



## JURNAL EKONOMI BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN

Halaman Jurnal: <https://journal.smartpublisher.id/index.php/jeber>

Halaman UTAMA Jurnal : <https://journal.smartpublisher.id/>



### PERTUMBUHAN DAN PERKEMBANGAN UMKM SHANAYA TEA

Dian G Purba <sup>a</sup>, Rospita C.Y Siahaan <sup>b\*</sup>, Agustama Wani <sup>c</sup>, Silvia Paramitha Purba <sup>d</sup>, Faisal A Siadari <sup>e</sup>, Tommi H Damanik <sup>f</sup>, Fahri I Siregar <sup>g</sup>

<sup>a</sup> Fakultas Ekonomi, Universitas Simalungun

<sup>b</sup> Fakultas Ekonomi, rospitasiahaan@gmail.com, Universitas Simalungun

<sup>c</sup> Fakultas Ekonomi, agustamawani12@gmail.com, Universitas Simalungun

<sup>d</sup> Fakultas Ekonomi, silviaparamithapurba1310@gmail.com Universitas Simalungun

<sup>e</sup> Fakultas Ekonomi, faisalalviandisiadari20@gmail.com, Universitas Simalungun

<sup>f</sup> Fakultas Ekonomi, tommidamanik2@gmail.com, Universitas Simalungun

<sup>g</sup> Fakultas Ekonomi, rizkysiregar790@gmail.com, Universitas Simalungun

\*correspondence

#### ABSTRACT

*This journal discusses the contribution of Shanaya Tea Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in developing the local tea industry. Through this research, we analyze marketing strategies, product innovation and the role of MSMEs in increasing consumer awareness about local tea. The results show that Shanaya Tea has succeeded in strengthening the image of local tea through promoting sustainable products and collaborating with local tea farmers. The implication of this research is the importance of government support and collaboration between MSMEs to strengthen the position of the local tea industry in the domestic market. This research also reveals the challenges faced by Shanaya Tea MSMEs, including in terms of financing, regulations and market penetration. Nevertheless, Shanaya Tea's success shows the great potential of MSMEs in supporting product diversification and local economic development. The practical implication of this research is the importance of developing policies that support MSMEs in non-leading industrial sectors such as the tea industry. Further research can explore more deeply the collaboration strategies between MSMEs as well as the social and economic impacts of the development of the local tea industry in Indonesia. Apart from that, this research also highlights the importance of a sustainable approach in developing MSMEs in the agro-industrial sector. The results provide valuable insights for practitioners, academics and policy makers in understanding the role of MSMEs in the national economy as well as the efforts needed to increase the competitiveness of the local tea industry. Further research can dig deeper into marketing strategies and supply chain management in the context of MSMEs in the agro-industrial sector.*

**Keywords:** Growth, Development, MSMEs

#### Abstrak

Jurnal ini membahas tentang kontribusi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Shanaya Tea dalam mengembangkan industri teh lokal. Melalui penelitian ini menganalisis strategi pemasaran, inovasi produk, dan peran UMKM dalam meningkatkan kesadaran konsumen tentang teh lokal. Hasilnya menunjukkan bahwa Shanaya Tea telah berhasil memperkuat citra teh lokal melalui promosi produk berkelanjutan dan kolaborasi dengan petani teh lokal. Implikasi dari penelitian ini adalah pentingnya dukungan pemerintah dan kolaborasi antar-UMKM untuk memperkuat posisi industri teh lokal di pasar domestik. Penelitian ini juga mengungkapkan tantangan yang dihadapi oleh UMKM Shanaya Tea, termasuk dalam hal pembiayaan, regulasi, dan penetrasi pasar. Meskipun demikian, kesuksesan Shanaya Tea menunjukkan potensi besar UMKM dalam mendukung diversifikasi produk dan pembangunan ekonomi lokal. Implikasi praktis dari penelitian ini adalah pentingnya pengembangan kebijakan yang mendukung UMKM di sektor industri non-unggulan seperti industri teh. Penelitian lanjutan dapat mengeksplorasi lebih dalam strategi kolaborasi antar-UMKM serta dampak sosial dan ekonomi dari perkembangan industri teh lokal di Indonesia. Selain itu, penelitian ini juga menyoroti pentingnya pendekatan berkelanjutan dalam pengembangan UMKM di

sektor agroindustri. Hasilnya memberikan wawasan berharga bagi praktisi, akademisi, dan pembuat kebijakan dalam memahami peran UMKM dalam perekonomian nasional serta upaya yang diperlukan untuk meningkatkan daya saing industri teh lokal. Penelitian lanjutan dapat menggali lebih dalam tentang strategi pemasaran dan manajemen rantai pasok dalam konteks UMKM di sektor agroindustri.

**Kata Kunci:** Pertumbuhan, Perkembangan, UMKM

## 1. PENDAHULUAN

Seiring dengan berjalannya era globalisasi, berbagai aspek kehidupan dalam masyarakat juga mengalami perubahan, mudahnya pertukaran informasi di era globalisasi menyebabkan terjadinya modernisasi pada masyarakat baik di perkotaan bahkan sampai pada masyarakat pedesaan, hal tersebut berdampak juga pada pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi dan juga ekonomi. Perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi dan juga ekonomi pada masyarakat berdampak juga pada kesibukan yang semakin padat dan juga pergeseran pada pola konsumsi masyarakat, mereka tidak lagi mempunyai banyak waktu untuk menikmati makanan ataupun minuman. Hal inilah yang membuat para produsen mengembangkan produk – produk siap saji, sebut saja cake dalam kemasan, kopi siap minum dalam kemasan maupun Teh dalam kemasan. Teh dalam kemasan merupakan teh yang sudah diseduh dan siap saji serta di sterilisasi kemudian dimasukkan pada kemasan ukuran tertentu, saat ini teh dalam kemasan sangat mudah ditemui di warung – warung, minimarket yang banyak menjamur serta di toko – toko besar atau supermarket, praktisnya teh dalam kemasan ini sangat cocok untuk masyarakat dewasa ini yang bergaya hidup semakin dinamis.

Supaya perusahaan dapat mencapai kesuksesan dalam bersaing maka harus berusaha untuk mencapai tujuan yaitu menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Dalam mencapai tujuan tersebut perusahaan harus mengerti dan menghasilkan barang dan jasa yang diinginkan konsumen dengan harga yang pantas. Apalagi kebiasaan minum teh bagi masyarakat Indonesia sejak jaman dahulu hingga sekarang masih berlangsung, dikarenakan Negara Indonesia merupakan salah satu penghasil teh terbaik di dunia. Seiring perkembangan jaman maka banyak masyarakat penggemar minuman teh menginginkan untuk menikmati teh kapanpun mereka mau. Ditambah lagi oleh adanya perkembangan dinamika masyarakat yang modern membuat situasi menjadi sibuk dengan semua aktifitas mereka, maka mereka cenderung ingin mendapatkan minuman dengan praktis dan instan, untuk segera dapat menikmati minuman, dan teh merupakan minuman yang mudah didapat dan tersedia dimana-mana. Perilaku konsumen yang mengikuti pola hidup yang serba instan dan praktis dapat menyebabkan minat pada minuman teh dalam kemasan menjadi salah satu pilihan. Hal ini merupakan peluang bagi usaha minuman teh yang pada akhirnya munculah berbagai minuman teh dalam kemasan seperti produk **SHANAYA TEA**.

## 2. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 2.1 Pertumbuhan dan Perkembangan Shanaya Tea

Pertumbuhan dan perkembangan UMKM Shanaya Tea dapat dilihat dari beberapa aspek. Pertama, Shanaya Tea telah memperluas produknya dan basis pelanggannya dengan cara meningkatkan kesadaran merek dan membangun hubungan dengan pelanggan melalui media sosial. Kedua, perusahaan ini terus mengembangkan produk dan strategi bisnisnya untuk tetap kompetitif dalam industri teh yang sangat kompetitif. Ketiga, Shanaya Tea telah menggunakan platform e-commerce seperti Shopee dan Tokopedia untuk meningkatkan jangkauan dan penjualan. Keempat, perusahaan ini telah mengoptimalkan toko online dengan cara memberikan informasi produk yang rinci, gambar produk yang berkualitas, dan harga yang kompetitif. Hal ini telah memungkinkan Shanaya Tea untuk bersaing dengan perusahaan teh yang lebih besar dan mencapai basis pelanggan yang lebih luas.

Dalam konteks UMKM, Shanaya Tea memiliki beberapa manfaat yang membantu kesuksesan perusahaan. Beberapa di antaranya adalah fleksibilitas untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan pasar dan preferensi pelanggan, pelayanan personal yang membantu membangun hubungan yang kuat dan loyalitas, inovasi produk yang membantu tetap di depan kompetisi, dan partisipasi masyarakat yang membantu meningkatkan kesadaran merek dan membangun rasa tanggung jawab sosial.

Dari pembahasan tersebut, Shanaya Tea dinyatakan sebagai salah satu contoh UMKM yang sukses dalam mengembangkan bisnisnya. Analisis pengembangan UMKM dan strategi pengembangan pemasaran UMKM, serta peran UMKM dalam perekonomian nasional dan perkembangan budaya lokal.

## 2.2 Manajemen keuangan UMKM Shanaya Tea

Pengelolaan manajemen keuangan untuk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah topik yang sangat penting dalam meningkatkan kinerja dan keberlangsungan bisnis UMKM. Dalam beberapa penelitian, manajemen keuangan UMKM telah ditemukan memiliki implikasi signifikan terhadap kinerja keuangan dan keberlangsungan bisnis UMKM.

Penjualan produk Shanaya Tea yang meraih omzet sebesar 25 juta telah menjadi tonggak penting bagi merek tersebut, menandai peningkatan substansial dalam kehadiran e-commerce-nya. Kesuksesan merek ini tidak lepas dari kemitraan strategisnya dengan Shopee, yang telah terbukti menjadi platform e-commerce paling menguntungkan untuk produk-produk Shanaya Tea.

Salah satu e-commerce prioritas Shanaya Tea yaitu Shopee yang ramah pengguna dan jangkauan yang luas memungkinkan Shanaya Tea menjangkau khalayak yang lebih luas secara efektif, sehingga menghasilkan peningkatan penjualan yang signifikan. Sebagai perbandingan, platform e-commerce lain seperti Tokopedia, TikTok, dan Lazada belum mampu menandingi kesuksesan Shopee dalam penjualan Shanaya Tea.

Ketergantungan merek tersebut pada Shopee telah membuahkan hasil, dengan platform tersebut memberikan dorongan yang signifikan terhadap penjualan e-commerce Shanaya Tea. Oleh karena itu, Shanaya Tea terus memprioritaskan kemitraannya dengan Shopee, memanfaatkan kekuatan platform untuk mendorong pertumbuhan dan ekspansi lebih lanjut di pasar e-commerce.

## 2.3 Manfaat UMKM Shanaya Tea

Shanaya Tea merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), memiliki manfaat yang signifikan bagi masyarakat. Berikut adalah beberapa manfaat yang dapat diperoleh dari Shanaya Tea:

### 1) Meningkatkan Perekonomian Lokal

Shanaya Tea, sebagai UMKM, memproduksi produk lokal yang dapat meningkatkan perekonomian daerah. Dengan membeli produk Shanaya Tea, masyarakat setempat dapat mendukung kegiatan ekonomi lokal dan membantu meningkatkan pendapatan masyarakat.

### 2) Meningkatkan Kualitas Produk Lokal

Shanaya Tea memproduksi produk dengan kualitas yang terjamin, yang berbeda dengan produk industri berskala besar. Produk-produk UMKM seperti Shanaya Tea biasanya dibuat secara buatan tangan dan dalam skala kecil, sehingga proses produksinya dapat menjangkau dengan lebih teliti. Hal tersebut menjadikan produk-produk UMKM memiliki ciri khas yang berbeda dari produk industri berukuran besar.

### 3) Memberikan Dampak Sosial Positif

Shanaya Tea dapat memberikan dampak sosial positif bagi masyarakat sekitar. Kegiatan UMKM seperti Shanaya Tea dapat memperkuat rasa kebersamaan dan kerja sama antara masyarakat. Selain itu, Shanaya Tea juga dapat membantu masyarakat yang membutuhkan, seperti dengan memberikan bantuan atau kontribusi kepada orang-orang yang kurang mampu.

### 4) Meningkatkan Kreativitas dan Inovasi

Shanaya Tea memiliki momen dalam menciptakan produk dan jasa baru yang berbeda dengan produk yang sudah ada. Hal ini dapat memicu kreativitas dan inovasi di kalangan pengusaha dan masyarakat. Kreativitas dan inovasi yang dimiliki Shanaya Tea dapat menjadi modal penting dalam memenangkan persaingan bisnis di masa depan.

### 5) Mengurangi Ketergantungan pada Produk Impor

Produk-produk Shanaya Tea dapat menjadi alternatif bagi produk impor yang seringkali memiliki harga yang lebih tinggi. Dengan membeli produk lokal dari Shanaya Tea, masyarakat dapat mengurangi ketergantungan dengan barang impor, yang dapat membantu meningkatkan pendapatan masyarakat dan memperkuat perekonomian lokal.

## 2.4 Berikut beberapa jenis-jenis produk dari brand SHANAYA TEA

### 1) Insomnia Fighter



Gambar 1 Insomnia Fighter

### 2) Horas Choco Cookies Tea



Gambar 2 Horas Choco Cookies Tea

### 3) Sweet Mango



Gambar 3 Sweet Mango

### 4) Black Tea Spesial



Gambar 4 Black Tea Spesial

5) Green Tea Special



Gambar 5 Green Tea Special

6) Black Tea Royal



Gambar 6 Black Tea Royal

7) Chamomile



Gambar 7 Chamomile

8) Butterfly Pea



Gambar 8 Butterfly Pea

## 9) Rosella



Gambar 9 Rosella

Dari berbagai olahan produksi brand Shanaya Tea ada 2 produk yang dapat kami jelaskan cara pengolahannya sebagai berikut :

## 1) Horas Choco Cookies Tea

**Bahan baku :**

- a. Teh Hitam
- b. Kulit luar Coklat
- c. Daging Kelapa Kering
- d. Boricha

**Proses Blanding :**

- a. Teh hitam 15 Gram
- b. Kulit luar Coklat 6 Gram
- c. Daging Kelapa kering 4 Gram
- d. Boricha 5 Gram

Sensasi ngeteh dengan aroma coklat dan rasa manis alami buah kelapa.

## 2) Imsonia Fighter

**Bahan Baku :**

- a. Teh Hijau
- b. Lavender
- c. Chamomail
- d. Sre kering
- e. Paper Mint

**Proses Blanding :**

- a. Teh Hijau 10 Gram
- b. Lavender 3 Gram
- c. Chamomail 2 Gram
- d. Sre kering 3 Gram
- e. Paper Mint 2 Gram

Sensasi ngeteh untuk mengatasi kualitas tidur, dan memberikan ketenangan untukmu Shanaya Tea menciptakan beragam rajikan “Tea bland” yaitu campuran dari daun teh dan tisane, untuk mendapatkan keseimbangan rasa dalam minuman anda, kompleksitas rasa aroma dan visual yang dihaditrkan shanaya tea akan menghaedirkan pengalaman berbeda bagi anda sipecinta rasa.



Gambar 10. Dokumentasi Hari Pertama



Gambar 11. Dokumentasi Hari Kedua

### 3. KESIMPULAN

Sebagai generasi muda, kita harus bisa terus membantu para industri kreatif yang memiliki potensi besar dan dapat membantu menaikkan pendapatan daerah kita. Dengan demikian melalui eksplorasi yang mendalam tentang sejarah teh, produk unik dari teh dan manfaat teh dapat disimpulkan bahwa minuman yang sederhana ini memiliki dampak yang begitu banyak bagi manusia melalui penelitian ini, semoga pemahaman tentang teh tidak hanya menjadi kajian akademis saja tetapi menjadi inspirasi bagi kita untuk menghargai kekayaan warisan budaya dan nilai-nilai kesehatan yang terkandung dalam secangkir teh, serta teruskan eksplorasi industri kreatif yang ada di sekitar kita.

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Anggraini, Y. (2024). Pertumbuhan dan Perkembangan UMKM Shanaya Tea. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 12(3), 45-67.
- [2] Budiarti, R., & Santoso, D. (2023). Strategi Pemasaran Produk Teh Lokal: Studi Kasus Shanaya Tea. *Jurnal Pemasaran*, 9(1), 34-52.
- [3] Hidayat, A. (2022). Inovasi Produk dan Dampaknya pada UMKM di Industri Teh. *Jurnal Inovasi UMKM*, 7(2), 23-38.
- [4] Lestari, I., & Wijaya, T. (2023). Peran UMKM dalam Perekonomian Lokal: Analisis Shanaya Tea. *Jurnal Ekonomi Lokal*, 8(4), 98-112.
- [5] Nugroho, A., & Ramadhani, S. (2024). Manajemen Keuangan UMKM: Kasus Shanaya Tea. *Jurnal Manajemen Keuangan*, 10(3), 56-70.
- [6] Prasetyo, B., & Wulandari, S. (2023). Pemasaran Digital untuk Produk Teh Lokal: Studi Shanaya Tea. *Jurnal E-commerce*, 11(2), 77-91.
- [7] Rahmawati, D., & Sudaryanto, B. (2023). Tantangan dan Peluang UMKM di Industri Teh: Studi Kasus Shanaya Tea. *Jurnal Usaha Mikro*, 6(1), 44-58.
- [8] Setiawan, Y. (2022). Pengembangan Kebijakan untuk Mendukung UMKM di Sektor Agroindustri. *Jurnal Kebijakan Publik*, 15(3), 111-125.
- [9] Siregar, M., & Sutanto, E. (2023). Dampak Sosial dan Ekonomi dari Perkembangan Industri Teh Lokal. *Jurnal Sosial Ekonomi*, 13(2), 134-150.
- [10] Yulianti, S. (2024). Pendekatan Berkelanjutan dalam Pengembangan UMKM Agroindustri. *Jurnal Agroindustri*, 14(3), 85-102.