

Membuka Usaha Minuman Kekinian (THAI TEA) untuk Meningkatkan Jiwa Kewirausahaan bagi Mahasiswa yang Mengalami Pembelajaran Daring (Studi Kasus Kedai Mythaitea Lokasi Markanding, Kec Bahar Utara, Kab Muaro Jambi, Jambi 36366)

Septia Sakinah Rizki Utama¹ Zuhri M. Nawawi²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Asuransi Syariah
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

septiasakinahrizkyutama@gmail.com¹ zuhri.m.nawawi@uinsu.ac.id²

Abstrak

Kedai Mythaitea berlokasi di Desa Markanding Kecamatan Bahar Utara Kabupaten Muaro Jambi. Kedai Mythaitea adalah kedai minuman Thai Tea yang pertama kali berjualan pada desa Markanding. Jurnal ini merupakan penelitian yang membahas tentang Membuka Usaha Minuman Kekinian (Thai Tea) Untuk Meningkatkan Jiwa Kewirausahaan Bagi Mahasiswa Yang Mengalami Pembelajaran Daring. Penelitian ini bertujuan untuk memberi pemahaman tentang Membuka Usaha Minuman Kekinian (Thai Tea) Untuk Meningkatkan Jiwa Kewirausahaan Bagi Mahasiswa Yang Mengalami Pembelajaran Daring. Penelitian yang dilakukan adalah deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini mengatakan usaha minuman Thai Tea ini memiliki peluang yang sangat baik, hal tersebut ditandai dengan banyaknya peminat yang menyukai minuman ini, hasil dari penjualan Thai Tea dapat membantu membalikkan modal awal membuka usaha dalam waktu 5 bulan. Hal ini dapat dilihat dari hasil wawancara bahwa minuman Thai Tea menjadi pilihan terbaik dan banyak peminatnya yang di sertai dengan adanya faktor pendorong yaitu lokasi berjualan yang strategis dan tercapainya target pasar yang diinginkan. Walaupun lokasi berjualan di perdesaan tapi peminat minuman Thai Tea sangatlah banyak dari anak-anak hingga orang dewasa. Tentu ada kendala yang harus dihadapi yaitu banyaknya pesaing diluar sana yang juga melakukan bisnis ini serta penurunan omset saat musim hujan, hal ini didasari karena masyarakat cenderung mencari makanan ataupun minuman yang hangat saat musim hujan.

Kata Kunci: Membuka Usaha Minuman, Jiwa Kewirausahaan

PENDAHULUAN

Bisnis adalah suatu kata yang populer dalam kehidupan sehari-hari. Tiap hari jutaan manusia melakukan kegiatan bisnis sebagai produsen, perantara maupun sebagai konsumen. Kaum produsen dan orang-orang lain yang bergerak dalam kegiatan bisnis berhasil membuat keuntungan dan memperbesar nilai bisnisnya yang makin lama makin meningkat (Olfa Yolanda, 2021). Masa-masa pembangunan bisnis pada mulanya menjadi penting adanya, hal ini dikarenakan sebuah negara yang kuat perekonomiannya akan banyak ditopang oleh bisnis yang kuat juga (Lyandra Aisyah Margie, Yulianto, Dimas Ramdhani Triputra, Maman Darmansyah, 2020).

Salah satu bisnis yang dapat dilakukan guna memperoleh keuntungan yaitu dengan mendirikan usaha kecil. Usaha kecil merupakan kelompok usaha yang perannya cukup signifikan dalam perekonomian Indonesia, dengan jumlah pelaku usaha kecil yang diperkirakan sebagian besar bergerak di sektor informal (Olfa Yolanda, 2021).

Salah satu usaha kecil yg berkembang waktu ini ialah bisnis minuman kekinian yaitu sejenis Thai Tea, peluang usaha Thai Tea atau minuman manis serta dingin di Indonesia masih terbuka lebar. Thai Tea artinya varian teh yg berasal dari negeri gajah putih Thailand yg kini telah mendunia dan bahkan jadi berbagai peminatnya. Teh ini mempunyai rasa manis sebab dicampur dengan gula serta susu kental (*cream*) serta tentunya disajikan dingin membuat minuman ini menjadi semakin nikmat. Menjadi salah satu minuman yg populer dengan potensi pasar yg relatif luas, Thai Tea bisa sebagai peluang bisnis yg menjanjikan.

Ketika ini, usaha Thai Tea mampu di pasarkan pada desa-desa karna minuman Thai Tea ini minuman yang begitu di minatkan oleh remaja saat ini. Dengan ini, ada lah motivasi bagi mahasiswa yang mengalami pembelajaran daring buat membuka usaha minuman kekinian tersebut. Dengan modal sedikit mahasiswa tersebut memberanikan diri membuka usaha minuman kekinian, karna terdapat jiwa kewirausahaan yg dimilikinya agar usaha tersebut berjalan lancar pada masa covid sekarang. Walaupun membuka usaha Thai Tea pas pada saat masa covid, akan tetapi bagi pengusaha tidak membatalkan niat nya untuk membuka usaha tersebut.

Strategi primer dilakukan sebelum membuka usaha tersebut tentunya memperhatikan lokasi berjualan dahulu, dikarenakan lokasi daerah pengusaha itu membuka usaha Thai Tea itu sebuah desa yang belum ada menjual minuman Thai Tea, maka timbul lah inspirasi untuk membuka usaha minuman tersebut. Walaupun membuka usaha di lokasi perdesaan tapi desa tadi sudah menjadi desa yg berkembang, bukan desa yang kuno.

Strategi yang ke 2 yaitu penetapan harga minuman, harga minuman Thai Tea pada kedai Mythaitea itu mulai dari 5.000 – 14.000. Kenapa harga nya terlalu murah dari pada harga minuman Thai Tea yg terdapat di Kota? Sebab melihat lokasi tempat usaha itu di perdesaan serta melihat kondisi perekonomian di desa tadi.

Tidak hanya itu pengusaha wajib bisa menjalin korelasi yg baik menggunakan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang prima menggunakan cara memperhatikan kualitas produk yang di inginkan dan ketepatan waktu yang telah dijanjikan sebab pelayanan akan sebagai ikon bagi pengusaha ditengah kompetisi.

KAJIAN PUSTAKA

1. Pengertian Kewirausahaan

Wirusaha merupakan kegiatan seseorang untuk berusaha secara berani dan mandiri dalam memanfaatkan sumber daya yang ada dengan cara membuat suatu produk baru, menentukan cara memproduksi produk tersebut, menyusun strategi dalam melakukan penjualan dengan cara memasarkan, serta mengatur permodalan operasinya untuk menghasilkan sesuatu yang bernilai lebih tinggi. Kewirausahaan merupakan suatu cara dan keberanian dalam upaya memenuhi kebutuhan hidup atas dasar kemampuan dan potensi yang dimiliki seorang individu dengan memanfaatkan sumber daya yang ada dan segala bakat dan keahlian yang dimilikinya untuk menghasilkan sesuatu yang bermanfaat bagi dirinya dan orang lain (Ahmad Mustamil Khoiron, Samsudin Anis, Adhi Kusumastuti, Lulut Indrianingrum; 2021).

Kewirausahaan bertujuan meningkatkan daya saing, menyediakan lapangan kerja, mengurangi pengangguran dan kemiskinan. Untuk menjadi wirusaha perlu mempunyai modal dasar yang kuat, konsep dan strategi dalam menghadapi situasi sulit untuk dapat bersaing dalam menghadapi tantangan terutama dalam perekonomian saat ini maupun yang akan datang. Kewirausahaan dirasakan semakin penting peranannya dalam pengembangan perekonomian Nasional (Usman Moonti, Erman I. Rahim & Ardiansyah; 2021).

Kewirausahaan efektif untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat melalui kontribusinya pada peningkatan pertumbuhan perekonomian sekaligus pemerataan pertumbuhan ekonomi (Usman Moonti, Erman I. Rahim & Ardiansyah; 2021). Wirusaha yang sukses pada umumnya adalah memiliki kompetensi, seperti ilmu pengetahuan, keterampilan, kualitas individu (sikap, motivasi, nilai, dan tingkah laku) yang diperlukan untuk melaksanakan pekerjaan (Widi Dwi Ernawati, Dyah Metha Nurfitriasih, Rika Wijayanti, Rosy Aprieza Puspita Zandra, Fathimatus Zahro Fazda Oktavia, 2021)

2. Jiwa Kewirausahaan

Suatu usaha dapat terwujud karena adanya jiwa kewirausahaan yang melatarbelakangi. Jika kewirausahaan merupakan kepribadian yang memiliki tindakan kreatif, gemar berusaha, pantang menyerah, percaya diri, memiliki kontrol diri yang baik, mampu mengelola risiko, pandai menangkap peluang, penuh inisiatif, memiliki motivasi yang kuat, pandangan luas, dan sangat menghargai waktu (Widi Dwi Ernawati, Dyah Metha Nurfitriasih, Rika Wijayanti, Rosy Aprieza Puspita Zandra, Fathimatus Zahro Fazda Oktavia, 2021).

Jiwa kewirausahaan yaitu merupakan nyawa kehidupan dalam kewirausahaan yang pada dasarnya merupakan sikap dan perilaku kewirausahaan yang ditunjukkan melalui sifat, karakter, dan watak seseorang yang memiliki kemauan dalam mewujudkan gagasan inovatif ke dalam dunia nyata secara kreatif (Zhafira Riz Gusningtyas, 2018). Faktor-faktor yang mempengaruhi jiwa kewirausahaan seseorang adalah keyakinan optimisme, disiplin, komitmen, berinisiatif, motivasi, memiliki jiwa kepemimpinan, suka tantangan, bertanggung jawab, dan memiliki jiwa social (Widi Dwi Ernawati, Dyah Metha Nurfitriasih, Rika Wijayanti, Rosy Aprieza Puspita Zandra, Fathimatus Zahro Fazda Oktavia, 2021).

3. Peluang Usaha Minuman Kekinian

Di era globalisasi ini para pelaku usaha dituntut buat semakin kreatif serta inovatif pada menciptakan usaha mereka agar bisa bersaing dengan para kompetitor baru. Salah satu usaha yang banyak diminati serta trend waktu ini adalah di bidang ritel khususnya di sektor minuman kekinian. Usaha minuman kekinian sebagai kenyataan dan menjadi daya tarik rakyat pada kota-kota Indonesia waktu ini. di waktu sekarang ini usaha shop minuman kekinian mulai berkembang dan diminati oleh para pebisnis, hal itu bisa ditinjau berasal banyaknya brand minuman kekinian yang ada di Indonesia, mulai dari yang dimiliki oleh pengusaha asing seperti Chatime, pengusaha local seperti Es.Teh Indonesia serta banyak brand minuman kekinian yg ada di Indonesia.

Fenomena ini juga ditunjang dengan kondisi geografis Indonesia yang mengakibatkan Indonesia mempunyai iklim tropis dengan rata-rata cuaca panas setiap harinya, sehingga minuman segar akan menjadi primadona bagi kehidupan rakyat sehari-hari. Selanjutnya kalangan anak muda pula sangat gemar dengan aneka makanan serta minuman yang unik dan beragam variasi rasa (Widi Dwi Ernawati, Dyah Metha Nurfitriasih, Rika Wijayanti, Rosy Aprieza Puspita Zandra, Fathimatus Zahro Fazda Oktavia, 2021). Menurut Jukri (2020) hal utama yang perlu disiapkan oleh calon pengusaha minuman kekinian adalah jenis minuman kekinian apa yang akan dijual, persiapan modal untuk menyetok bahan, membeli peralatan, menentukan kemasan yang menarik, dan mencari lapak jualan yang strategis.

4. Produksi dan pemasaran

1) Produksi

Produksi adalah suatu kegiatan yang dikerjakan untuk menambah nilai guna suatu benda atau menciptakan benda baru sehingga lebih bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan. Kegiatan menambah daya guna suatu benda tanpa mengubah bentuknya dinamakan produksi jasa. Sedangkan kegiatan menambah daya guna suatu benda dengan mengubah sifat dan bentuknya dinamakan produksi barang (Olfa Yolanda, 2021).

2) Pemasaran

Menurut Philip Kotler, Pemasaran adalah suatu proses dan manajerial dengan mana seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai. pemasar adalah seseorang untuk merancang dan merencanakan dalam menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang untuk memuaskan para konsumen (Sri Handayani, 2016).

William J. Stanton menyatakan bahwa pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial (Olfa Yolanda, 2021).

METODE PENELITIAN

Objek penelitian adalah hal yang menjadi sasaran penelitian yaitu pokok permasalahan yang hendak diteliti untuk mendapatkan data secara lebih terarah. Tempat atau lokasi penelitian yang menjadi subjek penelitian yaitu Kedai Mythaitea Lokasi Markanding, Kec Bahar Utara, Kab Muaro Jambi, Jambi 36366. Instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam penulisan jurnal ini adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Pendekatan dalam penelitian ini adalah penelitian jenis deskriptif kualitatif. Adapun yang dimaksud dengan penelitian deskriptif adalah upaya untuk mengumpulkan informasi mengenai subjek penelitian dan perilaku subjek penelitian pada suatu periode tertentu. Sedangkan makna dari penelitian kualitatif yaitu berupa tradisi tertentu dalam sebuah ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental memiliki ketergantungan melalui pengamatan manusia dalam ke khasannya sendiri.

Penelitian deskriptif berusaha mendeskripsikan seluruh gejala atau keadaan yang ada dengan deskripsi apa adanya pada saat penelitian dilakukan. Jadi, penelitian kualitatif merupakan suatu prosedur penelitian dengan cara mengumpulkan data deskriptif yang berupa kata-kata tertulis ataupun lisan serta perilaku yang dapat diamati untuk kemudian dianalisis dan hal tersebut menjadi data penelitian.

Sumber data yang ada pada penelitian ini ialah. Data primer adalah data yang diambil dari data primer atau sumber pertama di lapangan (Olfa Yolanda, 2021). Data primer berguna untuk menjawab masalah penelitiannya secara khusus. Sumber data pada penelitian ini didapatkan dari hasil wawancara dengan pemilik usaha Kedai Mythaitea Lokasi Markanding, Kec Bahar Utara, Kab Muaro Jambi, Jambi 36366.

Data sekunder merupakan data yang diperoleh melalui pihak lain tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari subjek penelitiannya (Olfa Yolanda, 2021). Data ini diperoleh dari buku-buku dan tulisan-tulisan yang berkaitan dengan tema yang dibahas dalam penelitian ini.

HASIL PENELITIAN

Kedai Mythaitea berlokasi di Desa Markanding Kecamatan Bahar Utara Kabupaten Muaro Jambi. Kedai Mythaitea adalah kedai minuman Thai Tea yang pertama kali berjualan pada desa tersebut. Termotivasi awal kenapa membuka usaha minuman Thai Tea tersebut, karna di desa markanding tidak ada menjual minuman kekinian seperti yg dijual di Kota, sedangkan desa Markanding bukan desa yang begitu kuno. Desa Markanding sudah mengikuti trend yg terdapat pada Kota, dan juga karna kondisi covid-19 pembelajaran tatap muka pun di hentikan dan digantikan menggunakan daring, dan itu membuat pengusaha berpikir untuk membuka usaha supaya menerima penghasilan sendiri. Pengusaha tersebut tidak bekerjasama menggunakan mitra minuman apa pun, pengusaha itu belajar membuat resep minuman tersebut menggunakan seseorang pengusaha sekaligus sahabat yang sudah lebih lama membuka usaha minuman kekinian juga.

Membuka usaha minuman Thai Tea pada tgl 10 September 2020, serta telah membuka selama 1 tahun lebih. Selama 5 bulan kondisi pendapatan dari berjualan minuman kekinian tadi begitu lancar, serta bisa membalikkan modal awal buka usaha tersebut. Dan muncul lah persaingan dengan membuka usaha sama yaitu usaha minuman kekinian, hal tadi pula mempengaruhi pendapatan sebab ada persaingan dan membuat pelanggan bisa menentukan mau beli minuman di kedai yg mana. Sehingga dampak hal tersebut menyebabkan menurunnya omset yg sangat signifikan pada pendapatan Mythaitea.

Dengan terdapat nya persaingan usaha, pengusaha itu pun membuat strategi pemasaran yg begitu menarik agar pelanggan lama nya tetap membeli minuman pada kedainya. Strategi yang dilakukan yaitu menambah varian rasa dan menghasilkan kawasan tongkrongan agar pelanggannya bisa nongkrong dan menikmati minuman tersebut. Dengan menggunakan srategi pemasaran pendapatan Mythaitea pun berjalan stabil lagi (Wawancara Kepada Pemilik Kedai Mythaitea).

Varian Menu Thai Tea Di Kedai Mythaitea Markanding

- Original
- Greentea
- Choco Milo
- Choco Magnum
- Choco Oreo
- Taro
- Vanilla
- Vanilla Blue
- Tiramitsu

- Mangga
- Avocado
- Cappuccino
- Babel Gum
- Red Velvet
- Permen Karet
- Greentea And Cheese
- Red Velvet And Cheese
- Oreo And Cheese
- Taro And Cheese
- Milo And Cheese
- Brown Sugar Boba Fress Milk
- Brown Sugar Boba Thai Tea
- Brown Sugar Boba Greentea
- Brown Sugar Boba Milk Tea

Harga Thai Tea di kedai Mythaitea itu berbeda-beda tergantung jenis varian minumannya. Varian Thai Tea (cup kecil 5.000), (cup besar 10.000), varian Cheese (10.000), varian brown sugar boba (8.000). Dan harga pun belum termasuk harga penambahan topping di minumannya, penambahan topping (2.000). topping nya ada boba, jelly pelangi, oreo bubuk (Wawancara Kepada Pemilik Kedai Mythaitea).

PEMBAHASAN

Dalam memulai suatu usaha tentu ada cerita dibaliknya, baik dari segi senang juga duka yang bisa kita ambil hikmahnya. Kita paling seringkali kagum terhadap kesuksesan seorang pengusaha. Tanpa kita ketahui hal apa saja yang telah mereka lalui untuk sampai ditahap kesuksesan mereka. Tetapi, bila kita sudah lika-liku sebelum mereka sukses panjang cerita dibaliknya. Tidak sedikit cerita menyedihkan yg terdapat dibalik kesuksesan yg diraih sang pengusaha tersebut. Banyak pengusaha yg jatuh bangun saat baru memulai usahanya dari nol. Bahkan sering pengusaha tadi mengalami kerugian dan nyaris bangkrut. Tetapi, sebab keberanian, kesabaran, ketekunan, dan adanya tekad yang bertenaga serta akal budi pada mengelola perjuangan dari saat ke ketika selama bertahun-tahun yg akhirnya berhasil.

Strategi pada menetapkan harga yg dilakukan di menu Thai Tea tidak terlalu berlebihan, tidak mematok harga terlalu mahal. Harga Thai Tea pada kedai Mythaitea masih terbilang murah dan ramah dikantong bagi masyarakat desa markanding. Pengusaha lebih menentukan untung sedikit dengan volume yg besar akan menghasilkan untung yang besar sehingga usaha tumbuh secara pesat serta operasional lancar, dari pada laba per porsi besar tetapi volume penjualan kecil maka akibat keuntungannya juga akan lebih kecil.

Keberhasilan suatu usaha tergantung dari faktor-faktor pengusaha itu sendiri, baik dari pada maupun dari luar. Fakor dari dalam seperti pengelolaan, tenaga kerja, modal, taraf teknologi, serta lain sebagainya, sedangkan faktor dari luar seperti tersedianya sarana transportasi serta komunikasi. Pada umumnya kemampuan tersebut diperoleh dari pengalaman-pengalaman sebelumnya, baik pengalaman sendiri maupun orang lain. Kreativitas dan penemuan dibutuhkan buat membangun pasar, dengan memanfaatkan berbagai peluang yg ada. Kreativitas ialah kemampuan buat berbagi inspirasi-ide baru dan menemukan cara baru pada melihat masalah serta peluang. Sedangkan penemuan artinya kemampuan buat menerapkan solusi kreatif terhadap persoalan dan peluang buat meningkatkan atau memperkaya kehidupan seseorang.

Seseorang pengusaha wajib dapat menggunakan semua sumber daya yg ada menjadi faktor pendukung usahanya. Sejarah menggambarkan bahwa banyak model wirausaha yg sukses dengan merespon apa yang diharapkan oleh pasar, baik itu pengembangan produk baru atau suatu sistem pemasaran baru. Kesuksesan yang mereka peroleh bukan didapat pada ketika singkat, perlu proses yg cukup lama dan banyak rintangan yg mereka hadapi.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian ini mengatakan bahwa kesuksesan seseorang pengusaha itu tidak mudah. Tanpa kita ketahui hal apa saja yg telah mereka lalui untuk sampai ditahap kesuksesan mereka. Tetapi, bila kita telah lika-liku sebelum mereka sukses panjang cerita dibalikny. Tidak sedikit cerita menyedihkan yg terdapat dibalik kesuksesan yg diraih oleh pengusaha tadi. Banyak pengusaha yang jatuh bangun waktu baru memulai usahanya dari nol, bahkan seringkali pengusaha tersebut mengalami kerugian dan nyaris bangkrut. Tetapi, sebab keberanian, kesabaran, ketekunan, dan adanya tekak yg kuat serta kemampuan berpikir pada mengelola usaha dari waktu ke waktu selama bertahun-tahun yg akhirnya berhasil.

Strategi dalam menetapkan harga yang dilakukan di menu Thai Tea tidak terlalu berlebihan, tidak mematok harga terlalu mahal. Harga Thai Tea pada kedai Mythaitea masih terbilang murah dan ramah dikantong bagi masyarakat desa markanding.

Keberhasilan suatu usaha tergantung dari faktor-faktor pengusaha itu sendiri, baik dari dalam maupun dari luar. Fakor dari dalam seperti pengelolaan, energi kerja, modal, taraf teknologi, serta lain sebagainya, sedangkan faktor berasal luar seperti tersedianya sarana transportasi dan komunikasi. Pada umumnya kemampuan tersebut diperoleh dari pengalaman-pengalaman sebelumnya, baik pengalaman sendiri maupun orang lain.

SARAN

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah dilakukan, maka terdapat beberapa saran sebagai berikut:

1. Walaupun kedainya kecil tapi setidaknya menu varian harus selalu stok jangan kehabisan
2. Memperbanyak tempat duduk-duduk agar pelanggan bisa menunggu minumannya sambil duduk-duduk

DAFTAR PUSTAKA

- Ernawati, Widi Dwi. Dyah Metha Nurfitriasih. Rika Wijayanti. Rosy Aprieza Puspita Zandra. *Fathimatus Zahro Fazda Oktavia. 2021. Pelatihan Usaha Minuman "Kekinian" Untuk Meningkatkan Jiwa Kewirausahaan Santri Ppsq Asy-Syadzili. Vol 8 No 2 (2021): Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat 2021* <https://j-abdimas.polinema.ac.id/index.php/abdimas/issue/view/13>
- Handayani, Sri. 2016. *Analisis Swot Strategi Pemasaran Asuransi Jiwa Ajb Bumi Putera 1912. EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis, 4(1).* <https://doi.org/10.37676/ekombis.v4i1.158>.
- Jukri. 2020. *Manisnya Peluang Usaha Minuman Kekinian Modal Kecil.* <https://bisnisukm.com/peluang-usahaminuman-kekinian-modalkecil.html>. Diakses pada 24 juni 2022 pukul11.49WIB
- Khoiron, Ahmad Mustamil, Samsudin Anis. Adhi Kusumastuti & Lulut Indrianingrum. 2021. *Strategi Pengembangan Wirausaha Mandiri Mahasiswa Di Masa Pandemi Covid-19. Vol.6 No.2 Januari 2021, hal. 125-134: Jurnal ABDI: Media Pengabdian Kepada Masyarakat* <https://journal.unesa.ac.id/index.php/abdi/article/view/10580/5356>.
- Margie, Lyandra Aisyah. Yulianto. Dimas Ramdhani Triputra & Maman Darmansyah. 2020. *"Pengantar Bisnis"*. Tangerang Selatan: Unpam Press Redaksi.
- Moonti, Usman. Erman I. Rahim & Ardiansyah. 2021. *Strategi Pengembangan Kewirausahaan Desa Botubarani Masa Pandemi Covid-19. Vol 1, No 1: Jurnal Abdimas Terapan* <https://ejurnal.unq.ac.id/index.php/jat/issue/view/661>
- Rizki. Wawancara dengan pemilik kedai Mythaitea, 26 Mei 2022.
- Yolanda, Olfa. 2021. *Prospek Pengembanganusaha Minuman Thai Tea Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada Bisnis Waralaba Cafe Teanol Di Kec. Telanaipura Kota Jambi. Skripsi.* Jambi: Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin.