Jurnal Abdimas IPWIJA
Volume 2 No. 2 Juli 2023
ISSN: 2827-8399

Kolaborasi Pengembangan Usaha Kedai Kopi Manta untuk Mencapai Keunggulan Bersaing

Manta Coffee Shop Business Development Collaboration to Achieve Competitive Advantage

Sri Lestari Prasilowati[1)], Susanti Widhiastuti[2*)], Slamet Ahmadi[3)], Suyanto[4)], Yuridistya Primadhita[5)]
Universitas IPWIJA [1,2,3,4,5)]
[*]Email korespondensi: santiwidhiastuti@gmail.com

ABSTRAK

Pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan di Jatisampurna, Bekasi dilaksanakan melalui program kemitraan antara Kedai Kopi Manta dengan Universitas IPWIJA. Tujuan dari program ini adalah untuk meningkatkan produktivitas pada aspek pengembangan dan manajemen usaha, serta aspek pemasaran kedai kopi dengan pengaplikasian business plan dan *business model canvas* (BMC) yang tepat bagi penguatan usaha. Kedai Kopi Manta akan mengembangkan usahanya dengan melakukan inovasi yaitu bekerja sama dengan pengrajin keramik dengan menyediakan pojok kreasi keramik yang menyediakan souvenir bagi pengunjung. Melalui program ini diharapkan dapat melaksanakan pelatihan yang berasal dari anggaran mitra berupa pelatihan business plan dan potensi kopi, pelatihan peningkatan kualitas rasa kopi, dan pelatihan manajemen keuangan dan pemasaran. Manfaat yang diperoleh mitra adalah peningkatan kapasitas dan kemampuan business plan dan potensi kopi, peningkatan kualitas rasa kopi, dan penguatan manajemen keuangan dan pemasaran. Diharapkan di tahun mendatang Kelompok Kedai Kopi Manta telah dapat menghasilkan kualitas produk yang lebih baik dan cakupan pemasaran yang lebih luas.
Kata kunci: *Kolaborasi; UMKM; Kampus*

ABSTRACT

Community service in Jatisampurna, Bekasi is carried out through a partnership program between Manta Coffee Shop and IPWIJA University. This program aims to increase productivity in aspects of business development and management, as well as marketing aspects of coffee shops by applying the right business plan and business model canvas (BMC) for business strengthening. The Manta Coffee Shop will expand its business by innovating, namely working with ceramic craftsmen by providing a ceramic creation corner that provides souvenirs for visitors. Through this program, it is expected to be able to carry out training originating from partner budgets in the form of business plan training and coffee potential, training to improve the quality of coffee taste, and training in financial management and marketing. The benefits obtained by partners are increasing the capacity and capability of business plans and coffee potential, improving the quality of coffee taste, and strengthening financial management and marketing. It is hoped that in the coming year, the Manta Coffee Shop Group will be able to produce better quality products and wider marketing coverage.

Keywords: Collaboration; MSME; Campus

PENDAHULUAN

Industri kopi Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir, dengan peningkatan konsumsi per kapita sebesar 6%, dibandingkan dengan rata-rata global sebesar 6% ICO (2015). Pertumbuhan konsumsi kopi Indonesia selama empat tahun terakhir sekitar 7,77%, angka tersebut lebih tinggi dari pertumbuhan konsumsi kopi dunia yang hanya 2,96%. Hal tersebut merupakan peluang besar bagi industri kopi dalam negeri. Menurut Wibowo (2019) pertumbuhan ini didorong oleh berbagai faktor, antara lain meningkatnya permintaan kopi. Peningkatan konsumsi kopi perlu diimbangi dengan peningkatan produksi (Santosa et al., 2016).

Maykhawati, R. (2019) menjelaskan perkembangan industri kopi di Indonesia lebih fokus pada kepuasan pelanggan, inovasi, dan komitmen terhadap komunikasi, kualitas, dan kelestarian lingkungan. Aliran produk kopi mengalir dari petani ke tengkulak, pengumpul, pedagang besar, eksportir/industri kopi bubuk (Noviana & Budirahardjo, 2022). Industri kopi memiliki kehadiran yang kuat di sektor perkotaan, dengan banyaknya kedai kopi yang menawarkan berbagai macam produk dan layanan.

Kedai Kopi Manta merupakan salah satu kedai kopi berlokasi strategis di daerah Jatisampurna, Bekasi. Kedai Kopi Manta didirikan pada tahun 2021 dan telah memiliki izin usaha mikro kecil dengan NIB 1285000232369. Pemilik kedai ini optimis kedainya akan tumbuh karena mengedepankan harga yang kompetitif, cita rasa, dan tempat yang nyaman. Selain itu, usaha ini juga melakukan ekspansi penjualan melalui aplikasi *online*. Dengan mengusung *tagline "Friendliness in simplicity",* Kedai Kopi Manta memiliki tujuan dapat membuat sebuah komunitas sosial yang terus tumbuh. Visi dari kedai ini adalah *creative space* yang mengajak customer untuk ikut serta dalam berproses secara dinamis demi mengembangkan satu sama lain. Dengan misi menyediakan tempat yang nyaman dalam menikmati kopi, mendukung produktivitas konsumen, memberikan produk yang enak, mempertahankan konsumen dan menciptakan konsumen loyal, serta memberikan pelayanan yang terbaik kepada setiap pelanggannya. Kedai kopi Manta memiliki nilai yang mencakup komunikasi, ramah, dan ekosistem berkelanjutan.

Dari segi program, Kedai Kopi Manta menangkap peluang melalui strategi bisnis model kanvas (*Business Model Canvas*/BMC) bagi usaha ini. BMC menggunakan teknik analisis SWOT untuk melihat kelemahan dan ancaman yang dihadapi dengan mengoptimalkan kelebihan dan peluang yang dimiliki serta mencakup pemetaan bisnis (Rahayu et al, 2022). Destyantara et.al (2022) menjelaskan, dengan strategi BMC diharapkan akan tersusun rancangan bisnis yang lebih praktis dan fleksibel dalam memetakan bisnis jangka panjang.

Dalam program ini, usaha kedai kopi ini juga akan bekerja sama dengan produsen kopi Kelompok Tani Silih Asih sebagai salah satu *key partners* dalam memasok kopi. Adanya kerjasama ini memotong aliran rantai pasok petani kopi langsung ke kedai kopi. Pemotongan rantai jalur rantai pasok dapat membuat usaha menjadi lebih efisien (Ceha et al., 2017). Dengan kerjasama ini diharapkan dapat meningkatkan harga jual kopi petani dan menurunkan harga beli kedai kopi sehingga akan terjadi kerjasama yang saling menguntungkan.

Gambar 1. Kerjasama Universitas IPWIJA, Kedai Kopi Manta dan Kelompok Tani Silih Asih

Kelompok Tani Silih Asih ini merupakan salah satu DUDI yang memiliki kerja sama dan kemitraan dengan Universitas IPWIJA sebagai penerima dana *Matching Fund* tahun 2021. Kerja sama ini diharapkan dapat mempermudah kedai kopi mendapatkan pemasok kopi dan juga memperluas pemasaran kopi yang dihasilkan Kelompok Tani Silih Asih. Hal ini sebagai wujud adanya pengembangan usaha yang berkesinambungan dari hulu ke hilir yang dilakukan antara mitra DUDI dan Universitas IPWIJA. Dengan demikian diharapkan terbangun kemitraan dan kerja sama jangka panjang antara UMKM yang bekerja sama dengan Universitas IPWIJA. Program ini diharapkan juga sebagai wujud peranan Universitas IPWIJA yang terus mendukung dan mengembangan UMKM.

METODE

Metode yang digunakan dalam abdimas ini adalah pelatihan usaha dengan peran aktif mitra yaitu Kedai Kopi Manta. Program ini merupakan kerjasama Universitas dengan UMKM yaitu Kelompok Kedai Kopi Manta yang bertujuan untuk membantu usaha Kelompok Kedai Kopi Manta mampu berkembang lebih besar dengan kolaborasi UMKM dan kampus. Program ini didesain melaksanakan pelatihan yang berasal dari anggaran mitra berupa pelatihan business plan dan potensi kopi, pelatihan peningkatan kualitas rasa kopi, dan pelatihan manajemen keuangan dan pemasaran. Dengan adanya kegiatan tersebut, Kelompok Kedai Kopi Manta dapat meningkatkan produktivitas dan kualitas kopi yang disajikan dan sumber daya yang dimiliki semakin berkualitas karena didukung pelatihan. Kedepannya Kedai Kopi Manta diharapkan semakin berkembang dan memiliki daya saing guna meningkatkan pangsa pasarnya. Target yang diharapkan adalah Kelompok Kedai Kopi Manta dapat meningkatkan kualitasnya dan penjualan yang lebih baik lagi.

Metode *Business Model Canvas* (BMC) digunakan untuk menganalisis usaha dengan memetakan kondisi eksisting melalui sembilan blok bangunan dasar *(The Nine Building Blocks)* yaitu: *Customer Segments* (Segmen Pelanggan), *Value Propositions* (proposisi nilai), *Channel* (Saluran), *Customer Relationships* (Hubungan Pelanggan), *Revenue Streams* (Arus Pendapatan), *Key Resources* (Sumber Daya Utama), *Key Activities* (Aktivitas Kunci), *Key Partnerships* (Kemitran Utama) dan *Cost Structure* (Struktur Biaya). Dengan strategi BMC diharapkan akan tersusun rancangan bisnis yang lebih praktis dan fleksibel dalam memetakan bisnis jangka panjang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pendampingan dari program kolaborasi Kelompok Kedai Kopi Manta dan kampus telah memperoleh manfaat secara langsung melalui program pelatihan. Pelaksanaan kegiatan pengabdian meliputi dosen yang ditugaskan sebagai ketua, anggota tim, dan mitra Kelompok Kedai Kopi Manta. Terdapat beberapa gambar yang

menunjukkan lokasi dan tempat usaha Kopi Manta.

Gambar 2. Lokasi depan Kedai Kopi Manta

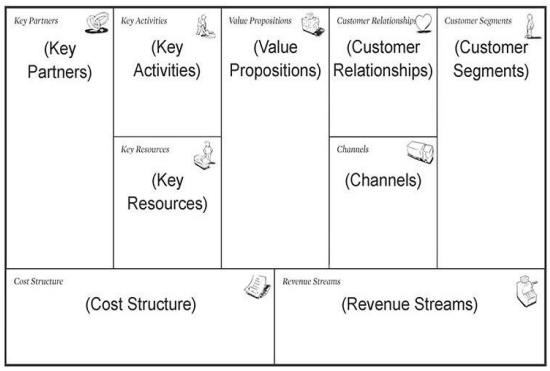
Tempat untuk konsumen di desain sedemikian rupa agar konsumen merasa nyaman di kedai kopi. Kedai ini juga dirancang dengan desain luar ruangan dan dapat difungsikan sebagai tempat kerja dan mendukung produktivitas konsumen.

Gambar 3. Kondisi Kedai Kopi

Proses penyajian kopi pada Kedai Kopi Manta mengutamakan kualitas dan kebersihan. Meskipun merupakan kedai baru namun kedai ini telah memiliki pelanggan tetap.

Gambar 4. Proses Penyajian Kopi

Kompetitor-kompetitor yang bergerak dibidang usaha yang sama sudah cukup banyak, oleh karena itu diperlukan pengembangan agar Kedai Kopi Manta mampu memberikan nilai tambah dan melakukan inovasi berbeda dari produk-produk yang sudah. Tujuan dari program ini adalah untuk meningkatkan produktivitas pada aspek pengembangan dan manajemen usaha, serta aspek pemasaran kedai kopi mengikuti pelatihan dan pengaplikasian *business plan* dan *business model canvas* (BMC) sehingga dapat disusun strategi yang tepat bagi penguatan usaha.



Gambar 5. *Business Canvas Model*

Selain penyusunan BMC, Kedai Kopi Manta juga menyusun *roadmap* pengembangan usaha. *Roadmap* bertindak sebagai acuan dan bermanfaat bagi pemilik usaha untuk secara ringkas memvisualisasikan tujuan utama bisnis dan strategi untuk mencapai pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

Gambar 6. Roadmap Usaha Kedai Kopi Manta

KESIMPULAN

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi Kedai Kopi Manta berkaitan dengan pemasaran, kualitas produk dan kualitas SDM maka dengan adanya program kolaborasi dengan Perguruan Tinggi Universitas IPWIJA dapat memanfaatkan dari segi pelatihan yang dapat meningkatkan kualitas produk, pengetahuan tentang pemasaran dan keuangan yang dapat meningkatkan penjualan. Pelatihan penguatan manajemen dilakukan dalam bentuk tiga pelatihan yaitu pelatihan business plan dan potensi kopi, pelatihan peningkatan kualitas rasa kopi, dan pelatihan penguatan manajemen keuangan dan pemasaran

Manfaat dari kampus dan dosen pada kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat membagikan ilmunya untuk kepentingan bersama yang bermanfaat bagi orang banyak. Diharapkan di tahun mendatang Kelompok Kedai Kopi Manta telah dapat menghasilkan kualitas produk yang lebih baik lagi dan siap maju Bersama.

DAFTAR PUSTAKA

Ceha, R., Dzikron, Riyanto, S. (2017). Identifikasi Ermasalahan Rantai Pasok Pada Komoditas Kopi di Jawa Barat. *Prosiding Seminar Nasional Penelitian dan PKM Sains dan Teknologi*. 7(2): 355-362.

Destyantara, R. T. (2022). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Pendekatan Bisnis Model Canvas (BMC) dan SWOT. Skripsi. Universitas Islam Indonesia.

ICO International Coffee Organization. (2015). Exporting Countries: Total Production. www.ico.org. [tanggal 15 Februari 2015].

Maykhawati, R. (2019). Analisis Regresi Logistik Multinomial Pada Determinan Tingkat Konsumsi Kopi (Studi Kasus Empat Kedai Kopi Di Kota Malang). Disertasi. Universitas Brawijaya.

Noviana, A.S., Setiadi, A., Budirahardjo, K. (2022). Analisis Kinerja Rantai Pasok (Supply Chain) Kopi Robusta di Kecamatan Ulubelu, Kabupaten Tanggamus. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*. 8(2): 1014-1026.

Rahayu, V.P., Astuti, R.F., Mustangin, M., Sandy, A.T. (2022). Analisis SWOT dan Business Model Canvas (BMC) Sebagai Solusi dalam Menentukan Strategi Pengembangan Usaha Kuliner. *International Journal of Community Service Learning*. 6(1): 112-121.

Santosa, H.R., Suherman, C., Rosmiawaty, S. (2016). Respons Pertumbuhan Tanaman Kopi Robusta (Coffea robusta L.) Tercekam Aluminium di Lahan Reklamasi Bekas Tambang Batubara Bervegetasi Sengon (Periode El Nino). *Jurnal Agrikultura*, 27(3): 124-131.

Wibowo, A. (2019). Potensi dan tantangan kopi di era milenial. *Warta Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia*. 31(2): 16-23.