

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Gagasan Awal

Teh adalah salah satu minuman yang paling diminati masyarakat dunia, menurut data *Food & Agriculture Organization* (FAO), dengan iklim dan temperatur yang sesuai maka Indonesia termasuk dari salah satu negara produsen teh terbesar ketujuh di dunia dengan jumlah produksi sebesar 137 ribu ton daun teh pada tahun 2019 (Aditiya, 2021). Teh sebagai minuman penyegar berasal dari pucuk daun teh yang dikeringkan, tanaman ini memerlukan temperatur dan kelembaban yang tepat untuk menghasilkan pucuk daun yang berkualitas. Kelembaban dan temperatur yang sesuai dan konstan dapat diperoleh di wilayah beriklim tropis maupun subtropis.

Kegemaran masyarakat Indonesia dalam menikmati teh dapat dilihat dari perkembangan produk minuman teh yang diproses melalui penyeduhan dan dapat dinikmati oleh konsumen dalam bentuk kemasan maupun kantong seduh. Ketertarikan pasar terhadap produk teh Indonesia juga dapat dilihat dari kuantitas produk teh yang terjual. Pada gelaran acara *Selangor International Expo Food and Beverage* (SIE F&B) pada November 2021 di Kuala Lumpur, Malaysia, Didi Sumedi selaku Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional Kementerian Perdagangan, menyatakan produk teh Indonesia memiliki peluang pasar yang cukup luas. Pada kesempatan tersebut, PT. Perkebunan Nusantara III Holding mewakili industri teh Indonesia membukukan transaksi penjualan senilai 4 juta USD atau Rp 57 miliar pada

pameran yang diadakan (Elvi Robia, 2021). Penjualan produk teh dengan kapasitas yang cukup besar juga termasuk dari adanya peningkatan konsumsi teh di pasar domestik sebesar 2,92% atau menyerap 73% dari total produksi teh nasional (Sita & Rohdiana, 2021).

Teh sebagai minuman umum yang dikonsumsi masyarakat merupakan salah satu produk dengan prospek bisnis besar, dan menurut prediksi dari *Food and Agricultural Organization* Amerika Serikat, produksi pada salah satu jenis teh yaitu teh hijau diperkirakan akan bertumbuh per tahun sebesar 7,5%, dan akan mencapai produksi sebesar 3,6 juta ton pada tahun 2027 di seluruh dunia (Gilbert, 2019). Pada gambar di bawah menunjukkan perkembangan kinerja perdagangan teh di Indonesia saat ini, dapat dilihat dari tingkat produksi perkebunan teh yang tersebar di beberapa provinsi di Indonesia pada periode 2016 – 2020.

**Gambar 1**  
Provinsi sentra produksi teh di Indonesia  
2016 – 2020

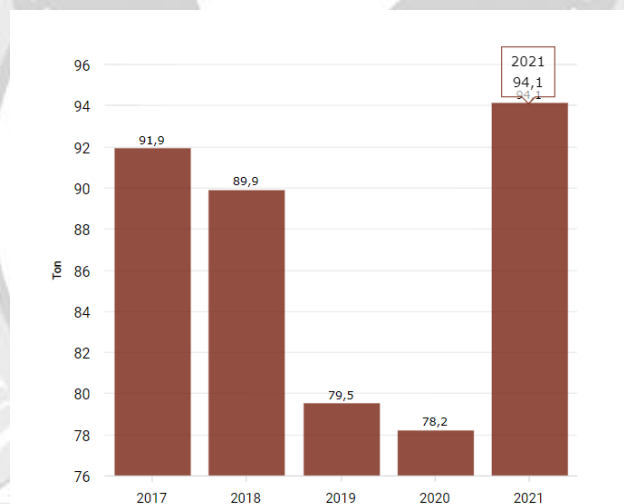


Sumber: Analisis Kinerja Perdagangan Teh, 2021

Sebagian besar produksi perkebunan teh Indonesia, dihasilkan oleh daerah yang memiliki dataran tinggi seperti provinsi Jawa Barat, yang merupakan penghasil 69,47% dari teh terbesar di Indonesia, sehingga menjadikan provinsi Jawa Barat pemasok dan penyedia teh terbesar dibandingkan provinsi lainnya di Indonesia.

Produksi teh Indonesia mengalami kenaikan persentase lebih dari 20% pada tahun 2021 dibandingkan tahun sebelumnya, hal ini menunjukkan adanya peningkatan permintaan pasar terhadap teh (Monavia Ayu Rizaty, 2022).

**Gambar 2**  
Produksi Teh Nasional (2017 – 2021)



Sumber: Databoks (2022)

Rata-rata konsumsi teh masyarakat Indonesia mengalami peningkatan, sebagai salah satu indikatornya adalah meningkatnya rata – rata konsumsi teh celup sebesar 0,72% selama 6 bulan yaitu pada Maret – September 2021, serta adanya peningkatan tingkat konsumsi teh kemasan sebesar 0,8% pada periode yang sama (Shilvina Widi, 2022). Data pendukung untuk membuktikan kegemaran masyarakat Indonesia terhadap jenis produk ini dapat dilihat dari

hasil riset MARS yang menunjukkan bahwa teh dikonsumsi oleh 89% penduduk di kota-kota besar Indonesia seperti Jakarta, Medan, Surabaya, Bandung, dan Semarang (Nugroho, 2009).

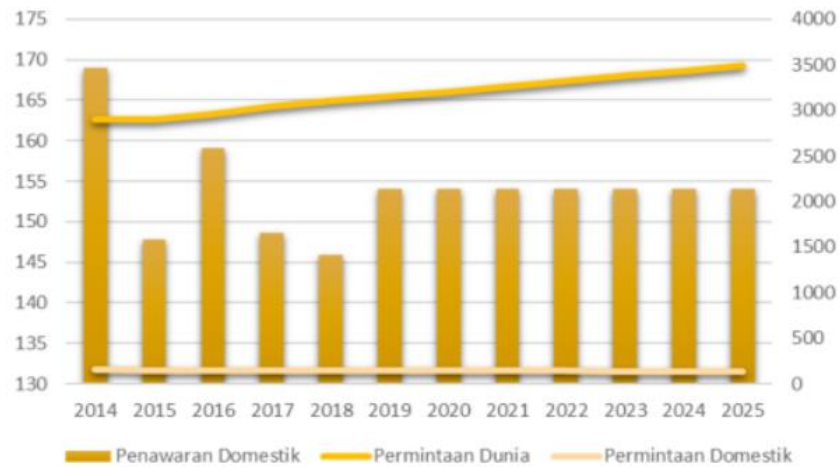
**Tabel 1**  
Penetrasi Pasar Minuman Teh di Sembilan Kota di Indonesia  
pada Tahun 2009

Daerah	Total Populasi	Konsumsi Teh Celup	Penetrasi (%)
Kota Jakarta	25,496	24,074	94
Kota Bandung	1,840	1,561	84
Kota Surabaya	8,378	6,564	78
Kota Semarang	1,078	903	84
Kota Medan	1,673	1,333	80
Kota Makassar	1,011	947	94
Kota Yogyakarta	2,384	1,634	69
Kota Denpasar	595	574	96
Kota Palembang	1,417	1,390	98
<b>Total</b>	<b>43,873</b>	<b>38,980</b>	<b>89</b>

Sumber: Nielsen Media Index Q1 2009 (2009)

Fenomena minum teh masyarakat Indonesia dapat dilihat pada persentase penetrasi pasar pada minuman teh di kota-kota besar yang bernilai lebih dari 50% mewakili ketertarikan masyarakat di kota-kota Indonesia lainnya. Riset MARS menunjukkan bahwa dengan padatnya populasi masyarakat terlebih pada Ibu Kota Jakarta, hanya dibawah 10% penduduk yang tidak tertarik dengan minuman teh. Dengan tabel ini dapat dibuktikan bahwa minat masyarakat terhadap produk ini sangat tinggi dan permintaan pasar pada produk terkait juga sudah tersedia (Raviany, 2011).

**Gambar 3**  
 Proyeksi Penawaran dan Permintaan Teh s.d. 2025



Sumber: Analisis Kinerja dan Prospek Komoditas Teh (2021)

Peningkatan konsumsi juga diperkirakan akan meningkat sebesar 2,92% sampai dengan tahun 2025. Adanya penerimaan atas permintaan teh diperkirakan akan bertumbuh 2,62% untuk konsumsi teh rumah tangga dan *horeca* (hotel, restaurant, dan kafe/*catering*) per tahun selama 2020 – 2025 (Sita & Rohdiana, 2021).

Selain sebagai teman menikmati hidangan ataupun camilan, teh dapat membantu penikmatnya untuk memberikan ketenangan dan pemulihan dari stres. Teh adalah minuman herbal yang memiliki senyawa aktif dan memberikan beragam khasiat, selain itu teh juga memiliki aroma khas yang dapat memberikan efek menenangkan bagi penikmatnya dalam waktu singkat (Gilbert, 2019). Teh memiliki kandungan *L-Theanine*, yaitu jenis asam amino yang dikenal ampuh untuk meredakan stres, kecemasan, mengurangi risiko lonjakan tekanan darah hingga menimbulkan rasa rileks atau tenang tanpa efek samping seperti pusing. Dari beberapa penelitian menunjukkan bahwa teh dapat memberikan efek positif pada *mood* dan fungsi kognitif pada manusia,

pada sebagian penduduk Korea yang secara rutin menyeduh dan meminum teh setiap hari, memiliki 21% lebih kecil kemungkinan menderita depresi. (Gilbert, 2019).

Kecemasan dari diri secara berlebihan akan menyebabkan gangguan mental yaitu *anxiety disorder*. Kecemasan seseorang dapat disebabkan oleh berbagai macam hal. Terlebih selama pra pandemik, informasi mengenai jumlah kematian, ketidakstabilan pekerjaan, dan berbagai aspek masalah lainnya berpengaruh besar terhadap kesejahteraan masyarakat Indonesia yang mencakup kesehatan mental. Tekanan selama pandemik ini berlangsung menyebabkan gangguan seperti kecemasan dan ketakutan seseorang semakin memburuk.

Bukan saja peningkatan tingkat kecemasan, pandemik Covid – 19 juga menyebabkan tingkat stres masyarakat Indonesia meningkat sampai dengan 75% pada tahun 2021. Hal ini dilihat dari hasil survey yang dilakukan secara global terhadap 18.000 responden di 21 negara pada kuartal kedua di tahun 2021 (Ginanjari, 2021). Dan rasa stres yang berlebih dinyatakan dapat mempengaruhi kesehatan jiwa seseorang seperti ketakutan dan tekanan mental (Kementerian Kesehatan, 2022).

Upaya lainnya yang dapat dilakukan untuk mengurangi masalah kesehatan mental tersebut adalah dengan melakukan aktivitas kreatif. Menurut Curry & Kasser (2005), salah satu upaya yang dapat dilakukan manusia untuk mengurangi kecemasan adalah melalui aktivitas kreatif yang disalurkan pada sebuah media. Argumen ini juga didukung dari sebuah penelitian (Walsh, et

al., 2005) terhadap 57 mahasiswa, sebagian mahasiswa yang berpartisipasi pada kegiatan kreatif mengalami lebih sedikit stres dan kecemasan dibandingkan mahasiswa yang tidak bergerak untuk menyalurkan kreativitasnya.

Unsur kreativitas akan terus menjadi bagian dari hidup seseorang hal ini dapat dilihat dari bagaimana individu tersebut dapat menyelesaikan suatu tanggung jawab dengan cara berpikir dan aksi yang diambil. Aktivitas kreatif merupakan aspek penting yang akan terus menjadi bagian dari dalam keseharian seseorang sampai kapan pun (Florida, 2002).

Melihat adanya persamaan pada efek yang diberikan ketika seseorang melakukan aktivitas kreatif dengan manfaat menyeduh teh, Kedai Teh – Restea Area menyediakan alternatif lain untuk para pengunjung yang ingin melepaskan rasa penat. Pada aktivitas tersebut pengunjung dapat membentuk hingga mewarnai poci dan cangkir tehnya sendiri pada kegiatan *workshop* dengan bimbingan langsung oleh fasilitator Aktivitas kreatif di Restea Area dijadikan sebagai salah satu inovasi dan pembeda dengan kedai teh lainnya. Industri yang kreatif akan selalu dilihat sebagai suatu hal yang baru dan dinamis dengan daya tarik yang lebih luas melalui inovasi yang diciptakan (Richard & Wilson, 2006). Dijadikan sebagai salah satu strategi untuk menarik perhatian pasar, maka aktivitas *workshop pottery* menjadi bagian dari suatu inovasi baru dengan unsur yang lebih menarik dan unik. Nyatanya suatu komunitas yang kreatif bisa membuat suatu ruang yang tidak memiliki fungsi menjadi lebih menarik untuk didatangi (Oktaniza Nafila et al., 2013).

Melihat hubungan dari masalah kesehatan mental seperti stres dan kecemasan pada masyarakat Jakarta dengan manfaat yang dapat diberikan teh dan aktivitas kreatif, studi kelayakan bisnis berupa kedai teh dengan nama Restea Area ini disusun sebagai salah satu alternatif masyarakat yang ingin merasakan “Berhenti Sejenak” dari” dari kesibukan dan kepenatan sehari-hari yang dihadapi masyarakat.

Nama Restea Area diambil dari kata serapan *rest area* yang memiliki makna tempat perhentian sementara jauhnya perjalanan. Kedai Teh – Restea Area disusun untuk masyarakat yang ingin memiliki tempat perhentian dari kesibukan dan kepenatan sehari-hari dengan menikmati minuman teh ditemani hidangan pendamping lainnya. Kedai Teh - Restea Area juga dimaksudkan juga sebagai upaya untuk membantu pemasaran produk teh di Indonesia. Keunikan Kedai Teh - Restea Area dibanding kedai teh lainnya adalah, disajikannya nuansa sejarah dan budaya teh sebagai interior dan penciptaan pengalaman pengunjung yaitu dengan aktivitas kreatif berupa *pottery workshop*, dan mendapatkan pengalaman meramu, menyeduh dan menikmati teh yang dipercaya dapat memberikan efek ketenangan dan mengurangi depresi (Gilbert, 2019).

Konsep kedai teh Restea Area dibangun dengan menciptakan lingkungan kedai yang asri, nyaman dan bernuansa hijau dan rindang, sehingga mampu membuat pengunjung merasakan ketenangan sambil menikmati secangkir teh. Pengunjung Restea Area dimanjakan dengan beragam macam teh klasik dan teh herbal asli Indonesia dengan melakukan proses penyeduhan sendiri, sebagai aktivitas untuk menciptakan pengalaman unik, sehingga pengunjung dapat



merasakan sekilas rasanya “Berhenti Sejenak” ditemani dengan alunan musik serta suasana nyaman dan menenangkan.

## **B. Tujuan Studi Kelayakan**

### **1. Tujuan Utama**

Pada bagian ini tujuan akan dijadikan objektif utama yang mengkaji kelayakan bisnis dari beberapa aspek sebagai berikut:

#### **a. Aspek Pasar dan Pemasaran**

Proses menganalisis pasar diperlukan guna mengetahui permintaan pasar dan penawaran yang dapat diberikan guna memenuhi ekspektasi pasar. Proses analisis dibantu dengan penyusunan kuesioner yang akan membantu proses pengumpulan informasi pasar sehingga penyusun dapat mengetahui daya minat ataupun potensi pasar. Analisis permintaan disusun guna mengetahui kecenderungan (tren) pasar, proyeksi pertumbuhan bisnis dan proyeksi permintaan pasar yang mana merupakan faktor yang dapat mempengaruhi permintaan pasar. Pengenalan pasar juga disusun sedemikian rupa agar pengelompokan target pasar dapat diketahui dengan baik sehingga proses pemasaran bisnis dapat diarahkan secara spesifik dan terarah.

Pembahasan bauran pemasaran (*product, price, place, promotion, people, packaging, programming, partnership*) disusun secara spesifik disesuaikan dengan konsep dan struktur dari Rest Area. Pembahasan baur pemasaran (8P) disusun sesuai dengan hasil kuesioner dan teori-teori pendukung dan disimpulkan dengan analisis ringkas dari hasil penelitian tersebut. Persiapan pada perencanaan bisnis juga harus

didasari dengan menganalisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threats*) dan teori *Five-Forces Porter Analysis* untuk menentukan strategi pemasaran bisnis yang tepat, efektif, dan efisien. Analisis dibantu dengan menggunakan data sekunder dan sumber yang disusun secara ilmiah guna mendapatkan landasan yang kuat dalam penyusunan strategi pemasaran.

Di luar dari sisi pasar, aspek eksternal seperti ekonomi, sosial, legal dan politik, lingkungan hidup, dan teknologi juga perlu dianalisis untuk mengetahui kondisi serta perkembangan yang dapat mempengaruhi perencanaan bisnis. Penyusunan uraian ini dapat membantu penyusun SKB dalam melihat kelebihan, kekurangan, tantangan, dan peluang dari setiap aspek sehingga dapat menggunakan kesempatan pada kelebihan setiap aspek dan perencanaan strategi terhadap kekurangan-kekurangan yang ada.

b. Operasional

Sebuah bisnis yang baik dapat berjalan karena adanya sistem operasional yang disusun sedemikian rupa. Oleh karena itu pada aspek ini uraian aktivitas yang dilakukan dalam penyelenggaraan bisnis disusun dan digunakan dengan fasilitas yang disediakan bisnis. Hubungan fungsional antara kedua indikator ini ditulis guna mengetahui secara jelas kebutuhan ruang dan fasilitas yang dibutuhkan. Ketersediaan dan estimasi pada penghitungan ruang fasilitas disusun agar pemilihan lokasi bisnis ditentukan. Penentuan lokasi yang matang

dibantu dengan menganalisis faktor-faktor ekonomi guna mengetahui pengaruh yang dapat ditimbulkan selama perkembangan bisnis maupun di masa yang akan datang.

c. Organisasi dan SDM

Semua strategi yang telah direncanakan tidak dapat berjalan dengan baik tanpa adanya struktur dan pengelolaan organisasi dengan baik. Oleh karena itu, pada aspek ini analisis deskripsi pekerjaan dan kualifikasi serta spesifikasi karyawan disusun untuk mempermudah proses perekrutan dan seleksi karyawan. Pada aspek pengembangan Sumber Daya Manusia diperlukan penyusunan proses orientasi. Setelah pengenalan akan struktur dan operasional bisnis tahap berikutnya yang perlu disiapkan adalah penyusunan pelatihan karyawan guna memperbaiki penguasaan berbagai keterampilan dan teknik pelaksanaan kerja pada jalannya usaha. Struktur organisasi akan membantu operasional perusahaan dengan menempatkan individu-individu yang memiliki kompetensi yang sesuai dengan bidang yang ditempatkan. Sedangkan pengembangan Sumber Daya Manusia disusun agar karyawan dapat dipersiapkan dengan situasi bagi kebutuhan operasional di masa yang akan datang. Tujuan dari penyusunan program pelatihan dan pengembangan agar perusahaan dapat menutupi kesenjangan antara keterampilan karyawan dengan permintaan pasar ataupun manajemen bisnis serta agar efektivitas dan efisiensi kerja karyawan dapat tetap stabil dan mencapai dengan ekspektasi perusahaan. Kerja keras setiap karyawan perlu di apresiasi dan dihargai, oleh karena itu perencanaan

kompensasi perlu disusun agar motivasi karyawan dalam bekerja tetap terjaga. Aspek-aspek yuridis pada bisnis juga perlu diperhatikan oleh karena itu pada penyusunan studi ini bentuk badan usaha, identitas pelaksana bisnis, legalitas lokasi, dan peraturan perundangan yang harus dipenuhi juga disiapkan agar legalitas dan perizinan agar badan usaha dapat diakui masyarakat dan perusahaan dapat dilindungi dengan dokumen sah di mata hukum pada pemerintahan.

d. Keuangan

Setelah jumlah dana didapatkan dari masing-masing aspek, total *initial investment* yang dibutuhkan oleh Restea Area akan dijadikan patokan penyusun untuk menuliskan rincian sumber dana untuk kebutuhan-kebutuhan tersebut. Beberapa perkiraan pada aspek keuangan akan disusun agar perhitungan dan data biaya yang dibutuhkan semasa pembangunan dan operasional dapat diketahui dan disesuaikan dengan rencana anggaran yang akan ditentukan. Perkiraan biaya yang harus dikeluarkan untuk kebutuhan operasional akan disusun dengan memperhatikan besar-kecilnya biaya bisnis yang kemudian dikalkulasikan berdasarkan asumsi inflasi 12 bulan terakhir sebelum penyusunan studi dilakukan.

Total kapasitas penjualan dan tingkat perputaran penjualan yang akan dicapai pada periode tertentu akan diuraikan pada pembahasan Perkiraan Pendapatan Usaha pada aspek ini. Dengan menggunakan asumsi-asumsi tertentu terhadap data inflasi dan besar-kecilnya bunga bank kemudian akan disesuaikan dengan hasil analisis data aspek pasar

dan pemasaran. Dengan data yang didapatkan dari perkiraan pendapatan usaha penghitungan laporan neraca dapat disusun guna melihat posisi keuangan pada periode tersebut. Proyeksi laba rugi dan arus kas kemudian dijadikan sub-bab berikutnya pada aspek ini untuk membantu penyusun melihat bagaimana arus kas masuk dan keluar selama operasional serta laba maupun rugi yang didapatkan bisnis. Analisis titik impas atau yang disebut sebagai *break-even point* juga dihitung untuk memberikan perkiraan terkait tingkat operasional produk dan kapasitas produksi dari Restea Area. Hal ini akan membantu penyusun melihat apakah perusahaan mampu membiayai keseluruhan biaya tetap yang akan dikeluarkan.

Susunan data dan anggaran yang telah diuraikan sebelumnya akan mempengaruhi penilaian investasi perusahaan dari beberapa indikator yang telah ditentukan seperti *Weighted Average Cost of Capital (WACC)*, *payback period*, *Internal Rate of Return (IRR)*, dan beberapa indikator lainnya yang akan disertai dengan penjelasan dan pengaplikasian penilaian pada investasi bisnis. Dengan bantuan data keuangan yang telah disusun analisa rasio laporan keuangan dapat dituliskan untuk melihat efektivitas manajemen operasional perusahaan yang terdiri dari *profitability*, *liquidity*, *working capital*, *leverage*, dan *operation ratios*.

Pelaksanaan fungsi manajemen dalam mengelola risiko kemudian disusun dengan menguraikan manajemen risiko. Risiko disini disusun

dengan menguraikan konsep dan teknik manajemen bisnis dalam menghadapi risiko sesuai dengan aspek-aspek yang telah disusun sebelumnya yakni pemasaran, operasional, hukum, sosial, dan keuangan yang disertai dengan uraian analisa cara bisnis menanggulangi masing-masing risiko tersebut.

## 2. Sub Tujuan

Sub tujuan penyusunan studi kelayakan bisnis ini adalah untuk:

- a. Menyediakan tempat dan suasana yang nyaman tenang untuk menikmati minuman teh, serta sebagai tempat pembelajaran perkembangan teh di Indonesia, selain itu juga sebagai tempat “berhenti sejenak” dari hiruk pikuk kepenatan sehari-hari, dengan melakukan aktivitas kreatif yang dapat mengurangi stres.
- b. Memberikan kesempatan kepada pemasok lokal dan masyarakat dalam mengembangkan usahanya, dengan menjadikan kedua pihak sebagai salah satu penyedia bahan dari teh Restea Area.
- c. Mempopulerkan produk dan budaya teh di Indonesia

## C. Metodologi

Untuk melengkapi studi kelayakan bisnis ini, penulis menggunakan dukungan data sebagai bahan pertimbangan kelayakan bisnis Kedai Teh - Restea Area.

Penulis menggunakan data berupa:

1. Primer

Yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumber data (narasumber) dengan metode pengumpulan data berupa wawancara dan observasi langsung, pada objek sejenis yaitu Kedai Teh yang sudah beroperasi, untuk kemudian dituangkan dalam bentuk hasil wawancara lapangan dan observasi.

## 2. Sekunder

Adalah data yang diperoleh dari data yang ada di beberapa sumber tertulis antara lain:

- a. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS).
- b. *Website* atau internet (seperti e-book, jurnal artikel, dan artikel pada *website* terpercaya yang relevan. Termasuk publikasi *online* yang bersifat pemerintah maupun non-pemerintah).

## 3. Alat Analisis yang Dipakai

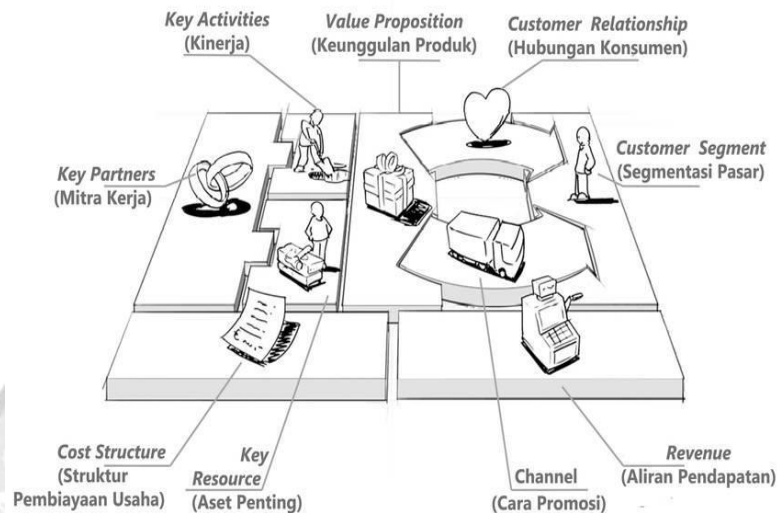
Metodologi untuk menyusun studi kelayakan bisnis ini dengan menggunakan pendekatan analisis kualitatif berupa penjelasan mengenai usulan basin yang didukung oleh fakta yang ada, dengan menggunakan beberapa alat analisis management di bawah ini:

### a. *Business Model Canvas*

Menurut Osterwalder dan Pigneur (2010) adalah alat analisis yang terdiri dari sembilan blok digunakan untuk menjelaskan, merevisi atau mengembang bisnis dengan pemahaman praktis dan sederhana. Sembilan elemen tersebut merupakan langkah-langkah untuk menentukan aktivitas yang perlu dilakukan agar bisnis yang dibuat, disusun dan dikembangkan,

diprediksi dapat membantu pencapaian target bisnis. Sembilan elemen pada *Business Model Canvas* dapat dilihat pada gambar berikut:

**Gambar 4**  
*Business Model Canvas*



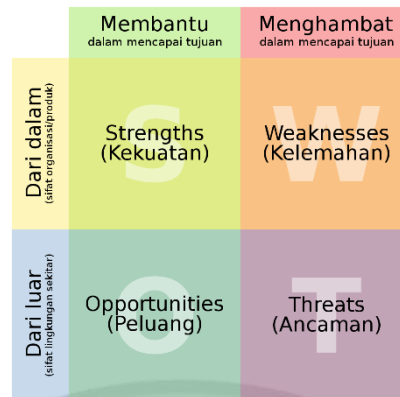
Sumber: (Osterwalder & Pigneur, 2010)

b. SWOT

Menurut Kotler (2017), SWOT adalah instrumen analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan, untuk mengevaluasi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), Peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*) yang ada pada bisnis/perusahaan atau produk/Jasa. Analisis ini difokuskan pada strategi yang efektif untuk meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threat*), serta memaksimalkan Kekuatan (*strength*) dan Peluang (*opportunity*), Seperti terlihat pada gambar berikut:



**Gambar 5**  
Analisis SWOT

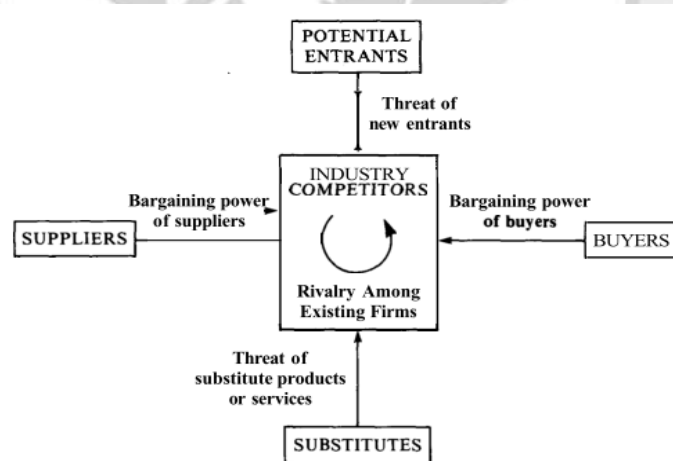


Sumber: Kotler (2017)

c. *Porter's Five Forces*

*Porter's Five Forces* adalah metode pendekatan bisnis untuk mengetahui kekuatan industri berfokus pada faktor utama yang menentukan kinerja perusahaan dalam persaingan bisnis (Porter, 1990):

**Gambar 6**  
Analisis *Porter's Five Forces*



Sumber: (Porter, 1990)

#### d. *Marketing mix*

*Marketing mix* atau Bauran Pemasaran adalah satuan perangkat alat pemasaran yang dapat dikontrol, disediakan dan diberikan oleh pelaku usaha untuk memenuhi kebutuhan pelanggan (Parmer & Dillard, 2021). *Marketing Mix 8P* terdiri dari *product, price, place, promotion, people, packaging, programming, process, dan partnership*.

### **D. Tinjauan Konseptual Mengenai Bisnis Terkait**

Dikenal sebagai salah satu minuman klasik, satu kesamaan dari teh adalah definisi yang dimiliki dari setiap negara. Diambil dari pucuk tanaman, teh merupakan salah satu produk yang sering diolah menjadi produk minuman dengan melalui proses penyeduhan.

Membawa banyak cerita, produk ini diperkaya dengan rasa, khasiat, dan cerita dibalikinya.

#### 1. Sejarah Teh

Dikenal sebagai minuman tradisional, teh merupakan salah satu minuman tertua di dunia. Jenis minuman ini sudah sangat familiar di telinga masyarakat dunia termasuk warga negara Indonesia. Minuman yang dilarutkan dengan air panas ini sudah menjadi budaya masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Setiap negara membawa cerita dan sejarahnya masing-masing, namun pada mulanya teh pertama kali ditemukan tanpa sengaja oleh seorang kaisar cina pada tahun 2737 M.S. yang bernama Shen Nung. Insiden ini diawali dengan sebuah cerita ketika sang kaisar dan pasukannya sedang beristirahat mengunjungi daerah yang jauh pada hari musim panas. Sesuai dengan standar kerajaan, pelayannya mulai merebus air yang akan diminum oleh pengadil kaisar. Kaisar Shen

Nung percaya bahwa semua cairan yang diminum harus disteril dengan dididihkan agar dapat berdampak baik pada kesehatan. Ketika sedang duduk di luar selagi menunggu airnya mendidih tempat tersebut dikelilingi oleh daun kering, dan beberapa teh jatuh ke dalam gelas dan terendam yang kemudian menyebabkan air berubah menjadi coklat. Pada momen itu, sajian teh pertama di dunia ditemukan. Kaisar mencoba minuman yang dihasilkan, dan menyatakan bahwa itu menghasilkan kekuatan pada tubuh, ketenangan dalam pikiran, dan melancarkan penetapan tujuan. Dimulai dari daun yang tidak sengaja terendam air, kini teh menjadi salah satu minuman terpopuler kedua dari air di dunia.

Walaupun secara sah penghargaan untuk penemuan teh secara sah diberikan kepada kaisar cina Kaisar Shen Nung, “iced tea” atau es teh adalah minuman yang ditemukan di Amerika pada tahun 1904 di *Purchase Exposition* di negara bagian Louisiana di St. Louis, Missouri. Cuaca di pameran saat itu cukup panas sehingga ketika salah satu stand minuman *Far East Tea House* menyajikan teh panas, tidak ada satupun pengunjung yang tertarik. Untuk menyelamatkan hari ini, dengan putus asa staf *Far East Tea House* mulai menuangkan teh panas ke dalam tumpukan es. Sesuai namanya, minuman ini kemudian menjadi pilihan tepat bagi para pengunjung pameran. Dan saat ini, salah satu cara penyajian ini adalah salah satu produk yang tumbuh paling cepat di penjualan *supermarket*. Bukan hanya es teh, penemuan kantong teh juga dipelopori oleh salah satu pedagang eceran ternama di Boston, Amerika Serikat. Pengecer tersebut menemukan metode memberikan sampel kecil tehnya kepada calon

pelanggan. Dia mengirimkan satu porsi untuk berbagai teh dalam kantong sutra kecil, dan dari situlah kantong teh pun lahir.

Secara sejarah, sebagian besar teh di impor dari Cina maupun Jepang tapi sekarang mayoritas eksportir teh terbesar adalah Argentina, Cina, dan Jawa. Untuk Indonesia sendiri, menurut Kray. SM. Anglingkusumo (Hadi, 2014), namun teh pertama kali dibawa ke Indonesia oleh seseorang dengan kewarganegaraan Belanda bernama Dr. Andreas Cleyer pada tahun 1686 sebagai tanaman hias. Berawal dari tanaman hias, pemerintah Belanda pada tahun 1782 kemudian membudidayakan tanaman teh di pulau Jawa dengan membawa biji-biji teh dari Tiongkok. Produk sisa yang tidak diekspor kemudian disajikan di Indonesia, semenjak itu budaya minum teh di Indonesia menjadi bagian dari budaya tanah air.

## 2. Jenis – Jenis Teh

Dalam Bahasa Cina teh disebut dengan *cha*. Yang mana masyarakat dunia cenderung tertukar dengan *chai* yang mana merupakan teh yang tersebar di negara timur tengah. *Cha* merupakan teh yang dicampur dengan berbagai rempah, serupa namun berbeda dengan teh yang mana merupakan seduhan daun kering.

Semua jenis teh berasal dari satu tanaman hijau, *Camellia sinensis*. Di alam bebas tanaman ini bisa mencapai tinggi 18m, namun kebanyakan tanaman teh dibudidayakan dan dipelihara sebagai semak dengan maksimal tinggi 1,5m. Perbedaan jenis-jenis teh dihasilkan dari proses fermentasi/oksidasinya yang mana dianggap sebagai sebuah seni dalam

budaya Cina. Secara umum, variasi teh dikembangkan dari lima jenis teh dasar:

a. *Black tea*

*Hong Cha* atau teh merah alias *black tea* atau teh hitam adalah jenis teh yang difermentasi secara penuh sehingga memberikan aroma asap. Ketika daun teh dipetik, daun akan ditebarkan pada sebuah layer yang kemudian dikeringkan dengan bantuan pancaran matahari atau uap panas. Daun kemudian akan digulung dan dilemparkan pada sebuah papan sehingga terciptanya reaksi enzim yang disebut *oxidation to occur*. Ketika daun teh diseduh, air seduhan teh akan berwarna merah coklat gelap. Biasa teh ini dikonsumsi selama musim dingin karena efek menghangatkan yang diberikan. Dengan khasiat ini juga teh ini digunakan sebagai pereda nyeri pada ekstremitas, sirkulasi yang buruk, radang sendi karena kelembaban, atau batuk yang disebabkan oleh dingin. Mempunyai tingkat kafein yang tinggi, 250ml *black tea* mengandung 25-110 mg kafein tergantung dengan larutan pada teh (C Kwong, 2007). Oleh karena itu, karena rasa dan aroma yang dibawa bersifat sangat kuat teh jenis ini pada umumnya dikonsumsi setelah menyantap makanan penutup, makanan manis atau asin, atau bisa dinikmati di selang waktu makan. Contoh dari jenis teh ini adalah English Breakfast, Chai Spice, dan Earl Grey (Mullaicharam et al., 2011).

b. *White tea*

Salah satu jenis teh yang paling digemari konsumen, sama seperti teh hijau jenis teh ini tidak difermentasi. Teh putih berasal dari daun

atau kuncup dari ujung cabang tanaman berbulu. Bagian kuncup ini hanya dapat dipetik setahun sekali sehingga sulit teh putih termasuk teh yang sulit untuk ditemukan karena persediaannya yang minim. Dan karena hanya bagian kecil dari daun dan tangkai yang digunakan, teh ini memiliki aroma dan rasa yang lebih ringan dibandingkan teh lainnya. *White tea* memiliki 30-55mg kafeina dalam 30mlnya.

c. *Oolong tea*

Dengan tingkat kafein 12-25 mg pada setiap 250ml, *oolong tea* atau teh oolong jika diterjemahkan berarti naga hitam atau *dark dragon*. Daun teh ini mengalami oksidasi dan setengah difermentasi sehingga tepi luar dari daun menjadi gelap meninggalkan berwarna hijau di tengahnya. Rasa dari teh oolong berada di antara teh hitam dan teh hijau. Warna dari seduhan teh nya sendiri berwarna coklat terang ke kuning gelap, teh ini pada umumnya disajikan pada restoran tiongkok pada beberapa negara. Jenis teh ini dikenal sebagai salah satu minuman yang dapat membantu pencernaan, mengurangi penyerapan pada lemak dan kolesterol jahat dari makanan-makanan berkarbohidrat tinggi (C Kwong-Robbins, 2007). Dengan khasiat yang dimiliki teh oolong merupakan teh yang familiar di kalangan masyarakat yang sedang melakukan diet. Bukan hanya diet teh oolong juga teh yang sangat cocok untuk pasien dengan hipertensi dan masyarakat yang memiliki kulit bermasalah seperti bekas luka ataupun jerawat. Beberapa contoh teh oolong yang seringkali disantap adalah teh Oolong Cina, Formosa Oolong Bay Jong, dan Ti Kuan Yi.

d. *Green Tea*

*Green tea* atau teh hijau biasa dikenal dengan *lu cha* di Bahasa Cina yang memiliki warna hijau-kekuningan. Kesegaran, kekayaan rasa, dan rasa rumput yang diberikan ini sama sekali tidak difermentasi bahkan setelah pemetikan daun. Karena hal itu, teh hijau memiliki kafein yang paling rendah dibandingkan jenis teh yang lainnya yaitu 50-70 mg untuk 250 ml. Berbeda dengan teh sebelumnya yang cocok dengan musim dingin, justru *green tea* atau teh hijau ini sangat populer untuk dinikmati saat musim panas. *Green tea* merupakan jenis teh hijau dengan antioksidan tertinggi, teh ini biasa digunakan masyarakat yang mempunyai masalah *menopause*, alergi, tenggorokan kering, meredakan alergi dan kecemasan, serta dapat membantu dalam pencegahan kanker (C Kwong-Robbins, 2007). Contohnya adalah Teh Hijau Premium, Bubuk Mesiu Hijau Kangra, dan Darjeeling Hijau.

e. *Herbal Tea*

Teh herbal merupakan formulasi teh yang dicampurkan dengan tambahan tanaman ataupun rempah lainnya yang memiliki nilai lebih yang digunakan sebagai minuman herbal untuk kesehatan dan komplementer dan sudah diuji klinis untuk menjamin keamanan, manfaat, kandungan yang ada dan cara konsumsi. Beberapa tanaman yang dapat digunakan untuk mengatasi penyakit tidak menular seperti diabetes melitus, hipertensi, kolesterol adalah teh hijau, pegagan, kayu manis, yacon, sukun, dan sambung nyawa (Herlilna, 2019). Rempah-rempah tersebut dapat dikombinasikan menjadi minuman herbal.

f. *Flower, fruit, and scented tea*

Teh jenis ini adalah campuran dari teh hitam, hijau, atau teh oolong yang kemudian dicampur dengan elemen beraroma bunga seperti melati, kembang sepatu, atau mawar atau wangi dengan buah seperti leci. Tujuan dari penambahan tersebut terutama untuk aroma terapi dan untuk meningkatkan rasa. Ini jenis teh yang sering disajikan sebagai teh pencuci mulut karena itu aroma harum. Ada beberapa jenis teh bunga yang hanya bergantung pada elemen bunga itu sendiri tanpa adanya tambahan teh hitam, hijau, ataupun teh oolong seperti teh bunga chrysanthemum. Jenis teh ini biasa dinikmati saat musim panas untuk mengurangi dampak-dampak teriknya matahari pada kesehatan seperti keringat berlebih, dehidrasi, sakit kepala, alergi sinus, dan penyakit mata (C Kwong-Robbins, 2007). Sedangkan teh buah pada umumnya merupakan teh yang diberikan aroma buah. Teh buah bermanfaat untuk mereka yang menderita usus atau masalah perut seperti kembung, gas, gangguan pencernaan, dan maag. Teh jenis ini sering ditemukan pada kafe dalam bentuk berbentuk teh celup. Dan teh kemasan siap minum pada supermarket dalam bentuk botolan. Berbeda dengan jenis teh lainnya, jenis teh ini tidak mengandung kafein sama sekali.

3. Manfaat Teh

Khasiat teh pada kesehatan telah ditemukan semenjak air yang terinfusi oleh daun *camellia sinensis* sekitar 4700 SM. *Camellia sinensis* pada masanya digunakan untuk mengobati beberapa penyakit termasuk tumor, abses, penyakit kantung kemih, dan efek capek. Penelitian juga



menunjukkan konsumsi teh juga digunakan sebagai pengobatan termasuk efek anti-nutrisi termasuk efek anti nutrisi seperti mencegah penyerapan zat besi dan protein, biasanya dikaitkan dengan tanin. Teh secara historis telah dikaitkan dengan manfaat kognitif seperti kejernihan mental dan konsentrasi. Atribut temuan terbaru manfaat ini untuk kafein dan theanine, yang mana merupakan dua konstituen teh. Pada suatu penelitian ditemukan bahwa partisipan yang mengkonsumsi teh lebih tidak merasa capek dan dilaporkan memiliki performa kerja yang lebih tinggi. Dan seperti yang diketahui secara umum oleh masyarakat, mengkonsumsi teh dapat memberikan efek positif pada suasana hati dan dapat meningkatkan penyelesaian masalah yang lebih kreatif seperti halnya pada air putih (Bhattacharjee, 2015) Diluar dari beberapa khasiat yang telah diuraikan, seiring dengan berkembang dan majunya teknologi beberapa manfaat dari khasiat ditemukan oleh beberapa panitia sebagai berikut:

a. Potensi manfaat

Pada penelitian yang dilakukan oleh Dr Y. Hara, seorang *General Manager* dari Food Research Laboratories of Mitsui Norin Company Ltd, pada tahun 1992, *polyphenols* pada teh secara multifungsi berperan secara efektif dalam mencegah pembusukan atau keasaman makanan, infeksi penyakit pencernaan dan pernapasan, atau perkembangan tumor ganas, di antara sifat-sifat bermanfaat lainnya.

b. Sifat anti-kanker

Ditemukan pada beberapa penelitian yang menyarankan bahwa teh hijau atau *green tea* dapat melindungi tubuh dari jangkauan

penyebaran kanker termasuk paru-paru, prostat dan kanker payudara. Sebuah penelitian pada sekolah medis Universitas Taiwan Chung Shah juga menemukan bahwa seseorang yang setidaknya minum satu cangkir teh hijau setiap harinya lima kali lebih sedikit untuk adanya pertumbuhan sel kanker paru-paru dibandingkan yang tidak minum teh.

c. Meningkatkan metabolisme

Pada teh hijau ditemukan bahwa dapat membantu peningkatan metabolisme dengan mempercepat oksidasi lemak dan meningkatkan insulin dan toleransi glukosa, hal ini dibuktikan melalui uji klinis yang dilakukan oleh Universitas Geneva dan Universitas Birmingham.

d. Meningkatkan kesadaran mental

Menurut hasil uji coba manusia yang diumumkan pada bulan September 2007 menunjukkan bahwa kandungan asam amino L-theanine dapat ditemukan secara eksklusif di tanaman hijau dapat secara aktif mengubah perhatian jaringan otak.

e. Meningkatkan sistem imun

Pada 21 April 2003, *Brigham and Women's Hospital* merilis rincian proyek penelitian yang menunjukkan bahwa theanine dapat membantu respons sistem kekebalan tubuh ketika melawan infeksi.

f. Merendahkan level pada hormon stres

Menurut sebuah studi oleh para peneliti di University College London, minum teh hitam dapat menyebabkan penurunan kadar hormon stres kortisol setelah adanya peristiwa penyebab stres. Aktivasi trombosit

darah, yang terkait dengan pembekuan darah dan risiko serangan jantung, juga lebih rendah bagi peminum teh.

g. Membantu penurunan berat badan dan kolesterol.

Teh hijau dan ekstraknya telah terbukti melawan obesitas dan menurunkan kolesterol “jahat” LDL, dua faktor risiko penyakit jantung dan diabetes. Satu studi di Belanda dan satu studi di Jepang menunjukkan bahwa teh hijau melakukan keduanya. Dalam penelitian di Belanda, peserta yang minum teh hijau berkafein hilang lebih berat, tetapi bahkan mereka yang biasanya minum kopi tanpa kafein melihat penurunan lingkar pinggang mereka dan berat badan

h. Sifat antidepresan

Dalam sebuah penelitian di Jepang, konsumsi teh hijau berbanding terbalik dengan tekanan psikologis bahkan setelah penyesuaian untuk kemungkinan faktor pemacu. Konsumsi teh hijau lebih sering dikaitkan dengan prevalensi yang lebih rendah dari gejala depresi dalam penelitian lain di Jepang.

i. Mengurangi kemungkinan terserang stroke

Penelitian yang dipresentasikan pada Konferensi Stroke Internasional pada Februari 2009 menemukan bahwa minum tiga atau lebih cangkir teh per hari dapat mengurangi risiko menderita stroke sebanyak 21%. Itu penelitian, yang dilakukan di University of California, Los Angeles (UCLA), menemukan bahwa minum hijau dan varietas teh hitam memiliki dampak signifikan terhadap risiko stroke.

#### 4. Kedai Teh

Almeh Dehhoda mendefinisikan kedai teh sebagai kombinasi dari *tea* dan *house* yang mengacu pada tempat di mana kopi dan teh kemudian disiapkan dan diminum. Dengan mengambil beberapa data dari dokumen dan buku sejarah, kedai teh atau *tea house* dapat dibagi menjadi enam kelompok berdasarkan kinerja dan fungsinya (Farideh, et al. 2017):

a) *Country and bazaar teahouse*

Patut dicatat bahwa kedai teh jenis ini adalah yang pertama tempat pertunjukan drama tradisional-religius

b) *Private teahouse (pantries):*

Ada kedai teh di mana tuan rumah melayani tamunya dengan teh, kopi, pipa dan hookah.

c) *Road teahouse (teahouse):*

Mereka ditemukan di sepanjang jalan dan rute dan sebagian besar digunakan sebagai tempat berteduh dan tempat istirahat para penumpang dan pelancong

d) *Temporary teahouse*

Mereka dibuat sementara untuk berbagai kesempatan Khususnya pada upacara berkabung Imam Husain di sepuluh hari pertama bulan Muharram, dalam pernikahan dan pesta besar

e) *Teahouse wagon (peddling)*

Beberapa orang tidak memiliki cukup modal dan tempat usaha untuk mendirikan kedai teh yang menjual teh dan kopi melalui kota dengan gerobak.

## 5. *Pottery*

Diartikan sebagai tembikar dalam Bahasa Indonesia, *pottery* merupakan hasil pecah belah dari tembikar yang dibentuk dengan mesin ataupun tangan manusia. Hasil kreasi manusia yang diolah dari barang tembikar ataupun tanah yang diberikan air secukupnya untuk mendapatkan konsistensi yang sesuai. Sebelum adanya plastik, masyarakat dahulu kala menampung keperluannya baik bentuk padat ataupun likuid dengan wadah yang terbuat dari tanah liat. ataupun kaca.

### a. Sejarah Keramik

Sebelum adanya kecanggihan teknologi, dahulu masyarakat mengekspresikan penghormatan untuk mereka yang meninggal dan memberikan hadiah bagi para pemenang dalam permainan umum menggunakan tembikar sebagai media yang dipakai. Penggarap seni yang sukses dihormati dengan medali yang ditetapkan kepada mereka oleh negara, dan nama mereka akan disebarakan kepada anak cucu oleh penyair dan sejarawan melalui tembikar yang diukir. Oleh karena itu, pada masanya tembikar adalah salah satu profesi yang terpandang dan terhormat. Adanya *pottery* atau tembikar digunakan sebagai media sumber sejarah di mana semua alur dan penelitian bersejarah pada umumnya ditemukan pada tembikar dengan ukiran-ukirannya. Dengan adanya tembikar, sejarawan dapat menemukan limit geografi dari berbagai kerajaan besar pada sejarah di seluruh dunia (Joseph Marrayat, 1868).

Hampir mustahil untuk mendeteksi pertama kali dalam sejarah manusia dalam penggunaan sumber daya alam berbahan tanah liat. Mengingat bahwa bahan utama yang digunakan adalah tanah, artefak tanah liat tertua yang ditemukan arkeolog hanya berumur puluhan ribu tahun dan bahkan umur dari peralatan batu kuno dari Adrika berusia lebih dari satu juta tahun. Melihat hal itu, dapat dipastikan manusia sudah bereksperimen dengan bahan tanah yang lembut untuk tujuan singkat seperti mengecat tubuh mereka. Pengembangan produk artefak ini dimulai ketika penerapan panas digunakan untuk mengubah bahan lunak menjadi sesuatu yang keras dan tahan lama. Pencapaian yang relatif baru dengan tolak ukur prasejarah inilah yang memungkinkan *pottery* atau pecahan tembikar tercipta untuk bertahan selama ribuan tahun dan dapat sampai ke tangan para arkeolog untuk dipelajari.

b. Klasifikasi Keramik

*Pottery* diklasifikasikan menjadi dua yaitu lunak (*fendre*) atau keras (*dur*). Istilah tersebut diambil dari komposisi serta tingkat panas yang terpapar pada tungku. Dengan demikian, bata lunak; bata api yang keras. bejana tembikar gerabah umum seperti *pipkins*, dan panci bersifat lembut, sementara barang pecah belah, seperti barang-barang Ratu dan barang berbahan dasar batu termasuk ke dalam keramik keras (Joseph Marrayat, 1868)

Klasifikasi tembikar lunak dihasilkan dari periode paling kuno, dan ciri khasnya adalah adonan yang lunak, yang dapat digores dengan

pisau atau kikir yang mana terdiri dari: tanah liat, berpasir atau berkapur, dan umumnya, peleburan digunakan pada panas porselen perapian.

Tembikar yang bersifat lunak ini dibagi menjadi empat macam, yaitu.

- 1) Tanpa glasir (*matte*)
- 2) *Lustrous* (kilau)
- 3) Berkilau (vernisi)
- 4) *Dienam* (*çmaillet*)

Tiga jenis pertama terdiri dari tembikar kuno Mesir, Yunani, dan Roma, serta yang lebih modern umum digunakan di antara semua bangsa. Jenis terakhir (*çmaillet*), yang merupakan subjek dari bagian ini, adalah ditutupi dengan enamel tebal, terdiri dari batu atau pasir kuarsa, dengan oksida timah dan timbal, dari mana istilahnya *stannifore*, diberikan oleh M. Brongniart. Jenis ini pada umumnya akan dihias dengan lukisan-lukisan untuk menonjolkan kesenian produk (Joseph Marrayat, 1868).