Reseller*.”

Setiap perusahaan pasti memiliki visi, misi, dan tujuan untuk menentukan apa yang ingin dicapai oleh suatu organisasi sehingga suatu organisasi memiliki arahan yang jelas bagaimana seharusnya aktivitas bisnis dijalankan. Adapun visi, misi, dan tujuan dari *Comerich Tea* sebagai berikut,

1. Visi

Menjadi produsen teh yang sangat dikenal dan dibanggakan masyarakat Indonesia karena kualitas produk yang tinggi serta kontribusi nyata yang dihadirkan untuk memberikan dampak besar bagi lingkungan sekitar.

2. Misi

Terus berinovasi untuk menghadirkan produk-produk teh berkualitas yang dapat disukai dan memberikan manfaat khususnya bagi masyarakat Indonesia demi

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



kualitas hidup yang lebih baik dengan selalu menjunjung tinggi sikap etis berbisnis yang dilandasi dengan rasa penuh tanggung jawab.

3. Tujuan

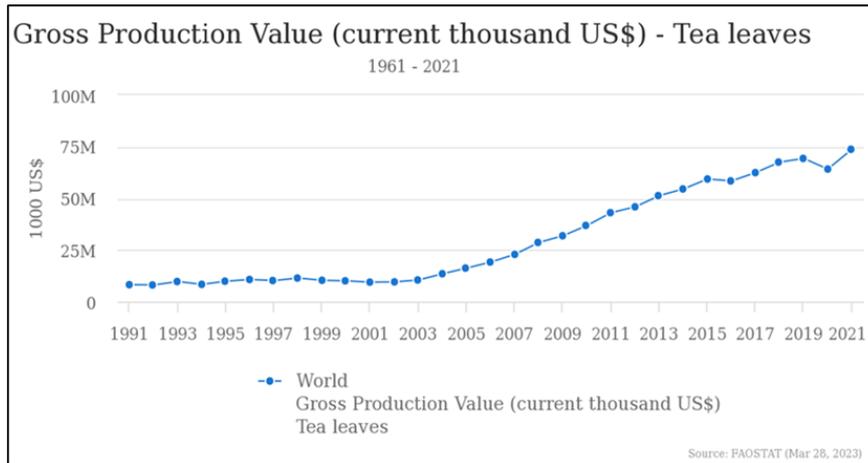
- a. Menyediakan suatu produk minuman teh yang berkualitas tinggi khususnya bagi masyarakat Indonesia;
- b. Membantu meningkatkan mutu produk teh dalam negeri;
- c. Menciptakan manfaat ekonomis untuk menyejahterakan seluruh pihak yang terlibat dalam proyek bisnis;
- d. Menciptakan manfaat untuk lingkungan sekitar yang salah satunya adalah membuka lapangan pekerjaan guna menekan tingkat pengangguran untuk meningkatkan perekonomian masyarakat Indonesia;
- e. Memberikan sumbangsih untuk perekonomian negara Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

C. Besarnya Peluang Bisnis

Gambar 1.1
Nilai Produksi Teh Dunia



Sumber : FAOSTAT, 2021

Berdasarkan data dari Organisasi Pangan dan Pertanian Dunia (FAO) menyatakan bahwa secara global produksi komoditas teh cenderung terus meningkat dari

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



tahun ke tahun bahkan berhasil mencapai nilai produksi tertinggi di tahun 2021 lalu sebesar 73.746.016 dolar Amerika Serikat. Hal ini tentu dapat menunjukkan betapa besarnya permintaan global terhadap komoditas teh itu sendiri.

Untuk di Indonesia sendiri, teh merupakan jenis minuman yang sangat sering dikonsumsi masyarakat. Tidak mengherankan jika tingkat konsumsi teh dalam negeri juga sangat besar yang mana dalam artikel referensi perkebunan “*RADAR de Plantation*” menyebutkan bahwa di tahun 2018 tingkat konsumsi teh di Indonesia mencapai 80% dari total produksi tahun tersebut (105.000 ton). Selain itu, menurut data tahun 2021 Organisasi Pangan dan Pertanian Dunia (FAO) menyatakan bahwa Indonesia menempati urutan ke-7 sebagai negara penghasil teh terbesar di dunia dengan total produksi 563.000 ton. Pada tahun tersebut Badan Pusat Statistik juga mencatat bahwa produksi perkebunan besar untuk tanaman teh mengalami kenaikan cukup signifikan dari tahun 2020 yang hanya sebesar 78,20 ton menjadi 94,10 ton di tahun 2021, angka tersebut juga sekaligus menjadi pencapaian tertinggi untuk produksi teh selama periode 6 tahun terakhir.

Gambar 1.2
Produksi Perkebunan Besar Tanaman Teh
Di Indonesia

Jenis Tanaman Perkebunan Besar	Produksi Perkebunan Besar Menurut Jenis Tanaman (Ton)		
	2019	2020	2021
Karet Kering	375,00	351,10	243,40
Minyak Sawit	32 194,30	31 986,10	30 504,70
Biji Sawit	6 438,90	6 397,20	6 101,00
Coklat	5,30	4,80	2,90
Kopi	10,00	8,60	5,60
Teh	79,50	78,20	94,10
Kulit Kina	-	-	-
Gula Tebu 1)	957,70	975,60	1 033,30
Tembakau 1)	0,00	0,00	0,80

• Termasuk produksi yang menggunakan bahan mentah dari perkebunan rakyat
 • Tahun 2020 adalah Angka sementara

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2021

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Peningkatan produksi komoditas teh tersebut dapat menjadi suatu indikator tingginya permintaan dan pemberdayaan komoditas teh di dalam negeri sehingga dapat dikatakan bahwa bisnis ini memiliki prospek yang sangat menjanjikan. Selain itu, apabila kita tinjau dari aspek ketersediaan bahan baku, dengan masuknya Indonesia ke dalam jajaran negara penghasil teh terbesar di dunia dapat mengindikasikan banyaknya saluran pemasok yang dapat dimanfaatkan bisnis ini guna mendapatkan pasokan teh terbaik dalam negeri.

Di luar hal tersebut, bisnis ini mampu menciptakan arus pendapatan yang sangat menjanjikan bagi perusahaan dalam jangka panjang karena penjualan produk lebih dikhususkan untuk konsumen bisnis daripada konsumen akhir. Dengan menargetkan konsumen bisnis maka nilai transaksi yang tercipta cenderung lebih besar karena konsumen bisnis cenderung melakukan pembelian dengan kuantitas yang lebih besar dibandingkan dengan konsumen akhir. Selain itu, kontrak perjanjian yang tercipta dengan konsumen bisnis membuat kuantitas penjualan produk menjadi lebih stabil dan memudahkan perusahaan dalam memproyeksikan permintaan produk untuk periode-periode berikutnya. Adapun konsumen bisnis yang dimaksud khususnya adalah mereka yang bergerak dibidang industri makanan dan minuman seperti restoran maupun kafe karena industri makanan dan minuman di Indonesia sedang berkembang sangat pesat. Menurut Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, industri makanan dan minuman memberikan sumbangsih terbesar untuk PDB industri triwulan-III tahun 2022 sebesar 38,69%. Hal ini tentu menjadi suatu peluang bagi *Comerich Tea* untuk ambil bagian sebagai pemasok produk teh seduh untuk industri ini. Tidak hanya untuk industri makanan dan minuman, produk teh seduh juga dapat dialirkan ke industri pariwisata misalnya saja penginapan vila atau hotel maupun ke perusahaan-perusahaan yang sering kali menyajikan minuman teh untuk kegiatan rapat, menjamu tamu, maupun untuk

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



khususnya di pasar Indonesia masih rendah. Adapun pesaing terbesar yang menawarkan produk teh seduh alami hanya mampu menduduki peringkat keempat dengan volume penjualan sebesar 3,8%. Dengan membandingkan data sebelumnya yang menunjukkan tren konsumsi teh masyarakat Indonesia yang positif di mana produk teh masuk ke dalam produk terlaris kategori makanan dan minuman dapat mengindikasikan bahwa sebenarnya yang menyebabkan rendahnya volume penjualan teh seduh alami bukanlah karena rendahnya permintaan masyarakat Indonesia terhadap produk teh melainkan karena hingga saat ini masyarakat Indonesia lebih terbiasa mengonsumsi minuman teh yang cenderung instan dan tidak alami. Hal ini dapat menunjukkan bahwa masih rendahnya pemasaran dan edukasi yang diberikan terhadap produk teh seduh alami kepada masyarakat Indonesia. Selain itu, kebiasaan masyarakat Indonesia yang gemar mengonsumsi minuman teh instan juga membuat banyak produsen teh yang lebih fokus untuk menghadirkan produk minuman teh instan sehingga tidak banyak produsen yang menawarkan produk teh seduh alami. Artinya, apabila *Comerich Tea* dapat hadir dengan mengkomunikasikan pemasaran dan edukasi yang baik mengenai produk teh seduh alami berkualitas tentu dapat menciptakan prospek bisnis yang baik mengingat masih rendahnya jumlah kompetitor di industri ini.

D. Kebutuhan Dana

Berdasarkan perhitungan yang telah pihak *Comerich Tea* lakukan, dana yang setidaknya harus disiapkan untuk mewujudkan proyek bisnis ini adalah sebesar Rp 340.166.106 yang mana dana tersebut akan dipakai untuk pembelian peralatan dan perlengkapan usaha, bahan baku, pengurusan aktiva tidak berwujud, kas, maupun biaya sebelum operasi. Adapun dana untuk menjalankan proyek bisnis ini seluruhnya berasal



dari dana pribadi pemilik usaha. Berikut ini merupakan rincian kebutuhan dana untuk proyek bisnis *Comerich Tea*.

Tabel 1.1
Kebutuhan Dana Usaha Comerich Tea
(Satuan Rupiah)

Keterangan	Biaya
Aktiva Lancar :	
Kas	100.000.000
Perlengkapan	5.441.500
Persediaan Barang Dagang	97.219.650
Aktiva Tetap Berwujud :	
Peralatan	108.080.000
Aktiva Tetap Tidak Berwujud :	
Aktiva Tidak Berwujud	3.900.000
Biaya Sebelum Operasi	25.524.956
Total	340.166.106

Sumber : Husnan et al. (2020:132)

Tabel 1.2
Aktiva Tetap Tidak Berwujud Comerich Tea
(Satuan Rupiah)

Keterangan	Biaya
Aktiva Tidak Berwujud :	
Pendirian Perseroan Perorangan	2.500.000
Pendaftaran Merek Dagang	500.000
Sertifikasi BPOM	600.000
Sertifikasi Halal Produk	300.000
Total Aktiva Tidak Berwujud	3.900.000
Biaya Sebelum Operasi :	
Administrasi Rekening Bank	60.000
Administrasi Pemasangan Internet	250.000
Biaya Penarikan Tenaga Kerja	4.500.000
Biaya Sewa Gedung	20.000.000
Biaya Utilitas (Listrik, Internet, Software)	714.956
Total Biaya Sebelum Operasi	25.524.956
Total Aktiva Tetap Tidak Berwujud	29.424.956

Sumber : Comerich Tea, 2023

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.