

UPAYA MENINGKATKAN PENDAPATAN UKM COFFEE SHOP PADA MASA NEW NORMAL DI KOTA BANJARMASIN

Sri Imelda ¹⁾, Rofii²⁾, Hikmayanti Huwaida ³⁾, Rohayati ⁴⁾

Program Studi Adminitrasi Bisnis, Politeknik Negeri Banjarmasin ^{1,2}
Program Studi Manajemen Informatika, Politeknik Negeri Banjarmasin ^{3,4}

imelda@poliban.ac.id

rofii@poliban.ac.id

hikmayanti@poliban.ac.id

rohayati @poliban.ac.id

ABSTRACT

During the New Normal era, community service activities have been carried out. The implementation of community service activities aims to enhance the income of Larry's Coffee Shop SMEs during the New Normal period in Banjarmasin City. This activity is conducted in collaboration with Larry's Coffee as the partner. The issues addressed include inadequate promotion, low foot traffic, and insufficient knowledge of business and financial management among Larry's Coffee partners. The objectives of community service are: 1) to enhance coffee shop promotion activities; 2) to develop products; 3) to improve service quality; 4) to expand the market or customer base; 5) to assist in business and financial management. The implementation method of this community service includes training on product and product quality, product innovation, health protocols in the new normal era, and the use of the web as a means to promote and facilitate ordering. The expected outcomes of this community service are to contribute to the audience by enhancing coffee shop promotion activities, developing products, improving service quality, expanding the market or customer base, and assisting in business and financial management.

Keywords: *Promotion, Coffee Shop, Product, Business Management, Finance*

ABSTRAK

Di masa New Normal telah dilaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat. Penyelenggaraan kegiatan pengabdian pada masyarakat Upaya Meningkatkan Pendapatan UKM Coffee Shop Pada Masa New Normal Di Kota Banjarmasin. Kegiatan ini dilaksanakan dengan Mitra Larry's Coffee. Permasalahan promosi yang masih kurang, pengunjung yang sedikit, kurang pengetahuan manajemen usaha dan keuangan Mitra Larry's Coffee. Tujuan pengabdian kepada masyarakat adalah: 1) mengembangkan kegiatan promosi coffee shop; 2) mengembangkan produk; 3) meningkatkan kualitas layanan; 4) memperluas pasar atau pelanggan; 5) membantu manajemen usaha dan keuangan. Metode pelaksanaan pengabdian ini berupa pelatihan tentang produk dan kualitas produk, melakukan inovasi produk, protokol kesehatan era new normal, dan penggunaan

Web sebagai sarana untuk mempromosikan, cara pemesanan. Hasil pengabdian diharapkan memberikan kontribusi pada khalayak seperti mengembangkan kegiatan promosi coffee shop, mengembangkan produk, meningkatkan kualitas layanan, memperluas pasar atau pelanggan, serta membantu manajemen usaha dan keuangan.

Kata Kunci: Promosi, Coffee Shop, Produk, manajemen usaha, keuangan

1. PENDAHULUAN

1.1 Analisis Situasi

Terdapat trend baru dalam gaya hidup, dimana ketika seseorang atau kelompok tertentu membahas sesuatu, mereka cenderung lebih suka membahas di tempat yang nyaman dan santai. Salah satunya adalah *Coffee shop* (Saputra *et al.*, 2021).

Tren bisnis kopi di Indonesia yang sangat pesat. Minum kopi bagian dari gaya hidup. Kopi selain menghilangkan rasa kantuk, juga untuk menjalin pertemanan, seperti bertemu teman dan minum di tempat kerja (Saputra *et al.*, 2021).

Kopi merupakan komoditas perdagangan dunia. Indonesia adalah negara keempat penghasil kopi terbesar di dunia setelah Brazil, Vietnam dan Kolombia. Indonesia juga merupakan salah satu negara dengan konsumsi kopi terbesar di dunia (Barus, 2020).

Coffee shop adalah suatu restoran yang dimana tamunya berhubungan dengan hotel, suatu tempat dimana tamu mendapatkan makanan dan minuman secara cepat dengan harga yang cukup. Sistem pelayanan adalah *American service*, yang pelayanan utamanya adalah kecepatannya. *Ready on plate services* yang berarti bentuk pelayanannya sudah diatur dan disiapkan diatas piring dan cangkir. Ciri khas dari tempat ini adalah *table/* suasana yang berganti-ganti atau suasana tidak formal dan pelayanan makanan yang cepat. Lokasi yang berada dekat perkantoran pusat perbelanjaan dsb. Menu utama yang ditunjukkan adalah untuk *coffe break* (Barus, 2020).

Insights for Successful Coffee Shop Business terdapat 7 hal yang membuat bisnis *coffee shop* di Indonesia terus bertumbuh yaitu:

- 1) Kebiasaan (*culture*) nongkrong sambil ngopi.
- 2) Meningkatnya *buying power*, tumbuhnya *middle class*, dan harga kopi terjangkau.
- 3) Dominasi populasi anak muda Indonesia yang menciptakan gaya hidup baru dalam mengonsumsi kopi.
- 4) Kehadiran media sosial yang memudahkan para pemilik bisnis melakukan marketing dan promosi.
- 5) Kehadiran *platform ride hailing* (*GrabFood* dan *GoFood*) memudahkan proses penjualan.
- 6) *Low entries barriers*, sehingga memudahkan pemain baru membangun bisnis. Serta ditunjang dengan adanya kemudahan dalam ketersediaan pasokan bahan baku, mesin dan sumber daya manusia (barista).
- 7) Margin yang cukup tinggi (Barus, 2020).

Formula untuk membuat bisnis *coffe shop* di Indonesia, yaitu:

- 1) *Concept*. Identitas merek dan strategi marketing (*positioning, differensiasi, targeting*) akan mempengaruhi model dan konsep kedai yang akan didirikan.
- 2) *Location*. Lokasi menjadi kunci kesuksesan untuk bisnis ini. Meski sudah banyak layanan pesan online, tingkat pembelian secara offline juga masih tinggi. Untuk itu lokasi usaha harus strategis dan sesuai target pasar.

- 3) *Invest in Coffe machines & other equipment.* - Model kedai - Budget yang sesuai - Vendor terpercaya - *Brand awareness* dan *brand Image*
- 4) *Human Resources.* Barista yang terampil dan berpengalaman akan mendukung proses bisnis.
- 5) *Product development.* Mitra yang membantu.
- 6) *Raw Materials.* Supplier untuk ketersediaan bahan baku.
- 7) *Pricing.* Memiliki jaringan logistik yang kuat
- 8) *Selling.* Menentukan saluran penjualan.
- 9) *Promotion & Branding.* Promosi dan branding yang menarik untuk menarik minat konsumen.
- 10) *Interior.* Interior yang cantik mampu menjadi magnet pengunjung (Barus, 2020).

Berikut alasan pemilik mendirikan Larry's Coffee:

- 1) Kebiasaan nongkrong anak muda, pemilik sangat paham hal ini dikarenakan pemilik tergolong generasi Z.
- 2) Daya beli masyarakat yang tinggi cenderung konsumtif dan praktis membuat mereka ingin menikmati kopi dengan cepat dan murah.
- 3) Larry's Coffee mampu memanfaatkan social media dengan baik demi keberhasilan marketing dan promosi untuk menarik minat pembeli.
- 4) Pemilik yang memiliki pengalaman dalam dunia perkopian (barista) menjadi nilai plus dalam menciptakan inovasi dan produk baru.

Produk yang dijual oleh mitra Larry's coffee terdiri dari beberapa varian kopi dan non kopi, serta terdapat menu makanan. *Live music* diadakan setiap Jumat malam sampai dengan Minggu malam.

Sejak pandemi Covid-19 penurunan permintaan yang berakibat menurunnya tingkat pendapatan dialami coffee shop di Indonesia. Banyak kerugian hingga bangkrut akibat adanya pandemi ini (Irfansyah and Yusida, 2020).

Berkurangnya pengunjung yang diakibatkan penyebaran Covid-19 yang meningkat. Perlu mengembangkan ide kreatif untuk memperkenalkan kopi shop lebih luas dengan mengembangkan penjualan menggunakan digital marketing (Anti, Solikah and Mardiyah, 2021).

Mitra Larry's Coffee juga merasakan dampak pandemi ini. Pendapatan yang tidak stabil membuat owner harus berpikir agar pendapatan tetap bisa ditingkatkan. Pasti akan ada opportunity baru yang muncul di masa pandemi ini walaupun terdapat problem di berbagai sisi. Namun diharapkan segala masalah dapat kita selesaikan dengan baik meskipun terdapat keterbatasan. Mitra Larry's Coffee sangat perlu menggali lagi tentang manajemen usaha dan keuangan.

Kurangnya ilmu manajemen usaha dan keuangan mitra menyebabkan tidak dapat menghitung rata-rata keuntungan yang diperoleh setiap bulan (Sukma Abadi1 *et al.*, 2020).

Dibutuhkan upaya peningkatan pengetahuan tentang pengelolaan usaha dan keuangan agar pencatatan mengenai pemasukan dan pengeluaran pada usaha ini jauh lebih baik. Dengan pelaksanaan perbaikan manajemen usaha maka diharapkan usaha warung kopi dapat lebih baik dan kesejahteraan pemilik dan pegawai dapat lebih ditingkatkan (Sukma Abadi1 *et al.*, 2020).

Di sisi lain Mitra Larry's Coffee berupaya untuk meningkatkan segi pemasarannya dengan cara menggunakan media sosial instagram dan layanan *GoStore (Gojek)* pada Toko Online Larry's Coffee. Mitra Larry's Coffee menggunakan sistem mesin kasir yang dihubungkan dengan telephone seluler untuk pemesanan.

Sistem mesin kasir atau lebih dikenal dengan *point of sale* merupakan aktivitas yang berorientasi pada penjualan serta sistem yang membantu proses transaksi penjualan dan stok barang (Hafidh, Izzatul Y.A and Arminarahmah, 2021).

Berikut ini permasalahan yang dihadapi dan harus dipecahkan oleh Mitra *Larry's Coffee* dilihat dari berbagai sudut pandang yang relevan.

Kekuatan:

- 1) Kopi shop sudah tersedia.
- 2) Lokasi penjualannya strategis.
- 3) Menggunakan sistem mesin kasir (*point of sale*) yang membantu proses transaksi penjualan dan stok barang.
- 4) Suasana *coffe shop* mitra menyenangkan dengan adanya *live music* setiap akhir pekan.
- 5) Larry's Coffee mampu memanfaatkan social media instagram dan layanan *gostore (Gojek)* dengan baik demi keberhasilan marketing dan promosi untuk menarik minat pembeli.
- 6) Pemilik yang memiliki pengalaman dalam dunia perkopian (barista) menjadi nilai plus dalam menciptakan inovasi dan produk baru.

Kelemahan:

- 1) Bahan baku terbatas karena masih harus dipesan langsung ke Bandung
- 2) Harga di atas produk unggulan
- 3) Belum terdaftar BPOM dikarenakan biaya untuk mendaftarkan produk terbilang cukup mahal
- 4) Kurangnya ilmu manajemen usaha dan keuangan
- 5) Promosi coffee shop masih perlu ditingkatkan

Peluang:

- 1) Jumlah penikmat kopi semakin bertambah seiring perkembangan jaman dan gaya hidup menjadikan usaha kopi sebagai usaha yang menjanjikan di masa mendatang.
- 2) Melakukan diversifikasi dengan menambah produk baru dan menggali rasa-rasa baru kopi sesuai selera pelanggan dan varian kopi sesuai selera anak muda atau yang lagi tren.

- 3) Melakukan diversifikasi bisnis kopi dengan memperluas segmen pasar tidak hanya dari mahasiswa dan pelajar namun dari wisatawan, pegawai kantoran dan masyarakat umum dengan membuka unit bisnis lain.
- 4) Menyediakan tempat yang nyaman untuk memanjakan konsumen yang sedang menikmati kopi.
- 5) Peluang untuk melakukan cross-selling dengan menjual berbagai produk selain produk inti, misalnya merchandise, kaos dan sebagainya.
- 6) Kebiasaan nongkrong anak muda, pemilik sangat paham hal ini dikarenakan pemilik tergolong generasi Z.

Ancaman:

- 1) Banyak bermunculan kopi shop sejenis dengan harga kompetitif membuat persaingan bertambah ketat.
- 2) Produk pesaing mengeluarkan produk yang lebih unggul dan harga lebih terjangkau.
- 3) Perubahan ekonomi makro menyebabkan kenaikan harga biji kopi di tingkat petani dan pemasok.
- 4) Sulitnya pemasaran di era covid-19 dikarenakan saat ini ekonomi Indonesia masih belum stabil.

Berdasarkan beberapa ulasan di atas maka kami dari Tim Pengabdian Masyarakat Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Banjarmasin akan berkontribusi dalam upaya meningkatkan pendapatan UKM Coffee Shop pada masa new normal di Kota Banjarmasin. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan UKM Coffee Shop Pada Masa New Normal Di Kota Banjarmasin.

Protokol-protokol kesehatan akan tetap dilakukan selama kegiatan kegiatan pengabdian pada masyarakat berlangsung seperti *physical distancing*, menggunakan masker, dan protokol kesehatan lainnya.

1.2 Permasalahan Mitra

Beberapa permasalahan yang terjadi pada Mitra Larry's Coffee dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Promosi coffee shop masih perlu ditingkatkan
- 2) Banyak bermunculan kopi shop sejenis dengan harga kompetitif membuat persaingan bertambah ketat
- 3) Bahan baku terbatas karena masih harus dipesan langsung ke Bandung
- 4) Sulitnya pemasaran di era covid-19 dikarenakan saat ini ekonomi Indonesia masih belum stabil
- 5) Kurangnya ilmu manajemen usaha dan keuangan

Program Pemberdayaan Masyarakat ini dilaksanakan bekerja sama dengan Mitra Larry's Coffee. Mitra ini menjual beberapa varian kopi, non kopi, dan beberapa menu makanan. Mitra ini diberi nama Mitra Larry's Coffee. Mitra beranggotakan 7 orang.

Berikut ini gambar Produk Mitra Larry's Coffee.



(a)



(b)

Gambar 1. Produk Mitra Larry's Coffee

Berikut ini gambar Lokasi penjualan Mitra Larry's Coffee.



(a)



(b)

Gambar 2. Lokasi Usaha Mitra Larry's Coffee.

Berdasarkan analisis masalah di atas, maka tujuan pengabdian kepada masyarakat adalah:

- 1) Mengembangkan Kegiatan Promosi Coffee Shop
- 2) Mengembangkan Produk.
- 3) Meningkatkan Kualitas Layanan.
- 4) Memperluas Pasar atau Pelanggan.
- 5) Membantu manajemen usaha dan keuangan.

2. METODE PELAKSANAAN

Sasaran dalam kegiatan ini adalah Mitra Larry's Coffee di kota Banjarmasin. Kelompok ini beranggotakan 7 orang.

Mitra Larry's Coffee telah siap dan memiliki motivasi untuk memajukan usaha coffee shop. Mengatasi masa-masa sulit di tengah pandemi covid 19 adalah keinginan kuat mereka agar pendapatan Larry's Coffee dapat ditingkatkan.

Berikut ini adalah penjelasan terhadap beberapa metode yang digunakan, yaitu:

1) Pelatihan

Kegiatan pelatihan ini juga difasilitasi oleh Tim Pengabdian, pola yang diterapkan dalam kegiatan pelatihan ini adalah:

- a) **Ceramah**, model ini peserta diberikan materi tentang produk dan kualitas produk, melakukan inovasi produk, protokol kesehatan era new normal, dan penggunaan Web sebagai sarana untuk mempromosikan kopi dan produk lainnya dan cara pemesanan.
- b) **Sharing pengalaman**, model ini memacu peserta pelatihan untuk menceritakan berbagai persoalan dan kasus yang mereka pernah mereka lihat dan bisa jadi mereka hadapi, serta strategi penyelesaian yang mereka gunakan.
- c) **Diskusi**, model ini digunakan untuk merangsang para peserta untuk memahami dan menyelesaikan sebuah kasus yang diberikan kepada mereka.

Pelaksanaan pelatihan oleh tim pengabdian tetap memperhatikan protokol kesehatan pencegahan penularan covid 19. Seperti *physical distancing*, menggunakan masker, dan protokol kesehatan lainnya.

Jenis Kepakaran yang Diperlukan

Kegiatan Program Pemberdayaan Masyarakat (PPM) yang telah ditetapkan ini, memerlukan beberapa jenis kepakaran atau keahlian. Jenis keahlian yang dibutuhkan yaitu: (1) bidang Administrasi Bisnis; (2) Matematika; dan (3) Bahasa Inggris. Sehingga untuk keberhasilan program kegiatan yang akan dilaksanakan, maka keanggotaan tim pengabdian ini terdiri dari beberapa dosen dengan bidang keahlian yang dibutuhkan. Tim pelaksana kegiatan PKM ini terdiri dari 4 dosen dengan kualifikasi multi disiplin ilmu dan 2 mahasiswa. Ketua tim dijabat oleh Imelda., S.Sos., M.M., dosen Program Studi Administrasi Bisnis dengan bidang keahlian Administrasi Bisnis. Beliau memiliki skill dalam bidang pemasaran dan berpengalaman dalam kegiatan PPM. Sehingga beliau sangat kompeten dalam .Anggota pelaksana I adalah Hikmayanti Huwaida, S.Si., M.Pd., dosen Program Studi Manajemen Informatika dengan bidang keahlian Matematika dan Statistika. Skill atau keterampilan yang dimiliki beliau adalah ahli di bidang perhitungan ekonomi dan pengolahan data. Beliau juga berpengalaman dalam kegiatan PPM. Sehingga beliau sangat kompeten sebagai penanggung jawab kegiatan Pemasaran Online. Anggota pelaksana II adalah Rofi'i, S.Sos., M.Si., dosen Program Studi Administrasi Bisnis dengan bidang keahlian Administrasi Bisnis. Beliau memiliki skill dalam bidang pemasaran dan berpengalaman dalam kegiatan PPM. Beliau juga berpengalaman dalam kegiatan PPM. Sehingga beliau sangat kompeten sebagai penanggung jawab kegiatan pelatihan manajemen usaha. Anggota

pelaksana III adalah Rohayati, S.Pd., M.Pd dosen Program Manajemen Informatika dengan bidang keahlian dengan bidang keahlian Bahasa Inggris. Dengan demikian skill yang dimiliki oleh tim pelaksana kegiatan Iptek ini sangat relevan dengan kegiatan yang akan dilaksanakan. Sehingga dengan keahlian dan pengalaman tersebut akan dapat menunjang keberhasilan pelaksanaan kegiatan Iptek bagi Masyarakat ini.

3. HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

Kegiatan Pengabdian Program Pemberdayaan Masyarakat (PPM) ini dilaksanakan dengan bekerja sama dengan Mitra Larry's Coffee. Kegiatan ini dilaksanakan pada:

Hari : Selasa.
Tanggal : 21 Juni 2022.
Lokasi Kegiatan : Sebrang Hotel Metro dekat bundaran KB, Jl. Mayjen Sutoyo S, Tlk. Dalam, Kec. Banjarmasin Tengah, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan 70231. .
Jumlah Peserta : 12 orang.

Deskripsi kegiatan dan hasil serta luaran yang dicapai dapat dilihat pada Gambar 4.1



Gambar 3. Kegiatan PPM Pemberdayaan Kelompok Mitra Larry's Coffee

Kelompok Mitra Larry's Coffee telah siap dan memiliki motivasi untuk memajukan usaha kopi shop. Mengatasi masa-masa sulit di masa New Normal adalah keinginan kuat mereka agar perekonomian meningkat. Membangun dan memperkenalkan kopi shop. Kopi shop ini menyediakan kopi dan non kopi. Terdapat pula beberapa menu makanan dan snack. Salah satu daya tarik dari warung ini adalah karena posisinya berada di pinggir jalan raya. Sebrang Hotel Metro dekat bundaran KB, Jl. Mayjen Sutoyo S.

Warung Mitra Larry's Coffee harus mengambil peran untuk kita bisa melindungi diri dan melindungi sesama dan selamat dari wabah covid-19, tetap melakukan penjualan. Melakukan penjualan di masa New Normal harus dilakukan mitra untuk mendapatkan penghasilan.

Dalam rangka membedakan mitra sebagai pelaku usaha yang sudah beroperasi kembali di Masa New Normal, pada kegiatan ini juga diserahkan bantuan dalam berupa alat penunjang penjualan kepada Mitra Larry's Coffee berupa *Chest Frezeer Modena*.

Hasil pengabdian diharapkan memberikan kontribusi pada khalayak sasaran:

- 1) Protokol kesehatan di tempat usaha dilaksanakan selama masa new normal.
- 2) Penjualan Warung Mitra Larry's Coffee meningkat.



(a) (b)
Gambar 4 (a) (b) Penyerahan Bantuan kepada Mitra

4. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab-bab sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut. Kegiatan pengabdian Program Pemberdayaan Masyarakat sudah dilaksanakan dengan baik. Mitra merasa sangat terbantu dengan kegiatan PPM yang dilaksanakan karena dapat bersinergi dengan mitra sebagai pelaku usaha di Masa New Normal. Pada kegiatan ini diserahkan bantuan dalam berupa alat penunjang penjualan kepada Mitra Larry's Coffee berupa *Chest Frezeer Modena*.

Tahapan yang sudah dilaksanakan pada kegiatan PPM ini yaitu:

- 1) Survei Pendahuluan Mitra Larry's Coffee
- 2) Perizinan dengan Mitra
- 3) PPM Kelompok Mitra Larry's Coffee
- 4) Penyuluhan Upaya Meningkatkan Pendapatan UKM Coffee Shop Pada Masa New Normal Di Kota Banjarmasin
- 5) Penyerahan Alat kepada Mitra Larry's Coffee
- 6) Penerapan Pemanfaatan Teknologi Informasi

4.2 Saran

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini perlu dikembangkan lagi terutama tentang adaptasi kebiasaan baru agar kita bisa bekerja, belajar dan beraktivitas dengan produktif di era pandemi Covid-19.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Anti, S., Solikah, F. and Mardiyah, S. (2021) 'Program Pengembangan Ide Umkm Waroeng Kopi Singgah', *As-Sidanah: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), pp. 1–12. doi: 10.35316/assidanah.v3i1.1100.
- Barus, E.I. (2020) 'Peluang bisnis dan strategi kesuksesan bisnis coffee shop berbasis teknologi (Studikusus: Cremacoffeesurabaya)', *Nusantara Journal of Community Engagement*, 1(2), pp. 2722–2411. Available at: <http://ejournal.kopertais4.or.id/tapalkuda/index.php/NJCE/index>.
- Hafidh, F., Izzatul Y.A, R. and Arminarahmah, N. (2021) 'Penerapan Aplikasi Kasir Portabel pada Kedai Sari Kopi Banjarbaru', *J-Dinamika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1), pp. 200–205. doi: 10.25047/j-dinamika.v6i1.1439.
- Irfansyah, H. and Yusida, E. (2020) 'Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Media Instagram Pada Folke Coffee Selama Pandemi Covid-19', *E-Prosiding Hapemas*, (Hapemas 2). Available at: <http://conference.um.ac.id/index.php/hapemas/article/view/299>.
- Saputra, R. A. *et al.* (2021) 'Strategi penjualan kopi kapitalisme di masa pandemi 1,2', *Jurnal Revenue*, 2(2), pp. 334–340.
- Sukma Abadi1 *et al.* (2020) 'Prosiding 4', in, pp. 152–155.