

Analisis Pola Permodalan dan Pendapatan Pelaku Usaha Franchise Minuman “Teh Poci” di Desa Kemantren, Paciran, Lamongan Tahun 2022-2025

Putri Salsa Bella¹, Tito Nur Mustika^{2*}

^{1,2} Universitas Sunan Drajat, Lamongan

*Corresponding Author: titonurmustika@unsuda.ac.id

Received: 05/02/2026 | Accepted: 06/10/2026 | Publish: 07/22/2026

Abstract : *This study examines the capital structure, capital flow, and income patterns of the “Teh Poci” beverage franchise owner in Kemantren Village, Paciran, Lamongan, during the period 2022-2025. The franchise model is preferred by micro-entrepreneurs because its investment package provides complete equipment and initial raw materials, allowing business operations to begin immediately. Employing a descriptive qualitative method, the study obtained its information through on-site observation and in-depth discussions with the business owner. From the data, it was identified that the initial capital was fully financed through personal savings to avoid the financial risks associated with loans and interest-based obligations. The business generates a daily income of Rp200,000-Rp300,000, influenced by the surrounding community’s activity, particularly due to its strategic location in front of a school. Monthly income reaches approximately Rp5,000,000 after subtracting minor operational costs, with a return on investments (ROI) of 0.5 or 50% per month, enabling the initial investment to be recovered within about two months. Additionally, the owner diversifies income by engaging in side work such as crab sorting to maintain household financial stability during low-sales periods. These findings demonstrate that the Teh Poci franchise provides a stable source of income for MSME actors and highlights the importance of capital management and multiple income strategies in sustaining business performance.*

Keywords : *Capital Structure, Beverage Franchise, MSMEs, Business Income.*

How to Cite: Bella, P. S., & Mustika, T. N. (2025). Analisis pola permodalan dan pendapatan pelaku usaha franchise minuman “Teh Poci” di Desa Kemantren, Paciran, Lamongan tahun 2022–2025. *ECONOM: Journal of Economics and Management*, 1(1), 1–8. <https://doi.org/10.64131/Econom.v1i1.xxx>

PENDAHULUAN

Di Indonesia, perkembangan usaha franchise terus menunjukkan perkembangan yang cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir. Salah satu brand yang cukup menonjol dalam kategori franchise adalah Es Teh Poci. Produk ini awalnya dikenal sebagai teh tradisional khas di Indonesia, di mana istilah “Poci” merujuk pada teko atau wadah berbahan tanah liat atau tembaga yang digunakan untuk menyeduh teh tersebut. Minuman ini telah dikenal luas terutama di wilayah Jawa barat, khususnya di daerah Ciwidey, Bandung (Syalsabilla, 2023). Seiring meningkatnya minat konsumen terhadap minuman siap saji, brand ini kemudian berkembang menjadi usaha kemitraan yang menawarkan beberapa pilihan paket, mulai dari paket hemat, Regular hingga paket Cuan atau premium dengan

kisaran investasi sekitar 7 juta hingga lebih dari 19 juta lebih, tergantung pada jenis paket dan Lokasi usaha.

Namun, seiring dengan perkembangan waktu, semakin banyak pesaing yang bermunculan. Oleh sebab itu para pelaku usaha franchise Teh Poci dituntut untuk melakukan Inovasi serta segera memperbaiki setiap kekurangan agar konsumen tetap bertahan dan tidak berpindah ke produk lainnya. Inovasi adalah proses mengembangkan suatu gagasan menjadi perubahan yang lebih baik. Dalam dunia bisnis, inovasi sangat diperlukan karena menjadi faktor penting dalam kemajuan Perusahaan serta keberhasilan dalam menghadapi persaingan. Seorang wirausaha membutuhkan inovasi untuk memperluas dan meningkatkan kualitas produknya tanpa inovasi yang konsisten, sebuah produk akan sulit mempertahankan relevansinya di Tengah perubahan kebutuhan dan preferensi pasar (Rudy C Tarumingkeng, 2023).

Apabila suatu produk atau layanan dirilis dengan strategi yang salah atau terlambat diperkenalkan ke pasar, maka Perusahaan berisiko kehilangan peluang pendapatan serta daya saing. Dengan pesatnya perkembangan perdagangan yang di dukung oleh kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang canggih, para pelaku usaha berlomba-lomba menciptakan produk yang lebih unggul sesuai dengan kebutuhan pasar. Melalui inovasi, Perusahaan juga dapat menarik konsumen baru karena munculnya kebutuhan baru yang sebelumnya tidak ada. Kondisi ini mendorong terciptanya peluang industri baru yang dapat berkembang seiring meningkatnya permintaan konsumen terkait produk tersebut. Hal yang sama juga terjadi pada inovasi minuman Es Teh Poci. Jika sebelumnya teh ini hanya memiliki rasa original dengan tambahan gula sebagai pemanis, kini produsen mulai berkreasi untuk menghadirkan cita rasa baru yang lebih beragam. Perubahan ini dilakukan sebagai respon terhadap perkembangan zaman dan perubahan preferensi konsumen. Inovasi tersebut juga membuat Es Teh Poci mampu menarik konsumen dari berbagai kelompok usia, mulai dari orang dewasa hingga para remaja yang cenderung tertarik pada rasa yang lebih bervariasi (Meilyani et al., 2024). Pada awalnya, minuman ini hanya berupa es teh tanpa pilihan menu lain. Namun, seiring kemajuan teknologi dan tren pasar, Es Teh Poci berhasil berkembang menjadi minuman yang digemari oleh berbagai kalangan. Varian menu yang dihadirkan semakin beragam, mulai dari rasa buah seperti mangga, leci, jeruk, apel, jambu, hingga blackcurrant. Serta varian kopi dan coklat seperti Cappuccino, milo, dan Milk Tea (Tita Dwitama & Siswahyudianto, 2022).

Di desa-desa seperti Desa Kemantren, Kecamatan Paciran, Kabupaten Lamongan, kemitraan franchised seperti Teh Poci dapat memberikan peluang baru bagi pelaku usaha lokal. Di wilayah pedesaan, akses permodalan bisa menjadi kendala utama dalam mengembangkan usaha, sebagaimana banyak UMKM kecil mengalami keterbatasan dalam pendanaan formal (Saputri et al., 2024). Franchise dengan modal terjangkau seperti The Poci dapat menjadi alternatif strategis untuk mendorong aktivitas ekonomi lokal sekaligus membuka kesempatan usaha bagi Masyarakat. Namun, meskipun investasi awal terlihat cukup rendah, tidak serta-merta semua mitra franchise bisa meraih pendapatan tinggi yang berkelanjutan. Faktor-faktor seperti lokasi gerai, volume penjualan, biaya operasional (sewa, listrik, bahan baku), dan manajemen persediaan sangat menentukan profitabilitas (Putri et al., 2023).

Dalam rentang waktu 2022 hingga 2025, dinamika permodalan dan pendapatan mitra Teh Poci di Desa Kemantren sangat menarik untuk dikaji. Modal awal yang terjangkau memberikan peluang bagi Masyarakat untuk memulai usaha, namun tantangan

keberlanjutan pendapatan tetap menjadi isu yang krusial, terutama dalam menghadapi persaingan lokal dan fluktuasi penjualan (Hadi et al., 2025).

Dengan latar tersebut, penelitian ini akan menganalisis pola permodalan serta pendapatan yang diperoleh oleh salah satu pelaku usaha franchise Teh Poci di Desa Kemantren selama periode 2022–2025. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran empiris mengenai bagaimana franchise minuman dapat menjadi instrumen pemberdayaan ekonomi lokal, sekaligus mengevaluasi efektivitas model kemitraan Teh Poci dalam konteks pedesaan.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan metode kualitatif deskriptif, karena difokuskan untuk menggali secara mendalam pola permodalan serta pendapatan pelaku usaha franchise Teh Poci di Desa Kemantren, Kecamatan Paciran, Kabupaten Lamongan pada periode 2022-2025. Pendekatan kualitatif dipilih agar peneliti dapat memperoleh Gambaran yang komprehensif mengenai arus permodalan, serta strategi pemilik dalam menghadapi fluktuasi pendapatan secara alami di lapangan (Cresswell, 2012; Moloeng, 2017).

Lokasi Penelitian dipilih secara sengaja karena di desa kemantren terdapat salah satu pemilik franchise Teh Poci yang aktif, sehingga memungkinkan pengumpulan data langsung dan mendalam. Sumber data penelitian terdiri atas informan utama, yakni pemilik usaha franchise Teh Poci.

Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan menggunakan panduan pertanyaan semi-terstruktur yang berfokus pada modal awal, arus permodalan, biaya operasional, pendapatan harian dan bulanan, serta aktivitas tambahan yang dilakukan saat penjualan sedang sepi. Data sekunder diperoleh dari Literatur terkait franchise dan UMKM untuk memperkuat analisis dan pemahaman teori yang relevan.

Instrumen penelitian utama adalah peneliti itu sendiri, yang didukung oleh pedoman wawancara. Proses analisis data menggunakan model Miles & Huberman yang meliputi tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan Kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilah, memusatkan, serta mengorganisasi informai hasil wawancara agar lebih mudah dianalisis. Penyajian data disusun dalam bentuk uraian naratif, yang menggambarkan pola permodalan, pendapatan, dan praktik franchise di lapangan. Sementara itu, penarikan Kesimpulan dilakukan dengan menafsirkan makna dari data yang telah disusun dan menghubungkannya dengan teori terkait permodalan, pendapatan, dan sistem franchise (Milles, 1996).

Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menggunakan Triangulasi sumber dengan membandingkan informasi dari wawancara pemilik dan literatur terkait. Pendekatan ini diharapkan mampu memberikan Gambaran yang akurat, lengkap, dan terpercaya mengenai pola permodalan dan pendapatan pelaku usaha franchise di desa kemantren.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah proses pengumpulan data dan wawancara langsung dengan pemilik franchise Teh Poci di Desa kemantren, penelitian ini mulai menggambarkan bagaimana usaha kecil di Tingkat pedesaan dalam mengelola modal, pendapatan, dan strategi bertahannya dalam kondisi pasar yang berubah-ubah.

Pola Permodalan & Arus Permodalan Usaha

Berdasarkan hasil wawancara, pola permodalan franchise Teh Poci ini sepenuhnya berasal dari modal mandiri, yaitu Tabungan pribadi yang dikumpulkan sebelum usaha

dijalankan. Modal awal sebesar Rp10.000.000 dibayarkan untuk paket kemitraan, yang sudah mencakup seluruh perlengkapan dasar operasional. Melalui paket tersebut, pihak franchise menyediakan booth Teh Poci, mesin seal, barel teh berkapasitas 10 liter, cooler box, apron, display menu, serta bahan baku awal seperti teh dan berbagai varian rasa, sehingga mitra dapat langsung memulai usaha tanpa perlu menambah peralatan lain.

Pemilihan modal pribadi dilakukan karena bagi pelaku usaha mikro di pedesaan, akses ke pembiayaan formal seperti kredit bank masih dipandang kurang praktis dan cenderung beresiko. Proses administrasi yang rumit, kebutuhan jaminan, serta kekhawatiran terhadap beban angsuran menjadi pertimbangan utama bagi mereka. Dengan menggunakan Tabungan pribadi, pelaku usaha dapat memulai bisnis dengan lebih aman, fleksibel, dan tanpa tekanan finansial dari pihak eksternal (Fauzi, 2025).

Menurut Kasmir, modal sendiri menjadi bentuk pembiayaan yang paling aman bagi UMKM karena tidak menimbulkan kewajiban pembayaran bunga serta dapat mengurangi potensi terjadinya gagal bayar (Kasmir, 2016). Sementara itu, Dalam buku Kewirausahaan Suryana menjelaskan bahwa kemitraan dalam franchise dirancang untuk memberikan standar operasional lengkap sehingga memudahkan mitra memulai usaha tanpa hambatan peralatan di awal (Dinar et al., 2020). Dengan demikian, baik penggunaan modal sendiri maupun kemitraan franchise sama-sama memberikan landasan yang lebih stabil bagi pelaku UMKM dalam membangun usaha di tahap awal.

Agar pemahaman mengenai struktur permodalan semakin jelas, komponen-komponen modal awal yang diterima mitra melalui paket kemitraan disajikan dalam Tabel 1 :

Tabel 1 Rincian Komponen Paket Modal Awal Usaha Franchise Teh Poci

No.	Komponen Modal	Jumlah/Item	Estimasi Biaya
1.	Booth Teh Poci	1 Unit	Rp6.750.000
2.	Mesin Seal Cup	1 Unit	Rp500.000
3.	Teh Barel 10 Liter	1 Unit	Rp450.000
4.	Cooler Box	1 Unit	Rp350.000
5.	Apron	2 Pcs	Rp100.000
6.	Impraboard/Display Menu	1 Set	Rp300.000
7.	Plastik Seal Poci	1 Pack	Rp200.000
8.	Sedotan	1 Pack	Rp50.000
9.	Cup (berbagai Ukuran)	5 Pack	Rp500.000
10.	Bahan Baku Teh	1 Paket Awal	Rp300.000
11.	Rasa-rasa	Mixed	Rp500.000
Total Modal Awal		± Rp10.000.000	

Berdasarkan Tabel 1, modal awal sebesar Rp10.000.000 yang dibayarkan oleh mitra telah mencakup seluruh perlengkapan dasar yang diperlukan untuk memulai operasional franchise Teh Poci. Komponen dengan nilai terbesar terdapat pada booth utama senilai Rp6.750.000, yang sudah dilengkapi elemen branding standar dari pihak franchise. Selain itu, paket kemitraan juga menyediakan mesin seal cup, barel teh berkapasitas 10 liter, dan cooler box sebagai peralatan utama dalam proses penyajian minuman.

Pada bagian perlengkapan pendukung, mitra menerima apron, impraboard atau display menu, serta kebutuhan habis pakai seperti plastik seal, sedotan, dan cup dalam berbagai

ukuran. Paket ini juga sudah termasuk bahan baku awal yang terdiri dari teh dan beragam varian rasa, sehingga mitra dapat langsung beroperasi tanpa perlu melakukan pembelian tambahan.

Secara keseluruhan, rincian komponen dalam paket kemitraan ini menunjukkan bahwa modal awal yang dikeluarkan sudah terstruktur dengan jelas dan memudahkan pelaku usaha untuk menjalankan kegiatan operasional sejak hari pertama usaha berjalan.

Pendapatan Usaha

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha, pendapatan usaha franchise Teh Poci di Desa kemantren tergolong stabil dan cukup menguntungkan. Dengan pendapatan bersih harian berkisar antara Rp200.000–Rp300.000, pendapatan tersebut meningkat pada hari sibuk seperti jam pulang sekolah dan menurun pada hari sepi. Pola ini sejalan dengan penelitian yang menyebutkan bahwa jumlah unit terjual dan aktivitas operasional harian berpengaruh langsung terhadap pendapatan UMKM (Banjarsari & Surakarta, 2023). Rata-rata pendapatan tersebut menghasilkan sekitar Rp5.000.000 per bulan, yang menunjukkan bahwa usaha franchise Teh Poci memiliki potensi keuntungan yang menjanjikan dengan harga yang terjangkau dan permintaan konsumen yang relatif stabil. Rincian Pendapatan Harian dan Bulanan tersebut dapat dilihat pada Tabel 2 berikut :

Tabel 2 Pendapatan Harian dan Bulanan Franchise Teh Poci

Komponen Pendapatan	Nominal
Pendapatan Bersih Harian (rata-rata)	Rp200.000 – Rp300.000
Pendapatan Bersih Bulanan	± Rp5.000.000
Volume Penjualan Harian	70-120 Cup/hari
Kondisi Penjualan Sepi	Tetap menghasilkan ± pendapatan minimum
Kondisi Penjualan Ramai	Mengalami Peningkatan Signifikan

Tabel 2 menunjukkan bahwa pendapatan harian usaha Teh Poci berada pada rentang yang relatif stabil, yaitu Rp200.000 hingga Rp300.000 per hari. Menurut Sukirno, pendapatan suatu usaha sangat dipengaruhi oleh volume penjualan, perilaku konsumen, dan kondisi di lingkungan sekitar (Sukirno, 2002), sehingga variasi pendapatan harian tersebut dapat dipahami sebagai bentuk fluktuasi wajar pada usaha minuman berbasis franchise. Rentang ini mencerminkan dinamika tingkat keramaian yang dipengaruhi aktivitas Masyarakat sekitar, terutama karena Lokasi usaha yang berada tepat di depan sekolah. Pada jam-jam tertentu seperti siang dan sore hari, pendapatan cenderung meningkat seiring padatnya arus pelajar dan warga. Sementara itu, pendapatan bulanan mencapai sekitar Rp5.000.000 setelah dikurangi biaya operasional ringan, yang dimana hal itu menunjukkan bahwa usaha ini mampu menjaga perputaran modal serta menghasilkan keuntungan yang cukup stabil. Baik pada hari-hari ramai maupun dalam kondisi sepi, pemilik tetap memperoleh pendapatan minimum yang memadai untuk menutup kebutuhan harian. Hal ini menegaskan bahwa usaha franchise Teh Poci memiliki prospek pendapatan yang relatif aman dan dapat diandalkan.

Upaya Menjaga Stabilitas Pendapatan

Pendapatan usaha tidak selalu berada pada tingkat yang sama setiap hari. Pada hari-hari tertentu, terutama Ketika aktivitas Masyarakat menurun, penjualan Teh Poci mengalami

penurunan yang cukup terasa. Dalam kondisi seperti ini, pemilik usaha melakukan strategi untuk memastikan kebutuhan rumah tangga tetap terpenuhi. Saat proses wawancara, pemilik menyampaikan :

“kalau penjualan lagi sepi, saya biasanya ikut sortir rajungan. Lumayan untuk menambah kebutuhan harian, jadi tidak hanya mengandalkan hanya dari pendapatan jualan teh poci.”(Dewi novita, 2025)

Dalam keterangan yang disampaikan oleh pemilik franchise menunjukkan bahwa pelaku usaha tidak hanya bergantung pada satu sumber pendapatan, tetapi melakukan diversifikasi untuk menjaga stabilitas ekonomi rumah tangga. Strategi diversifikasi dilakukan dengan mengelola beberapa unit usaha sekaligus atau menambahkan lini bisnis dan produk yang berbeda (Pertiwi & Suhartini, 2022). Pendekatan semacam ini selaras dengan kajian tentang penghidupan pedesaan yang menyatakan bahwa rumah tangga pedesaan sering mengandalkan beberapa sumber pendapatan (Multiple Income Sources) sebagai strategi adaptif terhadap ketidakpastian pasar (Ellis, 2000).

Selain itu, teori pendapatan rumah tangga dalam ekonomi regional juga menjelaskan bahwa pendapatan ganda (*multiple income sources*) menjadi strategi penting bagi rumah tangga sektor informal untuk menjaga ketahanan finansial, terutama Ketika pendapatan dari satu aktivitas tidak stabil (Todaro, M. P., & Smith, 2009). Dalam hal ini diversifikasi pendapatan berperan penting dalam meningkatkan keberlanjutan UMKM di sektor makanan dan minuman, karena sumber pendapatan tambahan mampu menjaga kestabilan arus kas dan mengurangi risiko kegagalan usaha.

Dengan demikian, strategi pemilik Teh Poci dalam menambah penghasilan melalui pekerjaan sampingan bukan hanya merupakan bentuk adaptasi spontan, tetapi juga mencerminkan prinsip ekonomi mikro dan UMKM. Pendekatan ini memungkinkan pelaku usaha mempertahankan ketahanan ekonomi, meskipun penjualan harian menurun akibat perubahan permintaan konsumen.

Analisis ROI (Return On Investment)

Salah satu rasio profabilitas yang paling sering digunakan adalah indeks pengembalian investasi atau ROI (*Return on Investment*), yang berfungsi untuk menilai kemampuan Perusahaan dalam menghasilkan laba berdasarkan total dana yang tertanam dalam aset usaha. Analisis ini memberikan Gambaran kepada pemimpin bisnis mengenai tingkat efektivitas operasional Perusahaan (Bisnis et al., 2024). ROI digunakan untuk mengetahui seberapa cepat modal usaha dapat Kembali. Modal awal sebesar ± Rp10.000.000 dan pendapatan bersih bulanan ±Rp5.000.000 menghasilkan perhitungan berikut :

$$ROI = \frac{5.000.000}{10.000.000} = 0,5$$

Nilai ROI 0,5 berarti usaha mampu menghasilkan 50% dari modal awal hanya dalam satu bulan. Dengan kata lain, modal awal sebesar Rp10.000.000 dapat Kembali seutuhnya dalam kurun waktu sekitar dua bulan operasional, Perhitungannya sederhana, karena ROI per bulan adalah 0,5 maka diperlukan dua periode ($0,5 + 0,5 = 1$) untuk mencapai pengembalian 100% terhadap modal awal. sehingga sejak bulan ketiga usaha sudah memasuki fase keuntungan murni.

Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pengembalian modal berada pada kategori sangat cepat, terutama untuk usaha mikro dengan skala investasi yang relatif kecil. Jika pendapatan bersih stabil setiap bulan, maka usaha ini tidak hanya layak dijalankan, tetapi juga

memiliki potensi memperbesar keuntungan dalam jangka menengah melalui penambahan modal kerja atau diversifikasi menu.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai usaha franchise Teh Poci di Desa Kemantren, dapat disimpulkan bahwa usaha ini memiliki struktur permodalan, pendapatan, dan strategi keberlanjutan yang relative kuat untuk ukuran UMKM di wilayah pedesaan. Modal awal sebesar Rp10.000.000 sepenuhnya berasal dari Tabungan pribadi, yang menunjukkan kecenderungan pelaku usaha mikro untuk menghindari risiko pembiayaan eksternal dan memilih sumber pembiayaan yang lebih aman. Melalui paket kemitraan yang sudah mencakup seluruh perlengkapan operasional, pelaku usaha dapat memulai kegiatan produksi tanpa hambatan berarti pada tahap awal.

Dari aspek pendapatan, usaha Teh Poci menunjukkan performa yang stabil dengan pendapatan bersih harian antara Rp200.000 – Rp300.000 dan pendapatan bersih bulanan sekitar Rp5.000.000. Variasi pendapatan harian dipengaruhi oleh tingkat keramaian lingkungan sekitar, khususnya aktivitas pelajar di jam pulang sekolah. Meskipun terdapat fluktuasi, pendapatan minimum tetap terjaga sehingga usaha dapat mempertahankan perputaran modal dan memenuhi kebutuhan operasional harian.

Untuk menjaga stabilitas ekonomi rumah tangga, pemilik usaha menerapkan strategi diversifikasi pendapatan melalui pekerjaan sampingan sebagai penyortir rajungan Ketika penjualan menurun. Strategi ini selaras dengan teori ekonomi mikro dan kehidupan pedesaan bagi rumah tangga informal dalam menghadapi ketidakpastian pasar.

Analisis ROI menunjukkan nilai sebesar 0,5 per bulan, yang berarti modal usaha dapat Kembali dalam waktu sekitar dua bulan. Tingkat pengembalian yang sangat cepat ini menegaskan bahwa franchise Teh Poci tidak hanya layak, tetapi juga menguntungkan sebagai usaha mikro berbasis minuman. Dengan pendapatan yang konsisten dan biaya operasional yang rendah, usaha ini memiliki prospek perkembangan yang baik serta peluang untuk meningkatkan skala dan variasi produk di masa mendatang.

REFERENSI

- Banjarsari, D. I. K., & Surakarta, K. (2023). *PENGARUH MODAL USAHA, JAM KERJA DAN UNIT TERJUAL TERHADAP PENDAPATAN PELAKU UMKM SEKTOR PERDAGANGAN DI KECAMATAN BANJARSARI, KOTA SURAKARTA*. 23(02), 1–8.
- Bisnis, J., Fauzi, A., Atmono, A. A., Salsabila, H., Tristiany, K. D., & Haliza, R. (2024). *Analisis Evaluasi Kinerja Keuangan Dengan Metode ROI, RI, EVA Dan*. 2(01), 103–136.
- Cresswell, J. W. (2012). *Research design: pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed*. Pustaka Pelajar.
- Dewi novita, S. (2025). *Wawancara dengan pemilik usaha teh poci*.
- Dinar, M., Ahmad, I. S., & Hasan, M. (2020). *Kewirausahaan*. CV. MEDIA SAINS INDONESIA.
- Ellis, F. (2000). *Rural livelihoods and diversity in developing countries*. Oxford University Press.
- Fauzi, R. (2025). *Analisis Pengelolaan Keuangan Pada Brand Teh Poci Di Wilayah Kecamatan Tanjungsari Kabupaten Sumedang*. 5(September), 175–183.
- Hadi, I., Artha, Y., Lumban, T., Hartanto, B., & Mardayanti, I. (2025). *Peran pemasaran*

- digital dan modal usaha dalam meningkatkan pendapatan : studi empiris pada UMKM di Desa Bandar Tengah Kecamatan Bandar Khalifah. 5(2), 567–583.*
- Kasmir. (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Meilyani, Waina, A., & Akhiriani, W. (2024). Inovasi Produk Minuman The Cap Poci Sebagai Minuman Populer Dikalangan Mahasiswa. *Az-Ziyadah: Jurnal Ekonomi Syariah, 1(1)*.
- Milles, M. B. (1996). *Analisis Data*. Universitas Indonesia Press.
- Moloeng, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Pertiwi, S. P., & Suhartini, D. (2022). Pengaruh Diversifikasi Pendapatan, Modal Intelektual, Dan Pengungkapan Manajemen Risiko Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Bank Umum Konvensional Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2020). *5(2), 1082–1094*.
- Putri, S. A., Wea, Y. E., Akuntansi, S., & Tunggadewi, U. T. (2023). Dampak Biaya Produksi, Harga Jual, dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Farmasi. *1(1), 41–48*.
- Rudy C Tarumingkeng. (2023). *Inovasi Bisnis*. Halaman Moeka Publishing.
- Saputri, P. A., Khomsatun, S., & Ginanjar, S. E. (2024). Analisis Kendala Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Bandung. *13(1), 45–50*.
- Sukirno, S. (2002). *Teori mikro ekonomi*. PT Raja Grafindo Persada.
- Syalsabilla, S. (2023). ANALISIS FAKTOR- FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MINUMAN ES TEH POCI. *Seminar Nasional Peran Petani Milenial Dalam Pembangunan Pertanian Menuju Kedaulatan Pangan Berkelanjutan, 160–165*.
- Tita Dwitama, Y., & Siswahyudianto. (2022). STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN USAHA MINUMAN TEH POCI KRISNA TULUNGAGUNG. *Juremi: Jurnal Riset Ekonom, 1(6), 731–741*.
- Todaro, M. P., & Smith, S. C. (2009). *Economic development*. Jakarta : Erlangga, 1987.