



Analisis Nilai Tambah dengan Metode Hayami dalam Produk Minuman Teh Pada CV. Melek Berkah Utama di Cikarang Selatan

Nanda Rifiani*, Oktora Yogi Sari

Universitas Widyatama, Indonesia

Email: rifiani.nanda@widyatama.ac.id*, oktora.yogisari@widyatama.ac.id

Abstrak

Keywords:

Nilai Tambah, Metode Hayami, Produksi Teh

This research is motivated by high competition, the need for trend adaptation, product variety, stock efficiency, and the importance of building brand awareness through social media in the Literacy Tea business. The research aims to analyze the added value of tea products in CV. Main Blessing Literacy with the triangulation method through interviews, observations, and documentation. The results of the study show that the analysis of the added value of tea production in the Melek Tea company in this study can be seen in Table 8. Table 8 shows the quantity of Literacy Tea produced and the amount of raw materials used. The conversion factor for this tea production is 16,667. Meanwhile, the production of flavor variants is 31.25, and this conversion value means that every kilogram of processed tea produces 16,667 kg of Literate Tea. The conversion value for each variant of processed flavors is 31.25 kg. The added value of Literacy Tea production per kilogram is IDR 68,050,000, while the added value of flavor variants is IDR 159,225,000 per kilogram. The Literacy Tea drink business provides an added value ratio of 13.61% of the product value for original tea drinks per kg. Meanwhile, the value-added ratio for flavored drinks per kg is 67.9% of the product value. The labor cost for original tea drinks per kg is IDR 33,868,800, while the labor cost for flavored drinks per kg is IDR 2,419,200. In conclusion, based on Hayami's method, the tea production process has a smaller conversion factor because it relies more on equipment than labor.

Kata Kunci:

Nilai Tambah, Metode Hayami, Produksi Teh

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh tingginya persaingan, kebutuhan adaptasi tren, variasi produk, efisiensi stok, serta pentingnya membangun brand awareness melalui media sosial pada usaha Melek Tea. Penelitian bertujuan menganalisis nilai tambah produk teh di CV. Melek Berkah Utama dengan metode triangulasi melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis nilai tambah produksi teh pada perusahaan Melek Tea dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 8. Pada Tabel 8 menunjukkan kuantitas Melek Tea yang diproduksi dan jumlah bahan baku yang digunakan. Faktor konversi untuk produksi teh ini adalah 16,667. Sementara itu, produksi varian rasa adalah 31,25, dan nilai konversi ini berarti setiap kilogram teh olahan menghasilkan 16.667 kg teh Melek Tea. Nilai konversi untuk setiap varian rasa olahan adalah 31,25 kg. Nilai tambah produksi Teh Melek per kilogram adalah Rp 68.050.000, sedangkan nilai tambah varian rasa adalah Rp 159.225.000 per kilogram. Usaha minuman Teh Melek memberikan rasio nilai tambah sebesar 13,61% dari nilai produk untuk minuman teh original per kg. Sementara itu, rasio nilai tambah untuk minuman rasa per kg adalah 67,9% dari nilai produk. Biaya tenaga kerja untuk minuman teh original per kg adalah Rp 33.868.800, sedangkan biaya tenaga kerja untuk minuman rasa per kg adalah Rp 2.419.200. Kesimpulannya, berdasarkan metode

PENDAHULUAN

Teh (*Camellia sinensis*) dikenal sebagai tanaman herbal dengan karakteristik batang tegak, berkayu, bercabang, serta ujung ranting dan daun muda yang berambut halus. Daun teh tunggal, bertangkai pendek, berseling, kaku, berukuran 6-18 cm panjang dan 2-6 cm lebar, berwarna hijau mengkilap. Kualitas teh terbaik berasal dari pucuk (peko) dan 2-3 helai daun muda karena kaya polifenol, kafein, dan asam amino yang memengaruhi warna, aroma, dan rasa. Kandungan kimia teh, seperti polifenol, kafein, dan minyak esensial, bermanfaat bagi kesehatan. Zat-zat ini mudah teroksidasi oleh sinar matahari. Jenis teh yang umum meliputi teh hijau, oolong, hitam, dan putih.

Teh adalah salah satu minuman yang cukup populer di Indonesia. Teh merupakan minuman yang paling banyak dikonsumsi masyarakat setelah air putih. Kebiasaan minum teh di Indonesia tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Masyarakat mengkonsumsi teh sesuai dengan kesukaan mereka masing-masing, seperti es teh, teh hangat, teh tawar, dan teh manis. Minuman teh dibuat dengan bahan dasar teh yang dicampur dengan air dengan atau tanpa penambahan gula atau bahan pangan lainnya (Yani, 2012).

Teh memiliki kandungan yang sangat bermanfaat untuk kesehatan seperti, kafein, polifenol catechin dan minyak esensial. Komponen utama dalam teh adalah catechin yang merupakan senyawa turunan tanin terkondensasi, dikenal juga sebagai senyawa polifenol karena memiliki banyak gugus fungsi hidroksil. Selain itu teh juga mengandung alkaloid kafein yang bersama sama dengan polifenol teh akan membentuk rasa yang menyegarkan. Beberapa vitamin yang terkandung dalam teh diantaranya adalah vitamin C, vitamin B, vitamin A, yang diduga dapat menurunkan aktivitasnya akibat proses pengolahan tetapi sebagian masih dapat dimanfaatkan oleh penikmatnya. Beberapa jenis mineral juga terkandung dalam teh terutama fluorida yang dapat memperkuat struktur tulang dan gigi.

Teh menjadikan sebagai salah satu komoditi hasil perkebunan yang mempunyai peran cukup penting dalam kegiatan perekonomian di Indonesia, yakni sebagai salah satu penghasil devisa negara sesudah minyak dan gas. Hal ini ditunjang dengan perkebunan teh di Indonesia yang cukup luas dan jumlah produksi teh yang besar.

Berdasarkan laporan yang dikutip oleh sumber atlasbig.com sebagai komoditas perkebunan, teh berperan penting dalam ekonomi Indonesia, menjadi penghasil devisa setelah minyak dan gas, didukung oleh luasnya perkebunan dan produksi teh yang besar. Cina adalah produsen teh terbesar di dunia (13.768.883 ton/tahun), diikuti India (5.482.186,38 ton) dan Kenya (2.338.000 ton/tahun). Indonesia, yang pada tahun 2019 berada di peringkat kelima, kini telah disalip oleh Iran, Turki, dan Vietnam.

Berdasarkan data dari Global Tea Auction dan berbagai sumber pada tahun 2025, produksi teh dunia didominasi oleh beberapa negara utama yang memiliki kapasitas produksi sangat besar dan karakteristik pasar yang berbeda. China menempati posisi pertama sebagai produsen teh terbesar di dunia dengan kontribusi lebih dari 2 juta ton per tahun, diikuti oleh India yang memproduksi sekitar 900 ribu hingga 1,3 juta ton setiap tahunnya. Kenya menjadi penghasil teh terbesar di Afrika sekaligus menempati peringkat ketiga dunia dengan produksi antara 305 ribu hingga 570 ribu ton per tahun. Selanjutnya Turki menghasilkan sekitar 175 ribu

hingga 255 ribu ton yang sebagian besar dikonsumsi di dalam negeri, sementara Sri Lanka memproduksi sekitar 278 ribu hingga 340 ribu ton teh per tahun dan terkenal dengan kualitas teh Ceylon. Vietnam juga menunjukkan perkembangan pesat sebagai eksportir teh dengan produksi antara 117 ribu hingga 243 ribu ton per tahun. Indonesia menempati peringkat ketujuh dunia dengan produksi sekitar 120 ribu hingga 157 ribu ton per tahun. Selain itu, Bangladesh menghasilkan sekitar 89 ribu hingga 102 ribu ton, Jepang memproduksi sekitar 75 ribu hingga 89 ribu ton dengan dominasi teh hijau, dan Iran menghasilkan sekitar 84 ribu ton teh per tahun yang banyak berasal dari wilayah Gilan dan Mazandaran. Data tersebut menunjukkan bahwa industri teh memiliki peran penting dalam perdagangan global serta menjadi komoditas pertanian strategis di berbagai negara.

Menurut laporan Momentum Works Pada tahun 2023, Indonesia mendominasi pasar minuman teh di Asia Tenggara dengan nilai pasar sekitar US\$2,28 miliar, atau 46,92% dari total pasar Asia Tenggara (US\$4,86 miliar). Perusahaan teh besar di Indonesia termasuk Chatime, Xiboba, Es.teh, dan Mixue. Thailand menempati posisi kedua (US\$952 juta), diikuti Vietnam (US\$483 juta), Malaysia (US\$418 juta), dan Singapura (US\$375 juta).

Komoditas teh mempunyai peranan yang sangat strategis terhadap perekonomian Indonesia. Teh merupakan tanaman perkebunan yang mempunyai nilai ekonomi yang tinggi dan dapat dikembangkan lebih luas. Teh mempunyai nilai ekonomi tinggi terbukti dengan meningkatnya jumlah devisa negara karena telah diekspor ke luar negeri. Dengan adanya nilai jual yang tinggi tersebut maka tanaman teh banyak dibudidayakan di Indonesia (Kusumo, 2010). Pada tahun 2012 komoditas teh mampu menghasilkan devisa sebesar US\$ 156,74 juta. Secara nasional perindustrian teh menyumbang Produk Domestik Bruto (PDB) sekitar Rp. 1,2 triliun (Dirjen Perkebunan, 2014).

Produksi merupakan aktivitas yang mengubah nilai suatu barang atau jasa menjadi suatu hasil yang bermanfaat dari sebelumnya (Damanik, 2015). Teh Indonesia memiliki kandungan katekin tertinggi di dunia, sehingga perlu dilakukan pengembangan specialty tea untuk meningkatkan image dan harga teh.

Menurut Peraturan Menteri Pertanian (2013) standar produksi teh kering di Indonesia mencapai 2.000 kg/ha/tahun. Di Indonesia komoditas teh diusahakan oleh perkebunan rakyat (PR), perkebunan besar negara (PBN) dan perkebunan besar swasta (PBS). Perkembangan luas lahan dan produksi teh di Indonesia menurut PR, PBN dan PBS dari tahun ke tahun mengalami naik turun (fluktuasi).

Teh merupakan salah satu minuman favorit masyarakat Indonesia. Sepanjang tahun 2023, produksi teh nasional mencapai 116,51 ribu ton, menurut data Badan Pusat Statistik (BPS). Konsumsi teh per kapita pun cukup tinggi, mencapai 0,38 kg, yang mencakup berbagai jenis teh seperti teh serbuk, teh celup, dan teh siap minum dalam kemasan (ready to drink/RTD). Jawa Barat memegang peranan penting dalam industri teh nasional. Berdasarkan data BPS tahun 2023, provinsi ini memiliki lahan perkebunan teh terbesar di Indonesia, mencapai 65% dari total lahan nasional.

Menurut Dhea Gusliana Dkk (2019) mengungkapkan Rantai pasok yang dioperasikan sebenarnya mempunyai tujuan yang jelas dan anggota rantai yang mengoperasikan jobdesk nya sesuai dengan perannya, namun dalam rantai pasok dukungan dari pihak pendukung masih belum bisa dirasakan oleh beberapa pelaku rantai khususnya petani juga. Karena keterbatasan sumber daya teknologi dapat mengatasi arus produk yang menurun pada musim kemarau

panjang.

Implementasi rantai pasok yang optimal dsangat penting dalam mendukung peningkatan daya saing perusahaan. Efisiensi rantai pasok secara signifikan berpengaruh terhadap efisiensi operasional perusahaan. Keunggulan kompetitif dalam suatu usaha dapat dipengaruhi oleh faktor efisiensi rantai pasok. Efisiensi rantai pasok tersebut merupakan kemampuan perusahaan dalam mengoptimalkan sumber daya yang digunakan untuk memperoleh output yang sesuai dengan target (Oil Palm Supply Chain Case Study in Riau, 2020; Sharma et al., 2023).

Berdasarkan Penelitian Terdahulu, Persaingan bisnis es teh sangat ketat, memicu banyak pelaku usaha di seluruh Indonesia, Sehingga kini maraknya usaha es teh di perkotaan bahkan hingga di daerah daerah terpencil. Es Teh Poci adalah teh berkualitas yang dihasilkan dari perkebunan sendiri dan diolah dengan pabrik berstandar Eropa dari PT Gunung Slamet, adalah salah satu pesaing utama, didirikan oleh keluarga Sosrodjojo pada 1953.

Berdasarkan data yang diperoleh dari Dirjen Perkebunan, Kementerian Pertanian. Pada tahun 2020 luas areal kebun teh di Indonesia seluas 51.235 hektar, turun sekitar 1,73 persen menjadi seluas 50.350 hektar pada tahun 2021, dan menjadi 50.313 hektar pada tahun 2022 atau turun sekitar 0,07 persen. Teh merupakan salah satu komoditi andalan ekspor Indonesia. Dari produksi teh tahun 2022 sebesar 124,66 ribu ton, sekitar 44,92 ribu ton diekspor atau sekitar 36% dari produksi teh nasional diekspor.

Volume ekspor teh nasional selama tahun 2015 – 2023 berfluktuasi dengan rata-rata menurun 6,15% per tahun. Berdasarkan data dari FAO tahun 2018 - 2022, Indonesia merupakan negara produsen ke-tujuh teh di dunia setelah China, India, Kenya, Srilanka, Turki, dan Vietnam dengan kontribusi terhadap produksi teh dunia sebesar 1,99%. Indonesia merupakan negara eksportir nomor sepuluh dunia dengan kontribusi sebesar 2,12% terhadap total ekspor teh dunia.

Outlook komoditas perkebunan khususnya teh, disusun untuk memprediksi produksi, volume net ekspor, dan konsumsi teh dalam negeri selama 5 tahun kedepan. Metode yang digunakan untuk memproyeksi net ekspor menggunakan model regresi berganda, sedangkan model proyeksi produksi menggunakan Model VAR (Vector Autoregression). Data untuk penyusunan model ini adalah data series tahun 1980 – 2022. Dari hasil proyeksi menggunakan model VAR, produksi teh tahun 2023 hingga 2027 akan mengalami penurunan rata-rata 0,10% per tahun.

Hal ini karena didorong laju penurunan luas areal teh sebesar 1,24% per tahun. Pada tahun 2024 angka estimasi untuk produksi teh adalah sebesar 124.041 ton, sedangkan estimasi tahun 2025 diperkirakan produksi hanya mencapai 123.961 ton atau turun 0,06%.

Estimasi produksi teh tahun 2024 diperkirakan mencapai 124.041 ton atau naik sebesar 1,11% dibandingkan angka sementara tahun 2023. Penurunan produksi tahun 2024 dan 2025 dibandingkan ATAP 2022 diduga karena faktor eksternal seperti sebagian lahan teh telah terkonversi menjadi tanaman lain atau infrastruktur lain. Disamping itu volume net ekspor atau selisih volume ekspor dengan volume impor, pada tahun 2024 diperkirakan meningkat sebesar 19,05% atau mencapai 31.387 ton. Penurunan net ekspor diduga karena permintaan teh Indonesia di pasar dunia menurun, karena persaingan dengan negara eksportir teh lainnya seperti Kenya, China dan Srilanka.

Pada tahun 2025, hasil proyeksi produksi sebesar 123.961 ton, volume net ekspor 31.318 ton, sehingga estimasi teh yang tersedia untuk dikonsumsi dalam negeri sekitar 92.643 ton, Hal

tersebut dapat dijadikan ide bisnis minuman teh yang berpotensi dan dapat bersaing di persaingan produk minuman sejenis.

Adapun beberapa literature penelitian dari salah satu peneliti yaitu Ririn Octavia (2024) Universitas Borneo Tarakan. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti yang berjudul “Analisis nilai tambah produk tahu (studi kasus: UD Sri Rahayu, Kecamatan Bunyu, Kabupaten Bulungan). Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan, berikut adalah simpulan yang dapat diambil:

1. Proses produksi pembuatan tahu pada UD Sri Rahayu meliputi 6 tahap yaitu proses perendaman, penggilingan, perebusan, penyaringan, penggumpalan dan pencetakan. Dari setiap proses tersebut dapat diuraikan sebagai berikut yang pertama adalah proses perendaman yang memakan waktu sekitar 6-12 jam, kemudian proses penggilingan yang dilakukan dalam kurun waktu 7-10 menit, lalu proses perebusan kacang kedelai yang dilakukan dalam kurun waktu 15 menit, kemudian dilanjutkan oleh proses penyaringan untuk memisahkan cairan/susu dari kacang kedelai dengan ampas kacang kedelai, kemudian penggumpalan dilakukan dengan mencampurkan kougulan dengan cairan/susu kedelai untuk mengubah tekstur cair menjadi padat dan yang terakhir yaitu proses pencetakan dilakukan hanya dalam waktu kurang dari 1 menit.

2. Besarnya nilai tambah pada produk tahu di UD Sri Rahayu per satu kali produksi adalah sebesar Rp. 8.495,00 dengan rasio nilai tambah yang cukup tinggi sebesar 33,31%. Berdasarkan hasil analisis nilai tambah dengan metode hayami menghasilkan nilai yang positif yang berarti usaha tahu di UD Sri Rahayu layak untuk dipertahankan. Dengan mengolah kedelai menjadi tahu UD Sri Rahayu memperoleh margin pendapatan tenaga langsung sebesar 22,58% , sumbangan input lain 10,58% dan keuntungan sebesar 66,84% yang dimana hal tersebut masih bisa untuk memberikan keuntungan (Skripsi/Laporan Akhir, 2024).

Adapun beberapa literature penelitian dari salah satu peneliti yaitu Vania Putri Aji1, Rasyid Yudhistira, Wahyudi Sutopo. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti yang berjudul “Analisis Nilai Tambah Pengolahan Ikan Lemuru Menggunakan Metode Hayami” Universitas Muhammadiyah Surakarta. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan, berikut adalah simpulan yang dapat diambil:

Yang diperoleh maka makin baik suatu proses industri secara keseluruhan. Sedangkan menurut Helda (2004), nilai tambah merupakan selisih antara nilai produk dengan biaya bahan baku dan biaya input lain dan keuntungan adalah selisih antara nilai tambah dengan pendapatan tenaga kerja langsung. Nilai tambah yang dihasilkan dalam analisis ini merupakan nilai tambah kotor bagi pengolah. Nilai tambah kotor yang diperoleh masih mengandung imbalan tenaga kerja langsung.

Komponen utama untuk menghitung nilai tambah adalah bahan baku, produk/output, input tenaga kerja dan input sumbangan lain. Hasil perhitungan nilai tambah produk perikanan lemuru, ikan lemuru yang diolah adalah 8.793 ton tiap tahunnya, sedangkan pada cold storage, ikan lemuru yang dibutuhkan selama setahun adalah 1.788 ton dan pada tepung membutuhkan ikan lemuru 972 ton tiap tahunnya untuk diolah. Dalam periode produksi satu tahun, produksi pengalengan ikan sebanyak 8.238 ton, sedangkan produksi cold storage sebanyak 2.000 ton, dan produksi tepung sebanyak 400 ton (Sumber data: Purwaningsih, 2015).

Nilai tambah adalah selisih antara nilai produksi dengan biaya antara (intermediate cost), yaitu biaya pembelian/perolehan yang telah dihitung sebagai produksi di sektor lain. Dalam

menghitung nilai tambah suatu sektor, biaya antara harus dikeluarkan atau dikurangkan dari nilai jual produksi pada lokasi tempat produksi (at the farm gate). Pada sektor produksi pertanian, biaya antara terdiri dari benih, pupuk, dan obat-obatan. Nilai tambah ini menggambarkan kemampuan menghasilkan pendapatan disuatu wilayah (Ariadi dan Rahayu, 2011; Sombuk et al., 2019).

Nilai tambah sendiri menurut Muljono (2008) merupakan tambahan nilai yang dimunculkan oleh penjual dari penjualan dikarenakan setiap penjual secara prinsip tentu menginginkan adanya keuntungan yang diambil dari tambahan nilai.

Menurut Hayami et al (1987) ada dua cara untuk menghitung nilai tambah yaitu nilai tambah untuk pengolahan dan nilai tambah untuk pemasaran. Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai tambah untuk pengolahan dapat dikategorikan menjadi dua faktor teknis dan faktor pasar. Faktor teknis yang berpengaruh adalah kapasitas produksi, jumlah bahan baku yang digunakan untuk tenaga kerja.

Melek Tea merupakan merek es teh waralaba yang diperkenalkan oleh CV. Melek Berkah Utama yang didirikan di Cikarang pada tahun 2021. Usaha waralaba Melek Tea hingga saat ini telah memiliki 1.500 mitra di seluruh Indonesia, dengan total penjualan mencapai 50.000 cup per bulan selama tahun 2025. Melek Tea merupakan salah satu merk waralaba es teh yang berusaha bersaing dengan merk waralaba es teh yang terlebih dulu hadir di Indonesia, seperti Es Teh Poci, Es Teh -pesaing Es Teh Poci yang merupakan salah satu pionir. Melek Tea merupakan salah satu merk yang bersaing dengan Es Teh Indonesia, Es Teh Poci, dan lain-lain.

Melek Tea dihadapkan pada ketatnya persaingan merk es teh waralaba di Indonesia. Selain itu, Melek Tea juga dihadapkan pada kebutuhan untuk beradaptasi dengan tren, variasi produk yang sesuai dengan selera konsumen, manajemen stok yang efisien, dan pembangunan brand awareness yang kuat melalui media sosial. Melek Tea perlu menetapkan strategi bisnis untuk meningkatkan nilai tambah pada produk es teh nya sekaligus meningkatkan penjualan.

Berdasarkan data penjualan produk Melek Tea per tahun yang bersumber dari data primer tahun 2025, terlihat adanya dinamika perkembangan usaha yang menunjukkan pentingnya analisis terhadap nilai tambah produk yang dihasilkan. Dalam industri minuman teh yang semakin kompetitif, perusahaan tidak hanya dituntut untuk meningkatkan volume penjualan, tetapi juga mampu menciptakan nilai tambah dari produk yang dihasilkan. Nilai tambah sendiri merupakan selisih antara nilai produksi dengan biaya antara yang digunakan dalam proses produksi. Pada usaha minuman Melek Tea, beberapa permasalahan yang diidentifikasi antara lain adanya persaingan antar perusahaan minuman teh dalam menarik minat beli konsumen, kualitas rasa pada beberapa varian produk yang dinilai kurang optimal oleh konsumen sehingga berpotensi memengaruhi daya saing produk di pasar, serta perlunya analisis mengenai seberapa besar peningkatan nilai tambah produk berbasis agriculture yang dihasilkan.

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis nilai tambah produk minuman teh Melek Tea dengan menggunakan Metode Hayami serta melihat gambaran industri dan rantai pasok yang mendukung proses produksi tersebut. Adapun manfaat penelitian ini dapat dilihat dari dua aspek utama. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian mengenai analisis nilai tambah dalam agroindustri, khususnya pada produk minuman teh berbasis waralaba, serta memperluas penerapan metode Hayami pada sektor minuman siap saji. Penelitian ini juga memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu

agribisnis dan manajemen usaha, terutama dalam memahami hubungan antara proses produksi, rantai pasok, dan penciptaan nilai ekonomi. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi CV. Melek Berkah Utama dalam meningkatkan efisiensi produksi, menentukan strategi harga, memperkuat inovasi produk, serta menyusun kebijakan bisnis yang mampu meningkatkan profitabilitas dan daya saing usaha. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi pelaku usaha sejenis, mitra bisnis, dan pengambil kebijakan dalam merumuskan strategi pengembangan agroindustri minuman teh yang lebih berkelanjutan dan bernilai tambah tinggi.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan mendeskripsikan dan memahami fenomena secara mendalam berdasarkan hasil pengamatan langsung di lapangan (Abdussamad, 2021). Data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan informasi lapangan yang kemudian dianalisis secara sistematis untuk menghasilkan gambaran faktual mengenai objek penelitian. Menurut Sugiyono (2016), penelitian deskriptif kualitatif bertujuan menggambarkan fenomena secara rinci tanpa menggunakan analisis statistik, sedangkan Nazir (2019) menyatakan bahwa metode deskriptif digunakan untuk menyusun gambaran yang sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta serta hubungan antarfenomena yang diteliti. Kaharuddin (2021) juga menegaskan bahwa pendekatan kualitatif memiliki ciri dan karakter tersendiri yang membedakannya dari pendekatan kuantitatif, terutama dalam hal kedalaman pemahaman terhadap fenomena yang diteliti (Hardani et al., 2020).

Data dan Sumber Data

1. Data Primer, Menurut Sugiyono (2016: 225) Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data primer didapatkan melalui kegiatan wawancara dengan subjek penelitian dan dengan observasi atau pengamatan langsung di lapangan.
2. Data Sekunder, Menurut Sugiyono (2016) Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung diterima oleh pengumpul data, bisa melalui orang lain atau lewat dokumen. Sumber data sekunder merupakan sumber data pelengkap yang berfungsi melengkapi data yang diperlukan data primer.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi menurut Sugiyono (2018) adalah wilayah generalisasi (suatu kelompok) yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.

Sampel menurut Arikunto (2019) Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti. Dapat disimpulkan bahwa sampel adalah sebagian atau wakil representatif dari populasi yang akan diteliti.

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan untuk mendapatkan suatu informasi yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan penelitian yang dilakukan (Siyoto & Sodik, 2015). Dalam penelitian skripsi metode kasus ini terdapat beberapa teknik yang meliputi wawancara mendalam, teknik observasi langsung, dan teknik dokumentasi.

Teknik Analisis Data

Metode Hayami

Menurut Hayami et al., (1987) metode Hayami adalah perhitungan nilai tambah dengan menggabungkan metode nilai tambah untuk pengolahan dan untuk pemasaran.

Menurut Hayami (1987 dikutip oleh Marimin, 2011) Untuk menghitung nilai tambah ada dua cara yang dapat digunakan, yaitu nilai tambah untuk pengolahan dan nilai tambah untuk pemasaran. Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai tambah untuk pengolahan dapat dikategorikan menjadi dua, yaitu faktor teknis dan faktor pasar. Faktor teknis yang berpengaruh adalah kapasitas produksi, jumlah bahan baku yang digunakan serta tenaga kerja, sedangkan faktor pasar yang berpengaruh adalah harga output, upah tenaga kerja, harga bahan baku, dan nilai input lainnya (Hidayat et al., 2012; Putra et al., 2020).

Nilai tambah adalah upaya untuk meningkatkan nilai suatu komoditas melalui proses pengolahan, pengangkutan, atau penyimpanan dalam kegiatan produksi (Anonimus, 2012). Salah satu fungsi dari menghitung nilai tambah adalah untuk menilai seberapa besar kontribusi terhadap pemilik faktor produksi. Pada dasarnya, nilai tambah adalah nilai yang dihasilkan dari proses produksi dengan menggunakan bahan baku serta bahan pendukung yang terlibat dalam proses tersebut (Rahman, 2015). Konsep nilai tambah merupakan suatu peningkatan nilai yang terjadi akibat adanya masukan fungsional seperti perlakuan dan layanan, yang menyebabkan peningkatan kegunaan dan nilai komoditas sepanjang proses alur komoditas pertanian (Sriwana et al., 2022). Nilai tambah dapat diperoleh dari penggunaan berbagai faktor produksi, seperti tenaga kerja, modal, sumber daya alam, dan manajemen (Fauziah et al., 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Data

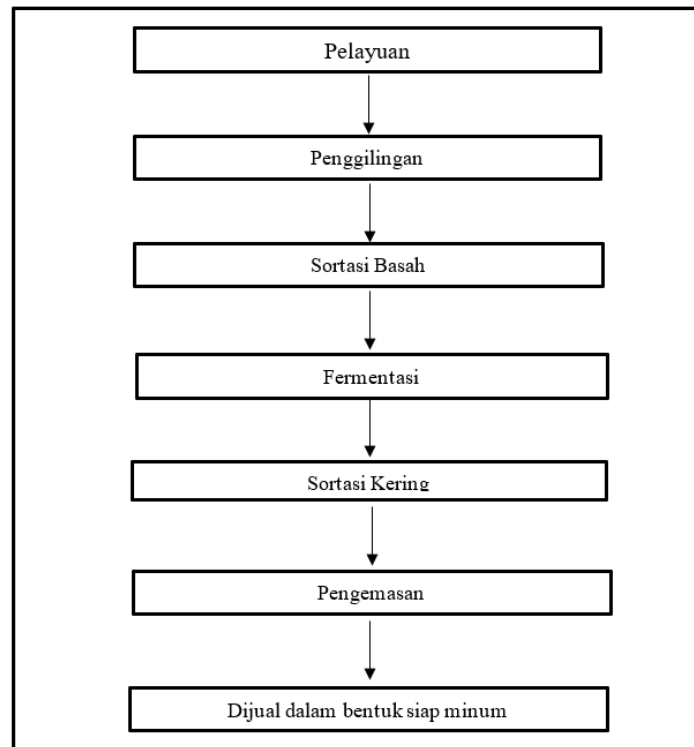
Setiap produk hasil membutuhkan proses produksi, demikian pula dengan hasil olahan teh menjadi es teh ini. Proses tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

Proses daun teh menjadi teh:

Teh (*Camellia sinensis*) yaitu suatu tanaman yang memiliki khasiat obat herbal. Tanaman teh memiliki ciri-ciri batangnya tegak, berkayu, bercabangcabang, ujung ranting dan daun mudanya berambut halus. Tanaman teh memiliki daun tunggal, bertangkai pendek, letaknya berseling, helai daunnya kaku seperti kulit tipis, panjangnya 6-18 cm, lebarnya 2-6 cm, warnanya hijau, dan permukaan mengkilap. Teh yang baik dihasilkan dari bagian pucuk (peko) ditambah 2-3 helai daun muda, karena pada daun muda tersebut kaya akan senyawa polifenol, kafein serta asam amino.

Teh terbuat dari tanaman pucuk daun segar yang dipetik oleh petani teh di kebun masih dalam keadaan segar, tidak rusak seperti patah-patah atau sobek. Lalu, daun yang sudah dipetik ditampung dalam wadah pengumpul daun dengan tidak melebihi kapasitas maksimal. Kemudian diangkut dari kebun dan dipisahkan antara daun yang baik dari daun yang rusak.

Teh ini umumnya berwarna merah. Teh yang diolah oleh CV. Berkah Melek Utama yaitu dengan proses pelayuan, penggilingan, sortasi basah, fermentasi, sortasi kering, pengemasan, dan dijual dalam bentuk siap minum.



Gambar 1. Proses Pengolahan Teh dan Dijual dalam Bentuk Siap Minum

Sumber: Hasil olahan peneliti (2025)

1. Data Biaya Bahan Baku Produksi Teh

Tabel 1 Data Biaya Bahan Baku Produksi Teh

No	Produk	Satuan	Harga Satuan	Total (Rp)
1	Teh Original	Kg	139.000	417.000.000
2	Varian Rasa	Kg	84.375	67.500.000
Total				484.500.000

Sumber: Data Primer (2025)

Pada Tabel 1, diperoleh biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan melek tea untuk bahan baku perbulan produksi teh dan varian rasa adalah sebesar Rp. 484.500.000, dan harga jual teh dan varian rasa memiliki harga jual yang berbeda perbox nya. Untuk teh original memiliki harga jual Rp 100.000/box, sedangkan varian rasa memiliki harga jual Rp. 25.000/box. Pengiriman bahan baku dilakukan setiap 3 hari sekali ke setiap cabang yang mempunyai rute di setiap masing masing kendaraan nya.

2. Data Produksi Teh Per Tahun

Tabel 2 Data Produksi Teh Per Tahun

No	Teh/Varian Rasa Melek Tea	2021	2022	2023	2024	2025
		Produksi (Kg)	Produksi (Kg)	Produksi (Kg)	Produksi (Kg)	Produksi (Kg)
1	Teh Original	12.000	18.000	24.000	30.000	36.000
2	Varian Rasa	6.000	7.200	8.400	9.000	9.600

Sumber: Data Primer (2025)

Pada tabel 2, diperoleh perusahaan Melek Tea memproduksi teh pertahun nya memiliki perbedaan dari masing-masing produksi dan pada tahun 2025 perusahaan Melek Tea memproduksi teh sebanyak 3.000 Kg/Bulan, sedangkan Varian rasa di produksi sebanyak 800 Kg/Bulan.

3. Data mesin-mesin yang digunakan pada saat produksi teh

Tabel 3 Data mesin-mesin yang digunakan pada saat produksi teh

No	Produk	Jumlah	Harga Satuan (Rp)	Jumlah Harga (Rp)
1	Mesin <i>Packaging (Heavy Pack)</i>	2	48.997.500	97.995.000
2	Mesin Press Cup	10	845.000	8.450.000

Sumber: Data Primer (2025)

Pada Tabel 3, diperoleh mesin-mesin yang digunakan untuk mempackaging teh adalah mesin *packaging* yang merk nya *Heavy Pack* dan jumlah mesin yang ada di gudang berjumlah 2 unit dengan harga beli Rp. 48.997.500/unit. Dikarenakan teh tersebut dikirim jadi oleh pemasok, maka perusahaan melek tea hanya mempackaging teh yang telah jadi tersebut di *packaging* seberat 500 gram perbox dan untuk varian rasa di packaging seberat 250 gram perbox. Perusahaan Melek Tea juga menyediakan mesin *press cup* jika ada mitra yang ingin gabung dengan perusahaan Melek Tea.

4. Biaya Penyusutan Alat Dalam Proses Produksi Melek Tea

Tabel 4 Biaya Penyusutan Alat Dalam Proses Produksi Melek Tea

No	Produk	Jumlah	Umur Ekonomis (Tahun)	Harga Satuan (Rp)	Jumlah Harga (Rp)	Nilai Sisa 10% (Rp)	Penyusutan (Rp/Tahun)
1	Mesin Press Cup	10	5	845.000	8.450.000	845.000	1.521.000
2	Mesin Packaging (Heavy Pack)	2	5	48.997.500	97.995.000	9.799.500	17.639.100
Total biaya penyusutan per tahun							19.160.100

Sumber: Data Primer (2025)

Pada Tabel 4, diperoleh biaya penyusutan alat yang menunjang proses produksi teh menjadi es teh memiliki lama pemakaian kisaran 5 tahun, jumlah unit yang paling banyak dibeli yaitu mesin *press cup* dengan lama pemakaian 5 tahun, harga Rp 845.000/satuan dengan jumlah 10 unit maka total harganya yaitu Rp. 8.450.000, sehingga didapati hasil biaya penyusutannya 1.521.000. Alat yang paling sedikit dibeli yaitu Mesin *Packaging* lama pemakaian 5 tahun, harga Rp. 48.997.500 dengan jumlah 2 unit maka total harganya yaitu Rp. 97.995.000 sehingga didapati hasil penyusutan nya yaitu Rp. 17.639.100 pertahun.

5. Biaya Tetap Produksi Teh

Tabel 5 Biaya Tetap Produksi The

Biaya Tetap	Rp/Bulan
Biaya Penyusutan Alat	19.160.100
Gaji Karyawan	3.000.000
Pajak Bumi dan Bangunan	247.666
Utilitas (Listrik dan Air)	2.200.000
Total	24.607.766

Sumber: Data Primer (2025)

Pada Tabel 5, diperoleh biaya tetap total perbulan produksi teh pada perusahaan Melek Tea adalah sebesar Rp. 24.607.766,-. Biaya penyusutan alat perbulan pada produksi teh perusahaan Melek Tea adalah sebesar Rp. 19.160.000, Gaji karyawan perbulan pada produksi teh perusahaan Melek Tea adalah sebesar Rp. 3.000.000, Pajak Bumi dan Bangunan pertahun pada produksi teh perusahaan Melek Tea adalah Rp. 247.666, dan Utilitas (Listrik dan Air) perbulan pada produksi teh adalah sebesar Rp. 2.200.000,-.

6. Biaya Variabel Produksi Teh

Tabel 6 Biaya Variabel Produksi Teh

Biaya Variabel	Rp/Bulan
Biaya Bahan Baku	46.120.000
Upah Tenaga Kerja	3.000.000
Biaya Transportasi Pengiriman Produk	5.000.000
Biaya Packaging Kemasan	17.200.000
Biaya Perawatan Mesin dan Sparepart	1.500.000
Total	72.820.000

Sumber: Data Primer (2025)

Pada Tabel 6, diperoleh total biaya variabel perbulan produksi teh pada perusahaan Melek Tea adalah sebesar Rp. 72.820.000,-.

7. Biaya Penjualan Produk Teh Kepada Mitra

Tabel 7 Biaya Penjualan Produk Teh Kepada Mitra

No	Produk	Jumlah	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Total (Rp)
1	Teh Racikan	3000	Box	100.000	300.000.000
2	Varian Rasa	800	Box	25.000	20.000.000
3	Gula	100	Pack	17.500	1.750.000
4	Cup Besar	300.000	PCS	770	231.000.000
5	Cup Kecil	150.000	PCS	550	82.500.000
6	Roll Sealer	300	Roll	60.000	18.000.000
7	Tissue Saring	400	Pack	10.000	4.000.000
Total					657.250.000

Sumber: Data Primer (2025)

Pada Tabel 7, diperoleh total biaya penjualan produk teh kepada mitra adalah sebesar 657.250.000,-.

Analisis

Tabel 8. Analisis Nilai Tambah

Variabel	Hasil	Satuan
Output, Input dan harga	Teh Original	Varian Rasa
Output/produk total	50.000	25.000
Input Bahan Baku	3.000 kg	800 kg
Input Tenaga Kerja	14	14
Faktor Konversi	16,667	31,25
Koefesien Tenaga Kerja	0,004	0,004
Harga Output (Rp)	30.000.000	7.500.000
Upah rata-rata tenaga kerja (Rp)	604.800.000	604.800.000
Penerimaan dan keuntungan		
Harga Input Bahan Baku (Rp)	417.000.000	67.500.000
Sumbangan Input Lain (Rp)	14.950.000	7.650.000
Nilai Output (Rp)	500.000.000	234.375.000
a). Nilai tambah (Rp)	68.050.000	159.225.000
b). Rasio nilai tambah	13,61%	67,9%
a). Imbalan tenaga kerja (Rp)	33.868.800	2.419.200
b). Pangsa tenaga kerja	50%	2%
a). Keuntungan (Rp)	34.181.200	156.805.800
b). Tingkat Keuntungan	50%	98%
Balas jasa untuk faktor produksi		
Marjin (Rp)	83.000.000	166.875.000
a). Pendapatan tenaga kerja	41%	1%
b). Sumbangan Input Lain	22%	5%
c). Keuntungan Pemilik	41%	94%

Sumber: Data primer yang diolah peneliti (2025)

Analisis nilai tambah pada produksi teh pada perusahaan Melek Tea pada penelitian ini dapat di lihat pada Tabel 8. Pada Tabel 8 dapat dilihat jumlah produksi teh Melek tea yang dihasilkan dan jumlah pada bahan baku teh Melek Tea yang digunakan, diperoleh faktor konversi pada produksi teh tersebut adalah sebesar 16,667. Sedangkan pada produksi varian rasa adalah sebesar 31,25 dan nilai konversi tersebut berarti bahwa setiap satu kilogram teh yang diolah menghasilkan sebesar 16,667 kg teh Melek Tea, sedangkan nilai konversi pada varian rasa yang diolah setiap satu kilogram menghasilkan sebesar 31,25 kg. Faktor konversi pada produk teh original artinya adalah setiap kilogram bahan baku menghasilkan multiple output dan faktor konversi pada produk varian rasa artinya adalah setiap produk menghasilkan lebih banyak output (nilai konversi lebih tinggi) karena tambahan bahan baku dan proses pengolahan yang meningkatkan nilai produk secara signifikan.

Menurut Hayami (1987 dikutip oleh Marimin, 2011) Untuk menghitung nilai tambah ada dua cara yang dapat digunakan, yaitu nilai tambah untuk pengolahan dan nilai tambah untuk pemasaran. Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai tambah untuk pengolahan dapat dikategorikan menjadi dua, yaitu faktor teknis dan faktor pasar (Hidayat et al., 2012; Sriwana et al., 2022).

Nilai tambah produksi teh Melek Tea per kilogram sebesar Rp. 68.050.000,-. Sedangkan nilai tambah produksi varian rasa per kilogram sebesar Rp. 159.225.000,-. Dimana usaha minuman Melek Tea memberikan rasio nilai tambah untuk minuman teh original per kg sebesar 13,61% dari nilai produk. Sedangkan minuman Melek Tea memberikan rasio nilai tambah

untuk minuman varian rasa per kg 67,9% dari nilai produk, rasio nilai tambah pada produk varian rasa dibandingkan dengan produk teh original menandakan nilai ekonomis varian rasa lebih besar akibat inovasi rasa dan diferensiasi produk (Darmawan et al., 2018; Wijayanti et al., 2022). Nilai biaya tenaga kerja pada perusahaan Melek Tea untuk produk minuman teh original per kg sebesar Rp. 33.868.800,-. Sedangkan nilai biaya tenaga kerja pada perusahaan Melek Tea untuk produk Melek Tea untuk produk minuman varian rasa per kg sebesar Rp. 2.419.200,-.

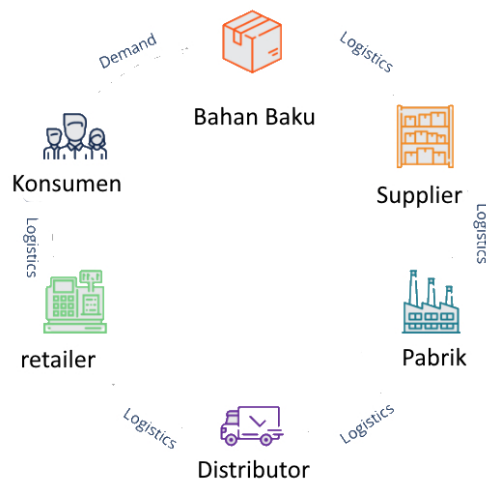
CV. Melek Berkah Utama adalah Perusahaan yang bergerak di bidang produksi teh dan varian rasa, manajemen rantai pasok menjadi kunci utama untuk menciptakan nilai tambah produk teh pada perusahaan tersebut. Melek Tea bekerjasama dengan petani teh dan pabrik yang mengelola teh menjadi serbuk teh.

Perusahaan memastikan kualitas bahan baku berkualitas tinggi dan bebas pestisida, Manajemen rantai pasok pada perusahaan Melek Tea harus memastikan bahwa teh diproses dengan standar kualitas yang sangat tinggi, mulai dari pelayuan (withering), penggulungan (rolling), oksidasi/fermentasi, hingga pengeringan. Supply Chain Management (SCM) perusahaan Melek Tea harus memastikan pasokan bahan baku utama, yaitu bubuk teh atau konsentrat teh, serta bahan tambahan seperti susu, bubuk perasa (taro, coklat), gula, dan es batu. Dengan memiliki pemasok yang terpercaya, Perusahaan Melek Tea dapat menjaga konsistensi rasa dan kualitas di setiap mitra.

Ini adalah nilai tambah besar bagi konsumen yang mengharapkan rasa yang sama di mana pun mereka membeli produk teh dari perusahaan Melek Tea. Perusahaan dapat menggunakan Supply Chain Management (SCM) Upaya menciptakan inovasi baru pada produk teh untuk meningkatkan nilai tambah yang lebih tinggi, perusahaan harus memastikan ketersediaan dan kualitas bahan baku dapat berjalan secara konsisten.

Menurut Chase, Aquilano, dan Jacob (2018) Supply Chain Management adalah sebuah sistem untuk menerapkan pendekatan secara total dalam mengelola seluruh aliran informasi, bahan, dan jasa dari bahan baku melalui pabrik dan gudang hingga ke konsumen akhir.

Menurut (Council of Supply Chain Management Professionals (CSCMP), 2023) Mendefinisikan manajemen rantai pasok sebagai kegiatan yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian aktivitas yang terkait dengan arus barang dan jasa, mulai dari pengadaan bahan baku hingga pengiriman produk jadi ke pelanggan akhir.



Gambar 2. Rantai Pasok Komoditas Teh dan Es Teh

Sumber: Diadaptasi dari Chase et al. (2018)

Supply Chain Management (SCM) dapat digunakan oleh perusahaan untuk mengurangi biaya logistik dan transportasi, Dengan rute pengiriman yang optimal dan manajemen persediaan yang tepat dan perusahaan dapat menghindari kelebihan stok atau kekurangan produk, yang pada akhirnya menekan biaya operasional perusahaan, Perusahaan membangun hubungan kemitraan yang kuat dan jangka panjang dengan petani agar menjamin pasokan bahan baku yang stabil dan berkualitas (Hadiguna, 2015; Zainol et al., 2023).

Evaluasi Kelayakan Non Finansial

1. Aspek Pasar dan Pemasaran

Menurut Laksana (2019:1) Pemasaran adalah bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan kegiatan transaksi produk barang atau jasa. Sehingga pengertian pasar bukan lagi merujuk kepada suatu tempat tapi lebih kepada aktifitas atau kegiatan pertemuan penjual dan pembeli dalam menawarkan suatu produk kepada konsumen.

Produk yang dihasilkan oleh CV. Melek Berkah Utama ini adalah minuman teh dengan cita rasa Wasgitel (Wangi, Sepet, Legi, Kentel) dan 100 % Gula Asli. Minuman dimas dalam kemasan box yang terdiri dari teh original dan teh varian rasa.



Gambar 3. Produk Minuman Teh Original Melek Tea

Sumber: Dokumentasi peneliti (2025)



Gambar 4. Produk Minuman Varian Rasa Melek Tea

Sumber: Dokumentasi peneliti (2025)

Distribusi pemasaran minuman kemasan tersebut dijual dengan cara kemitraan, perusahaan Melek Tea melakukan kemitraan bagi Masyarakat yang ingin membuka usaha, Harga produk teh original sebesar Rp. 100.000 per box untuk harga tersebut dengan berat bersih 500 gram dan setiap box memiliki isi sebanyak 10 pcs.

Target pasar produk minuman teh ini adalah Masyarakat yang berada dilingkungan rumah dan lingkungan industri mulai dari anak anak hingga orang dewasa bisa meminum produk teh tersebut dan target lokasi berada di beberapa kota kota besar di Indonesia.

Pemasaran produk yang dilakukan pada produk tersebut adalah dengan promosi melalui media offline maupun online dan promosi yang menggunakan media online yaitu Instagram, Whatsapp, dan media makanan/minuman online.

2. Aspek Manajemen dan SDM

Perusahaan yang dipimpin oleh seorang pimpinan, satu orang manajer yang membawahi 3 divisi yaitu divisi packaging, divisi marketing, dan divisi distribusi.

Tenaga kerja yang bekerja pada perusahaan tersebut berjumlah 19 orang dengan pendidikan minimal SMA. Sistem kerja dalam perusahaan ini adalah karyawan tetap dan jika ada bagian yang kekurangan karyawan, maka karyawan lain akan membantu di bagian tersebut.

Sistem Penggajian yang dilakukan perusahaan ini adalah karyawan yang bekerja pada perusahaan tersebut memperoleh rata-rata gaji sebesar Rp. 3.000.000,- perbulan yang dimana sistem tersebut dilakukan setiap bulan. Selain itu, perusahaan juga memberikan insentif berupa tunjangan hari raya (THR) dan liburan bersama.

3. Aspek Hukum dan Legalitas

Minuman teh Melek Tea telah memenuhi aspek hukum dan legalitasnya. Perusahaan telah memiliki surat izin usaha mikro menengah dan surat hak kekayaan intelektual untuk produk minuman teh serta izin HALAL dari MUI.

4. Aspek Sosial dan Lingkungan

Dampak positif bagi agroindustri minuman teh Melek Tea (CV. Melek Berkah Utama) yaitu keberadaan usaha kemitraan minuman teh Melek Tea dengan cita rasa Wasgitel (Wangi, Sepet, Legi, Kentel) dan 100 % Gula Asli mendatangkan penghasilan bagi Masyarakat yang ingin ber usaha.

5. Aspek Teknik dan Teknologi

Lokasi gudang berada di salah satu perumahan di daerah Cikarang Selatan dan dekat dengan rumah pemilik usaha tersebut. Bahan baku dikirim oleh pemasok berupa bahan baku jadi yang tinggal di packaging berdasarkan plastik kemasan dan box per gram nya. Setiap

produksi berjumlah 3.000 kg teh original dan 800 kg varian rasa dengan harga perbox nya adalah Rp. 100.000 untuk teh original dan Rp. 25.000 untuk varian rasa. Mesin yang di pakai untuk packaging teh dan varian rasa berjumlah 2 dengan merek Heavy Pack. Lokasi Gudang tersebut tidak sewa melainkan kepunyaan owner dari CV. Melek Berkah Utama.

Implementasi Hasil Penelitian

Penelitian ini ditujukan dengan menganalisis dan menghitung nilai tambah produk minuman teh pada perusahaan CV. Melek Berkah Utama untuk:

1. Hasil Penelitian Dalam Ilmiah:
 - a. Mengukur seberapa efisiensi CV. Melek Berkah Utama dalam mengubah bahan baku teh menjadi produk jadi.
 - b. Menganalisis bagaimana pendapatan dan keuntungan di distribusikan di antara berbagai pihak yang terlibat dalam proses produksi teh, dari pemasok hingga perusahaan.
 - c. Menguraikan komponen biaya produksi dan bagaimana biaya tersebut dapat berkontribusi pada nilai tambah pada produk dengan memberikan gambaran jelas tentang struktur profitabilitas perusahaan.
2. Hasil Penelitian Dalam Praktik:
 - a. Perusahaan dapat menggunakan temuan tersebut untuk mengevaluasi kinerja keuangannya, misalnya dengan menerapkan konsep Ekonomi Value Added (EVA) untuk melihat apakah investasi yang di lakukan benar benar menciptakan nilai ekonomi (Tripathi et al., 2023)
 - b. Perusahaan dapat mengidentifikasi tahapan-tahapan yang paling banyak menyumbangkan nilai tambah, perusahaan bisa fokus pada perbaikan di area tersebut untuk meningkatkan efisiensi dan profitabilitas
 - c. Informasi nilai tambah dapat menjadi dasar bagi perusahaan untuk menetapkan harga jual yang lebih strategis, dengan mempertimbangkan keunggulan produk dan nilai yang dirasakan oleh konsumen

Implikasi Penelitian

Penelitian ini ditujukan dengan menganalisis dan menghitung nilai tambah produk minuman teh pada perusahaan CV. Melek Berkah Utama untuk:

1. Hasil Penelitian Dalam Ilmiah:
 - a. Mengukur efisiensi dan produktivitas dalam menciptakan nilai. Penelitian ini membantu untuk memahami produktivitas berbagai faktor produksi (misalnya, bahan baku, modal, tenaga kerja).
 - b. Menganalisis sumber pendapatan dan balas jasa masing-masing faktor produksi terhadap nilai tambah yang tercipta dan memungkinkan peneliti untuk menaksir balas jasa yang diterima oleh pelaku usaha di setiap tahapan.
 - c. Memahami struktur biaya dan keuntungan yang dimana peneliti dapat membedah struktur biaya produksi dan bagaimana biaya-biaya tersebut dapat berkontribusi terhadap nilai tambah.
2. Hasil Penelitian Dalam Praktik:
 - a. Perusahaan dapat menganalisis melalui Ekonomi Value Added (EVA) yang dimana alat tersebut dapat digunakan untuk mengukur kinerja keuangan dan dapat membantu

manajemen menilai seberapa efisiensi modal yang digunakan untuk menilai apakah investasi tersebut dapat menciptakan kekayaan (Tripathi et al., 2023).

- b. Perusahaan dapat menganalisis nilai tambah tersebut untuk menemukan tahap-tahap dalam proses produksi yang memiliki potensi tinggi untuk peningkatan nilai.
- c. Perusahaan dapat menggunakan nilai tambah sebagai alat untuk menentukan strategi harga yang tepat dan memperhatikan keunggulan sebuah produk yang akan memberikan nilai lebih bagi konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan Penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut: Melek Tea merupakan merek es teh waralaba yang diperkenalkan oleh CV. Melek Berkah Utama yang didirikan di Cikarang pada tahun 2021. Usaha waralaba Melek Tea hingga saat ini telah memiliki 1.500 mitra di seluruh Indonesia, dengan total penjualan mencapai 50.000 cup per bulan selama tahun 2025. Melek Tea merupakan salah satu merk waralaba es teh yang berusaha bersaing dengan merk waralaba es teh yang terlebih dulu hadir di Indonesia, seperti Es Teh Poci, Es Teh pesaing Es Teh Poci yang merupakan salah satu pionir. Melek Tea merupakan salah satu merk yang bersaing dengan Es Teh Indonesia, Es Teh Poci, dan lain-lain. Perusahaan memastikan kualitas bahan baku berkualitas tinggi dan bebas pestisida, Manajemen rantai pasok pada perusahaan Melek Tea harus memastikan bahwa teh diproses dengan standar kualitas yang sangat tinggi, mulai dari pelayuan (withering), penggulungan (rolling), oksidasi/fermentasi, hingga pengeringan. Supply Chain Management (SCM) perusahaan Melek Tea harus memastikan pasokan bahan baku utama, yaitu bubuk teh atau konsentrat teh, serta bahan tambahan seperti susu, bubuk perasa (taro, cokelat), gula, dan es batu. Dengan memiliki pemasok yang terpercaya, Perusahaan Melek Tea dapat menjaga konsistensi rasa dan kualitas di setiap mitra. Nilai tambah produksi teh Melek Tea per kilogram sebesar Rp. 68.050.000,-. Sedangkan nilai tambah produksi varian rasa per kilogram sebesar Rp. 159.225.000,-. Dimana usaha minuman Melek Tea memberikan rasio nilai tambah untuk minuman teh original per kg sebesar 13,61% dari nilai produk. Sedangkan minuman Melek Tea memberikan rasio nilai tambah untuk minuman varian rasa per kg 67,9% dari nilai produk. Nilai biaya tenaga kerja pada perusahaan Melek Tea untuk produk minuman teh original per kg sebesar Rp. 33.868.800,-. Sedangkan nilai biaya tenaga kerja pada perusahaan Melek Tea untuk produk Melek Tea untuk produk minuman varian rasa per kg sebesar Rp. 2.419.200,-.

REFERENSI

- Abdussamad, Z. (2021). Metode penelitian kualitatif (P. Rapanna, Ed.). CV. Syakir Media Press.
- Darmawan, M. I., Hairiyah, N., & Hajar, S. (2018). Analisis nilai tambah dan kelayakan usaha manisan terung UD Berkas Motekar di Desa Pemuda Kabupaten Tanah Laut. *Jurnal Teknologi Agro-Industri*, 5(2), 110–119.
- Dewi, L. P. P. (2022). Gambaran angka lempeng total pada minuman teh yang dijual di rumah makan di Jalan Nangka Utara. <http://repository.poltekkes-denpasar.ac.id/>
- Fauziah, Y. D., Rasmikayati, E., & Saefudin, B. R. (2021). Analisis nilai tambah produk olahan mangga (Studi kasus pada produk mango fruit strips Frutivez). *Mimbar Agribisnis*, 7(2), 1045–1054.
- Hardani, H., Auliya, N. H., & Andriani, H. (2020). Metode penelitian kualitatif & kuantitatif. CV. Pustaka Ilmu.
- Hidayat, S., Suryani, A., & Yani, M. (2012). Modifikasi metode Hayami untuk perhitungan nilai tambah pada rantai pasok agroindustri kelapa sawit. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 22(1), 22–31.
- Kaharuddin. (2021). Kualitatif: Ciri dan karakter sebagai metodologi. *Equilibrium: Jurnal Pendidikan*, 9(1), 1–8.
- Maftuchah, N. (2023). Program studi akuntansi syariah fakultas ekonomi dan bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. <https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/20915/>
- Oil Palm Supply Chain Case Study in Riau. (2020). Analisis dan penentuan strategi perbaikan nilai tambah pada rantai pasok kelapa sawit (Studi kasus Provinsi Riau). *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 30(1), 13–21.
- Putra, S. I., Gunawan, D. S., & Purnomo, S. D. (2020). Analisis pendapatan dan nilai tambah industri pengolahan kopi: Pendekatan metode Hayami. *Indonesian Journal of Development Economics*, 3(3), 994–1005. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/efficient>
- Hadiguna, R. A. (2015). Manajemen rantai pasok agroindustri.
- Sharma, D., et al. (2023). A value chain analysis of cauliflower and tomato in Bangladesh. *Sustainability*, 15(14), 1–22. <https://doi.org/10.3390/su151410XXX>
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). Dasar metodologi penelitian (Ayup, Ed.). Literasi Media Publishing.
- Skripsi/Laporan Akhir. (2024). Analisis nilai tambah produk tahu (Studi kasus: UD Sri Rahayu, Kecamatan Bunyu, Kabupaten Bulungan).
- Sombuk, D. M., Loho, A. E., & Kaunang, R. (2019). Nilai tambah pengolahan buah stroberi menjadi juice double berry (Studi kasus Coffe D'Mooat di Desa Mooat Kabupaten Bolaang Mongondow Timur). *Agri-Sosioekonomi*, 15(2), 253–260.
- Sriwana, I. K., Santosa, B., Tripiawan, W., & Maulanisa, N. F. (2022). Analisis nilai tambah untuk meningkatkan keberlanjutan rantai pasok agroindustri kopi menggunakan Hayami. *JISI: Jurnal Integrasi Sistem Industri*, 9(2), 113–120.
- Suparyanto, & Rosad. (2020). Teknik analisis data. *Jurnal Ilmiah*, 5(3), 248–253.
- Wijayanti, R., Arziyah, D., & Anggia, M. (2022). Analisis nilai tambah dan kelayakan non finansial minuman teh celup Kahwa Cassia Vera (Studi kasus CV Tiga Berlian). *Jurnal*

- Teknologi dan Industri Pertanian Indonesia, 14(1), 39–44.
- Zainol, F. A., et al. (2023). Coconut value chain analysis: A systematic review. *Agriculture*, 13(7), 1379. <https://doi.org/10.3390/agriculture13071379>
- Tripathi, P. M., et al. (2023). Economic value added research: Mapping thematic structure and research trends. *Risks*, 11(1). <https://doi.org/10.3390/risks110100XX>