

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA THAI TEA NOVA DI DESA RANTAU BUJUR  
TENGAH KECAMATAN SUNGAI TABUKAN KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA**

**PUBLIKASI ILMIAH**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Diploma (D3)

Pada Program Studi Administrasi Bisnis



**OLEH**

**SITI RAHMAH**

**NPM : 202163411206**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS  
SEKOLAH TINGGI ILMU ADMINISTRASI (STIA) AMUNTAI  
TAHUN 2024**



**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA THAI TEA NOVA DI DESA  
RANTAU BUJUR TENGAH KECAMATAN SUNGAI TABUKAN  
KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA**

**OLEH**

**SITI RAHMAH**

**NPM: 202163411206**

Telah Diujikan Pada Tanggal

29 Juli 2024

Dosen Pembimbing

Nurul Hasanah S.Pd, MM, CPSM<sup>R</sup>

NIDN. 1126108702

# STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA THAI TEA NOVA DI DESA RANTAU BUJUR TENGAH KECAMATAN SUNGAI TABUKAN KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA

Siti Rahmah<sup>1</sup>, Nurul Hasanah, S.Pd., MM<sup>2</sup>

Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai

e-mail: [sitifatihmah45484@gmail.com](mailto:sitifatihmah45484@gmail.com)

## ABSTRACT

*The research investigates the business development strategies of Thai Tea Nova in Rantau Bujur Tengah Village, Sungai Tabukan District, Hulu Sungai Utara Regency. This study was motivated by the absence of social media use in product promotion and the emergence of new competitors. The research applied qualitative methods, including interviews with the business owner. Findings indicate that the owner relies primarily on personal intuition rather than formal strategies for business development. Specifically, product development involves adding new variants, and pricing strategies focus on affordability. For investment strategies, the business adopts a survival approach by maintaining consistent prices. In terms of business strategies, maintaining the quality of taste is prioritized to ensure customer retention. The study concludes that understanding and implementing formal business development strategies could enhance business performance and competitiveness. This research highlights the importance of structured strategies in fostering business growth and sustainability.*

**Keywords:** *Business development, product strategy, pricing strategy, investment strategy, Thai Tea Nova.*

## ABSTRAK

Penelitian ini menyelidiki strategi pengembangan usaha Thai Tea Nova di Desa Rantau Bujur Tengah, Kecamatan Sungai Tabukan, Kabupaten Hulu Sungai Utara. Penelitian ini didasari oleh tidak adanya penggunaan media sosial dalam promosi produk dan munculnya pesaing baru. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, termasuk wawancara dengan pemilik usaha. Temuan menunjukkan bahwa pemilik lebih mengandalkan intuisi pribadi daripada strategi formal untuk pengembangan usaha. Secara spesifik, pengembangan produk melibatkan penambahan varian baru, dan strategi harga fokus pada keterjangkauan. Untuk strategi investasi, usaha ini mengadopsi pendekatan bertahan dengan menjaga harga tetap konsisten. Dalam hal strategi bisnis, menjaga kualitas rasa menjadi prioritas untuk memastikan retensi pelanggan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pemahaman dan penerapan strategi pengembangan usaha formal dapat meningkatkan kinerja dan daya saing usaha. Penelitian ini menyoroti pentingnya strategi yang terstruktur dalam mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan usaha.

**Kata Kunci:** Pengembangan usaha, strategi produk, strategi harga, strategi investasi, Thai Tea Nova.

## PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi yang kompetitif ini, banyak perusahaan menghadapi tantangan untuk bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang ketat. Kemampuan perusahaan untuk bertahan hidup dan berkembang sangat bergantung pada strategi pengembangan usaha yang diterapkan. Strategi pengembangan usaha sangat penting untuk memastikan kelangsungan hidup dan pertumbuhan jangka panjang perusahaan. Menurut Basu Swastha, strategi adalah rencana utama yang diutamakan untuk mencapai tujuan. Dalam konteks bisnis, strategi bisnis mencakup kebijakan dan pedoman yang memiliki komitmen dan tindakan terintegrasi untuk membangun keunggulan kompetitif guna mencapai tujuan bisnis.

Bisnis atau usaha merupakan aktivitas yang bertujuan untuk meningkatkan nilai tambah melalui proses perdagangan atau produksi barang dan jasa. Setiap entitas bisnis harus siap menghadapi persaingan untuk dapat bertahan dalam pasar. Penelitian ini berfokus pada "Strategi Pengembangan Usaha Thai Tea Nova di Desa Rantau Bujur Tengah, Kecamatan Sungai Tabukan, Kabupaten Hulu Sungai Utara".

Studi ini penting karena menghadirkan pandangan tentang bagaimana Thai Tea Nova dapat mengembangkan strategi untuk mempertahankan dan memperluas pangsa pasar di lingkungan bisnis yang kompetitif. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif, yang memungkinkan peneliti untuk menggali informasi secara mendalam melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini akan memberikan wawasan tentang bagaimana strategi pengembangan usaha dapat diterapkan untuk meningkatkan kinerja bisnis. Dengan meninjau penelitian sebelumnya, seperti studi oleh (Jailani and Patrie, 2019) dan (Azis *et al.*, 2021), penelitian ini berupaya untuk memberikan kontribusi baru dengan fokus pada objek penelitian yang berbeda, yaitu usaha Thai Tea Nova.

Tinjauan pustaka menunjukkan bahwa strategi bisnis yang efektif mencakup produksi yang efisien, penetapan harga yang kompetitif, distribusi yang efektif, dan promosi yang tepat. Selain itu, strategi pengembangan usaha harus mempertimbangkan peningkatan kualitas sumber daya manusia, diversifikasi produk, dan peningkatan kualitas layanan.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti dalam bidang manajemen pemasaran dan pengembangan usaha, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dan pihak yang berkepentingan.

## METODE

Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi pengembangan usaha Thai Tea Nova di Desa Rantau Bujur Tengah, Kecamatan Sungai Tabukan, Kabupaten Hulu Sungai Utara. Metode penelitian ini meliputi beberapa aspek penting yang dijelaskan di bawah ini.

1. Masalah yang akan Diteliti

Penelitian ini difokuskan pada identifikasi dan analisis strategi pengembangan usaha Thai Tea Nova. Penelitian ini berusaha untuk mengetahui berbagai strategi yang diterapkan untuk mengembangkan usaha tersebut serta mengevaluasi efektivitas dari strategi-strategi tersebut.

2. Sasaran Penelitian

Sasaran penelitian ini adalah usaha Thai Tea Nova, yang merupakan usaha yang bergerak dalam produk minuman. Usaha ini didirikan sejak tahun 2014 oleh Hj. Umi Kalsum dan telah mengalami perkembangan dalam produk dan strategi pemasaran selama bertahun-tahun.

3. Teknik Pengumpulan Data (Thalib, 2022)

- a. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi:

- i. Observasi: Peneliti melakukan observasi nonpartisipan dengan mengamati langsung operasional usaha Thai Tea Nova, termasuk kondisi tempat, proses produksi, dan interaksi dengan pelanggan.
- ii. Wawancara: Peneliti melakukan wawancara tidak terstruktur dengan pemilik dan karyawan usaha untuk mendapatkan informasi mendalam tentang strategi yang diterapkan, tantangan yang dihadapi, dan pandangan mereka tentang

pengembangan usaha.

- iii. Dokumentasi: Peneliti mengumpulkan dokumen-dokumen terkait seperti catatan penjualan, laporan keuangan, dan dokumen pemasaran untuk mendukung data yang diperoleh dari observasi dan wawancara.

#### 4. Teknik Analisis Data (Muhson, 2006)

Analisis data dilakukan melalui pendekatan kualitatif dengan model Miles dan Huberman yang meliputi tiga tahap:

- a. Reduksi Data: Memilih, memfokuskan, menyederhanakan, dan mengubah data mentah yang diperoleh dari lapangan menjadi data yang terorganisir dan bermakna.
- b. Penyajian Data: Menyajikan data dalam bentuk narasi atau grafik yang memudahkan pemahaman dan interpretasi.
- c. Penarikan Kesimpulan/Verifikasi: Menarik kesimpulan awal yang kemudian diverifikasi dengan data tambahan atau uji keabsahan untuk memastikan validitas dan reliabilitas temuan.

Dengan metode ini, penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas tentang strategi pengembangan usaha Thai Tea Nova serta implikasinya terhadap keberlanjutan dan pertumbuhan usaha tersebut.

## PEMBAHASAN

Thai Tea Nova didirikan pada tahun 2014 oleh Hj. Umi Kalsum di Desa Rantau Bujur Tengah, Kecamatan Sungai Tabukan, Kabupaten Hulu Sungai Utara. Pada awal berdirinya, Thai Tea Nova hanya menjual dua varian produk yaitu pop ice dan ice coffee. Lokasi usaha ini strategis dan dilayani oleh tiga karyawan dengan jam operasional dari jam 13:00 hingga 18:00. Dalam sehari, Thai Tea Nova mampu menjual lebih dari 100 produk. Namun, usaha ini menghadapi kendala signifikan, yaitu penjualan yang menurun drastis saat musim hujan karena produk hanya tersedia dalam bentuk minuman dingin. Menu yang ditawarkan terdiri dari berbagai varian pop ice dengan harga Rp 3.000 dan ice coffee dengan harga Rp 5.000.

Strategi pengembangan usaha Thai Tea Nova mencakup berbagai aspek penting. Dari segi teknik produksi, lokasi yang strategis dan peralatan yang memadai menjadi faktor utama dalam operasional usaha. Manajemen usaha meliputi organisasi dan pengelolaan tenaga kerja yang efisien, serta kepemilikan yang jelas. Aspek yuridis dan lingkungan juga menjadi perhatian, di mana usaha harus ramah lingkungan untuk mendapatkan pengakuan dari pihak berwenang. Dari sisi finansial, sumber dana, penggunaan dana, proyeksi biaya, pendapatan, keuntungan, dan aliran kas dianalisis secara mendalam untuk memastikan kelangsungan dan pertumbuhan usaha.

Analisis SWOT (Fatimah, 2016) menunjukkan bahwa kekuatan utama Thai Tea Nova terletak pada lokasi yang strategis dan varian produk yang beragam. Namun, kelemahan yang signifikan adalah penurunan penjualan saat musim hujan. Peluang yang ada termasuk potensi untuk menambahkan varian produk baru sesuai dengan permintaan pasar, sementara ancaman terbesar adalah persaingan yang ketat dengan usaha minuman lainnya di wilayah tersebut.

Thai Tea Nova telah berhasil mengembangkan usahanya dari hanya dua varian produk menjadi berbagai pilihan produk yang beragam. Meskipun demikian, tantangan terbesar yang dihadapi adalah penurunan penjualan saat musim hujan. Untuk mengatasi masalah ini, disarankan agar Thai Tea Nova menambahkan produk minuman panas dalam menu mereka. Selain itu, peningkatan promosi dan perluasan jaringan distribusi dapat membantu usaha ini menjangkau lebih

banyak konsumen dan meningkatkan penjualan secara keseluruhan

## SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi pengembangan usaha Thai Tea Nova di Desa Rantau Bujur Tengah, Kecamatan Sungai Tabukan, Kabupaten Hulu Sungai Utara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Thai Tea Nova telah berhasil mengembangkan usahanya dengan menambah berbagai varian produk dan menjaga kualitas layanan, meskipun masih menghadapi tantangan dalam penjualan saat musim hujan. Berdasarkan analisis SWOT, kekuatan utama terletak pada lokasi strategis dan varian produk yang beragam, sementara kelemahan utama adalah penurunan penjualan di musim hujan. Peluang yang dapat dimanfaatkan termasuk penambahan varian produk baru, dan ancaman terbesar berasal dari persaingan usaha sejenis di wilayah tersebut.

Berdasarkan temuan ini, beberapa pokok pikiran baru dapat dikembangkan. Pertama, Thai Tea Nova perlu mengadopsi strategi diversifikasi produk dengan menambahkan minuman panas untuk mengatasi penurunan penjualan saat musim hujan. Kedua, peningkatan promosi melalui media sosial dan perluasan jaringan distribusi dapat membantu usaha ini menjangkau lebih banyak konsumen dan meningkatkan daya saing. Terakhir, penerapan manajemen yang lebih sistematis dan penggunaan data dalam pengambilan keputusan dapat meningkatkan efisiensi operasional dan kinerja usaha secara keseluruhan.

Kesimpulannya, Thai Tea Nova memiliki potensi besar untuk berkembang lebih lanjut dengan mengatasi kelemahan yang ada dan memanfaatkan peluang yang tersedia. Implementasi strategi yang terstruktur dan inovatif dapat membantu usaha ini mempertahankan dan meningkatkan posisinya di pasar yang kompetitif.

## DAFTAR PUSTAKA

Azis, M. *et al.* (2021) 'Keberlanjutan Usaha dan Daya Saing UMKM Melalui Strategi Pemasaran: Studi Kasus pada Bisnis Kuliner', in *SEMINAR NASIONAL HASIL PENELITIAN 2021 "Penguatan Riset, Inovasi, dan Kreativitas Peneliti di Era Pandemi Covid-19"*. UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR, pp. 1419–1432.

Fatimah, F.N.D. (2016) *Teknik analisis SWOT*. Anak Hebat Indonesia.

Jailani, D.P. and Patrie, H. (2019) 'Analisa dan Rancangan Sistem Informasi Penjualan Parfum Berbasis E-Commerce pada Toko Seruni Parfum', *IDEALIS: InDonEsiA journal Information System*, 2(5), pp. 98–105.

Muhson, A. (2006) 'Teknik analisis kuantitatif', *Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta*, pp. 183–196.

Thalib, M.A. (2022) 'Pelatihan teknik pengumpulan data dalam metode kualitatif untuk riset akuntansi budaya', *Seandanan: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 2(1), pp. 44–50.