

**ANALISIS OPERASIONAL BISNIS MINUMAN  
THAI TEA DIKOTA PALOPO**

*Skripsi*

*Diajukan untuk Memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana  
Pendidikan (S.E.) pada program studi manajemen bisnis syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo*



**Diajukan Oleh**

**Irwansyah**

18 0403 0007

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PALOPO  
2023**

**ANALISIS OPERASIONAL BISNIS MINUMAN  
THAI TEA DIKOTA PALOPO**

*Skripsi*

*Diajukan untuk Memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana  
Pendidikan (S.E.) pada program studi manajemen bisnis syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo*



**Diajukan Oleh**

**Irwansyah**  
18 0403 0007

**Pembimbing**

**Muh. Shadri Kahar Muang, SE., M.M.**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PALOPO  
2023**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Irwansyah  
Nim : 18 0403 0007  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan atau karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan dan atau kesalahan didalamnya adalah tanggung jawab saya.
3. Bila mana dikemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan semestinya.

Palopo 11 Maret 2023

Yang membuat pernyataan



Irwansyah

NIM 18 0403 0007

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul Analisis Operasional Bisnis Minuman Thai Tea di Kota Palopo yang ditulis oleh Irwansyah Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 18 0403 0007, mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunafasyahkan pada hari Jumat, tanggal 10 Maret 2023 Miladiyah bertepatan dengan 17 Sya'ban 1444 Hijriyah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Palopo, 27 Maret 2023

### TIM PENGUJI

1. Dr. Takdir, S.H., M.H. Ketua Sidang
2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A. Sekretaris Sidang
3. Andi Tenrisama Syam, S.Pd., M.Pd. Penguji I
4. Dr. Mahadin Shaleh, M.Si. Penguji II
5. Muh. Shadri Kahar Muang, S.E., M.M. Pembimbing

### Mengetahui:

a.n. Rektor IAIN Palopo  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Program Studi  
Manajemen Bisnis Syariah

Dr. Takdir, S.H., M.H.  
NIP. 19790724 200312 1 002

Muzayyanah Jahar S.E., M.M.  
NIP. 19750404 200501 2 003

## PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ. وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَأَصْحَابِهِ

أَجْمَعِينَ . (اما بعد)

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah Swt. yang telah menganugerahkan rahmat, hidayat serta kekuatan lahir dan batin sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Analisis Operasional Bisnis Minuman Thai Tea di Kota Palopo”.

Selawat dan salam kepada Nabi Muhammad Saw. kepada para keluarga, sahabat dan pengikut-pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana Ekonomi Syariah pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan dan keikhlasan, kepada:

1. Terkhusus kepada orang tuaku tercinta Ayahanda Muh. Tang dan Ibunda Iyati yang tak henti-hentinya memberikan support baik itu berupa do'a maupun materi. Mudah-mudahan Allah Swt. mengumpulkan kita semua didalam Surga-Nya kelak.
2. Prof. Dr. Abdul Pirol, M.Ag. selaku Rektor IAIN Palopo, beserta Wakil Rektor I, II dan III IAIN Palopo.
3. Dr. Takdir, S.H., MH. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo beserta Bapak/Ibu Wakil Dekan I, II dan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo.
4. Muh. Shadri Kahar Muang, S.E., M.M. selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, masukan dan mengarahkan dalam rangka penyelesaian skripsi.

5. Andi Tenrisenna Syam, S.Pd., M.Pd selaku penguji I dan Dr. Mahadin Shaleh, M.Si.. penguji II yang telah banyak memberikan bimbingan, masukan, dan mengarahkan dalam penyelesaian skripsi ini.
  6. Seluruh Dosen beserta seluruh Staf pegawai IAIN Palopo yang telah mendidik penulis selama berada di IAIN Palopo dan memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
  7. Madehang, S.Ag., M.Pd selaku Kepala Unit Perpustakaan beserta Karyawan dan Karyawati dalam ruang lingkup IAIN Palopo, yang telah banyak membantu khususnya dalam mengumpulkan Literature yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.
  8. Kepada semua teman seperjuangan, mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah IAIN Palopo angkatan 2018 (khususnya kelas A), yang selama ini membantu dan dan selalu memberikan saran dalam penyusunan skripsi ini.
  9. Kepada Sahabat-sahabatku Reza, Yasin, Arif, dan Samsu yang selama ini selalu mendampingi, mensupport dan membantu dalam penyusunan skripsi ini.
- Mudah-mudahan bernilai ibadah dan mendapatkan pahala dari Allah  
*Subhanahu Wa Ta'ala. Aamiin ya Rabbal alamiin.*

Palopo, 09 , Maret 2023

Irwansyah

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

### A. Transliterasi Arab-Latin

Daftar huruf bahasa arab dan transliterasinya kedalam huruf latin dapat dilihat pada tabel berikut:

#### 1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	-	-
ب	Ba"	B	Be
ت	Ta"	T	Te
ث	Ša"	Š	Es dengan titik di atas
ج	Jim	J	Je
ح	Ha"	Ḥ	Ha dengan titik di bawah
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet dengan titik di atas
ر	Ra"	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Esdan ye
ص	Šad	Š	Es dengan titik di bawah
ض	Ḍaḍ	Ḍ	De dengan titik di bawah
ط	Ṭa	Ṭ	Te dengan titik di bawah
ظ	Ža	Ž	Zet dengan titik di bawah
ع	„Ain	„	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Fa

ق	Qaf	Q	Qi
---	-----	---	----

ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha"	H	Ha
ء	Hamzah	"	Apostrof
ي	Ya"	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (").

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat,

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	<i>fathah</i>	a	a
إ	<i>kasrah</i>	i	i
أ	<i>dammah</i>	u	u

transliterasinya sebagai berikut:

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:



Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
آي	<i>fathah dan ya'</i>	ai	a dan i
آو	<i>fathah dan wau</i>	au	a dan u

Contoh:

كَيْفًا : *kaifa*

هَؤُلَاءِ : *haulā*

### 3. Maddah

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya zberupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
آ   ... آي	<i>fathah dan alif' atau ya'</i>	a	a dan garis di atas
إي	<i>kasrah dan ya'</i>	ī	i dan garis di atas
أو	<i>dammah dan wau</i>	u	u dan garis di atas

مَاتَ : *māta*

رَامَا : *rāmā*

قِيلَ : *qīla*

يَمُوتُ : *yamūtu*

### 4. *Tā marbūtah*

Transliterasi untuk *tā marbūtah* ada dua, yaitu *tā marbūtah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *tā marbūtah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā marbūtah* itu ditransliterasikan dengan ha [h].

Contoh:

رَوْحَةُ الْاِطْفَالِ : *raudah al-atfāl*  
مَدِينَةُ الْمَدَائِنِ : *al-madīnah al-fādilah*  
الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

### 5. Syaddah (*Tasydīd*)

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* ( ّ ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi

tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّانَا : *rabbānā*  
نَجَّيْنَا : *najjainā*  
الْحَقُّ : *al-haqq*  
نُؤْمِنُ : *nu`ima*  
،،aduwun

Jika huruf ّ ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* ( ِ ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi *ī*.

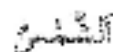
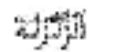
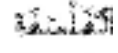
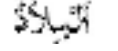
Contoh:

عَلِيٌّ : „Alī (bukan „Aliyy atau A`ly)  
عَرَبِيٌّ : „Arabī (bukan A`rabiyy atau „Arabiy)

### 6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ٱ (*alif lam ma`rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi





seperti biasa , al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsi yah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-). Contoh:

 : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)  
 : *al-zalزالah* (bukan *az-zalزالah*)  
 : *al-falsafah*  
 : *al-bilādu*

## 7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif

. Contoh:

 : *ta‘muruna*  
 : *al-nau‘*  
 : *syai‘un*  
 : *umirtu*

## 8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata,

istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al- Qur‘an (dari *al-Qur‘ān*), alhamdulillah,

dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

*Syarh al-Arba ‘īn al-Nawāwī Risālah fi Ri‘āyah al-Maslahah*

#### 9. *Lafz al-Jalālah*

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jarr dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudāfilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:



*dīnillāh*

*billāh*

Adapun *tā‘ marbūtah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, diteransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

: *hum fī rahmatillāh*

#### 10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR).

Contoh:

*Wa mā Muhammadun illā rasūl*

*Inna awwala baitin wudi`a linnāsi lallazī bi Bakkata mubārakan Syahru  
Ramadān al-lazī unzila fīhi al-Qurān*

*Nasīr al-Dīn al-Tūsī Nasr Hāmid Abū Zayd Al-Tūfī*

*Al-Maslahah fī al-Tasyrī` al-Islāmī*

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

Abū al-Walīd Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad Ibnu)

Nasr Hāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Nasr Hāmid (bukan, Zaīd Nasr Hāmid Abū)

## **B. Daftar Singkatan**

Beberapa singkatan yang digunakan adalah:

SWT.	= Subhanahu Wa Ta,,ala
SAW.	= Sallallahu ,,Alaihi Wasallam
AS	= ,,Alaihi Al-Salam
H	= Hijria
M	= Masehi

SM	= Sebelum Masehi
L	= Lahir Tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
W	= Wafat Tahun
QS	= Qur'an surah
HR	= Hadis Riwayat



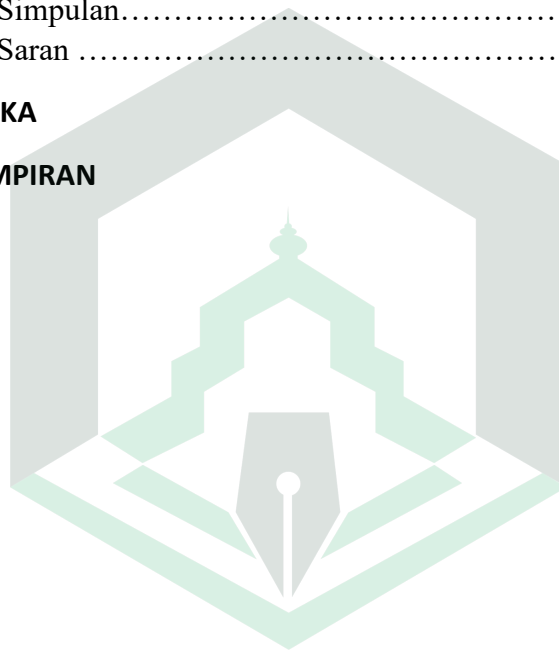
## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>i</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>ii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR AYAT</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR HADITS</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xvi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Batasan Masalah.....	6
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b> .....	<b>6</b>
A. Penelitian Terdahulu.....	6
B. Kajian teori.....	9
1. Pengertian manajemen operasioanal.....	9
2. Tujuan manajemen operasional.....	14
3. Ciri- ciri manajemen operasional.....	15
4. Fungsi manajemen operasioanal.....	16
5. Fungsi manajemen operasional pada bisnis.....	17
C. Usaha Mikro Kecil Menengah (UKM).....	18
1. Pengertian UKM.....	18
2. Jenis-jenis UKM.....	22
3. Karakteristik UKM.....	23
D. Kerangka Pikir .....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>27</b>
A. Jenis Dan Sifat Penelitian.....	27
1. Jenis Penelitian.....	27
2. Sifat Penelitian.....	27
B. Partisipan .....	28
C. Sumber Data .....	29
1. Sumber Data Primer.....	29
2. Sumber Data Sekunder.....	29

D. Metode Pengumpulan Data .....	30
1. Metode Wawancara.....	30
2. Metode Observasi.....	33
3. Metode Dokumentasi.....	33
E. Teknik analisis data .....	34
<b>BAB IV   DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA.....</b>	<b>35</b>
A. Deskripsi data.....	35
B. Pembahasan .....	45
C. Keterbatasan penelitian.....	64
<b>BAB V    PENUTUP.....</b>	<b>65</b>
A. Simpulan.....	65
B. Saran .....	65

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**





## DAFTAR KUTIPAN AYAT

Kutipan ayat ( <i>As Sajdah</i> : 5).....	12
Kutipan ayat( <i>QS. An-Nisa</i> '.29) .....	22



## DAFTAR HADITS

Hadis riwayat( <i>imam bukhari</i> ).....	12
---	----



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Persamaan Dan Perbedaan Penelitian Terdahulu.....	7
Tabel 3.1 pertanyaan wawancara.....	30
Tabel 4.1 data kedai the tea di kota Palopo.....	35



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian

Lampiran 2 Halaman Persetujuan Pembimbing

Lampiran 3 Nota Dinas Pembimbing

Lampiran 4 Halaman Persetujuan Penguji

Lampiran 5 Nota Dinas Penguji

Lampiran 6 Dokumentasi Kegiatan Wawancara

Lampiran 7 Riwayat Hidup



## ABSTRAK

**Irwansyah, 2023.** “Analisis Operasional Bisnis Minuman Thai Tea di Kota Palopo”. Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institute Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Muh.Shadri Kahar Muang, SE.,M.M

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah bisnis usaha UKM yang dijalankan apakah sudah sesuai standar operasional yang ada. Bagaimana pemilik usaha dalam mendapatkan bahan baku sampai memasarkan produknya. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan lapangan. Sumber data dalam penelitian ini yaitu data primer. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dokumentasi .teknik analisis data yaitu metode kualitatif deskriptif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemilik usaha kedai minuman thai tea ini menggunakan operasional bisnis dalam meningkatkan usaha mikro yang dijalankan dengan menggunakan operasional bisnis meliputi, *bahan baku, jam operasional, penetapan harga,karyawan, tingkat persediaan pruduk, reputasi produsen dimata konsumen, melakukan iklan.kita* perlu mengetahui bahwa dalam menjalakan usaha UKM pasti memiliki kelebihan kekurangan tersendiri di antaranya pemilik UKM ini bebas dalam menentukan harga produk yang dijual dan dapat menciptakan lapangan kerja baru bagi masyarakat adapun kekurangan yang dimiliki pengusaha thai tea tidak dapat membayar jasa tenaga ahli dalam pembuatan minuman.

Dampaknya yaitu pemilik UKM dapat memberikan pertimbangan untuk meningkatkan kinerja bisnis walaupun terdapat tekanan kompetitif dengan cara melaksanakan inovasi.

**Kata Kunci: operasional bisnis, UKM**

**Irwansyah 2023** Operational Analysis of Thai Tea Beverage Business in Palopo City”. Sharia Business Management Study Program, Faculty of Economics and Islamic Business, Palopo State Islamic Institute. Supervised by Muh. Shadri Kahar Muang, SE., M.M

The purpose of this study is to find out whether the Micro Small Medium Business business that is being run is in accordance with existing operational standards. How do business owners get raw materials to market their products. This research is a qualitative research with a field approach. Source of data in this research is primary data. Data collection techniques using interviews, observation, documentation. Data analysis techniques are descriptive qualitative methods.

The results of the study show that the owner of this Thai tea shop uses business operations in improving micro-enterprises that are run using business operations including raw materials, *operating hours, pricing, employees, product inventory levels, producer reputation in the eyes of consumers, advertising*. You need to know that in running an Micro Small Medium Business business, there are definitely advantages and disadvantages, including that the Micro Small Medium Business owner is free to determine the price of the products sold and can create new jobs for the community. The drawbacks of Thai tea entrepreneurs are that they cannot pay for the services of experts in making drinks.

The impact is that Micro Small Medium Business owners can give consideration to improving business performance even though there is competitive pressure by implementing innovation

**Keywords: business operations,UKM**

## خلاصة

إيروانسيه ، " . 2023 التحليل التشغيل عمل شروبات الشاي التايلاندية في دينة بالوبو ."  
برنناج الدراسة إدارة عمل الشريعة كلية عهد الاقتصاد الإسلامي ودولة  
الأعمال الإسلامية بالوبو . وجه بواسطة ه . شادري قوة وانج ، سراج  
الدين م

موضوعي أن يذاكر هذا إنه ل يعرف يكون عمل إدارة الشركات الصغيرة والمتوسطة  
يكون بالفعل وفقا معيار العمليات الحالية \_ كيف الك عمل في يحصل أداة خا تي  
يرقي المنتج . بحث هذا يكون يذاكر نوعي مع يقترب المجال . صدر بيانات عميق يذاكر  
هذا وهي البيانات الأولية . تقنية جمع البيانات باستخدام قابلة ، راقبة ، توثيق . تقنية تحليل  
البيانات أي طريقة نوعي وصفي .

نتائج يذاكر يعرض الذي - التي الك عمل حل يشرب هذا الشاي التايلاندي يستخدم  
التشغيل عمل في يزيد عمل تشغيل صغير \_ مع يستخدم التشغيل عمل غطاء ، أداة المعايير  
، ساعات التشغيل ، التحديد السعر والموظف والمستوى إداد المنتج والسمعة \_ نتج في  
العيون المستهلك ، فعل إعلان . نحن يحتاج يعرف الذي - التي في يجري الأعمال الصغيرة  
والمتوسطة بالتأكد لك إفراط نقص وده بينهم الك شركة صغيرة وتوسعة \_ ر في  
يحدد سعر المنتجات المباعه \_ و يستطيع يخلق مجال عمل جديد ل عا ا بالنسبة لل أوجه  
القصور لديهم رجل اعمال الشاي التايلاندي لا يستطيع يدفع خدة قوة خبير في تحضير  
يشرب .

تأثير إنه يمكن لأصحاب الشركات الصغيرة والمتوسطة يعطي اعتبار ل يزيد أداء عمل  
بالرغم أن هنالك ضغط تنافسي مع طريقة تنفيذ ابتكار .

الكلمات الرئيسية : تشغيلية \_ الأعمال ، الشركات الصغيرة والمتوسطة

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Manajemen operasional merupakan bagian manajemen yang erat kaitannya dengan mengawasi, merancang, dan mengendalikan kegiatan produksi. Selain itu, manajemen ini bertugas mengendalikan kegiatan produksi dan proses perbaikan strategi kegiatan bisnis dalam hal produksi barang dan jasa. peran nyata manajer operasi adalah menjalankan manajemen operasional secara efektif sekaligus terlibat dalam aktivitas operasionalnya. Jika sebuah perusahaan memiliki teknologi modern, mereka akan mampu bersaing dan bertahan, sedangkan perusahaan tanpa teknologi akan sulit beradaptasi. Misalnya, perangkat lunak sering digunakan dalam manajemen operasional sebagai sarana untuk membantu proses pengolahan, tetapi referensi yang tersedia saat ini sangat terbatas

Bisnis atau usaha yang didirikan bergerak dalam bidang kuliner yaitu minuman yang saat ini menjadi tren dikalangan anak masyarakat yaitu minuman racikan teh yang berasal dari Thailand. Minuman ini tidak hanya tren di Indonesia tapi tren juga di luar negeri atau minuman ini sudah terkenal di belahan dunia.

Minuman kekinian ini juga hadir di kota Palopo sebagai bisnis yang sangat menguntungkan karena dengan menjual minuman atau membangun bisnis minuman memberikan untung besar, karena minuman kekinian ini sangatlah cocok dilidah



orang Palopo, minuman kekinian ini dapat kita jumpai di pinggir-pinggir jalan, di taman, depan kampus dan di tengah kota Palopo yaitu lapangan pancasila

Berjamurnya kuliner minuman kopi atau pun the terlihat dari semakin banyaknya warung minuman solusi bisnis berupa barang dan jasa di industri HOREKA ( Hotel, Restoran, dan Kafe ), bersama majalah MIX MarComm bahwa Indonesia memiliki lebih dari 2950 gerai kopi pada bulan agustus, jumlah tersebut sangat tinggi dibandingkan pada bulan agustus 2019 jumlah tersebut dimanahampir 3 kali lipat kenaikan naik sekitar 1.978 gerai minuman (Sugianto, 2019)

Thai Tea adalah varian teh yang berasal dari negeri gajah putih Thailand yang kini sudah mendunia dan bahkan jadi banyak sekali peminatnya. Teh ini memiliki rasa manis karena dicampur dengan gula dan susu kental dan tentunya disajikan dingin membuat minuman ini menjadi semakin nikmat. Di kota Palopo Tha tea banyak diminati oleh konsumen karena rasanya yang manis sehingga dapat melepas dahaga. Akan tetapi, pemilik usaha thai tea tidak menggunakan bahan thai tea asli dari Thailand tetapi bahan yang digunakan untuk membuat thai tea adalah bahan thai tea imitasi.

Minuman Thai Tea sangatlah tren dikalangan anak muda/remaja dimana minuman ini akan terasa lebih nikmat dan menyegarkan apabila diminum dicuaca yang sangat panas, minuman kekinian ini menjadi pilihan anak muda ketika mereka sedang membahas sesuatu atau hanya sekedar berkumpul, hampir diseluruh bagian wilayah Indonesia minuman kekinian ini dijadikan hal yang

wajib diminum pada saat berkumpul, baik itu di taman maupun di café. Minuman ini memiliki karakteristik produk tersendiri.

Karakteristik produk adalah kondisi yang berbeda dari suatu produk dibandingkan para pesaingnya yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan (Kotler & Keller dalam Gesita, 2019:8). Berdasarkan teori tersebut para pengusaha minuman thai tea harus memiliki perbedaan pada unsur produk mereka sehingga para pelanggan tetap memilih produk mereka. Salah satu unsur produk yang dapat menjadi contoh perbedaan produk satu dan lainnya adalah prestise produk. Prestise produk membuat para pelanggannya memiliki tingkat gengsi tertentu sehingga enggan untuk memilih produk lain. Untuk beberapa pengusaha minuman thai tea atau sejenisnya, biasanya melakukan dengan cara membedakan tempat dan penampilan yang lebih elegan di tempat penjualan produk minumannya. Cara lainnya yang biasa dilakukan adalah melalui iklan endorse selebritis terkenal, secara tidak langsung akan menaikkan status sosial para pelanggannya. Hal tersebut merupakan beberapa cara yang biasa dilakukan dan mungkin masih ada cara lainnya untuk menaikkan prestise suatu produk di mata pelanggan dan umum. Untuk mempermudah konsumen yang jauh dari tempat membeli minuman thai tea, kini tersedia Gojek dan GrabFood yang bias mengantar minuman konsumen dari jarak jauh.

Dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat cepat, kini tersedia aplikasi jasa antar makanan seperti Gojek dan GrabFood. Kedua aplikasi ini sangat membantu para pengusaha usaha kecil dan menengah untuk mengembangkan usahanya tanpa ada batasan tempat dan waktu. Dikutip dari

Kompas.com dengan judul artikel “Pertumbuhan Bisnis Waralaba Terdorong Jasa Antar Makanan” menjelaskan bahwa jasa antar makanan online sangat mendorong usaha kecil dan menengah. Andrew Nugroho yang saat itu menjabat sebagai Direktur PT Top Food Indonesia yang membawahi brand Es Teler 77 menegaskan bahwa “Layanan pengiriman makanan menopang kenaikan pendapatan usaha hingga 15 persen. Terlebih sektor makanan dan minuman memang dominan dalam kenaikan usaha waralaba”.

Thai tea dan kopi merupakan minuman kekinian yang sedang digandrungi oleh masyarakat khususnya anak muda saat ini. Thai tea merupakan minuman yang berasal dari Thailand, dimana masyarakatnya telah mengenal sejak tahun 1980-an. Teh dianggap sebagai minuman 7 aromatik yang dikonsumsi oleh orang setiap hari di seluruh dunia.(Nendy Trifini,2020) Teh ini tergolong dalam jenis teh hitam dan memiliki dua varian, yaitu thai tea original dan thai green tea, dimana kedua jenis teh ini mempunyai yang aroma dan rasa yang kuat dan menyegarkan, selain itu memiliki manfaat yang baik bagi tubuh.(Nendy Trifini,2020) . Dengan meminum thai tea dapat mengurangi stress, berat badan, dan lain-lain.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis menyatakan rumusan masalahnya sebagai berikut:

1. Bagaimana operasional bisnis minuman thai tea di palopo ( mulai dari didaptnya bahan baku sampai pemasarannya)
2. Apa saja kelebihan dan kekurangan manajemen operasional bagi UMKM.

### C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah

1. Untuk menganalisis operasional bisnis yang di warung/ kedai thai tea di kota palopo dalam menjalankan operasionalnya sehingga dapat berkembang pesat
2. Untuk menganalisis kelebihan dan kekurangan manajemen operasional bagi umkm kedai thai tea dikota palopo

### D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini ialah:

1. Secara Teoritis

Memberikan sumbangan terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dan dapat pula digunakan sebagai acuan maupun refrensi yang relevan bagi peneliti selanjutnya, khususnya dibidang operasional bisnis

2. Secara Praktis

Hasil penelittian ini berguna untuk:

- a. Bagi Pengusaha Thai Tea

Memberikan masukan dalam hal menciptakan dan mengembangkan usaha kedai minuman dapat memberikan kepuasan para pelanggannya . Dan diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan

- b. Bagi Masyarakat

Baik Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan kepada masyarakat untuk lebih memilih manajemen operasional yang baik.

#### **E. Batasan Masalah**

Hanya untuk menggambarkan sistem operasional bisnis minuman thai tea yang ada dikota Palopo.



## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **A. Penelitian Terdahulu**

penelitian terdahulu merupakan penelitian yang berfungsi sebagai bentuk perbandingan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian yang sebelumnya sudah pernah ada. Penelitian terdahulu yang diambil oleh peneliti haruslah relevan dengan judul atau topik penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti.

Penelitian terdahulu juga dapat diartikan sebagai sumber lampau dari hasil penelitian yang kemudian akan digunakan dan juga diusahakan oleh peneliti untuk membandingkan dengan penelitian yang akan dilaksanakan. Sehingga penelitian terdahulu ini juga dapat diartikan sebagai sumber inspirasi yang kemudian dapat membantu lancarnya penelitian.

Tak hanya itu, pada penelitian terdahulu, peneliti juga dapat memeriksa kekurangan dan juga kelebihan penelitian yang sudah pernah dilakukan untuk lebih dikembangkan pada penelitian yang akan dilakukannya

Kajian ini untuk mendeskripsikan tentang analisis operasional bisnis minuman thai tea di kota palopo, sebagaimana perbandingan dikemukakan beberapa hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini.

Nama peneliti	Judul	Metode penelitian	Hasil	Perbandingan Persamaan dan perbedaan
LIYAN ADI SAGITA (2019)	Strategi Pemasaran Thai Tea Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam	Penelitian lapangan (field research) dianggap sebagai pendekatan luas dalam penelitian kualitatif atau sebagai metode untuk mengumpulkan data kualitatif.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran thai tea yang dilakukan di Kelurahan 15 A Iring Muliyo tersebut secara garis besar sesuai dengan etika bisnis islam, terlihat adanya kesatuan, keseimbangan kehendekak bebas dan tanggung jawab.akan tetapi, ada salah satu prinsip ekonomi bisnis islamyang belum diterapkan pedangan thai tea di Kelurahan 15 A Iring Muliyo yaitu kejujuran. Bahan yang digunakan untuk membuat thai tea tidak asli dari thai tea Thailannd. Namun, sudah dicampur dengan thai tea buatan walaupun rasa thai tea tersebut sama dengan asli.	persamaan terletak pada membahas teori operasional, data kualitatif dan menggunakan data primer, sedangkan perbedaan yaitu terletak pada cara mendapatkan data dimana peneliti liyan adi sagita dalam mendapatkan data Pemilihan konsumen sebagai sumber data primer pada penelitian ini menggunakan teknik <i>snowballsampling</i> .

Desan Henriawan (2018)	Pengaruh Karakteristik Produk Minuman Thai Tea Terhadap Loyalitas Pelanggan Minuman Thai Tea	Metode penelitian yang digunakan merupakan metode penelitian survei	Berdasarkan hasil penelitian di dapatkan hasil nilai korelasi sebesar 0,871 antara variabel karakteristik produk minuman thai tea dengan loyalitas pelanggan minuman thai tea. Jika dilihat dari perolehan r square atau koefisien determinasi menunjukkan model regresi ini memiliki nilai sebesar 75,9%. Dapat ditafsirkan pengaruh variabel karakteristik produk minuman thai tea terhadap loyalitas pelanggan minuman thai tea sudah sangat kuat yaitu sebesar 75,9% pada kasus ini, sedangkan 24,1% dipengaruhi variabel lain	persamaan dalam penelitian ini yaitu membahas teori tentang UKM yang mebedakan yaitu hanya mekukan survey terhadap pelanggan. Dimana peneliti Desan Henriawan menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan desain penelitian menggunakan model desain penelitian asosiatif kausal
M. Husni Mubarok (2019)	Manajemen Operasional Sate Cak Nasir Dalam Perspektif Syariah	Penelitian Lapangan (Field Research) Dianggap Sebagai Pendekatan Luas Dalam Penelitian Kualitatif Atau Sebagai Metode Untuk Mengumpulka n Data	Hasil analisis menunjukkan bahwa Manajemen Operasional yang dilakukan oleh Warung Sate Cak Nasir, yakni dari tahap pengolahan bahan dari mentah sampai bahan jadi atau siap dipasarkan. Dari situlah awal mulanya Manajemen Opersional yang	Persamaan terletak pada teknik pengambilan data dan teori yang dibahas sedangkan perbedaanya terletak pada tempat penelitian M. Husni Mubarok yang di teliti warung sedangkan peneliti di kedai minuman



---

Kualitatif	dilakukan Warung Sate Cak Nasir serta memasarkannya dari sistem mulut ke mulut dan mengikut sertakan atau memperkenalkan produk terhadap tetangga sekitar maupun dalam acara-acara sosial maupun keagamaan. Sehingga berkembangnya usaha Warung Sate tersebut sampai saat ini
------------	---

---

Adapun perbedaan dan persamaan peneliti diatas dengan riset yang hendak periset jalani ialah pada riset pertama yang dilakukan oleh Liyan Adi Sagita, persamaan yaitu membahas teori operasional, data kualitatif dan menggunakan data primer, sedangkan perbedaan yaitu terletak pada cara mendapatkan data. Peneliti yang kedua yang dilakukan oleh desan henriawan persamaan dalam penelitian ini yaitu membahas teori tentang UKM yang mebedakan yaitu hanya mekukan survey terhadap pelanggan. Persamaan dari peneliti yang dilakukan oleh Muh. Husni Mubarok yaitu teknik pengambilan data dan teori yang dibahas. Dari ketiga peneliti 2 peneliti mengambil metode penelitian kualitatif dan 1peneliti mengambil data melakukan survey secara langsung kepada pelanggan.

## **B. Kajian Teori**

### **1. Pengertian Manajemen Operasional**

Manajemen operasional merupakan bagian manajemen yang erat kaitannya dengan mengawasi, merancang, dan mengendalikan kegiatan produksi. Selain itu, manajemen ini bertugas mengendalikan kegiatan produksi dan proses perbaikan strategi kegiatan bisnis dalam hal produksi barang dan jasa. Peran nyata manajer operasi adalah menjalankan manajemen operasional secara efektif sekaligus terlibat dalam aktivitas operasionalnya. Jika sebuah perusahaan memiliki teknologi modern, mereka akan mampu bersaing dan bertahan, sedangkan perusahaan tanpa teknologi akan sulit beradaptasi. Misalnya, perangkat lunak sering digunakan dalam manajemen operasional sebagai sarana untuk membantu proses pengolahan, tetapi referensi yang tersedia saat ini sangat terbatas. Kegiatan manajemen operasional erat kaitannya dengan bermacam aktivitas perusahaan dalam melakukan perubahan rangkaian input dasar. Seperti perubahan input bahan baku, energi, kebutuhan konsumen, informasi, kemampuan perusahaan, keuangan perusahaan, dan lainnya menjadi output untuk konsumen.<sup>1</sup>

Manajemen operasi terdiri dari dua suku kata yaitu manajemen dan operasi yang berarti sebelum kita mengetahui definisi dari manajemen operasi maka terlebih dahulu ada baiknya kita mengetahui pengertian dari manajemen itu sendiri. Manajemen didefinisikan oleh Mary Parker Follet sebagai seni dalam

---

<sup>1</sup> M. Husni Mubarak, *Manajemen Operasional Sate Cak Nasir Dalam Perspektif Syariah*, 2017

menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain. Di dalam pengertian ini mengandung arti bahwa para manajer mencapai tujuantujuan organisasi melalui pengaturan orang lain untuk melaksanakan atau mengerjakan berbagai tugas yang mungkin diperlukan, atau berarti dengan dengan tidak tugas itu sendiri.<sup>2</sup>

Manajemen yang baik menjadi kunci kesuksesan dunia usaha atau industri saat ini, baik manajemen produksi, pemasaran, sumber daya manusia maupun keuangan. Manajemen operasi merupakan satu fungsi manajemen yang sangat penting bagi sebuah organisasi atau perusahaan. Bidang ini berkembang sangat pesat, terutama dengan lahirnya inovasi dan teknologi baru yang diterapkan dalam praktik bisnis. Oleh karena itu, saat banyak perusahaan yang sudah melirik dan menjadikan aspek-aspek dalam manajemen operasi sebagai salah satu senjata strategis untuk bersaing dan mengungguli kompetitornya.

Dalam dunia usaha, manajemen operasi sangat diperlukan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan perubahan atau inovasi produk untuk menjadi lebih baik lagi. Konsep manajemen operasi merupakan kegiatan menciptakan barang dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen, dan kegiatan ini menjadi fungsi utama perusahaan. Melalui konsep manajemen operasi, segala sumber daya masukan perusahaan diintegrasikan untuk menghasilkan keluaran yang memiliki nilai tambah. Produk yang dihasilkan dapat berupa barang akhir, barang setengah jadi atau jasa.

---

<sup>2</sup> Murdifin Haming, Mahfudz Nurnajamuddin, Manajemen Produksi Modern “ Operasi Manufaktur dan jasa”, (jakarta: PT Bumi Aksara, 20018), 23.

Bidang pekerjaannya juga luas, berhubungan dengan bagian lainnya di perusahaan. Seperti dengan bagian pemasaran, penjualan, keuangan. Disinilah peran manajer operasi yang sesungguhnya, dimana harus mampu untuk menjalankan manajemen operasional sekaligus terlibat dalam aktivitas operasionalnya. Manajer operasi yang jadi penghubung di setiap bidang cakupan produksi hingga pendistribusian produk. Manajemen operasional erat kaitannya dengan teknologi yang dimiliki perusahaan. Bisnis yang memiliki basic teknologi modern jelas akan lebih mampu bersaing dan bertahan. Sebaliknya, perusahaan yang tidak menggunakan teknologi akan sulit berkembang. Seperti contohnya adalah penggunaan perangkat lunak pada manajemen operasional dalam membantu proses produksi yang saat ini referensinya masih sangat terbatas.<sup>3</sup>

Dalam sudut pandang Islam manajemen diistilahkan dengan menggunakan kata al-tadbir (pengaturan).<sup>6</sup> Kata ini merupakan derivasi dari kata dabbara (mengatur) yang banyak terdapat dalam Al Qur'an seperti firman Allah SWT :

يُدَبِّرُ الْأَمْرَ مِنَ السَّمَاءِ إِلَى الْأَرْضِ ثُمَّ يَعْرُجُ إِلَيْهِ فِي يَوْمٍ كَانَ مِقْدَارُهُ أَلْفَ

سَنَةٍ مِّمَّا تَعُدُّونَ

Terjemahannya “ Dia mengatur urusan dari langit ke bumi, kemudian (urusan ) itu naik kepadanya dalam satu hari yang kadarnya adalah seribu tahun menurut perhitunganmu “ (As Sajadah : 05).<sup>4</sup>

<sup>3</sup> Liyan Adi Sagita, *strategi pemasaran thai tea ditinjau dari etika bisnis islam, 2019*

<sup>4</sup> Kementerian Agama RI, Al-Qur'anul Karim dan Terjemah, Cet I (Surakarta: Ziyad Books, 18 Februari 2018), 184

Dari isi kandungan ayat di atas dapatlah diketahui bahwa Allah swt adalah pengatur alam (Al Mudabbir/manager). Keteraturan alam raya ini merupakan bukti kebesaran Allah swt dalam mengelola alam ini. Namun, karena manusia yang diciptakan Allah SWT telah dijadikan sebagai khalifah di bumi, maka dia harus mengatur dan mengelola bumi dengan sebaik-baiknya sebagaimana Allah mengatur alam raya ini.

Contoh pengawasan dari fungsi manajemen dapat dijumpai dalam hadits yang diriwayatkan oleh Imam Bukhari sebagai berikut:

Artinya : *Al Bukhari Muslim meriwayatkan dari Ibnu „Abbas, ia berkata: “Suatu malam aku menginap di rumah bibiku, Maimunah. Setelah beberap saat malam lewat, Nabi bangun untuk menunaikan shalat. Beliau melakukan wudhu` ringan sekali (dengan air yang sedikit) dan kemudian shalat. Maka, aku bangun dan berwudhu` seperti wudhu` Beliau. Aku menghampiri Beliau dan berdiri di sebelah kirinya. Beliau memutarku ke arah sebelah kanannya dan meneruskannshalatnya sesuai yang dikehendaki Allah ...”*<sup>5</sup>

Konsep manajemen operasi merupakan kegiatan yang kompleks, tidak hanya mencakup pelaksanaan fungsi manajemen dalam mengoordinasi berbagai kegiatan dalam mencapai tujuan operasi, tetapi juga mencakup kegiatan teknis untuk menghasilkan suatu produk yang memenuhi spesifikasi yang diinginkan, dengan proses produksi yang efisien dan efektif serta dengan mengantisipasi perkembangan teknologi dan kebutuhan konsumen pada masa mendatang.

Bagi perusahaan jenis apa pun, baik yang bergerak dalam manufaktur maupun jasa, tentunya kelangsungan hidup perusahaan lebih penting daripada

---

<sup>5</sup>Shahih Bukhari, **Kitab Adzan, Bab Wudhu` Anak-Anak ...** no. hadits 859

laba yang besar. Sekalipun untuk dapat terus bertahan (*going concern*) perusahaan memerlukan keuntungan yang cukup. Selanjutnya untuk mendapatkan keuntungan tersebut, produk yang dihasilkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan serta kepuasan konsumen (harga, kualitas, pelayanan). Salah satu ujung dari masalah ini adalah proses produksi yang harus baik dalam arti yang luas, agar output yang dihasilkan berupa barang atau jasa dapat mendukung kelangsungan hidup perusahaan.

Manajemen operasional memang fokus pada proses pengubahan input menjadi output. Manajemen ini harus dapat memastikan perusahaan melakukan proses tersebut dengan baik, dan terlaksana secara efisien juga efektif. Bidang pekerjaan manajemen operasional meliputi pengadaan barang atau jasa dari sumber terkait, menjalin hubungan baik dengan pihak-pihak yang terlibat dalam proses operasional, serta meningkatkan kemampuan perusahaan dalam mengoptimalkan sumber daya.<sup>6</sup>

## 2. Tujuan Manajemen Operasional

Manajemen ini bertugas mengatur seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan. Sumber daya tersebut berupa bahan baku, pekerja, mesin, dan perlengkapan lainnya, dan memastikan seluruh proses produksi berjalan efisien dan efektif. Berikut ini tujuan dari manajemen operasional.<sup>7</sup>

1. Manajemen ini bertujuan meningkatkan efisiensi perusahaan/umkm, atau dikenal juga dengan *efficiency*.

---

<sup>6</sup> Liyan Adi Sagita, *strategi pemasaran thai tea ditinjau dari etika bisnis islam*, 201

<sup>7</sup> Murdifin Hamming, dan Mahfudz Nurnajamuddin, *Manajemen Produksi Modern “Operasi Manufaktur dan Jasa”*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2018), 19

2. Mempunyai tujuan meningkatkan produktivitas perusahaan/umkm , atau dikenal juga dengan *productivity*.
3. Bertujuan meminimalisir biaya pengeluaran perusahaan/umkm untuk berbagai kegiatan, dikenal juga dengan istilah *economy*.
4. Memiliki tujuan meningkatkan kualitas perusahaan/umkm, atau dikenal juga dengan *quality*.
5. Mempunyai tujuan mengontrol waktu proses produksi seminimal mungkin, dikenal juga dengan *reduced processing time*.<sup>8</sup>

### 3. Ciri Manajemen Operasional

1. Memiliki tujuan memproduksi barang dan jasa.

Ciri paling pertama dari manajemen ini adalah memiliki tujuan untuk mengatur seluruh kegiatan produksi barang dan jasa untuk menghasilkan pendapatan. Manajemen ini bertugas mengontrol seluruh kegiatan produksi dan memastikan perusahaan memperoleh laba.

2. Memiliki kegiatan proses perubahan

Proses perubahan atau transformasi merupakan seluruh kegiatan atau sebagian kegiatan yang mengambil satu atau beberapa input, mengubahnya, lalu memberikan nilai guna, hingga pada akhirnya menjadi output untuk konsumen. Contoh transformasi untuk input akan lebih mudah diidentifikasi

---

<sup>8</sup> M. Husni Mubarak, *Manajemen Operasional Sate Cak Nasir Dalam Perspektif Syariah*, 2017

apabila jelas wujudnya. Seperti misalnya input benang yang diubah menjadi kain, atau tepung yang diubah menjadi kue kering dan *cake*. Namun identifikasi akan sulit apabila yang diubah adalah input orang atau informasi. Misalnya klinik yang mengubah input orang sakit menjadi sehat. Kemudian stasiun televisi yang mengubah hasil wawancara menjadi berita.

### 3. Adanya sebuah mekanisme pengendalian terhadap sebuah operasi

Yang terakhir sebagai ciri dari manajemen operasional adalah adanya mekanisme untuk mengendalikan operasi sebuah bisnis. Mekanisme ini harus diterapkan pada semua departemen bisnis, seperti untuk peningkatan kualitas produk, cara mengurangi limbah, juga peningkatan penjualan.<sup>9</sup>

### 4. Fungsi Manajemen Operasional

Bidang fungsional berhubungan dengan tanggung jawab atas pengambilan keputusan tertentu dalam suatu organisasi. Manajemen operasi bertanggung jawab untuk mengelola bagian-bagian atau fungsifungsi yang ada pada perusahaan, namun ada perbedaan penamaan bagianbagian dalam perusahaan. Dalam perusahaan manufaktur fungsi operasi sering disebut dengan bagian pabrik atau bagian produksi. Ada empat fungsi dari manajemen operasi atau operasional menurut Mannahan yaitu<sup>10</sup>

1. Proses pengolahan, yang menyangkut metode dan teknik yang digunakan untuk pengolahan faktor masukan (input factor).

<sup>9</sup> Desan Henriawan, *Pengaruh Karakteristik Produk Minuman Thai Tea Terhadap Loyalitas Pelanggan Minuman Thai Tea*, 2017

<sup>10</sup> Manahan P. Tampubolon, *Manajemen Operasional*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2018),



2. Jasa-jasa penunjang, yang merupakan sarana pengorganisasian yang perlu dijalankan, sehingga proses pengolahan dapat dilaksanakan secara efektif dan efisien.

3. Perencanaan, yang merupakan penetapan keterkaitan dan pengorganisasian dari kegiatan operasional yang akan dilakukan dalam suatu kurun waktu atau periode tertentu.

4. Pengendalian dan pengawasan, yang merupakan fungsi untuk menjamin terlaksananya kegiatan sesuai dengan apa yang telah direncanakan, sehingga maksud dan tujuan penggunaan dan pengolahan masukan (input) yang secara nyata dapat dilaksanakan<sup>11</sup>

## **5. Fungsi Manajemen Operasional pada Bisnis**

Adapun fungsi manajemen operasional pada bisnis ada empat, seperti yang dijelaskan di bawah ini:

### **1. Perencanaan**

Tahapan ini dimulai dari menentukan jenis produksi barang dan jasa, serta waktu yang tepat untuk memasarkannya. Termasuk didalamnya merencanakan sumber daya dan fasilitas yang digunakan untuk membuat sebuah produk. Tanggung jawab manajer operasi adalah dalam hal pengembangan program, kebijakan, juga kebutuhan prosedur dalam mencapai tujuan operasional bisnis.

### **2. Pengorganisasian**

---

<sup>11</sup> Desan Henriawan, *Pengaruh Karakteristik Produk Minuman Thai Tea Terhadap Loyalitas Pelanggan Minuman Thai Tea*, 2017

Jumlah dan jenis sumber daya manusia harus ditentukan demi kelancaran seluruh kegiatan. Dengan kata lain, manajer operasi membentuk susunan pekerja, baik individu, kelompok, atau departemen dalam sebuah sistem operasional untuk mencapai tujuan perusahaan.

### 3. Penelaah

Tahapan penelaah meliputi seluruh kegiatan dalam mendapatkan keterangan tentang aktivitas yang dikerjakan dalam kegiatan operasional perusahaan<sup>12</sup>

### 4. Pengawasan

Pengawasan berfungsi mengontrol seluruh aktivitas dengan tujuan mengarahkan dan menjamin seluruh aktivitas perusahaan berjalan sesuai yang direncanakan.

## C. Usaha Kecil Menengah (UKM)

### 1. Pengertian UKM

UKM adalah singkatan dari Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Pada dasarnya UKM adalah setiap usaha atau transaksi yang dilakukan oleh perorangan, kelompok, usaha kecil dan rumah tangga. Sebagai negara berkembang, Indonesia telah menjadikan usaha mikro, kecil dan menengah sebagai basis utama sektor perekonomian masyarakatnya. Hal ini dilakukan untuk mendorong pembangunan masyarakat, khususnya kemandirian di bidang ekonomi. Pegiat usaha UKM sangat berperan Hal ini penting untuk memprediksi

---

<sup>12</sup> M. Husni Mubarak, *Manajemen Operasional Sate Cak Nasir Dalam Perspektif Syariah*, 2017

kondisi ekonomi masa depan dan untuk menjaga dan memperkuat struktur ekonomi nasional.

Sebagai salah satu industri terbesar di Indonesia, UKM memiliki peran besar dan penting dalam sektor perekonomian Indonesia. UKM yang berada di berbagai lokasi dan tersebar di berbagai daerah dapat berkontribusi dalam peningkatan kualitas ekonomi masyarakatnya, sehingga berperan sebagai penyedia sarana untuk meratakan taraf ekonomi masyarakat luas. dapat dikatakan terpenuhi. Memahami UKM Indonesia dengan baik sangatlah penting karena memiliki banyak elemen penting.

UKM juga membantu secara tidak langsung pemberantasan masalah kemiskinan yang sedang berlangsung di Indonesia. Sulit bagi Indonesia sebagai negara berkembang untuk menaikkan tingkat pembangunan ekonominya. Karena mampu menampung banyak tenaga kerja, UKM menjadi salah satu solusi untuk mengurangi kemiskinan.

UKM adalah singkatan dari usaha mikro kecil menengah. menurut Titik S. Partomo dan Abd. Rachman S.88<sup>13</sup> Jika dilihat dari ciri-cirinya kriteria umum, usaha kecil dan menengah pada dasarnya dianggap sama, yaitu sebagai berikut:

1. Struktur organisasi yang sangat sederhana
2. Tanpa staf yang berlebihan
3. Bagian kerja yang “kendur”
4. Memiliki hierarki manajerial yang pendek

---

<sup>13</sup> Euis Amalia, Keadilan Distributif Dalam Ekonomi Islam, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), 46

5. Aktivitas sedikit yang formal, dan sedikit menggunakan proses perencanaan
6. Kurang membedakan antara pribadi dan perusahaan<sup>14</sup>

Pengertian usaha mikro secara tidak langsung termasuk dalam pengertian usaha kecil berdasarkan UU No. 9 tahun 1995. Namun secara spesifikasi dapat di definisikan sebagai berikut: Usaha mikro adalah kegiatan usaha rakyat bersekala kecil dan bersifat tradisional dan informal dalam arti belum terdaftar, belum tercatat, dan belum berbadan hukum. Hasil jualan tahunan bisnis tersebut paling banyak Rp. 100.000.000,00 dan milik Warga Negara Indonesia. Usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau yang memiliki hasil penjualan paling banyak Rp. 100.000.000,00 dan milik Warga Negara Indonesia.

Terlihat dari penjelasan di atas bahwa home industry masuk ke dalam kategori usaha kecil karena jenis kegiatan ekonomi yang dilakukan berpusat di rumah. Dalam UU No. 9 tahun 1995 terdapat pula kriteria lain dari home industry yaitu: milik WNI, berdiri sendiri, berafiliasi langsung atau tidak langsung dengan usaha menengah atau besar dan berbentuk badan usaha perorangan, baik berbadan hukum maupun tidak. Home industry juga dapat berarti industri rumah tangga karena termasuk dalam kategori usaha kecil yang dikelola keluarga.

ayaknya seperti usaha yang lain, tujuan dari home industry adalah untuk mencari keuntungan yang optimum dengan pengorbanan yang efisien dan

---

<sup>14</sup> Feni Dwi Anggraeni, Imam Hardjanto, Ainul Hayat” *Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umk) Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal Dan Potensi Internal*

kesinambungan usaha. Agar kesinambungan usaha bisa tetap terjaga maka memerlukan adanya usaha memelihara kepuasan pelanggan melalui penciptaan produk yang berkualitas dan pelayanan sebaik mungkin kepada pasar sasaran<sup>15</sup>

Suatu kegiatan yang dilakukan oleh manusia tentulah ada nilai positif dan negatifnya, begitu pula dengan melakukan usaha di rumah (home industry) mempunyai keuntungan dan kekurangan.

1. Keuntungan melakukan usaha di rumah sendiri
  - 1) Relatif tidak ada biaya transportasi ke tempat bisnis.
  - 2) Waktu bisa relatif lebih fleksibel.
  - 3) Dapat sambil melaksanakan tugas dan memonitor keluarga.
  - 4) Tidak adanya pertanggung jawaban tugas kepada “bos”.
  - 5) Keuntungan bersih menjadi milik sendiri.
  - 6) Merasa aman dan nyaman.
  - 7) Lebih merasakan kepuasan.
2. Kerugian atau kegagalan pada home industry
  - 1) Kegagalan karena diri sendiri.
  - 2) Kegagalan karena faktor dari luar dan berhenti mencoba.
  - 3) Kegagalan karena bencana alam atau force manjuer.<sup>16</sup>

Dalam berbisnis atau usaha yang berbasis Syariah tentu adanya anjuran yang harus kita lakukan dan kita hindari apalagi jika kita seorang muslim tentu harus

---

<sup>15</sup>Suprayanto, kewirausahaan (Bandung: Alfabeta, 2018), 178.

<sup>16</sup>Suprayanto, kewirausahaan (Bandung: Alfabeta, 2018), 170.

bersumber pada kitab suci Alquran yang menjelaskan tentang kegiatan bisnis dan usaha

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Terjemhanya” “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perdagangan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; sungguh, Allah maha penyayang kepadamu” (QS. An-Nisa'.29)

## 2. Jenis-Jenis UKM

Semakin menjamurnya UMKM di Indonesia khususnya menjadikan beragamnya pula jenis dari UMKM ini, namun dari begitu banyaknya jenis UMKM dapat di kelompokkan ke dalam 4 kelompok yaitu :<sup>17</sup>

### 1.) usaha perdagangan

Keagenan: agen koran atau majalah, sepatu, pakaian, dan lain-lain; pengecer: minyak, kebutuhan pokok, buah-buahan, dan lain-lain; produk lokal dan

<sup>17</sup> M. Kwartono Adi, Analiis Usaha Kecil dan Menengah, (Yogyakarta: C.V Andi, 2019), 15.

Internasional; sektor informal: pengumpulan barang bekas, pedagang kaki lima, dan lain-lain

2.) usaha pertanian

Meliputi perkebunan: pembibitan dan kebun buah-buahan, sayursayuran, dan lain-lain; peternakan: ternak ayam petelur, susu sapi; dan perikanan: darat atau laut seperti tambak udang, kolam ikan, dan lain-lain

3.) usaha industry

Industri makanan atau minuman; Pertambangan: pengrajin, konveksi, dan lain-lain.

4.) usaha jasa

Jasa konsultan; perbengkelan; restoran; jasa konstruksi; jasa transportasi, jasa telekomunikasi; jasa pendidikan, dan lain-lain.

### 3. Karakteristik UKM

Karakteristik yang melekat pada UMKM merupakan kelebihan dan kekurangan UMKM itu sendiri. Beberapa kelebihan yang dimiliki UMKM adalah sebagai berikut:<sup>18</sup>

1. daya tahan

Motivasi pengusaha kecil sangat kuat dalam mempertahankan kelangsungan usahanya karena usaha tersebut merupakan satusatunya sumber penghasilan keluarga. Oleh karena itu, pengusaha kecil sangat adaptif dalam menghadapi perubahan situasi dalam lingkungan usahanya

---

<sup>18</sup> Tulus Tambunan, usaha Kecil dan Menengah di Indonesia Beberapa Isu, (Jakarta: PT. Salemba Empat.2018). 166

## 2. padat karya

Pada umumnya UMKM yang ada di Indonesia merupakan usaha yang bersifat padat karya. Dalam proses produksinya, usaha kecil lebih memanfaatkan tenaga kerja yang dimiliki daripada penggunaan mesin-mesin sebagai alat produksi.

## 3. keahlian khusus

UMKM di Indonesia banyak membuat produk sederhana yang membutuhkan keahlian khusus namun tidak terlalu membutuhkan pendidikan formal. Keahlian tersebut biasanya dimiliki secara turun temurun. Selain itu produk yang dihasilkan UMKM di Indonesia mempunyai kandungan teknologi yang sederhana dan murah.<sup>19</sup>

## 4. jenis produk

Produk yang dihasilkan UMKM di Indonesia pada umumnya bernuansa kultur, yang pada dasarnya merupakan keahlian tersendiri dari masyarakat di masing-masing daerah. Contohnya seperti kerajinan dari bambu atau rotan dan ukiran-ukiran kayu

## 5. keterkaitan dengan sector pertanian

UMKM di Indonesia pada umumnya masih bersifat agricultural based karena banyak komoditas yang dapat diolah dalam skala kecil tanpa harus mengakibatkan biaya produksi tinggi.

---

<sup>19</sup> Tulus Tambunan, usaha Kecil dan Menengah di Indonesia Beberapa Isu, (Jakarta: PT. Salemba Empat.2018), 169

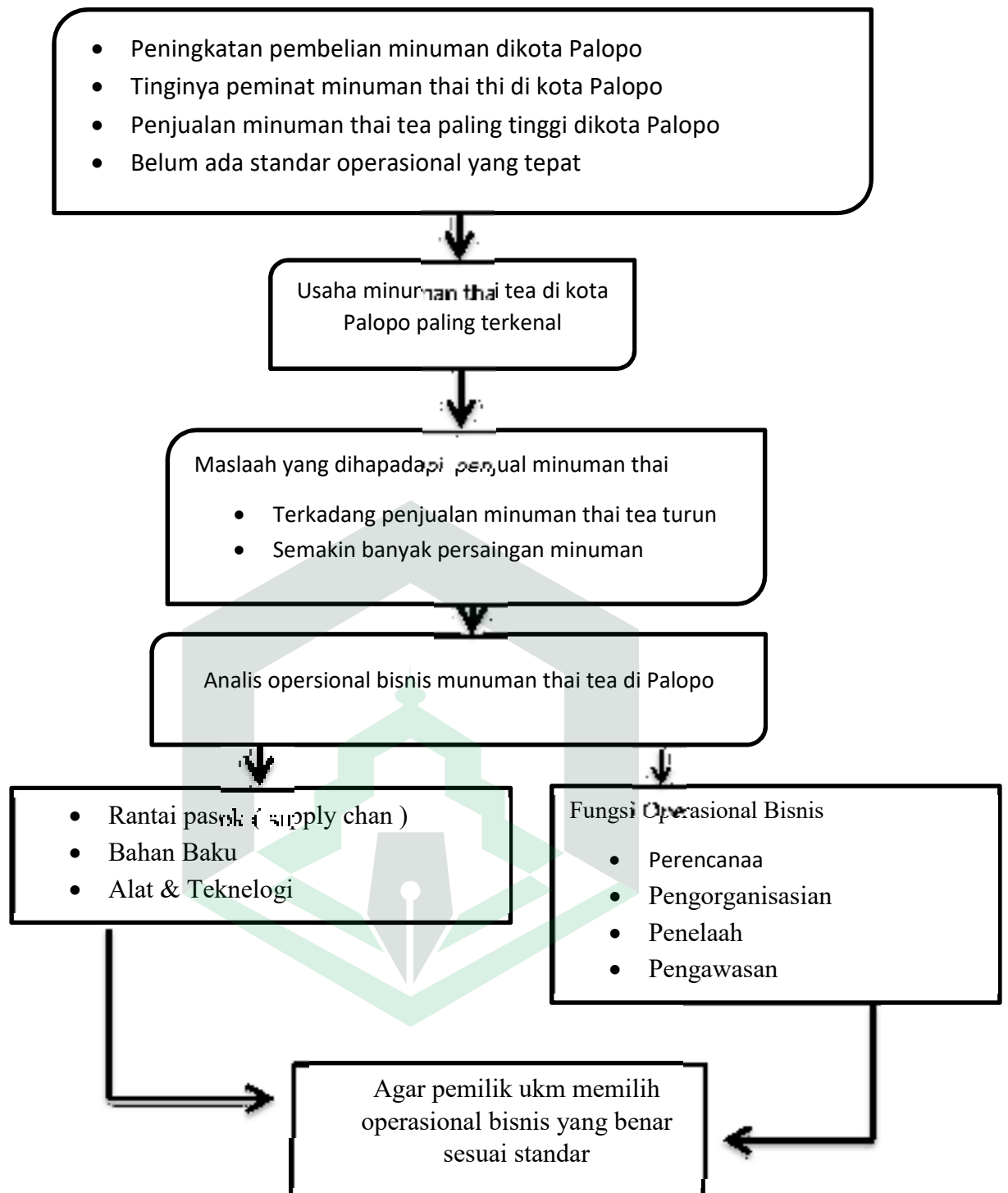


#### 6. pemodalán

Pengusaha kecil pada umumnya menggantungkan diri pada (tabungan) sendiri atau dana pinjaman dari sumber-sumber informal untuk kebutuhan modal kerja. Sedangkan kelemahan-kelemahan UMKM tercermin pada kendala-kendala yang dihadapi oleh usaha tersebut. Kendala yang umumnya di alami oleh UMKM adalah adanya keterbatasan modal, kesulitan dalam pemasaran dan penyediaan bahan baku, pengetahuan yang minim tentang dunia bisnis, keterbatasan penguasaan teknologi, kualitas SDM (pendidikan formal) yang rendah, manajemen keuangan yang belum baik, tidak adanya pembagian tugas yang jelas, serta sering mengandalkan anggota keluarga sebagai pekerja tidak dibayar.

#### **D. KERANGKA PIKIR**

Minuman kekinian ini juga hadir di kota Palopo sebagai bisnis yang sangat menguntungkan karena dengan menjual minuman atau membangun bisnis minuman memberikan untung besar, karena minuman kekinian ini sangatlah cocok dilidah orang Palopo, minuman kekinian ini dapat kita jumpai di pinggir-pinggir jalan, di taman, depan kampus dan di tengah kota Palopo yaitu lapangan Pancasila



**Gambar 2.1 kerangka pikir operasional bisnis**

Berdasarkan uraian diatas maka pembuatan kerangka fikir ini bertujuan untuk memperkuat hasil penelitian ini

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Dan Sifat Penelitian**

##### **1. Jenis Penelitian**

Menurut Miles dan Huberman, data kualitatif merupakan sumber dari deskripsi yang luas dan berlandaskan kukuh, serta memuat penjelasan tentang proses-proses yang terjadi dalam lingkup setempat<sup>20</sup>. Dengan data kualitatif kita dapat mengikuti dan memahami alur peristiwa secara kronologis, menilai sebabakibat dalam lingkup pikiran orang-orang setempat dan memperoleh penjelasan yang banyak dan bermanfaat. Dan lagi, data kualitatif lebih condong dapat membimbing kita untuk memperoleh penemuan yang tak diduga sebelumnya dan untuk membentuk kerangka teoritis baru; data tersebut membantu para peneliti untuk melangkah lebih maju dari praduga dan kerangka kerja awal.

Dengan menggunakan pendekatan kualitatif pengumpulan data yang dilakukan peneliti lebih menekankan kepada situasi guna menemukan, memahami, menjelaskan dan memperoleh gambaran tentang bagaimana implementasi pelayanan yang diberikan.<sup>21</sup>

##### **2.Sifat Penelitian**

Sesuai dengan judul dari penelitian ini, maka penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. "Penelitian deskriptif yaitu suatu penelitian yang bermaksud mengadakan pemeriksaan dan pengukuran-pengukuran terhadap gejala tertentu."

---

<sup>20</sup> Miles and Huberman, Metode Penelitian (2018) :167

<sup>21</sup> Dr. Ulber Silalahi, MA, Metode Penelitian Sosial, Bandung, 2012

Menurut Cholid Narbuko dan Abu Achmadi “Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data, jadi ia juga menyajikan data, menganalisis, dan menginterpretasi”.

Penelitian ini bersifat deskriptif, karena penelitian ini berupaya mengumpulkan fakta yang ada, penelitian ini terfokus pada usaha mengungkapkan suatu masalah dan keadaan sebagaimana adanya, yang diteliti dan dipelajari sebagai sesuatu yang utuh.<sup>22</sup> Penelitian deskriptif yang dimaksud dalam penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan tinjauan operasional bisnis minuman thai tea di Palopo

## **B. Partisipan**

Untuk jumlah partisipan yang saya ambil itu mencapai 43 kedai, jumlah pemilik kedai laki-laki terdiri dari 28 partisipan untu perempuan 15 partisipan, rata dari umur mereka berumur mulai dari 21 sampai dengan 29 tahun, meraka sudah kerja dari tahun 2017 sampai 2019. Penulis memilih menggunakan sampel secara acak. Dikarenakan banyak penjual yang serupa sehingga penulis memutuskan untuk memilih sampel acak.

Peneliti mengambil sampel acak berdasarkan kelompok atau wilayah dari anggota populasi. Pada teknik ini subyek penelitianakan dikelompokkan menurut area atau tempat domisisli anggota populasi. Tujuan sendiri itu untuk meneneliti tentang suatu hal pada bagian-bagian yang berbeda didalam suatu wilayah

---

<sup>22</sup> Moh. Nazir, Metode Penelitian, Bogor: Ghalia Indonesia,

tertentu. Misalnya peneliti ingin mengetahui tingkat partisipasi masyarakat kota palopo terhadap operasional bisnis yang di terapkan kepada para pengusaha kedai thai tea. Peneliti akan menentukan sampel dari wilaya-wilayah ynag tersebar di kota palopo,. Baik pada tingkat kecamatan, dan desa

## **C. Sumber data**

### **1. Sumber data primer**

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data pada pengumpulan data, pada penelitian ini , data primer yang digunakan untuk memperoleh informasi tentang strategi penjualan thai tea di Palopo adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah penjual minuman thai thea. Dalam wawancara, dokumentasi, serta observasi peneliti mengambil 43 kedai penjual minuman thai tea di kota Palopo.

### **2. Sumber Data Sekunder**

Sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Data sekunder pada penelitian ini meliputi jurnal, proposal , skripsi , yang berkaitan dengan operasional bisnis minuman thai tea

## **D. Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian iniantara lain sebagai berikut

## 1. Metode Wawancara( *interview*)

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam.<sup>24</sup> Dalam hal ini peneliti lebih menggunakan pelaksanaan wawancara dengan face to face interview yaitu peneliti melakukan wawancara secara langsung yang mana bertatap muka dengan subjek untuk dapat memudahkan dalam pencarian informasi, penggalian data, dan bisa menjadi salah satu cara yang mudah dalam menjawab rumusan masalah dari penelitian ini. Berikut adalah pertanyaan yang akan ditanyakan kepada pemilik/pegawai kedai<sup>23</sup>

Aspek	Indicator	Pertanyaan
Perencanaan Usaha	Latar Belakang & Sejarah	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Apa yang membuat anda tertarik untuk memulai berbisnis?</li> <li>- Mengapa anda memilih untuk menjalankan bisnis ini?</li> <li>- Bisakah anda ceritakan bagaimana langkah dalam memulai bisnis ini?</li> <li>- Visi dan misi yang dimiliki</li> </ul>

<sup>23</sup> Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung

		bisnis?
	Modal Usaha	- Dari mana andan mendapatkan modal awal untuk membuka usaha?
	Lokasi Usaha	- Bagaimana langkah untuk mendapatkan modal usaha? - Mengapa anda memilih membuka bisnis ini disini?
	Legal	- Apakah usaha ini memiliki izin?
	Target Pasar / Konsumen	- Siapakah target konsumen dari usaha anda
Proses Usaha	Pengembangan Usaha	- Apa saja proses pengembangan bisnis yang telah dilakukan ?  - Apakah anda menjalin kerja sama (partnership) dalam membangun bisnis ini? - Apakah anda memiliki rencana untuk membangun cabang baru?
	Manajemen Sdm	- Jelaskan rekrutmen karyawan?  - Berapa jumlah karyawan anda miliki?  - Bagaimana struktur organisasi yang dimiliki oleh bisnisn yang anda miliki?  - Apakah karyawan diberikan orientasi dan pelatihan sebelum bekerja disini ?

### Manajemen Keuangan

- Berapa lama jam operasional yg berlakukan ?
- Bagaimana manajemen keuangan dijalankan di bisnis ini? (perhitungan untung rugi, pembukuan, dilakukan oleh siapa)
- Berapa omzet yang diperoleh dalam sebulan dari bisnis ini?
- Berapakah keuntungan yang diperoleh dalam sebulan dari bisnis ini?

### Manajemen Pemasaran

- Apa ciri khas yang dimiliki usaha ini yang membedakan usaha ini dengan usaha lain?
- Bagaimana anda memasarkan produk anda?
- Media apa saja yang digunakan untuk pemasaran?
- Bagaimana anda melakukan plating/packaging produk anda agar lebih menarik?

### Manajemen Produksi

- Bagaimana cara anda untuk menarik pelanggan ?
- Bagaimana anda mendapatkan bahan baku untuk menjalankan usaha anda ?
- Bagaimana anda menentukan menu minuman yang akan anda jual?



- Bagaimana anda melakukan perhitungan dan menentukan harga produk?

Evaluasi

- Apa saja permasalahan yang dihadapi?
- Bagaimana anda mengatasi permasalahan tersebut ?

## 2. Metode Observasi

Pengumpulan data dengan observasi langsung atau dengan pengamatan langsung adalah cara pengambilan data dengan menggunakan mata tanpa ada pertolongan alat standar lain untuk keperluan tersebut. Observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi

## 3. Metode Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Teknik ini digunakan sebagai pelengkap dalam pengumpulan data dari hasil observasi dan wawancara yang berguna untuk hasil penelitian. Sebelum melakukan observasi, peneliti terlebih dulu mencari referensi melalui buku, jurnal, artikel di internet serta sumber lainnya yang dianggap relevan dengan permasalahan yang diteliti.<sup>24</sup>

## D. Teknik Analisa Data

---

<sup>24</sup> Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lainnya, sehingga dapat mudah difahami dan temuannya dapat di informasikan kepada orang lain. Analisis data yang digunakan adalah analisa data kualitatif dengan cara berfikir induktif, karena data yang diperoleh berupa keterangan-keterangan dalam bentuk uraian. Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain. Miles dan huberman mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh.

Berdasarkan keterangan di atas, maka dalam menganalisis data, peneliti menggunakan data yang telah diperoleh kemudian data tersebut dianalisis dengan menggunakan cara berfikir induktif yang berangkat terhadap operasinal bisnis minuman thaitea dikota Palopo

## BAB IV

### DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA

#### 1. Deskripsi Data

##### 1. Kondisi Kedai Minuman Thai Tea

Kedai minuman di kota palopo sudah ada pada awal 2018 samapai sekarang, kedai tersebut mulai berdiri dari tahun 2018 sampai 2022 , yang bangunan usahanya berdiri sendiri , kedai minuman ada yag memiliki karyawan dan ada yang tidak memiliki karyawan, kedai tersebut menjual beberapa jenis minuman yang lagi trend. Adapun jumlah usaha kecil menengah yang berada di kota palopo, sebagai berikut:

Tabel 1.1 Data kedai thai tea di kota palopo Per 29 oktober 2022  
Usaha Mikro

No	Kota	Unit	Tenaga Kerja		Modal Awal (Rp.)	Omset/ Tahun (Rp.)
			L	P		
1	Wara selatan	5	-	-	-	-
2	Wara barat	10	-	-	-	-
3	Wara timur	8	-	-	-	-
4	Wara utara	11	-	-	-	-
5	Bara	9	-	-	-	-
	Total	43	-	-	-	-

Sumber : dari hasil observasi selama 3 hari

Kedai minuman ini banyak di pinggir jalan bai di jalan poros dan lorong-lorong masyarakat. Dari hasil wawancara dengan pemilik kedai minuman omset rata-rata pemilik kedai dari Rp. 10.000.000 sampai dengan 25.000.000 perbulannya

## 2. Hasil Penelitian

Strategi bersaing merupakan langkah yang terencana maupun tidak terencana untuk memiliki keunggulan bersaing sehingga mampu menarik minat konsumen ataupun mempertahankan posisinya dalam pasar, dan tahan terhadap tekanan pesaingnya. Salah satu strategi yang biasa digunakan untuk mencapai keunggulan bersaing yaitu strategi generik. Strategi generik digunakan untuk menciptakan posisi yang dapat menguntungkan didalam dunia persaingan. penelitian ini menggunakan *stretegi operasioanal bisnis*.

### 1. Operasional bisnis

#### 1) Bahan baku

Merupakan bahan yang dibeli dan digunakan dalam membuat suatu produk akhir barang jadi yang akan dijual kepada konsumen.kegiatan yang dilakukan untuk memelihara kualitas produk agar tetap stabil, Kaka Dinda selaku pemilik kedai yang ada di kecamatan bara”

*“bajhan baku yang saya dapatkan saya membeli dalam kota disebuah toko tertentu dan adala pula yang dibuat sendiridari daun”<sup>25</sup>*

Pemilik kedai selalu memperhatikan bahan baku yang dipakai apakah bahan baku tersebut ada yang rusak maka segera diganti agar kualitas tetap

---

<sup>25</sup> Kaka dinda selaku pemilik kedai thai tea ( 27 september 2022)

terjaga, jika tidak maka tentu konsumen akan beralih ketempat lain untuk membeli produk. Selain itu kak Alif juga mengatakan bahwa,

*“Kalau kita tidak cek bahan baku kita apakah ada yang rusak atau kadluarsa itu sangat beresiko nanti minuman yang kita jual tentu kualitasnya akan berbeda”*.<sup>26</sup>

## 2) Jam ber operasional

Merupakan kegiatan yang dilakukan untuk mengoptimalkan sumber daya yang dikeluarkan. Adapun sumber daya yang dimaksud berupa tenaga, uang dan waktu. Pada indikator ini peneliti memberikan pertanyaan mengenai jam buka kedai mereka buka pukul berapa dan sampai jam berapa kaka Dinda menjawab,

*”untuk hari senin sampai jum’at biasanya buka pukul 10 sampai dengan pukul 22:00 malam sedangkan hari sabtu itu tutup sampai pukul 23:00”*.<sup>27</sup>

Selain itu menurut semua narasumber bahwa jam buka kedai minuman mer, kakak Alif mengatakan,

*”waktu jam operasional saya ialah 12 jam”*.<sup>28</sup>

Kaka salsa juga mengatakan bahwa,

*“untu wak tu jam operasional saya itu buka pukul 08:00 pagi sampai pukul 22:00 malam”*<sup>29</sup>

## 3) Penetapan harga

Merupakan suatu nilai dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa. Harga yang ditawarkan oleh kedai minuman tergantung dari modal beli dari produk tersebut. Kakak Salsa

<sup>26</sup> Kak alif selaku karyawan thai tea (30 oktober 2022)

<sup>27</sup> Kaka dinda selaku pemilik kedai thai tea (27 september 2022)

<sup>28</sup> Kak alif selaku karyawan thai tea (30 oktober 2022)

<sup>29</sup> Kak salsa selaku pemilik kedai thai tea (8 oktober 2022)

mengatakan bahwa,

*“untuk penentuang harga itu tergantung dari harga bahan baku yang kami beli juga, dari luar kota semakin mahal bahan yang dipake maka harga juga naik.”<sup>30</sup>*

Harga produk yang lebih murah itu seperti thai tea , gren tea dan lain-lain. Dari observasi yang di lakukan oleh peneliti harga minuman dari semua kedai minuman harga yang di tawarkan itu sama.

#### 4) Karyawan

Merupakan seorang yang melakukan pekerjaan sehingga menghasilkan suatu barang atau jasa. Tenaga penjual atau biasa di kenal dengan karyawan merupakan hal yang dapat memudahkan seseorang dalam mengelola bisnisnya, namun kedai minuman yang di palopo ini ada yang menggunakan karywan dan ada yang tidak pakai karyawan dalam kegiatan bisnis mereka, seperti yang di katakan oleh kakak dinda saat peneliti menanyakan apakah ia memiliki karyawan

*“Tidak ada, Karena rasanya tidak ada kedai kecil yang menggunakan karyawan yang ada itu hanya kios besar, nanti kalau kita pakai keuntungan yang saya dapatkan itu akan bekurang selama saya dapat menghendelnya saya tidak akan memakai karuywan”<sup>31</sup>*

Sedangkan kakak Alif mengatakan bahwa

*“ada, itupun hanya satu karna ini adalah kerja sampingan juga, untuk gajinya sendiri itu 800.000 perbulan + bous per cup”<sup>32</sup>*

<sup>30</sup> Kak salsa selaku pemilik kedai thai tea ( 8 oktober 2022)

<sup>31</sup>Kaka dinda selaku pemilik kedai thai tea ( 27 september 2022)

<sup>32</sup> Kak alif selaku karyawan thai tea (30 oktober 2022)

#### 5) Tingkat persediaan

Merupakan barang-barang yang dimiliki oleh suatu usaha baik itu dari pembelian ataupun di produksi sendiri dengan tujuan barang tersebut akan dijual kembali. Sebagai mana yang diketahui kedai minuman merupakan tempat untuk menjual bahan baku. yang mana produk yang di jual oleh kedai minuman biasanya di beli dari toko grosiran . Ketersediaan produk di kedai minuman amat di perhatikan oleh pemilik kedai, produk yang disediakan oleh kedai

Ketersediaan produk juga mengikuti permintaan konsumen, seperti yang di katakan kakak Alif ,

*“menyesuaikan bahan baku yang laris jika sudah kurang kamipun bergegas untuk menambah bahan baku yang kurang”*.<sup>33</sup>

#### 6) Reputasi produsen dimata konsumen

Merupakan pandangan konsumen terhadap kedudukan orang , produk, atau pun merek dari suatu usaha. Reputasi cukup penting bagi keberlangsungan hidup suatu usaha sebab dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Dengan kepuasan pelanggan produsen akan diuntungkan karena terciptanya loyalitas pelanggan sekaligus dapat mendatangkan konsumen yang baru. Dari observasi ke beberapa kedai yang ada dikota palopo mereka mengatakan bahwa kedai mereka dekat dengan tempat ramai dan juga jalan poros menjual target merka yang buka kedai di jalan poros hanya orang lewat Seperti yang di katakan oleh kak Salsa bahwa,

---

<sup>33</sup> Kak alif selaku karyawan thai tea (30 oktober 2022)

*“target pemasaran atau konsumen saya adalah orang lewat dan anak sekolah”*.<sup>34</sup>

Pemilik kedai ramah dalam pelayanannya kepada pembeli memberi senyum dan sering mengajak konsumen untuk sekedar berbincang santai, namun menurut observasi lainnya menemukan fakta bahwa ada beberapa kedai yang tidak ramah, cuek dan tidak sabaran ketika melayani konsumen. Saat peneliti ingin meminta kesediaan untuk diwawancarai mereka menolak dengan berbagai macam alasan bahkan dengan wajah yang cenderung kesal.

#### 7) Mengiklankan

Merupakan kegiatan memperkenalkan produk ataupun jasa kepada masyarakat untuk menarik minat serta meningkatkan penjualan. Iklan merupakan kegiatan yang menguntungkan bagi suatu bisnis, semakin sering suatu usaha mengiklankan produk atau jasa mereka maka konsumen akan mengenal atau bahkan membeli produk tersebut, sehingga mendorong terjadinya peningkatan penjualan. dari semua kedai minuman yang peneliti wawancarai mereka memasang iklan melai, twiter, instagram, dan fecebok, Kak Dinda mengatakan bahwa

*“melakukan iklan , Karna kalau buat iklan lebih membuat kedai saya jadi terkenal apalagi iklan yang saya buat ini memerlukan modal uang yang dikeluarkan karna saya buat sendiri iklan ini dari aplikasi tertentu”*.<sup>35</sup>

<sup>34</sup> Kak salsa selaku pemilik kedai thai tea ( 8 oktober 2022)

<sup>35</sup> Kaka dinda selaku pemilik kedai thai tea ( 27 september 2022)



Untuk melakukan iklan tidak memerlukan modal sama sekali didalam proses pengerjaanya hanya dengan handphon dan aplikasi tertentu.

## 2. Kekurangan Dan Kelebihan Manejemen Operasional

### 1) Kelebihan operasional

Dengan fleksibilitas dan ukurannya yang kecil, UMKM mempunyai banyak keunggulan dalam menjalankan usahanya, terutama dari segi pembentukan dan operasional. Berikut kelebihan yang dimiliki operasional bisnis dipandang dari segi UMKM,

#### 1) Kecepatan inovasi

Kekuatan lainnya dalam menjalankan `bisnis UMKM adalah tidak adanya hierarki dan kontrol yang terlalu kaku seperti perusahaan besar kebanyakan dimana membuat para pekerjaannya memiliki gerak yang lebih luas dan dapat menyumbangkan ide mereka bisnis dengan skala kecil memiliki kebebasan lebih dibandingkan bisnis besar membuat pekerjaannya dapat secara leluasa menyalurkan ide-ide secara kreatif dan inovatif yang belum memiliki banyak pesain.tidak hanya itu, produk-produk dan ide baru dapat dirancang, digarap dan diluncurkan dengan segera. Kakak Dinda mengatakan bahwa'

*“dengan sedikitnya yang di olah saya terkadang memikirkan membuat beberapa menu baru untuk kedai saya”<sup>36</sup>*

---

<sup>36</sup> Kaka dinda selaku pemilik kedai tha tea( 27 september 2022)

## 2) Menciptakan lapangan kerja

Pemilik bukanlah satu satunya orangb yang mendapatkan keuntungan dalam membangun usaha kecil menengah. Masyarakat pun juga banyak diuntungkan dari usaha ini. Karena dengan banyaknya usaha kecil menengah yang tumbuh dilingkungan masyarakat. Semakin banyak pula lapangan pekerjaan yang tersedia. Kaka Alif mengatakan bahwa'

*“untuk menambah pengasilan saya buka kedai baru dengan adanya kedai tersebut saya sudah membuat lapangan kerja buat orang-orang disekitar saya”<sup>37</sup>*

## 3) Fokus dalam satu bidang

Usaha kecil menengah tidak wajib untuk selalu mengikuti permintaan pasar seperti layaknya perusahaan besar yang selalu mengikuti arus pertumbuhan jaman. Usaha ini dapat fokus dalam satu bidang usaha tertentu. Untuk mengembangkan usahanya, pemilik bisa menghadirkan inovasi-inovasi atau ide kreatif yang bisa diaplikasikan pada produk yang dijual. Kaka Nita mengatakan bahawa'

*“karena saya hanya punya satu usaha ini jadi saya selalu buat rasa baru untuk pengembangan kedai saya agar lebih bagus kedepan-nya”<sup>38</sup>*

## 4) Kebebasan menentukan harga

Usaha kecil menengah memiliki kekuatan lebih dalam menentukan harga barang maupun produksi jasa dibandingkan dengan usaha besar. Hal ini karena pemilik UKM sendirilah yang memegang aset dan sumber kekayaan juga hasil produksi sehingga mereka lebih leluasa dalam menentukan harga barang yang mereka jual ke pasaran, kaka Airin mengatakan bahwa,

---

<sup>37</sup> Kakak alif selaku karywan kedai thai tea ( 30 oktober 2022)

<sup>38</sup> Kak nita selaku karyawan kedai thai tea (30 oktober 2022)

*“Untuk menentukan harga yang ada di kedai kami, saya menggunakan bahan baku sebagai penentu harga”<sup>39</sup>*

#### 5) Biaya operasional yang rendah

Kebanyakan usaha kecil menengah bekerja dari domisilinya masing-masing tanpa memiliki ruang perkantoran yang tetap. Meski begitu, hal ini juga dapat menjadi salah satu keuntungan dalam bisnis UKM. Mengapa? karena biaya operasional yang dikeluarkan oleh perusahaan tidak terlalu besar. Kaka Airin mengatakan bahwa,

*“untuk biaya operasional itu sangat rendah, beda dengan pada saat membuka kedai ini pertama kali”<sup>40</sup>*

#### 2). Kekurangan Usaha Kecil Menengah

Seperti yang sudah disebutkan sebelumnya, selain banyak keunggulan dalam menjalankan usaha kecil menengah, akan tetapi para usahawan tidak boleh melupakan bahwa ada juga beberapa kelemahan dalam menjalankan bisnis UKM ini. Berikut adalah beberapa kekurangan di usaha kecil menengah :

##### 1. Sedikitnya Anggaran dan Pembiayaan

Usaha berskala kecil biasanya memiliki anggaran yang lebih kecil dibandingkan dengan perusahaan besar dalam menjalankan usahanya. Hal ini disebabkan karena sumber anggaran modal biasanya hanya bersumber dari pemilik usaha saja. Sumber dana pemilik usaha sendiri pun bisa beragam seperti pinjama atau kredit usaha. Kaka Dinda mengatakan bahwa’

<sup>39</sup> Kakak Airin selaku karyawan kedai thai tea ( 26 oktober 2022)

<sup>40</sup> Kakak Airin selaku karyawan kedai thai tea ( 26 oktober 2022)

*“ untuk modal sendiri sya meminjam uang dari orang tua, nanti kalau keuntungan sudah ada baru saya bisa mengembalikan uang yang pernah saya pinjam kepada orang tua ”<sup>41</sup>*

## 2. Manajemen Karyawan

Karena memiliki lingkup kerja bisnis yang lebih kecil dibandingkan bisnis besar, usaha UKM biasanya memiliki kelemahan dalam manajemen karyawan dimana pemilik akan kesulitan dalam pembagian kerja yang proposional pada karyawan. Hal ini terjadi karena biasanya bisnis usaha ini memiliki karyawan yang terbatas sehingga mereka terkadang harus melakukan dua atau lebih pekerjaan sekaligus hingga terkadang bekerja melewati batasan jam kerja. Kakak Alif mengatakan bahwa “

*“terkadang kami kesusahan dalam melayani, ketika banyak pelanggan yang ingin pesanan segera dibuatkan sedangkan saya hanya sendiri dalam melayani customer”<sup>42</sup>*

## 3. Tekanan Dari Luar

Tidak hanya tekanan dari dalam perusahaannya sendiri, tetapi tekanan yang dialami oleh usaha kecil menengah dari luar juga banyak menghadang. Biasanya tekanan ini berasal dari kompetitor - kompetitor bisnis usaha serupa yang dijalankan

## 4. Kurangnya Tenaga Ahli

---

<sup>41</sup> Kak dinda selaki pemilik kedai thai tea ( 27 september 2022)

<sup>42</sup> Kakak alif selaku karyawan kedai thai tea (30 Oktober 2022)

Usaha kecil menengah kebanyakan tidak mampu untuk membayar jasa tenaga ahli untuk mengerjakan pekerjaan tertentu yang disebabkan karena keterbatasan dana yang dimiliki.

## **2. Pembahasan**

Thai Tea adalah varian teh yang berasal dari negeri gajah putih Thailand yang kini sudah mendunia dan bahkan jadi banyak sekali peminatnya. Teh ini memiliki rasa manis karena dicampur dengan gula dan susu kental dan tentunya disajikan dingin membuat minuman ini menjadi semakin nikmat. Di kota Palopo Thai tea banyak diminati oleh konsumen karena rasanya yang manis sehingga dapat melepas dahaga. Akan tetapi, pemilik usaha thai tea tidak menggunakan bahan thai tea asli dari Thailand tetapi bahan yang digunakan untuk membuat thai tea adalah bahan thai tea imitasi.

Penelitian ini telah memaparkan data mengenai strategi operasional bisnis yang digunakan oleh kedai minuman thai tea yang ada di kota palopo, selanjutnya akan dibahas secara runtut mengenai temuan yang telah didapatkan, yakni: strategi operasional bisnis di kota palopo.

### **1) Operasional bisnis**

Temuan pertama adalah pemilik kedai minuman thai tea yang ada di kota palopo untuk mendapatkan bahan baku, pemilik kedai membeli bahan baku dari tempat tertentu yang ada di kota palopo. Untuk menjaga kualitas produk tetap bagus, pemilik selalu melakukan pengecekan tanggal kadaluarsa

bahan baku karena pemilik warung tidak ingin menjual produk yang bahan bakunya sudah kadaluarsa pada konsumen.

Mengecek tanggal kadaluarsa memang seharusnya dilakukan oleh setiap pemilik bisnis karena produk yang tidak layak jual akan merugikan konsumen. sejalan dengan teori yang telah dipaparkan bahwa produk yang layak untuk di jual haruslah produk yang halal dengan kualitas baik, serta memiliki daya saing dan tidak berlebihan dalam mendeskripsikan produknya.

Seperti halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Liyan Adi Sagita<sup>43</sup>, menunjukkan bahwa strategi pemasaran thai tea yang dilakukan di kelurahan 15 A Iring Mulyo tersebut secara garis besar sesuai dengan etika bisnis islam, terlihat adanya kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas dan tanggung jawab. Akan tetapi, masih ada prinsip etika bisnis yang belum ditepakan dalam pedagang thai tea di kelurahan 15 A Iring Mulyo yaitu kejujuran, dikarenakan bahan yang digunakan tidak asli dari thai tea thailand. Namun, sudah di campur dengan bahan thai tea buatan walaupun rasanya sama dengan yang asli.

Sedangkan penelitian yang dilakukan desan henriawan menunjukkan bahwa Hasil penghitungan data yang dihasilkan konsumen secara alami menunjukkan bahwa kriteria kinerja pengusaha kedai yang mereka pilih memenuhi determinan kepuasan kinerja. Oleh karena itu berdasarkan kemampuan memberikan pelayanan (reliability), kecepatan dan ketanggapan

---

<sup>43</sup> Liyan Adi Sagita, "Startegi Pemasaran Thai Tea Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Di Kelurahan 15A Iring Mulyo)", Skripsi (Intitut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro : 2019), h.51

pelayanan (responsiveness), jaminan keamanan produk dan kepercayaan pelayanan (assurance), kepedulian terhadap pelayanan (emphaty), dan penampilan fisik toko dan petugas (intangible), pada hal ini menjadi tugas pokok yang menunjukkan bahwa sangat terkait dan berdampak signifikan sebagai penyebab penurunan jika tidak memenuhi ekspektasi konsumen.

Temuan kedua adalah jam buka kedai thai tea di kota palopo tidak buka selama 24 jam alasannya karena pemilik kedai juga memerlukan waktu untuk beristirahat. Namun jam buka kedai minuman thai tea, selalu buka pada pukul 09:00 pagi sampai jam 22.00

Pada BAB teori menyatakan bahwa faktor keberhasilan kedai thai tea di pengaruhi oleh pelayanan yang tanggap. Membuka toko terlebih awal merupakan bagian dari *service excellence* atau pelayanan prima. Kedai thai tea membuka toko lebih pagi tujuannya untuk memberikan pelayanan maksimal bagi konsumen. Konsumen akan kapan saja memerlukan kebutuhannya. Maka teori dan temuan pada penelitian ini sejalan karena kedai memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap dengan cara membuka kedai lebih awal agar konsumen dapat memenuhi kebutuhannya

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Desan Henriawan<sup>44</sup> , ditemukan ada beberapa kedai yang memiliki jam buka dari pukul 09:00 sampai 22:00. Kedai thai tea yang buka hingga tengah malam biasakan akan

---

<sup>44</sup> Desan Henriawan, *Pengaruh Karakteristik Produk Minuman Thai Tea Terhadap Loyalitas Pelanggan Minuman Thai Tea*, 2017

bergantian dengan anggota lainnya untuk berjaga, selain buka sampai malam hari sebagian kedai juga ada yang tutup pada pukul 21:00 malam.

Penjualan yang dihasilkan oleh kedai yang buka lebih lama. menurut ka Alif<sup>45</sup> pemilik kedai thai tea, penjualan yang dihasilkan jika membuka kedai lebih lama mencapai Rp. 300.000 sampai 700.000 perhari

Penelitian terdahulu sejalan dengan penelitian ini karena dengan membuka kedai lebih awal atau menutup lebih akhir kedai thai tea maka hal tersebut akan memberikan keuntungan. Konsumen yang kesulitan mencari cafe di pagi hari karena masih tutup akhirnya memutuskan untuk berbelanja di kedai minuman daripada harus menunggu cafe buka. Strategi kedai thai tea di Kelurahan Balandai untuk membuka lebih awal kedainya dibanding cafe merupakan hal yang tepat karena konsumen akan memilih kedai mereka untuk berbelanja karena pada pagi hari konsumen akan tergesa-gesa mencari tempat untuk memenuhi kebutuhannya, ini juga didukung oleh teori dan penelitian terdahulu.

Temuan ketiga adalah harga yang lebih murah dibanding cafetaria , harga yang ditawarkan kedai cenderung lebih murah dibandingkan dengan cafetaria. penetapan harga ini disesuaikan dengan modal produk, karena kedai menjual produk dengan harga yang terjangkau di kantong konsumen, karena bahan yang dibeli juga relatif lebih murah.

---

<sup>45</sup> Kak Alif pemilik kedai thai tea



Pemilik usaha harus memahami sejauh mana kepekaan konsumen terhadap harga berkaitan dengan elastisitas harga dan ekspektasi ketika menetapkan harga. Dengan kata lain, harga dan penetapan harga adalah prosedur yang harus diikuti oleh pemilik usaha untuk menambah nilai produk atau layanan dengan pertama-tama hitung semua biaya yang mungkin dirilis untuk keuntungan dan mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Dalam penentuan harga tentu cafe menerapkannya dengan sangat baik, teliti dan terukur agar dapat memberikan keuntungan dan membayar kewajiban yang dibebankan kepadanya seperti pajak dan pembayaran lainnya.

cafe mempunyai margin laba kotor yang lebih besar dibanding warung tradisional, karena mereka harus membayar gaji karyawan, biaya sewa gedung, serta biaya operasional lainnya, cafeteria tentu mempertimbangkan hal tersebut sebelum menentukan harga, berbeda dengan kedai yang hanya menentukan harga melalui modal belinya saja, dari sini dapat kita simpulkan mana yang harga produknya lebih rendah dari pesaing.

Sejalan dengan penelitian terdahulu yang di lakukan oleh Liyan adi sagita <sup>46</sup> bahwa pemilik usaha harus mengetahui bagaimana cara untuk menetapkan harga karena jika produk yang ditawarkan tidak sebanding dengan kualitas produk maka konsumen cenderung memilih ritel yang menawarkan harga dan produk dengan kualitas yang baik . Konsumen lebih memilih berbelanja di kedai karena harga yang ditawarkan lebih murah meski cafeteria

---

<sup>46</sup> Liyan Adi Sagita, *strategi pemasaran thai tea ditinjau dari etika bisnis islam, 2019*

menawarkan berbagai fasilitas yang nyaman, namun seringkali cafe memberikan diskon harga sehingga terkadang konsumen beralih ke cafe

Untuk menjual produk dengan harga murah maka terlebih dahulu pemilik usaha harus memperhatikan berbagai faktor untuk menentukan harga akhir, faktor tersebut meliputi harga psikologis, dampak komponen bauran pemasaran lainnya pada harga, kebijakan penetapan harga perusahaan, dan pengaruh harga pada orang lain. Strategi adaptasi harga juga diperlukan karena memegang peranan penting dalam menghitung harga akhir karena sebagian besar bisnis tidak menetapkan harga sesuai dengan struktur harga tunggal mencerminkan variasi dalam permintaan dan biaya wilayah geografis, persyaratan segmen pasar, waktu pembelian, dan faktor lainnya.

Harga yang ditawarkan oleh warung tradisional ditetapkan berdasarkan modal dari produk tersebut. Jika produk dibeli dengan harga murah maka harga jualnya pun akan ikut murah begitupun sebaliknya. Kedai minuman thai tea yang ada di kota palopo berusaha untuk memberikan harga terbaik bagi konsumen dengan menjual produk dengan harga yang terjangkau di kantong konsumen.

Dalam temuan kedai thai tea di kota palopo terdapat tiga tidak memiliki karyawan dan dua yang memiliki karyawan, penggunaan karyawan bagi kedai dianggap tidak perlu karena kedai yang dikelola tidak besar atau tidak punya kesibukan lainnya, sehingga mereka mampu untuk mengelolanya dengan bantuan keluarga.

Berdasarkan teori salah satu faktor keberhasilan kedai adalah sikap karyawan terhadap konsumen. Karyawan harus memperhatikan sikap serta cara bicara yang sopan agar menarik simpati konsumen sehingga mereka kembali berbelanja ke warung tradisional. Pelayanan baik yang diberikan karyawan mampu meningkatkan daya saing. Secara umum, daya saing diartikan sebagai kapasitas industri untuk menunjukkan keunggulan di bidang tertentu, dengan pengaturan dan keadaan paling ideal, dan hasil kerja yang unggul jika dibandingkan dengan industri lain

Penggunaan karyawan pada suatu industri mempermudah pekerjaan pemiliknya, tanpa karyawan suatu usaha akan cukup sulit untuk dijalankan. Maka antara pemilik dan karyawan harus menerapkan rasa saling percaya yang lebih besar agar menciptakan karyawan yang berdedikasi terhadap pekerjaan. Saling percaya adalah suatu faktor motivasi yang kuat dan tidak adanya kepercayaan sering mengurangi kinerja karyawan. Selain itu karyawan juga perlu penghargaan atas kinerjanya mereka percaya bahwa usaha-usaha telah mereka lakukan juga perlu diapresiasi. Melalui apresiasi tersebut mereka dapat menjadi lebih produktif bila penghargaan yang diberi memenuhi keinginan mereka.

Namun penggunaan karyawan di beberapa kedai tidak terlalu diperlukan karena pemilik memiliki anggota keluarga yang dapat digunakan sebagai pengganti karyawan selain itu keuntungan yang dimiliki juga tidak terlalu besar bahkan cenderung kurang apabila harus dibagi dengan karyawan. Penggunaan karyawan akan menimbulkan biaya tambahan yang sebenarnya

tidak terlalu penting karena pemilik dan keluarganya dapat bergantian untuk mengurus kedai tersebut tanpa bantuan karyawan. Daripada harus menggaji karyawan lebih baik kedai menggunakan dana yang ada untuk menambah produk.

Temuan kelima adalah kedai minuman thai tea sangat memperhatikan ketersediaan produknya. Produk yang disediakan disesuaikan dengan bahan yang di gunakan semakin menipis, namun jumlahnya tidak banyak karena keterbatasan modal yang dimiliki.

Sudah seharusnya para pemilik usaha memperhatikan ketersediaan produk mereka, produk yang lengkap mempengaruhi konsumen dalam berbelanja kebutuhan mereka, karena konsumen tidak perlu lagi mencari tempat untuk membeli kebutuhan lainnya, mereka akan merasa mudah jika disatu tempat dapat menyediakan segala keperluannya.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Liyan Adi Sagita<sup>47</sup>, bahwa konsumen akan setia pada suatu toko jika produk yang di jual lengkap. Dalam berdagang satu hal penting lainnya ialah ketersediaan produk/barang dikedai tersebut. Ketersediaan barang menjadi penilaian tersendiri dari konsumen kepada kedai tersebut, jika kedai tersebut memiliki ketersediaan produk yang lengkap ini menjadi daya tarik tersendiri untuk mengundang datangnya konsumen untuk berbelanja

Dari hasil ini dapat di jelaskan bahwa pemilik kedai sudah berusaha

---

<sup>47</sup> Liyan Adi Sagita, *strategi pemasaran thai tea ditinjau dari etika bisnis islam, 2019*

untuk memperhatikan ketersediaan produknya , para pemilik menyesuaikan produk yang ada dengan keinginan konsumen namun mereka terkendala dengan keterbatasan modal, sehingga dalam menyiapkan produk mereka sering terhambat.

Pemilik kedai minuman thai tea yang ada di kota palopo menyatakan bahwa sejak mereka merintis usaha belum ada konsumen yang mengeluh terhadap pelayanannya, bentuk-bentuk pelayanan yang di berikan oleh pemilik kedai seperti, pelayanan yang cepat dan tanggap, serta jaminan produk yang berkualitas.

Berdasarkan teori reputasi perusahaan dapat mempengaruhi kepercayaan pelanggan terhadap produk atau layanan perusahaan secara langsung dan akan berdampak pada pengambilan keputusan konsumen. Pada dasarnya reputasi perusahaan merupakan suatu penghargaan yang diperoleh perusahaan karena terdapat kelebihan yang ada pada perusahaan yaitu kemampuan yang dimiliki perusahaan, sehingga perusahaan akan terus mengembangkan dirinya agar terus menciptakan hal- hal baru demi pemenuhan kebutuhan konsumen<sup>48</sup>

Ada 4 dimensi reputasi Perusahaan :

- 1) Kredibilitas, Faktor ini berkaitan dengan citra perusahaan yang telah mendapat kepercayaan dari konsumen, konsumen menghargai dan menghormati eksistensi perusahaan secara emosional. Faktor ini mencakup

---

<sup>48</sup> Metha Aryska, "Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien," *Journal of Chemical Information and Modeling* 4, no. 1 (2017): 1–15.

beberapa karakteristik yaitu perasaan positif terhadap perusahaan, mengagumi dan menghormati perusahaan dan mempercayai aktifitas bisnis perusahaan.

- 2) Terpercaya, Faktor ini berkaitan dengan citra perusahaan dimata konsumen, dimana perusahaan tersebut mampu menawarkan produk-produk yang berkualitas tinggi yang dikelola secara lebih baik sehingga konsumen merasa bangga atas kepemilikan produk perusahaan. Karakteristik dari dimensi ini menawarkan kualitas produk dan jasa yang tinggi, perusahaan dikelola secara profesional, perusahaan memiliki produk dan jasa yang berkualitas.
- 3) Keterandalan, Faktor ini berkaitan dengan citra perusahaan untuk membangun image yang baik bagi kalangan konsumen, hal ini dilakukan melalui kegiatan tetap selalu menjaga kualitas produk atau jasa, selalu menjamin terlaksananya kualitas pelayanan prima, dan selalu menampilkan fasilitas-fasilitas yang handal untuk kepentingan konsumen.
- 4) Tanggung jawab Sosial, Citra untuk masyarakat sekitar, seberapa banyak atau berarti organisasi membantu pengembangan masyarakat sekitar, seberapa peduli organisasi terhadap masyarakat dan jadilah perusahaan yang ramah lingkungan. Karakteristiknya adalah perusahaan selalu mendukung tujuan aktifitas kegiatan masyarakat.

Sudah seharusnya kedai minuman memperhatikan reputasinya dimata konsumen jangan sampai konsumen merasa tidak nyaman dan memilih untuk berbelanja tempat lain. Namun perlu diperhatikan bahwa pelayanan yang

diberikan harus maksimal, harus bersikap ramah pada setiap konsumen yang datang, sabar menghadapi pembeli dan berbagai pelayanan lainnya hingga tercipta pandangan baik konsumen kedai tersebut

Temuan ke enam adalah kedai minuman thai tea melakukan iklan. Iklan dianggap hal yang sangat penting dilakukan d berskala kecil untuk bisa menarik konsumen. Iklan merupakan bagian dari promosi, promosi merupakan cara sebuah perusahaan untuk memasarkan dan juga memperkenalkan produknya kemasyarakat luar. Biasa dilakukan dengan cara memberikan informasi serta membujuk konsumen untuk bertransaksi.

Seperti yang telah di paparkan pada BAB teori bahwa faktor keberhasilan warung tradisional salah satu diantaranya adalah melakukan pemasaran langsung. Pemasaran langsung sangat tepat untuk diterapkan oleh warung tradisional dibanding iklan. Karena iklan memerlukan biaya yang cukup besar sementara modal yang dimiliki tidak mencukupi. Luas tempat usaha yang tidak begitu besar sehingga, menjadikan interaksi dengan konsumen dapat lebih intens. Dalam pemasaran langsung sering kali pemilik usaha memperkenalkan produk baru kepada konsumen, namun harus diperhatikan bahwa pemilik warung tradisional tidak boleh sampai salah dalam mendeskripsikan produk mereka, karena jika terjadi kesalahan maka akan mempengaruhi kepercayaan konsumen.

Sedangkan Penelitian yang dilakukan oleh M. Husni Mubarak

menyatakan bahwa usaha kecil tidak mampu untuk melakukan promosi karena modal terbatas dan tidak memiliki karyawan sementara cafetaria melakukan berbagai promosi, diantaranya adalah membagikan brosur pada waktu tertentu. Karyawan ritel modern berjalan menghampiri rumah masyarakat dan masuk ke lorong-lorong untuk membagikan brosur. Brosur tersebut biasanya berisi gambar produk, nama produk, harga, maka setelah melihat adanya diskon yang diberikan cafetaria konsumen akan segera bergegas untuk membeli produk tersebut sebelum kehabisan. Promosi mempunyai ambil besar dalam kelancaran penjual produk, promosi akan memberikan informasi yang jelas mengenai produk.

Meski memiliki manfaat yang sangat besar bagi penjualan produk, iklan bagi kedai thai tea sangat berperang penting. Melakukan iklan sangatlah cocok untuk diterapkan. Kedai thai tea juga memiliki model tersendiri untuk memasarkan produknya, selain pemasaran langsung biasanya konsumen juga akan menjadi alat promosi kedai thai tea atau yang biasanya di sebut word of mouth.

## **2). Kekurangan dan kelebihan Manajemen Operasional Bagi UKM**

### **1.kelebihan manajemen operasional pada UKM**

Kelebihan manajemen operasional pada UKM untuk memanfaatkan segala kesempatan yang ada, sehingga sebuah manajemen perusahaan dapat memiliki keunggulan bersaing yang baik jika dibandingkan dengan perusahaan yang sejenis. Adapun beberapa kekuatan usaha minuman thai tea dalam memanfaatkan kesempatan yang ada:



Peranan inovasi dan kreativitas dalam pengembangan produk dan jasa inovasi memegang peranan penting dalam mengembangkan produk dan jasa dalam kritik bisnis menyambung berbagai kesuksesan wirausaha di dunia yang disebabkan oleh kreativitas dalam mengembangkan produk. Persaingan yang ketat dalam berwirausaha mendorong wirausaha untuk memiliki kreativitas yang tinggi, daya kreativitas tersebut harus melandasi cara berpikir dia maju, gagasan-gagasan baru yang berbeda dibandingkan produk-produk yang telah ada titik sambung berbagai gagasan-gagasan yang kreatif umumnya tidak dapat dibatasi oleh ruang bentuk ataupun waktu dan memberikan terobosan-terobosan baru dalam dunia usaha pada awalnya kelihatannya mustahil

Meningkatkan inovasi dan kreativitas dalam hal ini dilakukan agar nantinya usaha yang dijalankan berkemampuan dalam memenuhi kebutuhan konsumen, sehingga para pelanggan tidak beralih ke UKM lain. Pemilik keai thai tea atau pemilik usaha UKM sangat mengandalkan inovasi dalam mengembangkan usaha pemilik kedai thai tea.

Keberhasilan UMKM dalam menciptakan dan membuka lapangan kerja dibantu dengan dukungan penuh dari pemerintah dan masyarakat akan berkontribusi terhadap peningkatan dan pertumbuhan ekonomi sehingga dapat mempercepat indonesia keluar dari sesi.

Penyerapan tenaga kerja yang tinggi dari UMKM berarti berkurangnya jumlah pengangguran yang ada di indonesia, yang pada akhirnya juga berpengaruh besar pada perekonomian. Namun, hal ini membutuhkan dukungan dari berbagai pihak. Seluruh kegiatan UMKM perlu mendapatkan bantuan

untuk terus ditingkatkan.

Nantinya, diharapkan UMKM hanya bisa menciptakan peluang kerja baru bagi para pengangguran, tapi juga bisa berperang sebagai sarana pemerataan ekonomi, menurunkan tingkat kemiskinan di masyarakat, dan juga menjadi salah satu sumber devisa negara.

Dalam membangun sebuah bisnis memang diperlukan suatu perencanaan yang matang perencanaan yang sudah dipikirkan terkait waktu, sistem kromatik dan segmentasi pasarnya. Dengan fokus pada suatu bidang bisnis kita akan sepenuhnya berpikir terhadap pengembangan bisnis tersebut. Lain halnya kita memiliki banyak bidang bisnis saja dengan banyaknya bisnis tersebut banyak waktu yang terbuang sia-sia dan bisa saja kita keadaan banyak uang, untuk mengembangkan sebuah bisnis kita harus fokus terlebih dahulu terhadap waktu, lakukan secara total bisnis yang sudah pilih tersebut. semakin banyak bidang bisnis yang dijalani ,akan semakin banyak juga biaya yang diperlukan

Dalam menjalankan bisnis, tentu ada fase dimana bisnis tersebut mengalami pengembangan, setelah melalui fase *introduction* (perkenalan). Dengan fokus dalam satu bidang bisnis, kita akan sangat total dalam meningkatkan nilai dari bisnis yang kita jalani. Banyak hal yang bisa kita lakukan ketika kita fokus dalam satu bidang bisnis. Dengan beragam hal yang kita lakukan tersebut, sangat berpengaruh sekali terhadap *value* terhadap bisnis yang kita jalankan . beda halnya ketika kita memiliki bidang bisnis yang

variatif dengan kerumitan yang berbeda-beda, bisa-bisa bisnis yang awalnya kita fokus justru terbenklai.

Usaha kecil menengah memiliki kekuatan lebih dalam menentukan harga barang maupun produksi jasa dibandingkan dengan usaha besar. Hal ini karena pemilik UKM sendirilah yang memegang aset dan sumber kekayaan juga hasil produksi sehingga mereka lebih leluasa dalam menentukan harga barang yang mereka jual ke pasaran. Namun pemilik kedai minuman Thai Tea ini dalam menentukan harga pemilik kedai menjadikan bahan baku sebagai acuan penentu harga yang akan di pasarkan kepada masyarakat.

Harga suatu produk dapat mempengaruhi strategi pemasaran, serta mengubah persepsi konsumen. Konsumen percaya bahwa harga produk yang tinggi menyiratkan kualitas produk yang tinggi, dan harga produk yang rendah menyiratkan kualitas produk yang buruk. Persepsi inilah yang membuat strategi penetapan harga yang tepat menjadi sangat penting

Sejalan dengan penelitian terdahulu yang di lakukan oleh desan henriawan<sup>49</sup> bahwa pemilik usaha harus mengetahui bagaimana cara untuk menetapkan harga karena jika produk yang ditawarkan tidak sebanding dengan kualitas produk maka konsumen cenderung memilih cafe yang menawarkan harga dan produk dengan kualitas yang baik . Konsumen lebih memilih berbelanja di kedai minuman Thai Tea karena harga yang ditawarkan lebih murah meski cafe menawarkan berbagai fasilitas yang nyaman,

---

<sup>49</sup> Henriawan, Desan. 2020. "Pengaruh Karakteristik Produk Minuman Thai Tea Terhadap Loyalitas Pelanggan Minuman Thai Tea ( Studi Pada Pelanggan Daerah Kota Bandung Timur).

Biaya operasional adalah salah satu komponen biaya dalam pengeluaran perusahaan. Dalam laporan keuangan, biaya ini mencerminkan besarnya uang yang dikeluarkan perusahaan untuk menjalankan aktifitas bisnisnya

Agar kegiatan usaha berjalan lancar, wajib hukumnya bagi pelaku bisnis untuk selalu memonitor dan mengendalikan biaya operasional perusahaan. Biaya operasional yang tinggi dapat menggerus laba perusahaan dan menghambat pertumbuhan bisnis. Bisnis sebaliknya, biaya operasional yang di kelola dengan baik dan efisien dapat membantu bisnis tumbuh lebih cepat

Kebanyakan usaha kecil menengah bekerja dari domisilinya masing-masing tanpa memiliki ruang perkantoran yang tetap. Meski begitu, hal ini juga dapat menjadi salah satu keuntungan dalam bisnis UKM. Mengapa? karena biaya operasional yang dikeluarkan oleh perusahaan tidak terlalu besar.

## 2). Kekurangan Usaha Kecil Menengah

Kekurangan atau keterbatasan dalam manajemen operasional pada UMKM terutama dalam hal sumber daya pada UMKM tersebut baik itu keterampilan atau kemampuan yang menjadi penghalang bagi pekerja UMKM. Keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, yang secara serius menghambat kinerja efektif dalam manajemen operasional. Fasilitas, sumber daya keuangan, kapabilitas manajemen, keterampilan pemasaran, dan citra merek dapat merupakan sumber kelemahan

Seperti yang sudah disebutkan sebelumnya, selain banyak keunggulan dalam menjalankan usaha kecil menengah, akan tetapi para usahawan tidak boleh melupakan bahwa ada juga beberapa kelemahan dalam menjalankan bisnis UKM ini. Berikut adalah beberapa kekurangan di usaha kecil menengah :

Usaha berskala kecil biasanya memiliki anggaran yang lebih kecil dibandingkan dengan perusahaan besar dalam menjalankan usahanya. Hal ini disebabkan karena sumber anggaran modal biasanya hanya bersumber dari pemilik usaha saja. Sumber dana pemilik usaha sendiri pun bisa beragam seperti pinjaman atau kredit usaha.

Modal awal yang kecil akan mempengaruhi biaya operasional usaha. Apa bila tak pandai mengatur dan mengelolanya, maka dapat menghambat atau gagal dalam mengembangkan bisnis ini.

Karena memiliki lingkup kerja bisnis yang lebih kecil dibandingkan bisnis besar, usaha UKM biasanya memiliki kelemahan dalam manajemen karyawan dimana pemilik akan kesulitan dalam pembagian kerja yang proporsional pada karyawan. Hal ini terjadi karena biasanya bisnis usaha ini memiliki karyawan yang terbatas sehingga mereka terkadang harus melakukan dua atau lebih pekerjaan sekaligus hingga terkadang bekerja melewati batasan jam kerja.

Sebagian besar usaha mikro, kecil dan menengah merupakan usaha keluarga yang turun temurun dan tumbuh secara tradisional. Keterbatasan

karyawan baik itu dari pendidikan formal maupun pengetahuan dan keterampilan yang kurang

Tidak hanya tekanan dari dalam perusahaannya sendiri, tetapi tekanan yang dialami oleh usaha kecil menengah dari luar juga banyak menghadang. Biasanya tekanan ini berasal dari kompetitor - kompetitor bisnis usaha serupa yang dijalankan. salah satu aspek terkait dengan masalah pemasaran adalah tekanan- tekanan, persaingan ,baik pasar domestik dari produk serupa buatan kedai- kedai lain.

Lebih dari 40% pemimpin perusahaan di Indonesia setuju bahwa kekurangan tenaga kerja ahli akan menjadikan perusahaan semakin lambat dan sulit melakukan transformasi bisnis melalui teknologi serta dapat mengurangi keuntungannya perusahaan di dunia kerja masa depan. Usaha kecil menengah kebanyakan tidak mampu untuk membayar jasa tenaga ahli untuk mengerjakan pekerjaan tertentu yang disebabkan karena keterbatasan dana yang dimiliki. maka dari itu ada beberapa pemilik usaha yang menjalankan bisnis nya ini tidak memakai tenaga yang ahli tetapi mengambil dari masyarakat lokal.

Implikasi dari hasil penelitian ini ialah usaha minum Thai Tea di Palopo berjalan sebagai berikut: setelah membeli bahan baku, pemilik menentukan jam operasional operasional karyawan, setelah itu pemilik menetapkan harga. Untuk mendorong penjualan, pemilik menggunakan iklan media sosial untuk menarik pelanggan agar membeli produk tokonya.

Keuntungan dan kerugian dari operasi bisnis di UMKM termasuk kemampuan mereka untuk berinovasi dengan cepat, kemampuan mereka untuk berspesialisasi, kemampuan mereka untuk menetapkan harga sendiri, dan biaya operasi mereka yang umumnya murah. Minimnya anggaran pembiayaan, tidak adanya manajemen staf, adanya tekanan dari luar, dan kurangnya keahlian merupakan kelemahan yang sebenarnya.

### **3. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif dan menggunakan data primer yang di peroleh melalui hasil wawancara mendalam (*in depth interview*). Keterbatasan penelitian ini meliputi subyektifitas yang ada pada peneliti. Penelitian ini sangat tergantung kepada intrepetasi peneliti tentang makna yang tersirat dalam wawancara sehingga kecendrungan untuk bias tetap masih ada. Untuk mengurangi bias maka dilakukan proses triangulasi, yaitu triangulasi sumber dan metode . triangulasi sumber dilakukan dengan cara cross check data dengan fakta dari informan yang berbeda dengan hasil penelitian lainnya. Sedangkan triangulasi sumberdan metode dilakuakn dengan cara menggunakan beberapa metode dalam pengumpulan data ,yaitu metode wawancara mendalam dan observasi.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis mengenai Operasional Bisnis Minuman Thai Tae di Kota Palopo, maka diperoleh simpulan sebagai berikut:

1. Operasional Bisnis Minumna Thai Tea di Palopo yaitu dimulai dengan membeli bahan baku kemudian menentukan jam operasional operasional karyawan, setelah bahan baku didapatkan kemudian pemilik usaha menentukan harga, untuk menambah penjualan, pemilik menggunakan iklan untuk menarik pelanggan di sosmed agar membeli produk pemilik kedai.
2. Kelebihan dan kekurangan operasional bisnis pada UMKM adapun kelebihan operiasional bisnis pada UMKM yaitu keceptan inovasi, menciptakan lapangan kerja, fokus dalam satu bidang, bebas menentukan harga, dan biaya operasional yang cukup rendah. Sedangkan kekurangan sendiri yaitu sedikitnya anggaran pembiayaan, kurang nya manajemen karyawan, memiliki tekanan dari luar, serta kurangnya tenaga ahli.

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang dikemukakan diatas, saran yang dapat dikemukakan bagi pihak-pihak yang terkait antara lain:

1. Bagi pembiaya

Penulis menyarankan pembiaya untuk memberikan pelatihan wira usaha bagi pemilik UMKM atau masyarakat yang ingin memulai bisnis UMKM ini agar dapat menjalankan bisnis UMKM ini dengan benar dan baik.

2. Bagi Pemilik UMKM



hendaknya pemilik UMKM dapat memberikan pertimbangan untuk meningkatkan kinerja bisnis walau pun terdapat tekanan kompetitif dengan cara melaksanakan inovasi.



## DAFTAR PUSTAKA

- Agtriani, Nadia Nur, and Bulan Prabawani. 2020. "Analisis Proses Produksi Pada Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Tahu Di Kelurahan Jomblang Berbasis Eko-Efisiensi (Studi Pada Ukm Tahu Harapan Tenang Semarang)." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 9 (2): 106–18. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.27224>.
- Albertus Krisna. Tren Konsumsi Minuman Kekinian. <https://kompas.id/baca/metro/2020/03/05/tren-konsumsi-minuman-kekinian/>. Di akses tanggal 12 Oktober 2020.
- Abdurrahmat Fathoni. Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi. Jakarta: Rineka Cipta, 2011
- Agus Sucipto, Studi Kelayakan Bisnis Analisis Integratif dan Studi Kasus, (Malang: UIN Maliki Press, 2011)
- Abdul Manap, Revolusi Manajemen Pemasaran (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016)
- AuliaIshak, MenejemenOperasi,GrahaIlmu, Yogyakarta, 2010
- AKHYAR, A. 2019. "Analisis Pengembangan UMKM Chakrii Thai Tea Kota Semarang Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam." *Eprints.Walisongo.Ac.Id*. <http://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/10776/%0Ahttps://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/10776/1/122411063.pdf>.
- Amalia, Alfi, Wahyu Hidayat, and Agung Budiarmo. 2018. "Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada UKM Batik." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 1: 1–12.
- Buchari Alma dan Donni Juni Priansa. Manajemen Bisnis Syariah. Bandung: Alfabeta, 2009.
- BUDIMAN, TRI. 2017. "ANALISIS SWOT PADA USAHA KECIL DAN MENENGAH (Studi Kasus Pada Percetakan Paradise Sekampung)," 19.
- Daryanto & Abdullah. (2013). Pengantar Ilmu Manajemen dan Komunikasi. Jakarta: Prestasi Pustaka Raya.
- Dr. Ulber Silalahi, MA, Metode Penelitian Sosial, Bandung, 2012
- Faruq, Mochamad Ammar, and Indrianawati Usman. 2016. "Penyusunan Strategi Bisnis Dan Strategi Operasi Usaha Kecil Dan Menengah Pada Perusahaan Konveksi Scissors Di Surabaya." *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan| Journal of Theory and Applied Management* 7 (3): 173–98. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v7i3.2710>.
- Fahmi Ahmad Burhan. Strategi Gojek Tanpa Bakar Uang Kerek Transaksi GoFood 2 Kali Lipat. <https://katadata.co.id/marthathertina/digital/5e9a495cbe104/strategi-gojek-tanpa-bakar-uang-kerektransaksi-gofood-2-kali-lipat>. Di akses tanggal 13 Oktober 2020.Grab. Fakta Tentang Thai Tea dan Rekomendasinya di Jakarta. <https://www.grab.com/id/food-blog/fakta-tentang-thai-tea-danrekomendasinya-di-jakarta/>. Di akses tanggal 13 Oktober 2020Etta Mamang Sangadji & Sopiah. 2013.
- Fika Nurul Ulya. Pertumbuhan Bisnis Waralaba Terdorong Jasa Antar Makanan. <https://palembang.kompas.com/read/2019/07/05/172400326/pertumbuhan-bisnis-waralaba-terdorong-jasa-antar-makanan>. Di akses tanggal 12 Oktober 2020.

Feni Dwi Anggraeni, Imam Hardjanto, Ainul Hayat” *Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Ukm) Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal Dan Potensi Internal*

Hendro, *Dasar-dasar Kewirausahaan (Panduan Bagi Mahasiswa Untuk Mengenal, Memahami dan Memasuki Dunia Bisnis)*, Erlangga, Jakarta, 2011.

Murdifin Haming dkk, *Manajemen Produksi Moderen Operasi Manufaktur dan Jasa*, PT Bumi Aksara, Jakarta, 2011.

Manahan, P. Tampubolon, M.M, *Manajemen Operasional*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 2004

Hendro, *Dasar-dasar Kewirausahaan (Panduan Bagi Mahasiswa Untuk Mengenal, Memahami dan Memasuki Dunia Bisnis)*, Erlangga, Jakarta, 2011

Henriawan, Desan. 2020. “Pengaruh Karakteristik Produk Minuman Thai Tea Terhadap Loyalitas Pelanggan Minuman Thai Tea ( Studi Pada Pelanggan Daerah Kota Bandung Timur).” *Sintesa STIE Sebelas April Sumedang* 10 (2): 15–20.

Ismail Sholihin, *Manajemen Strategi*, (Jakarta : Erlangga, 2012).

J. Paul Peter, Jerry C.Olson, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Salemba Empat, Jakarta Selatan, 2004

John A.Pearce II, Dkk, *Manajemen Strategis-Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*, Salemba Empat, Jakarta, 2008

<sup>1</sup> Kementerian Agama RI, *Al-Qur’anul Karim dan Terjemah, Cet I* (Surakarta: Ziyad Books, 18 Februari 2018), 184

Kurniadi, Ridwan. 2015. “Bisnis, Analisis Bisnis Plan Dan Jaringan Kerja Dalam Peningkatan Operasional.” *Ekonomi Jurnal Ilmu Manajemen* 2 (2): 123–26.

Manahan, P. Tampubolon, M.M, *Manajemen Operasional*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 2004

Murdifin Haming dkk, *Manajemen Produksi Moderen Operasi Manufaktur dan Jasa*, PT Bumi Aksara, Jakarta, 2011

Mardalis, *Metode Penelitian Sebagai Pendekatan Proposal*, Bumi Aksara, Jakarta, 2004.

Melayu S.P Hasibuan, *Manajemen Dasar Penegertian Dan Masalah*, Jakarta : Bumi Aksara, 2009.

Muhammad, *Manajemen Keuangan Syariah, Upp Stim Ykpm*, Yogyakarta, 2014

Murdifin Haming dan Mahfud Nurnajamuddin, *Manajemen produksi modern*, Jakarta, Bumi Aksara, 2014

Kevin Lane Keller, *Ekonomis, Efisien dan Efektif, Bayangkara,DIY*. Yogyakarta, 2008

M. Kwartono Adi, *Analiis Usaha Kecil dan Menengah*, (Yogyakarta: C.V Andi, 2019), 15.

Metha Aryska, "Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien," *Journal of Chemical Information and Modeling* 4, no. 1 (2017): 1–15.

Lexy J. Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2014.

Matika, Ayu Azzahra. 2021. "Pengaruh Brand Image Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Thaitea Dan Greantea, Cafe Tuktea Dan Seventea)." *Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Palopo*.

Mubarok, M. Husni. 2018. "Manajemen Operasional Sate Cak Nasir Dalam Syariah."

Miles and Huberman, *Metode Penelitian* (2018) :167

Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, Bogor: Ghalia Indonesia,

M. Mursid, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014)

Noti, Fetnisari Babang, Herru Prasetya Widodo, and Emei Dwinanarhati Setiamandani. 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>.

Publik, Jurusan Administrasi, Fakultas Ilmu Administrasi, and Universitas Brawijaya. n.d. "Jurusan Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya, Malang" 1 (6): 1286–95.

Rusdiana, Ha, Pengantar H Moh Ali Ramdhani, and MT Guru Besar UIN Sunan Gunung Djati Bandung. 2014. *Penerbit CV Pustaka Setia Bandung*.  
[http://digilib.uinsgd.ac.id/8788/1/Buku Manajemen Operasi.pdf](http://digilib.uinsgd.ac.id/8788/1/Buku%20Manajemen%20Operasi.pdf).

Rifa'atussa'adah & Prabawani. (2017). *Analisis Eko-Efisiensi Pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Batik Tulis Bakaran di Kecamatan Juwana*. Skripsi. Universitas Diponegoro

Shahih Bukhari, **Kitab Adzan, Bab Wudhu` Anak-Anak ...** no. hadits 859

Sagita, Liyan A D I. 2019. "STRATEGI PEMASARAN THAI TEA DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus Di Kelurahan 15A Iring Mulyo)."

Sakur. 2011. "Kajian Faktor-Faktor Yang Mendukung Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah: Studi Kasus Di Kota Surakarta." *Spirit Publik* 7 (2): 85–110.

Suprayanto, *kewirausahaan* (Bandung: Alfabeta, 2018), 178.

Sondang P. Siangan, *Manajemen Stratejik*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2012)

Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif. Kualitatif. R & D*. Bandung: Alfabeta, 2016

Sancoko, Aldo Hardi. 2015. "Strategi Pengembangan Bisnis Makanan Dan Minuman Pada Depot Time To Eat Surabaya." *Agora* 3 (1): 185.

Tulus Tambunan, *usaha Kecil dan Menengah di Indonesia Beberapa Isu*, (Jakarta: PT. Salemba Empat.2018). 166

Veronica, Mayrinn Trifosa, and Ibnu Malkan Bakhrul Ilmi. 2020. "Minuman Kekinian Di Kalangan Mahasiswa Depok Dan Jakarta." *Indonesian Jurnal of Health Development* 2 (2): 83–91.



# LAMPIRAN



Lampiran 2 Halaman Persetujuan Pembimbing

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Sebelum membaca dengan seksama skripsi berjudul *Analisis Organisasi Bisnis Minuman Tahi Tea Di Kota Palopo*.

Yang ditulis oleh :  
Nama : Irfanasyah  
NIM : 18.0493.0097  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak untuk diajukan untuk ditujikan pada ujian *wakafiyah*.

Demikian persetujuan ini dibuat untuk proses selanjutnya.

Palopo, 2 Maret 2023  
Pembimbing

  
Widhi Shadi Kabir Muang, SE., M.M.

Lampiran 3 Nota Dinas Pembimbing

Vita Sudri, Kabhar Muang S.E., M.M.

NOTA DINAS PEMBIMBING

Lampiran :  
Hal : Skripsi dan Ijazah

Mta. Desari Ekolius Ekonomi dan Bisnis Islam  
Di  
Palepo

*Bismillah ar-Rahman ar-Rahim*

Setelah melakukan bimbingan baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa di bawah ini:

Nama : Irwansyah  
NIM : 8 0403 0007  
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah  
Judul Skripsi : Analisis Operasional Usaha Minuman Daun Tea di Kota Palepo

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian *wawancara*

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya

*Wassalamu alaikum wa rahmatullah*

Pembimbing,

  
Vita Sudri, Kabhar Muang S.E., M.M.  
Tanggal:



Lampiran 4 Halaman Persetujuan Penguji

### HALAMAN PERSETUJUAN PENGUJI

Selaku mahasiswa dengan rekam jejak sebagai Analisis Operasional Bisnis Minuman Thai Tea di Kota Palopo

Yang ditulis oleh

Nama : Elwansyah  
NIM : 180343 0007  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Maka dengan skripsi tersebut dinyatakan sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak untuk diajukan untuk diajukan pada ujian *Manajemen*

Dengan persetujuan ini dibuat untuk proses selanjutnya.

Penguji I



Andi Teorisani Syam, S.pd, M.pd

Tanggal:

Penguji II



D. Maudin Shalea, M.Si

Tanggal:

Lampiran 5 Nota Dinas Penguji

Audi Transkripsi Syam, S.pd, M.Pd.  
Dl. Mahasin Sihalab, M.Si

NOTA DINAS PENGUJI

Dari :  
Tel : Skripsi (m. Iwanisyah)

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,  
Di  
Jember

Assalamualaikum Warahmatullahi Wab.

Sehubungan melaksanakan bimbingan, baik dari segi hasil tulisan maupun teknik penulisan terhadap masalah skripsi mahasiswa di bawah ini:

Nama : Iwanisyah  
NIM : 11104030007  
Program Studi : Manajemen Humas Syariah  
Jenis Skripsi : Analisis Operasional Permis Syariah di Kota Palopo

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah memenuhi syarat-syarat di atas dan layak diajukan untuk diajukan pada nama Manajemen.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

Assalamualaikum Warahmatullahi Wab.

Penguji I



Audi Transkripsi Syam, S.pd, M.Pd

Tanggal:

Penguji II



Dl. Mahasin Sihalab, M.Si

Tanggal:

Lampiran 6 Dokumentasi Kegiatan Wawancara

1. kedai pertama



2. kedai kedua





3. kedai ketiga



#### 4. Kedai keempat



5. Kedai kelima



## RIWAYAT HIDUP



Irwanasyah, lahir di dealambe 09 Oktober 1999. Penulis merupakan anak ketiga dari pasangan seorang Ayah yang bernama Muh. Tang dan Ibu Iyati. Saat ini penulis bertempat tinggal di dealambe, Desa Muhajirin, Kec. Suli Barat, Kab. Luwu, Provinsi Sulawesi selatan. Pendidikan dasar penulis diselesaikan pada tahun 2012 di MIS DDI dealambe. Kemudian, ditahun yang sama menempuh pendidikan di SMP Negeri 2 suli, Kab. Luwu dan selesai pada tahun 2015. Kemudian tahun 2015 melanjutkan pendidikan di MA Salubanga. Setelah lulus MA Salubanga tahun 2018, penulis melanjutkan pendidikan di bidang yang ditekuni yaitu di Prodi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Semasa kuliah penulis memasuki organisasi timparaga, penulis pernah mewakili kampus dalam lomba poros intim yang dilaksanakan di kampus Alauddin Makassar dengan cabang olahraga yang dibawakan yaitu takraw. Pada bulan 05 september sampai 24 oktober 2015 mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa bangun karya, kec. Tomoni, Kabupaten luwu timur Provinsi Sulawesi selatan. Pada tanggal 10 maret 2023 penulis dinyatakan lulus dan berhak menyandang gelar Sarjana ekonomi melalui Ujian munaqasyah prodi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.

