

ANALISIS DESKRIPTIF TERHADAP RISIKO KEPUTUSAN INVESTASI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) TEH POCI MAGELANG

Devita Permatasari, Dimas Raka Fatchurisna'in, Umi Salamah, Syahrul Malazia, Endang Kartini Panggiarti, Suci Nasehati Sunaningsih

Jurusan D3 Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Tidar
Corresponding Author : umisalamah030826@gmail.com

ABSTRACT

The beverage business is recorded as a business that is experiencing high growth, especially in Indonesia. This is because drinks are a primary need that must be met by everyone. Many outlets provide various drinks, one of which is a drink with the Teh Poci brand. There are many factors that influence the Teh Poci business, including investment decisions that are profitable for producers and the business capital required is also very affordable. Other factors that influence consumers to make purchases include price and product factors. This research aims to determine the effect of investment decisions on the risks obtained from the planned expected results for MSMEs for Teh Poci drinks. This research carries out a comprehensive analysis of the investment of MSME Teh Poci, with a focus on the financial aspects and related risks. The research methodology involves collecting primary and secondary data, including financial reports, sales projections, and market information. This research is a qualitative research with an instrument in the form of interviews with Teh Poci business franchisees. In managing these risks, mitigation strategies involve product diversification, close monitoring of operational costs, and innovative marketing strategies. This research shows that investment in tea pot MSMEs has the potential for promising returns, but effective risk management is needed to overcome challenges that may arise.

Keywords: MSMEs, Teh Poci, Investment, ARR, Risk

ABSTRAK

Bisnis minuman tercatat sebagai bisnis yang mengalami pertumbuhan tinggi terutama di Indonesia. Hal ini disebabkan minuman merupakan kebutuhan primer yang harus dipenuhi oleh semua orang. Banyak *outlet* yang menyediakan berbagai minuman salah satunya minuman dengan merek "Teh Poci". Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi bisnis Teh Poci diantaranya keputusan investasi yang menguntungkan bagi produsen serta modal usaha yang dibutuhkan juga sangat terjangkau. Faktor lain yang mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian, diantaranya adalah faktor harga dan produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh keputusan investasi terhadap risiko yang diperoleh dari rencana hasil yang diharapkan terhadap UMKM minuman Teh Poci. Penelitian ini melakukan analisis menyeluruh terhadap investasi UMKM Teh Poci, dengan fokus pada aspek finansial dan risiko-risiko yang terkait. Metodologi penelitian melibatkan pengumpulan data primer dan sekunder, termasuk laporan keuangan, proyeksi penjualan, dan informasi pasar. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan instrumen berupa wawancara terhadap *franchisee* bisnis Teh Poci. Dalam mengelola risiko-risiko ini, strategi mitigasi melibatkan diversifikasi produk, pemantauan ketat terhadap biaya operasional, dan strategi pemasaran yang inovatif. Penelitian ini menunjukkan bahwa investasi UMKM teh poci memiliki potensi pengembalian yang menjanjikan, namun dibutuhkan manajemen risiko yang efektif untuk mengatasi tantangan yang mungkin timbul.

Kata Kunci : UMKM, Teh Poci, Investasi, ARR, Risiko

PENDAHULUAN

UKM merupakan usaha produktif milik perorangan atau perusahaan yang memenuhi kriteria usaha mikro. UMKM diatur dalam undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Pasal 1 Bab 1 (Ketentuan Umum) UU menyatakan bahwa usaha mikro adalah usaha produksi yang dimiliki oleh pengusaha swasta dan/atau perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang tersebut.

Dalam era dinamika pasar yang terus berkembang, sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi tulang punggung perekonomian global. Perkembangan pengetahuan dan teknologi yang semakin pesat saat ini mendorong para pebisnis untuk bisa berfikir lebih kreatif dan inovatif dalam membuat produk yang akan dijualnya. Produk yang akan dibuat atau dihasilkan harus melalui survei minat pasar terlebih dahulu agar sesuai dengan keinginan pembeli. Pesaing dari produk sejenis juga perlu untuk diperhatikan karena berhubungan dengan penjualan produk. Salah satu industri yang menarik perhatian adalah industri minuman “Teh poci”. Teh poci dengan karakteristik uniknya menjadi pilihan yang semakin populer di kalangan konsumen yang mencari pengalaman minum teh yang lebih personal dan otentik.

Minuman Teh Poci bukan hanya sekadar minuman, dalam konteks UMKM pelaku industri teh poci memiliki peluang besar untuk menjelajahi inovasi produk dan strategi pemasaran yang kreatif. Perkembangan teknologi dan tren kesadaran konsumen terhadap produk lokal memberikan momentum positif bagi UMKM dengan memanfaatkan platform digital dan strategi pemasaran yang efektif, pelaku UMKM dapat mengakses pasar lebih luas. Pentingnya mendukung UMKM, terutama dalam sektor ini, tidak hanya memperkuat perekonomian lokal tetapi juga melestarikan kearifan lokal dalam tradisi minum teh. Oleh karena itu, pemahaman mendalam tentang pasar, inovasi produk, dan koneksi dengan konsumen menjadi kunci keberhasilan dalam mengembangkan bisnis minuman Teh Poci.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara mencari data secara langsung di lokasi penelitian dengan melihat objek yang diteliti, selain itu juga menggunakan penelitian kepustakaan (*library research*). Penelitian kepustakaan adalah penelitian yang dilakukan dengan menggunakan literatur (kepustakaan) baik berupa buku, maupun laporan penelitian terdahulu mengenai analisis yang terkait.

Sedangkan pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk memperoleh informasi tentang pemikiran, kehidupan masyarakat, tingkah laku, tindakan, maupun aktivitas sosial. Penelitian kualitatif digunakan untuk menemukan inti dari pokok permasalahan yang mungkin belum jelas kebenarannya. Penelitian ini dilakukan melalui wawancara kepada *franchisee* bisnis Teh Poci di Magelang mengenai risiko investasi terhadap bisnis minuman Teh Poci termasuk faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan produk.

Wawancara adalah salah satu instrument yang digunakan untuk menggali data secara lisan, dilakukan secara mendalam supaya mendapatkan data yang valid dan detail.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data yang dihasilkan dalam penelitian ini meliputi hasil dan pembahasan mengenai risiko investasi yang dilakukan dalam berbisnis Teh Poci. Untuk mempermudah penelitian, kelompok kami berusaha menggali data dari lapangan yang diperoleh secara langsung melalui observasi dan wawancara dengan *franchisee* Teh Poci di Magelang. Data yang dibutuhkan untuk memecahkan masalah yang menjadi pokok pembahasan dalam penelitian ini diantaranya,

1. Data mengenai faktor pemilihan UMKM untuk menjalankan bisnis *franchise* Teh Poci termasuk keuntungan yang diperoleh melalui investasi.
2. Dampak risiko pemilihan bisnis *franchise* Teh Poci bagi pemilik investasi
3. Risiko investasi yang dihadapi *franchise* The poci pada pemasaran produk

Sumber data yang diperoleh dan digunakan pada penelitian ini yaitu sumber data primer. Sumber data primer adalah sumber data yang diperoleh secara langsung dari lapangan yang diberikan kepada peneliti.

Data profil UMKM usaha yang diperoleh :

Nama usaha : Teh Poci “Bu Yanti”

Nama Pemilik : Bu Yanti

Tahun Berdiri : 2022

Alamat : Jalan Kapten Suparman 39 Potrobangsari, Magelang Utara, Jawa Tengah, Indonesia

Visi dari Teh Poci UMKM bu Yanti adalah menuju usaha mikro kecil menengah Indonesia yang mandiri, berkualitas dan berdaya saing menghadapi pasar bebas. Misi dari Teh Poci UMKM Bu Yanti adalah sebagai berikut : 1. Mempromosikan produk Teh Poci Yusrizal dan memenuhi harapan konsumen. 2. Menyediakan minuman yang berkualitas. 3. Produksi minuman sehat untuk konsumsi masyarakat.

Dalam dunia bisnis memiliki target dalam berinvestasi adalah salah satu kunci keberhasilan. Targetnya tidak hanya kepuasan pelanggan tetapi juga tingkat penjualan yang memang telah direncanakan agar bisnis tetap bisa berlanjut bahkan semakin berkembang. Data yang kami peroleh dilampiran meliputi :

1. Investasi Awal : Rp. 5.000.000
2. Target Penjualan Rata-Rata per Hari : 70 cup
3. Harga Jual per Cup : Rp. 3.000 (cup kecil)
4. Omset per Bulan : Rp. 3000 X 30 hari X 70 cangkir = Rp. 6.300.000
5. Modal Teh Poci per Cangkir : Rp. 1.219
6. Jumlah Hari Kerja : 30 hari
7. Modal Kerja per Bulan : 30 hari X 70 gelas X Rp. 1.219 = Rp. 2.559.900
8. Sewa Tempat : Rp. 500.000
9. Gaji Pegawai : Rp. 700.000
10. Modal Kerja : Rp. 2.559.900

Dari data diatas dapat ditotal dari biaya variable biaya yang terdiri dari sewa tempat, gaji pegawai, dan modal kerja yaitu Rp. 3.759.900, diperoleh Laba/Keuntungan : Rp. 6.300.000- Rp. 3.759.900 = Rp. 2.940.100, dan O.I (*Return of Investment*)/Balik Modal = Rp. 6.300.000 : Rp. 2.940.100 = 2,1 bulan

Faktor pemilihan UMKM untuk menjalankan bisnis *franchise* Teh Poci termasuk keuntungan yang diperoleh melalui investasi. Dengan menerapkan strategi pemasaran yang

tepat dan memanfaatkan peluang untuk meningkatkan penjualan, maka posisi perusahaan di pasar dapat ditingkatkan atau dipertahankan. Sehubungan dengan hal tersebut pelaksanaan pemasaran produk mempunyai peranan yang besar sebagai penunjang langsung terhadap peningkatan laba usaha. Usaha yang umum dilakukan untuk meningkatkan laba bisnis yaitu dengan mencari dan membina pelanggan, serta usaha menguasai pasar pada produk yang diproduksi.

Dalam analisis finansial, ditemukan bahwa pendapatan tahunan bersih sebesar 2.940.100 dengan investasi awal sebesar 5.000.000. Pengolahan data dihitung menggunakan Average Rate of Return (ARR) menunjukkan tingkat pengembalian rata-rata tahunan sebesar 58.802%. Meskipun ARR memberikan gambaran positif, penting untuk mempertimbangkan faktor risiko yang dapat mempengaruhi hasil investasi. Dalam mengelola risiko-risiko ini, strategi mitigasi melibatkan diversifikasi produk, pemantauan ketat terhadap biaya operasional, dan strategi pemasaran yang inovatif.

Risiko pemilihan bisnis *franchise* Teh Poci bagi pemilik investasi dilihat dari :

- Identifikasi Resiko
- Risiko Operasional
- Risiko Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM)
- Risiko Pemasaran

Dampak dari mengambil keputusan investasi terhadap *franchise* The Poci tergantung pada sejumlah faktor, termasuk popularitas merek (daya pasar), dukungan dari pihak franchise, lokasi usaha, dan manajemen bisnis. Keberhasilan investasi dapat meningkat jika The Poci memiliki daya tarik yang tinggi di pasar, dukungan franchise yang baik, serta lokasi yang strategis. Sebaliknya, kegagalan dapat terjadi jika merek tidak populer, dukungan kurang memadai, atau lokasi tidak optimal.

KESIMPULAN

Pengusaha memilih waralaba Teh Poc karena minuman Teh Poc sudah dikenal masyarakat sehingga tidak perlu memperkenalkan produknya ke masyarakat. Harga produk Teh Poc terjangkau dan Teh Poc juga memiliki cita rasa teh yang unik sehingga cocok untuk semua kalangan.

Kesimpulan dalam mengambil risiko keputusan investasi terhadap franchise UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) seperti Teh Poci melibatkan pertimbangan serius terhadap beberapa faktor. Risiko dapat dikurangi melalui penelitian pasar yang cermat, analisis terhadap kinerja historis dan potensial bisnis, serta pemahaman mendalam terhadap model bisnis franchise.

Penting untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi risiko potensial seperti perubahan tren pasar, persaingan, fluktuasi ekonomi, dan faktor-faktor operasional yang dapat memengaruhi kinerja bisnis. Keberhasilan investasi UMKM franchise The Poci dapat ditingkatkan dengan pemilihan lokasi yang tepat, pelatihan yang baik untuk pemilik usaha dan karyawan, serta dukungan yang kuat dari pihak franchise.

Meskipun investasi dalam UMKM franchise membawa risiko, potensi keuntungan dan kontribusi terhadap pertumbuhan bisnis dapat menjadi dorongan positif. Kesimpulannya, pengambilan risiko keputusan investasi terhadap UMKM franchise The Poci harus didasarkan pada pemahaman yang baik tentang pasar, model bisnis, dan kemampuan untuk mengelola risiko dengan bijaksana.

DAFTAR PUSTAKA

(2023). Retrieved from Studocu: <https://www.studocu.com/id/document/politeknik-elektronika-negeri-surabaya/solutions-manual-plant-design-and-economics-for-chemical-engineers-fifth-edition/laporan-observasi-kel5/71236694>

Cahyanni, R. (2022). *BAB 1 PENDAHULUAN*. Retrieved from Etheses IAIN Kediri: http://etheses.iainkediri.ac.id/5382/2/931307717_bab1.pdf

Haris Fauzi1, R. N. (2023). PEMBERDAYAAN PELAKU UMKM MELALU OPTIMALISASI PENGETAHUAN, PEMAHAMAN, INOVASII DAN PENGENALAN DIGITALISASI MENUJU DESAYANGKREATIF. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, pp. 3512-3516.

Pengertian UMKM Menurut Undang-Undang, Kriteria, dan Ciri-Ciri UMKM. (2020, Maret 22). Retrieved from CloudHost: <https://idcloudhost.com/blog/pengertian-umkm-menurut-undang-undang-kriteria-dan-ciri-ciri-umkm/>

Santosa, R. d. (2021). Penerapan Manajemen Risiko UMKM Madu di Kecamatan Badas Kabupaten Kediri di Tengah Pandemi COVID 19. *Jurnal Nusantara Aplikasi*, 74-85.

Susanti, A. Y. (2021). Analisis Deskriptif Pemilihan Franchise Teh Poci Pada Wirausaha Ponorogo. . *Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.*

Usulusdin, I. (2023, Maret 27). Retrieved from scribd:
<https://id.scribd.com/document/633993683/Kel-5-Laporan-Observasi-UKM>