



**ASOSIASI LAYANAN URUN DANA INDONESIA (ALUDI)**  
PERKUMPULAN SECURITIES CROWDFUNDING INDONESIA  
Kantorkuu Coworking & Office Space, Citywalk Sudirman lantai 2,  
Jl.KH.Mas Mansyur no.121 RT 10/RW 11, Kel.Karet Tengsin Kec. Tanah  
Abang, Jakarta Pusat 10220.

## **Catatan Positif UMKM Kuliner Lokal: TEGUK Goes to New York**

Usaha *Food & Beverage* (“F&B”), yang disebut sebagai Usaha Restoran oleh Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 11 Tahun 2014 tentang Standar Usaha Restoran, merupakan jenis usaha yang menyediakan jasa makanan dan minuman dengan dilengkapi peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan dan penyajian di suatu tempat tetap yang tidak berpindah-pindah serta bertujuan untuk memperoleh keuntungan.<sup>1</sup> Usaha ini menjadi salah satu jenis usaha yang paling diminati di Indonesia karena makanan dan minuman merupakan kebutuhan pokok manusia sehingga dinilai akan selalu ramai konsumen. Selain itu, sumber atau bahan baku untuk usaha F&B juga mudah ditemukan dan mudah bagi pelaku usaha untuk mengikuti perkembangan pasar dengan membuat inovasi-inovasi baru dalam menu yang disajikan. Kegemaran orang Indonesia untuk berkumpul bersama keluarga maupun teman sambil menikmati makanan juga menjadi faktor pesatnya usaha F&B di Indonesia.

Salah satu usaha F&B di Indonesia adalah Teguk yang didirikan pada tahun 2018 oleh Najib Wahab Mauluddin. Sejak tahun 2000-an minuman dengan *topping* bubble, atau yang biasa disebut dengan boba, mulai dikenal di Indonesia dan semakin viral dalam beberapa tahun terakhir.<sup>2</sup> Minuman boba menjadi salah satu minuman yang disukai oleh pasar, khususnya generasi milenial dan generasi Z. Tingginya permintaan (*demand*) konsumen dan tingginya harga minuman boba pada pasar menjadi alasan utama bagi Najib Wahab untuk menjual minuman boba dengan harga yang lebih murah daripada Xing Fu Tang, Tiger Sugar, Chatime, Kokumi, dan minuman boba lainnya yang cenderung dijual dengan harga di atas Rp20.000,00. Najib Wahab berharap dengan harga yang lebih murah, minuman boba dapat dinikmati oleh generasi muda, khususnya dari kelas bawah, dengan harga yang terjangkau. Impian ini selanjutnya direalisasikan oleh Najib Wahab dengan cara membuka gerai pertama Teguk di Tangerang pada tahun 2018. Dalam upayanya untuk menarik konsumen, Teguk mendirikan toko kecil di pinggir jalan dengan konsep suasana mall agar konsumen dapat

---

<sup>1</sup> Indonesia, Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, *Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif tentang Standar Usaha Restoran*, Nomor PM 11 Tahun 2014, Ps.1 angka 2.

<sup>2</sup> Dana Aditiasari, “Resign Kerja, Pria Bandung Ini Sukses Bisnis Minuman Kekinian,” <https://finance.detik.com/solusiukm/d-4833707/resign-kerja-pria-bandung-ini-sukses-bisnis-minuman-kekinian>, diakses 29 November 2022.



**ASOSIASI LAYANAN URUN DANA INDONESIA (ALUDI)**  
PERKUMPULAN SECURITIES CROWDFUNDING INDONESIA  
Kantorkuu Coworking & Office Space, Citywalk Sudirman lantai 2,  
Jl.KH.Mas Mansyur no.121 RT 10/RW 11, Kel.Karet Tengsin Kec. Tanah  
Abang, Jakarta Pusat 10220.

menikmati minuman yang dijual dengan nyaman. Konsep ini berhasil memikat konsumen dengan kisaran usia 15-25 tahun.<sup>3</sup> Selain itu, harga minuman yang dijual pun tergolong murah, yaitu mulai dari Rp5.000,00 sampai Rp19.000.<sup>4</sup> Harga minuman yang murah tersebut juga didorong oleh sebagian bahan baku yang diproduksi sendiri oleh Teguk. Keberhasilan tersebut kemudian membuat Najib Wahab berhasil membuka 180 gerai Teguk di berbagai kota di Indonesia, seperti Jakarta, Bogor, Depok, Bekasi, Bandung, Surabaya, dan kota-kota lainnya dengan omzet mencapai 275 persen.<sup>5</sup> Untuk memperluas pasar, Teguk juga bekerja sama dengan platform pesan-antar makanan, seperti GoFood, sehingga konsumen dapat memesan Teguk melalui *handphone* tanpa harus mendatangi gerai. Sejak pertama membuka usaha Teguk, Najib Wahab memiliki sebuah visi untuk dapat membawa Teguk ke dalam pasar internasional. Akan tetapi, untuk mencapai hal tersebut, Najib Wahab mengaku fokus terlebih dahulu pada ekspansi Teguk di dalam negeri.

Empat tahun sejak mendirikan gerai pertama Teguk, Najib Wahab bersama dengan Maulana Hakim selaku CEO Teguk berhasil merealisasikan visinya. Pada tanggal 17 September 2022, Teguk mendirikan gerai pertamanya di pasar internasional, tepatnya di 248 Mott Street, New York, Amerika Serikat. Keberhasilan ekspansi ini juga didukung oleh GoFood sebagai salah satu platform pesan-antar makanan yang telah mendukung Teguk sejak tahun pertama Teguk berdiri. Pada hari pertama pembukaan Teguk di New York, Maulana Hakim yang hadir pada saat itu memberikan promo *Pay as You Like*, yaitu konsumen dapat membeli produk Teguk dengan harga yang ditentukan oleh konsumen itu sendiri.<sup>6</sup> Promo ini menjadi strategi marketing Teguk untuk menarik konsumen yang berada di New York. Teguk juga menyesuaikan menu yang dijual di New York dengan selera masyarakat New York itu sendiri dan dengan ketentuan *Food and Drug Administration* (“**FDA**”) Amerika Serikat. Salah satu ketentuan FDA bagi usaha F&B yang dijual di wilayah Amerika adalah bahan

---

<sup>3</sup> *Ibid.*

<sup>4</sup> *Ibid.*

<sup>5</sup> Helmi Romdhoni, “Teguk, Merek Minuman Anak Bangsa Buka Cabang di New York,” <https://www.inanews.co.id/2022/09/teguk-merek-minuman-anak-bangsa-buka-cabang-di-new-york/>, diakses 29 November 2022.

<sup>6</sup> *Ibid.*



**ASOSIASI LAYANAN URUN DANA INDONESIA (ALUDI)**  
PERKUMPULAN SECURITIES CROWDFUNDING INDONESIA  
Kantorkuu Coworking & Office Space, Citywalk Sudirman lantai 2,  
Jl.KH.Mas Mansyur no.121 RT 10/RW 11, Kel.Karet Tengsin Kec. Tanah  
Abang, Jakarta Pusat 10220.

baku harus berasal dari Amerika Serikat.<sup>7</sup> Oleh karena itu, 80 persen menu yang dijual di New York berbeda dengan menu yang dijual di Indonesia. Meskipun demikian, Teguk tetap mempertahankan kehalalan produknya di New York. Berdasarkan keterangan Maulana Hakim, pembukaan gerai Teguk di New York pada hari pertama mendapat respon positif dari para konsumen di New York.

Melalui pembukaan gerai pertama di New York, Teguk berhasil membuktikan bahwa UMKM Indonesia mampu untuk bersanding di pasar global. Maulana Hakim memberikan beberapa tips bagi para pelaku UMKM Indonesia, khususnya dalam usaha F&B, untuk bisa mencapai kesuksesan, yaitu:<sup>8</sup>

**a) membuat variasi produk**

Sebelum menentukan variasi produk, penting bagi pelaku UMKM untuk menentukan prioritas dari usahanya. Dalam hal ini, Teguk berpegang pada prioritas utamanya, yaitu menciptakan variasi produk makanan dan minuman yang halal bagi masyarakat. Prioritas ini yang selanjutnya menjadi ciri khas atau identitas dari usaha itu sendiri. Setelah menentukan prioritas usaha yang dijalani, buat suatu variasi produk yang sejalan dengan prioritas yang sudah ditentukan. Dalam membuat variasi produk, produsen harus menggunakan kecerdasannya untuk melihat peluang pada pasar dan kekreatifannya untuk menciptakan suatu produk yang unik melalui peluang yang ada.

**b) menghadirkan produk dengan bahan premium dan harga terjangkau**

Penting bagi pelaku usaha untuk menentukan target pasar. Di tengah penyebaran produk F&B asing yang masuk ke Indonesia dengan harga yang relatif mahal, Teguk melihat kekosongan pada masyarakat kelas menengah. Oleh karena itu, Teguk menentukan masyarakat kelas menengah sebagai target pasarnya. Dengan demikian, Teguk dapat mengetahui bahan baku apa saja yang digunakan untuk produk yang akan dijual dan berapa harga yang sesuai masyarakat kelas

---

<sup>7</sup> Mujahid Fidinillah, "Teguk Buka Gerai di New York, Mulai Dekati Investor untuk Kebut Ekspansi," <https://id.techinasia.com/teguk-buka-gerai-new-york-dekati-investor>, diakses 29 November 2022.

<sup>8</sup> Nabila Dina Ayufajari, "Tips Strategi Bisnis FnB ala CEO Teguk, Sukses Buka Gerai di AS," <https://entrepreneur.bisnis.com/read/20220930/88/1582815/tips-strategi-bisnis-fnb-ala-ceo-teguk-sukses-buka-gerai-di-as/All>, diakses 29 November 2022.

menengah. Oleh karena target pasar dari Teguk adalah masyarakat kelas menengah, maka Teguk mencari cara untuk bisa menjual produk berkualitas premium dengan harga yang terjangkau.

**c) melakukan kolaborasi**

Salah satu cara untuk memperluas pasar adalah dengan melakukan kolaborasi. Untuk memudahkan konsumen sekaligus mengekspansi usahanya di pasar lokal dan pasar internasional, Teguk melakukan kolaborasi dengan GoFood. Dalam hal ini, GoFood membantu Teguk dalam mempromosikan usahanya dan melakukan pesan-antar dari gerai Teguk ke lokasi konsumen. Maulana Hakim mengakui bahwa kolaborasi dengan GoFood merupakan salah satu hal yang membantu perkembangan Teguk secara pesat selama empat tahun menjalankan usaha.

**d) transformasi digital**

Selama enam bulan sejak pendiriannya, Teguk belum menggunakan platform pesan-antar *online*, melainkan masih menggunakan penjualan secara konvensional, yaitu dengan teknik *Word of Mouth* (“**WoM**”). Namun, dengan berkembangnya platform pesan-antar *online* yang memberikan kemudahan bagi konsumen dalam memesan produk Teguk, maka Teguk akhirnya memutuskan untuk melakukan transformasi digital dan ikut serta dalam *online food delivery* (“**OFD**”). Maulana Hakim menyatakan bahwa sejak ikut serta dalam OFD, pendapatan Teguk mengalami peningkatan daripada tahun-tahun sebelumnya. Oleh karena itu, penting bagi pelaku UMKM untuk mengikuti perkembangan teknologi dalam melakukan pemasaran produk.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan Teguk untuk masuk ke dalam pasar global menjadi pintu bagi UMKM lainnya di Indonesia untuk bersaing di dunia internasional. Sebagai upaya untuk bisa meningkatkan usaha agar dapat bersaing di pasar global, maka UMKM harus menciptakan suatu variasi produk, menghadirkan produk berkualitas premium dengan harga yang terjangkau, melakukan kolaborasi dengan berbagai perusahaan di sekitar, serta mengikuti perkembangan zaman melalui transformasi digital.

Penulis: **Michellia Olga**.



**ASOSIASI LAYANAN URUN DANA INDONESIA (ALUDI)**  
PERKUMPULAN SECURITIES CROWDFUNDING INDONESIA  
Kantorkuu Coworking & Office Space, Citywalk Sudirman lantai 2,  
Jl.KH.Mas Mansyur no.121 RT 10/RW 11, Kel.Karet Tengsin Kec. Tanah  
Abang, Jakarta Pusat 10220.

## DAFTAR PUSTAKA

### Peraturan Perundang-undangan

Indonesia, Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. *Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif tentang Standar Usaha Restoran*. Nomor PM 11 Tahun 2014.

### Internet

Aditiasari, Dana. “Resign Kerja, Pria Bandung Ini Sukses Bisnis Minuman Kekinian.” <https://finance.detik.com/solusiukm/d-4833707/resign-kerja-pria-bandung-ini-sukses-bisnis-minuman-kekinian>. Diakses 29 November 2022.

Ayufajari, Nabila Dina. “Tips Strategi Bisnis FnB ala CEO Teguk, Sukses Buka Gerai di AS.” <https://entrepreneur.bisnis.com/read/20220930/88/1582815/tips-strategi-bisnis-fnb-ala-ceo-teguk-sukses-buka-gerai-di-as/All>. Diakses 29 November 2022.

Fidinillah, Mujahid. “Teguk Buka Gerai di New York, Mulai Dekati Investor untuk Kebut Ekspansi.” <https://id.techinasia.com/teguk-buka-gerai-new-york-dekati-investor>. Diakses 29 November 2022.

Romdhoni, Helmi. “Teguk, Merek Minuman Anak Bangsa Buka Cabang di New York.” <https://www.inanews.co.id/2022/09/teguk-merek-minuman-anak-bangsa-buka-cabang-di-new-york/>. Diakses 29 November 2022.