

ANALISA KELAYAKAN BISNIS MINUMAN RINGAN BESTEA

Vivi^a, Sonny^{b*}

^a Fakultas bisnis, Universitas President, Cikarang

^b Fakultas bisnis, Universitas President, Cikarang

*sonny@president.ac.id

Abstrak-Teh merupakan minuman yang sangat umum, khususnya di Indonesia. Sejak pandemi global, banyak orang mengubah kebiasaan konsumsi dan gaya hidup menjadi lebih sehat dan salah satunya adalah teh. Dipicu oleh peristiwa ini, industri minuman teh berkembang pesat. Analisis akan dilakukan mengikuti metode kelayakan bisnis, untuk menentukan apakah bisnis ini layak untuk dijalankan. Rencana bisnis yang dikembangkan diberi nama Bestea yang memiliki arti dan kesamaan dengan kata bestie yang memiliki arti sahabat. Bestea membidik produknya ke kalangan milenial dan generasi Z yang memiliki kebiasaan hang out bersama teman dan keluarga. Bestea ingin memperluas jangkauan target pasar dengan menggunakan aplikasi seperti GrabFood, GoFood, dan ShopeeFood untuk hal-hal seperti menjual produk dan menerima pesanan dari pelanggan secara online. Bisnis Bestea ditargetkan untuk mencapai dan mencapai pendapatan dimana setiap bulan kuartal akan memberikan 5-15 % dari pendapatan selama minimal 5 tahun. Bestea berharap dapat mencapai payback period pada tahun keempat dan akan mengakumulasi NPV sebesar Rp325.372.319, dengan return on assets 35,77 persen dan return on sales sekitar 38 persen pada tahun kelima. Berdasarkan hasil positif tersebut, maka usaha tersebut layak untuk dijalankan.

Kata kunci: Usaha teh, studi kelayakan, rencana usaha

PENDAHULUAN

Bisnis minuman selalu mengalami perkembangan dalam beberapa tahun terakhir dan diprediksi akan berkembang sampai beberapa tahun berikutnya. Berkembangnya bisnis minuman berbanding lurus terhadap meningkatnya *market share* beberapa tahun terakhir dan juga tetap diprediksi meningkat sampai tahun 2024 (Sripada, 2022). Meningkatnya *market share* juga menunjukkan tingkat preferensi konsumen atas produk minuman (Indianatimes.com, 2022). Hal lainnya yang kiranya mendongkrak industri minuman ini adalah evolusi manufaktur yang memberikan dampak baik terhadap kualitas produk untuk meningkatkan penjualan (TanDo, 2021).

Segmentasi minuman dibagi menjadi dua; industri minuman alkohol dan non alkohol yang mana dari kedua segmentasi tersebut, peningkatan lebih stabil dapat dilihat pada segmentasi minuman non-alkohol jika dibandingkan pasar minuman alkohol (TanDo, 2021). Hal ini juga dapat dilihat pada riset yang dilakukan oleh *Maximize Market Reaserch.com* (2021) yang mana juga menunjukkan peningkatan market pada minuman alkohol dengan perolehan market terbesar oleh benua Amerika Utara dengan jenis produk mayoritas minuman ringan, diikuti oleh benua Asia Pasifik di posisi kedua dengan jenis produk mayoritasnya adalah jus organik dan teh dalam beberapa tahun terakhir.

Dalam segmentasi minuman non-alkohol tentu ada banyak jenis produk yang mempunyai prospek. Dari salah satu jenis produk tersebut, yang mempunyai pasar sangat besar di benua Asia Pasifik adalah teh Wallach (2021). Banyaknya konsumsi teh membuat peluang terbuka pada banyak jenis teh yang ada. Hal ini terlihat pada data yang dikumpulkan oleh *Fortune Business Insight* (2019) yang menunjukkan bahwa minuman yang sangat populer di benua Asia Pasifik ini adalah *bubble tea* yang merupakan salah satu varian minuman teh.

Bubble tea sendiri sebenarnya juga teh biasa, namun dikemas dengan cantik dan konsumen bisa menambahkan beberapa varian (*topping*) yang sesuai dengan selernya.

Di Indonesia, produk varian *bubble tea* terlihat sangat berkembang pesat. Data dari Grab (2019), memperlihatkan bahwa *bubble tea* merupakan pilihan minuman yang paling sering dipesan dan mempunyai rata-rata konsumsi *bubble tea* 3 gelas dalam periode 1 bulan. Selaras dengan tren *bubble tea*, data yang dilansir dari DePlantation (2021) menunjukkan adanya peningkatan pada konsumsi teh dalam beberapa tahun terakhir. Dengan minat dan konsumsi teh yang masih cukup tinggi di Indonesia.

Terbukanya peluang di Indonesia dari segi tren, minat dan konsumsi yang tinggi terhadap produk teh, menjadikan provinsi DKI Jakarta menjadi pilihan utama tempat bisnis ini dibangun. Hal ini karena Jakarta merupakan provinsi terpadat yang di Indonesia (BPS, 2021). Di antara kota yang ada di provinsi Jakarta, Jakarta Barat dengan menjadi salah satu yang mempunyai peluang yang cukup besar dikarenakan letak geografis segmentasi pasar yang cukup cocok dengan konsep bisnis *Bestea* yang lebih melebur kepada generasi milenial. Dengan fokus segmentasi pasar yang ada, Palmerah yang merupakan salah satu kelurahan terpadat di Jakarta Barat, dengan jumlah penduduk kecamatan ini dilaporkan sebanyak 206.535 jiwa, dengan kepadatan penduduk 27.477 jiwa/km² (BPS, 2020), menjadi lokasi dimana bisnis *Bestea* akan dibangun dengan banyaknya area universitas dan perkantoran yang menjadikan lokasi ini penuh dengan *traffic* yang diincar dalam bisnis ini. Ide penulis untuk berwirausaha terbentuk sejak awal kuliah. Hal ini terjadi karena kurikulum *entrepreneurship* di Universitas President memiliki pengaruh positif terhadap *entrepreneurial interest* mahasiswa. Secara rata-rata, mereka tertarik untuk memiliki bisnis baru, baik bisnis yang sesuai dengan keahliannya maupun bisnis yang tidak sesuai dengan keahliannya (Cakranegara, 2019).

RUMUSAN MASALAH

Dari besarnya peluang dan perkembangan pesat dari bisnis *bubble tea*, maka penulis berencana untuk membuat usaha kedai kecil menjual minuman varian teh *bubble tea*. Agar usaha dapat berjalan dan berkesinambungan, diperlukan beberapa penelitian dan perencanaan yang matang seperti analisis industri dan perencanaan keuangan untuk mengetahui apakah usaha ini dapat memenuhi kelayakan bisnis.

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat menginspirasi rekan-rekan perguruan tinggi lainnya, untuk berwirausaha ; dan juga menjadi panduan bagi UMKM yang sejenis untuk mengembangkan bisnisnya.

METODE PENELITIAN

Berikut merupakan metode penelitian yang digunakan penulis untuk menganalisis kelayakan bisnis *bubble tea*:

- a. *SWOT Analysis*
 - b. *PESTLE Analysis*
 - c. Perencanaan Keuangan : *Return on Assets (ROA)* dan *Payback Period*
-

SWOT Analysis

Dalam jurnal yang ditulis oleh Gürel (2017), *SWOT Analysis* merupakan salah satu proses strategi manajemen untuk menganalisis bisnis secara eksternal dan internal. Analisis dilakukan berdasarkan bagaimana bisnis dapat mengidentifikasi ancaman dan peluang dalam lingkungan sekarang dan juga bagaimana suatu bisnis memahami akan kelemahan dan kelebihanannya. Proses analisa ini penting bagi bisnis atau organisasi agar dapat memilih strategi bisnis yang tepat.

PESTLE Analysis

Menurut Alanzi (2018), *PESTLE analysis* merupakan alat untuk menganalisa bisnis dalam perspektif yang lebih luas dalam enam kategori faktor yang merupakan kepanjangan dari *PESTLE* itu sendiri. *PESTLE* terdiri atas; *Political, Economic, Social and Cultural, Technological, Environment, dan Legal*. Dengan menggunakan metode ini, pendekatan analisis dilakukan dari basis identifikasi faktor makro ekonomi. Diharapkan dengan analisa ini bisnis dapat siap dalam mengantisipasi masalah kedepannya.

Return on Assets

Return on Assets merupakan salah satu analisis keuangan yang dilakukan untuk melihat indikasi seberapa baik suatu bisnis dapat menghasilkan keuntungan. Hal ini dilakukan dengan cara memproyeksikan aset dari modal atau investasi luar yang dipakai untuk kesinambungan bisnis. Semakin tinggi tingkat ROA mencerminkan besarnya tingkat nilai investasi bisnis (Azis et al., 2018).

$$ROA = \frac{LabaBersih}{TotalAset}$$

Payback Period

Payback Period adalah waktu yang dibutuhkan untuk menutup modal awal investasi. Metode *payback period* ini cocok digunakan untuk analisa pengambilan keputusan suatu bisnis yang masih belum terlalu kompleks. Semakin cepat *payback period*, menggambarkan bagaimana tingkat keuntungan suatu bisnis secara umum. Meskipun diperlukan beberapa faktor lainnya untuk perhitungan dan pertimbangan untuk metode lebih lanjut, analisa ini dapat membantu untuk memilih suatu usaha sebagai objek investasi.

$$PaybackPeriod = n + \frac{(a + b)}{(c - b)} \times 1tahun$$

n = tahun terakhir saat jumlah total arus kas masih belum dapat menutup nominal investasi awal.

a = jumlah investasi awal

b = total kumulatif dari arus kas pada periode tahun ke – n.

c = total kumulatif dari arus kas pada periode tahun ke – n.

Gambaran Usaha

Bisnis *bubble tea* ini dinamakan Bestea. Dengan konsep bisnis yang kekinian, bisnis ini menargetkan target pasar kepada generasi millennial. Adanya budaya *hangout* membuat banyak yang meminati makanan atau minuman yang kiranya dapat menjadi teman dari waktu yang mereka habiskan bersama teman atau keluarga. Selain itu, pergeseran gaya hidup selama pandemi membuat bisnis boba menjadi sangat tren dan membuka peluang pada UMKM lainnya dikarenakan kemudahan untuk membuat jenis minuman yang enak dan juga mempunyai daya tarik yang unik karena ide yang dapat dikreasikan luas dan fleksibel.

Bestea akan berfokus pada pemasaran yang menekankan pada nilai-nilai yang membangun. Nilai-nilai tersebut dapat berupa nilai *eco-friendly*, keramahan pada pelayanan, dan juga memberikan tempat dan merangkul semua pelanggan agar terus nyaman dengan mengkonsumsi produk yang disediakan. Merk Bestea sendiri adalah gabungan dari kata *best* (terbaik) dan *tea* (teh) ; ini berarti bisnis ini akan menyajikan teh yang terbaik untuk generasi milenial, dengan harga yang terjangkau.

Promosi Bestea akan dilakukan menggunakan sosial media, Facebook dan Instagram. Penggunaan sosial media resmi dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat sangat efektif karena penyampaian informasi dapat dilakukan lebih cepat, tepat dan hemat biaya (Farid, 2021). Posting di kedua sosial media tentang promosi akan fokus ke produk dan promosi ; dan dilakukan secara rutin seminggu 3 kali. Rutinitas ini bagus untuk memperkuat *brand awareness* merek Bestea di mata konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Industri

Analisis industri dilakukan dengan metode analisis SWOT dan PESTLE.

SWOT Analysis

Metode analisis SWOT (Strength – Weakness – Opportunity – Threat) mempermudah bagi pebisnis untuk melihat kelebihan dan kelemahan dalam bisnis. Dengan mengetahui secara dasar peluang, kekuatan yang diberikan bisnis serta kelemahan dan ancaman yang dihadapi bisnis. Investor atau pebisnis dapat merencanakan strategi yang tepat untuk mengembangkan bisnis lebih lanjut. Analisis SWOT bisnis Bestea dijelaskan sebagai berikut.

Tabel 1. Analisa SWOT untuk bisnis Bestea

Strength (kekuatan)	Weakness (kelemahan)
<ul style="list-style-type: none"> ● Pilihan minuman varian teh yang menarik dan luas. ● Berprinsip memberikan produk dan layanan terbaik untuk membangun komunitas dan lingkungan yang baik 	<ul style="list-style-type: none"> ● Banyak kompetitor dengan produk yang sama ● Diperlukan riset yang lebih mendalam untuk mengembangkan produk karena preferensinya yang umum namun bervariasi

● Menganut konsep ramah lingkungan	
Opportunity (peluang)	Threat (ancaman)
<ul style="list-style-type: none"> ● Mempunyai banyak panutan bisnis dari contoh bisnis yang sudah ada. ● Pemanfaatan promosi dan strategy marketing yang baik dapat memberikan dampak perkembangan bisnis yang pesat ● Nilai atau esensi yang dianut seperti ramah lingkungan mudah untuk menarik perhatian calon pelanggan terutama pada saat pemanasan global sedang berlangsung 	<ul style="list-style-type: none"> ● Adanya pendatang baru (selain teh) yang bisa menarik konsumen teh untuk berpindah ● Fluktuasi bahan baku teh domestik yang dapat mempengaruhi harga produk

PESTLE Analysis

Analisis PESTLE memberikan faktor dengan sudut pandang eksternal lain yang dapat membantu pebisnis untuk melakukan evaluasi terhadap bisnis. metode PESTLE menganalisa dari sudut pandan seperti politik, ekonomi, sosial, teknologi, hukum, dan juga lingkungan. Berikut merupakan analisis PESTLE terhadap bisnis Bestea.

Tabel 2. Analisis PESTLE untuk bisnis Bestea

Political (Politik)	Dukungan UMKM dari pemerintah yang dapat dilihat melalui pengesahan UU Cipta Kerja, pengembangan program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) berdasarkan PP Nomor 43 tahun 2020, Kredit Usaha Rakyat (KUR) dan juga Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI).
Economic (Ekonomi)	Perkembangan pesat UMKM menjadi faktor utama pemulihan perekonomian di Indonesia selama pandemi berlangsung. Tercatat pada tahun 2021, pertumbuhan ekonomi Indonesia berada pada 3,69 persen yang mana meningkat menjadi 5,01 persen.
Social (Sosial)	Budaya generasi millennial dan Z yang cenderung konsumtif dan mencoba berbagai macam rasa /variasi , menciptakan

	peluang bagi bisnis UMKM..
Technology (Teknologi)	Digitalisasi mempermudah proses pemasaran, memperluas jangkauan pasar, dan juga mempermudah proses kinerja operasional dengan instrumen-instrumen digital.
Law (Hukum)	Berdasarkan pada hukum yang ada pada Peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil Dan Menengah Nomor 2 Tahun 2019 tentang perizinan berusaha terintegrasi secara elektronik bagi UMKM, Bisnis dapat menjamin kualitas produk sehingga memberikan keamanan kepada pelanggan dan calon pelanggan.
Environmental (Lingkungan)	Menganut nilai bisnis yang ramah lingkungan dan mengintegrasikan bisnis dengan gerakan daur ulang, bisnis Bestea ikut berkontribusi terhadap peningkatan kesadaran dan kesehatan lingkungan.

Perencanaan Operasional

1) Lokasi Usaha

Bestea direncanakan untuk berlokasi pada Jl.Kyai H. Syahdan No.4, RT.6/Rw.12, Palmerah, Jakarta Barat. Tempat ini berlokasi cukup strategis karena selain traffic nya yang padat namun juga berdekatan dengan beberapa tempat seperti perkantoran, universitas, dan juga pemukiman penduduk lainnya yang kiranya juga termasuk dalam target pasar Bestea..

2) Fasilitas

Untuk fasilitas yang diberikan dalam kedai Bestea, akan ada meja, kursi, bar table set, dan juga beberapa perangkat yang mendukung kenyamanan pelanggan yang singgah ke kedai Bestea.



Gambar 1. Layout Bestea

Perencanaan Keuangan

1) Laporan Sumber Dana

Berikut merupakan komponen yang ada dalam biaya investasi bisnis Bestea.

Tabel 3. Sumber Dana dan Pengeluaran

Sumber Dana	Jumlah (Rp)
Investasi Pemilik	700,000,000
Biaya	Jumlah (Rp)
Peralatan	160,080,000
Furniture	11,800,000
Marketing dan Promosi	6.,500,000
Gaji	221,000,000
Persediaan	134,646,000
Kas (<i>Working Capital</i>)	165,974,000
Total	700,000,000

Tabel di atas merupakan estimasi investasi awal dan pengeluaran yang dibutuhkan pada tahun pertama Bestea mulai beroperasi. Perhitungan masing-masing komponen dilakukan dengan mengakumulasi biaya per tahunnya, kecuali peralatan dan *furniture* yang mana pembelian hanya dilakukan sekali pada saat awal investasi. Biaya operasional adalah estimasi penggunaan internet dan juga listrik selama akumulasi 1 tahun beroperasi. Sisa biaya operasional sebagai kas yang tersedia untuk kebutuhan lain seperti internet, tagihan listrik dan air, serta iuran sewa dan renovasi dapat dialokasikan dari sisa biaya operasional.

2) Laporan Arus Kas

Tabel 4. Laporan Arus Kas

Performa Arus Kas					
	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3	Tahun 4	Tahun 5
Saldo Awal	700,000,000	347,839,000	340,628,150	471,370,293	677,995,396
Kas Masuk					
Keuntungan Penjualan	334,900,000	567,551,000	810,883,600	969,594,000	1,193,823,000
Total Kas Masuk	334,900,000	567,551,000	810,883,600	969,594,000	1,193,823,000
Kas Keluar					
Biaya Pendapatan					
HPP (30%)	100,470,000	170,265,300	243,265,080	290,878,200	358,146,900
Pengeluaran Marketing					
Marketing dan Promosi	6,500,000	6,825,000	7,166,250	7,524,563	7,900,791
Pengeluaran Administratif					
Gaji	221,000,000	243,100,000	267,410,000	294,151,000	323,566,100
Pengeluaran					
Listrik dan Air	12,000,000	12,600,000	13,230,000	13,891,500	14,586,075
Internet and Telephone	565,000	593,250	622,913	654,058	686,761
Persediaan	134,646,000	141,378,300	148,447,215	155,869,576	163,663,055
Building Renovation	40,000,000	-	-	-	-
Pengeluaran Modal					
Equipment	160,080,000	-	-	-	-
Furniture	11,800,000	-	-	-	-
Tax (1%)	-	-	-	-	-
Total Kas Keluar	687,061,000	574,761,850	680,141,458	762,968,896	868,549,681
Arus Kas	(352,161,000)	(7,210,850)	130,742,143	206,625,104	325,273,319
Saldo Akhir	347,839,000	340,628,150	471,370,293	677,995,396	1,003,268,715

Dengan memperhitungkan BEP atau *Break Even Point* dari arus kas di atas, diekspektasikan Bestea harus mencapai penjualan senilai Rp 909,661,850 untuk mencapai titik dimana arus kas nol ; atau arus kas yang masuk bisa menutupi kas yang keluar di dalam kurun waktu periode 5 tahun tersebut

3) *Payback Period*

Berikut merupakan perhitungan *payback period* pada bisnis Bestea. Perhitungan dilakukan dengan cara membagikan jumlah investasi awal dengan aliran kas yang masuk setiap tahunnya.

Tabel 5. Payback Period

Payback Period					
	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3	Tahun 4	Tahun 5
Beginning Investment	700,000,000				
Cash Flow	(352,161,000)	(7,210,850)	130,742,143	206,625,104	325,273,319
Cumulative Cash Flow	347,839,000	340,628,150	471,370,293	677,995,396	1,003,268,715

$$PaybackPeriod = 4 + \frac{(700000000 - 677995396)}{(1003268715 - 677995396)} = 4,067$$

Perhitungan di atas menunjukkan hasil bahwa jika dari modal awal yang di investasikan bernilai RP 700.000.000 maka kurang lebih bisnis Bestea dapat mencapai status balik modal dalam kurun waktu kurang lebih 4,067 tahun.

4) Analisis Rasio Keuangan

Tabel 6. Analisis Rasio Keuangan

	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3	Tahun 4	Tahun 5
Return on Asset (ROA) = Pemasukan Bersih/Total Aset	-7.35%	15.24%	32.38%	34.43%	35.77%
Return on Sales (ROS) = Pemasukan Bersih/Penjualan Bersih	-13.98%	16.69%	29.75%	33.62%	38.00%
Margin Keuntungan Bersih	-13.98%	16.69%	29.75%	33.62%	38.00%

Bestea diperkirakan mencatat margin keuntungan di tahun pertama -13,98% ; hal ini masih wajar karena besarnya investasi di tahun pertama untuk pembelian peralatan dan biaya renovasi. Namun di tahun kedua dan seterusnya, terlihat ada margin yang positif. Dengan pertumbuhan margin keuntungan yang positif dan konsisten, bisnis Bestea dapat diprediksi untuk tetap memiliki rasio yang baik untuk bisnis dengan mencapai rasio margin keuntungan kurang lebih 38% pada tahun kelima beroperasi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari analisis mengenai kelayakan bisnis minuman Bestea, dapat disimpulkan bahwa:

- a. Peluang bisnis minuman *bubble tea* mempunyai peluang yang cukup baik dengan didukung oleh arus tren, kepadatan penduduk di Jakarta yang tentunya juga berkesinambungan dengan minat beli terhadap produk sejenis.
- b. Hasil analisa industri dan keuangan, bisnis minuman teh Bestea layak untuk dijalankan. Adapun hal lain yang diperhatikan dalam menjalankan bisnis ini adalah bagaimana strategi marketing dijalankan dan juga bagaimana bisnis dapat menonjolkan nilai kekuatan pada bisnis agar para pelanggan dapat tetap berkelanjutan untuk membeli produk yang disediakan. Inovasi juga harus sering dilakukan secara berkala untuk tetap dapat kompetitif terhadap kompetitor lainnya yang ada di lingkungan sekitar.

REFERENSI

- Alanzi, Salem. (2018). *Pestle Analysis Introduction*.
- Azis, Muh & Rohansyah, Miswar & Azis Muthalib, Dzulfikri & Rosikah, & Prananingrum, Dwi. (2018). Effects of Return on Asset, Return On Equity, Earning Per Share on Corporate Value. 10.9790/1813-0703010614.
- BPS. (2021, January 22). Hasil Sensus Penduduk 2020 Dki Jakarta. Berita Resmi Statistik.
- BPS. (2020). Jumlah Penduduk Jakarta Barat Kelompok Umur (Jiwa), 2018-2020 . Bps Kota Administrasi Jakarta Barat. Dikutip dari <https://jakbarkota.bps.go.id/indicator/12/48/1/jumlah-penduduk-jakarta-barat-kelompok-umur.html>
- Cakranegara, P., Runtuk, J., (2019). Efektivitas kurikulum entrepreneurship President university terhadap entrepreneurial interest, knowledge, dan orientation mahasiswa. *FIRM journal of management studies*. Vol 4, No 1 (2019), 18 – 39. <http://dx.doi.org/10.33021/firm.v4i1.681>
- Deplantation.com. (2021, February). *Analisis Kinerja Dan Prospek Komoditas Teh*. dePlantation Sumber Referensi Perkebunan. Dikutip dari <https://deplantation.com/wp-content/uploads/2021/01/RADAR-Vol02-No01-Januari-2021.pdf>
- Farid, M., Revaldo, M. (2021). Efektivitas media sosial dalam penyebarluasan informasi pembangunan pemerintah kabupaten Banyuwasin. *FIRM journal of management studies*. Vol 6, No 1 (2021), 95 – 106. <http://dx.doi.org/10.33021/firm.v6i1.1438>
- Fortune Business Insights. (2019). Bubble tea market size, industry trends: Analysis report, 2027. Bubble Tea Market Size, Industry Trends | Analysis Report, 2027. Dikutip dari <https://www.fortunebusinessinsights.com/industry-reports/bubble-tea-market-101564>
- Grab. (2019, April 30). Demam bubble tea di Grabfood! Grab ID. Dikutip dari <https://www.grab.com/id/press/tech-product/demam-bubble-tea-di-grabfood/>
- Gürel, E. (2017). SWOT analysis: A theoretical review. *Journal of International Social Research*, 10(51), 994–1006. <https://doi.org/10.17719/jisr.2017.1832>
-

- Indiatimes.com. (2022, March 5). What is market share? definition of market share, market share meaning. The Economic Times. Dikutip dari <https://economictimes.indiatimes.com/definition/market-share>
- Sripada , V. (2022, February 1). How big is the global beverage industry?: Market size and trends of 2022. Insights on the global eCommerce & DTC businesses. Dikutip dari <https://blog.pipecandy.com/market-size-of-beverage-industry-2020/>
- TanDo. (2021, August 19). Beverage Industry Overview: A Brief Analysis for business owners. Tan Do. Dikutip dari <https://tandobeverage.com/beverage-industry-overview/>
- Wallach, O. (2021, July 13). Coffee vs tea vs soft drinks: What caffeine drinks do countries prefer? Visual Capitalist. Dikutip dari <https://www.visualcapitalist.com/coffee-vs-tea-vs-soft-drinks-what-caffeine-drinks-do-countries-prefer>
-