

ANALISIS SWOT MARAKNYA KEDAI KOPI DI PADANG, JOYMOMENT COFFEE AKAN BERTAHAN LAMA ATAU HANYA SEKEDAR TREND? DI JL. DR. SUTOMO NO.15, LUBUK BEGALUNG, KOTA PADANG, SUMATERA BARAT

Latansa Sarla Atova¹, Juanda Rizali², M. Iqbal³, M. Danil⁴, Ramdani Bayu Putra⁵

^{1,2,3,4,5}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Putra Indonesia YPTK Padang
e-mail: ¹latansaatova@gmail.com , ²juandarizali540@gmail.com , ³croyuzahuse@gmail.com,
⁴mhddanil2002@gmail.com , ⁵ramdhani_bayu@upiptk.ac.id

Abstrak

Project Based Learning (PBL) ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan berpikir kritis siswa atau mahasiswa dalam memutuskan sesuatu atau suatu masalah. Artikel ini juga membahas tentang analisis SWOT (Strengths, weaknesses, opportunities, threats) yang dapat digunakan untuk memahami cara bertahan dan daya saing pada produk kopi Joymoment. Pembelajaran Berbasis Masalah digunakan untuk membantu siswa atau siswa memahami dan mengetahui model pembelajaran yang mengutamakan bagaimana siswa aktif dalam selalu berpikir kritis dan selalu terampil dalam menghadapi pemecahan masalah. Hasil dari PBL ini menunjukkan bahwa dengan mensosialisasikan dan memberikan pembelajaran kepada siswa atau mahasiswa untuk mensosialisasikan dan mengetahui bagaimana pemecahan masalah mempertahankan kedai kopi (joymoment) dan memberikan motivasi kepada karyawan agar kualitas produksi meningkat. Diharapkan pula dengan adanya kegiatan PBL ini akan berdampak pada peningkatan wawasan, keterampilan dan pemahaman para pemilik usaha bagaimana menghasilkan kinerja yang berkualitas.

Kata kunci: Pembelajaran, Promosi dan Penyelesaian.

Abstract

Project Based Learning (PBL) aims to improve students' critical thinking skills in deciding something or a problem. This article also discusses SWOT analysis (Strengths, weaknesses, opportunities, threats). Problem-Based Learning is used to help students or students understand and know learning models that prioritize how students are active in always thinking critically and are always skilled in dealing with problem solving. The results of this PBL show that by socializing and providing learning to students to socialize and find out how to solve problems maintaining coffee shops (joymoments) and provide motivation to employees so that production quality increases. It is also hoped that the existence of this PBL activity will have an impact on increasing insight, skills and understanding of business owners how to produce quality performance.

Keywords: Learning, promotions and completion

PENDAHULUAN

Mungkin banyak orang belum menyadari bahwa adanya UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) berperan besar dalam kehidupan kita sehari-hari sebagai rakyat negara Indonesia. Melekatnya eksistensi UMKM sudah ada di Sektor UMKM di Indonesia terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Undang-undang No. 20 Tahun 2008, mendefinisikan UMKM sebagai usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar. memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

Adapun tujuan dari UMKM adalah Meningkatkan adanya pemasukan dan juga struktur perekonomian negara. Karena dengan semakin banyaknya perusahaan serta lapangan kerja. Maka semakin mengurangi kemungkinan tingginya angka pengangguran, dan juga memperbaiki struktur perekonomian serta pemasukan yang dimiliki setiap individu di Indonesia. Tidak heran apabila UMKM menjadi salah satu bagian paling penting dalam mempengaruhi perekonomian di Indonesia. Banyak bermunculan kedai kopi lokal salah satunya di Kota Padang yang sangat berpengaruh pada peningkatan bisnis kopi di tengah Pandemi Covid-19. Hal tersebut tidak terlepas karena kebutuhan akan konsumsi kopi bagi masyarakat saat ini.

Kopi telah menjadi minuman favorit dikalangan tua maupun muda dari berbagai umur dan berdasarkan berbagai penelitian kedai kopi saat ini telah menjadi tempat yang paling nyaman untuk hanya sekedar bertemu dengan teman tetapi juga nyaman untuk bekerja maupun mengerjakan tugas.

Berdasarkan wawancara beberapa masyarakat di Kota Padang, masyarakat atau mahasiswa masih sering mengunjungi kedai kopi minimal tiga hingga empat kali dalam seminggu bahkan hampir setiap hari. “Menurut saya mengerjakan tugas dan skripsi sambil minum kopi di coffee shop membuat saya lebih nyaman dan juga berkonsentrasi dibandingkan mengerjakan di rumah atau di tempat lain” kata Bima Ardian salah satu mahasiswa di Kota Padang, Rabu (12/04/2023).

Pola konsumsi kopi saat ini menjadi semakin tren di kalangan masyarakat karena rasa dari kopi itu sendiri yang dapat di explore dengan berbagai macam campuran bahan mulai dari susu, dan juga sirup dengan berbagai rasa sehingga kedai kopi tidak hanya menyediakan kopi hitam yang cenderung pahit saja.

Kedai kopi pun saat ini berlomba-lomba untuk menciptakan signature menu atau menu olahan kopi khas kedai kopi dengan keunikannya masing-masing. Munculnya berbagai macam olahan kopi, secara langsung menjadikan masyarakat saat ini menjadi lebih konsumtif.

Betapa tidak, hanya sekedar mengerjakan tugas kuliah mahasiswa lebih tertarik untuk mengerjakannya di kedai kopi sambil di temani minuman kopi kesukaan. Budaya konsumsi kopi masyarakat saat ini menjadikannya peluang bisnis yang sangat menarik, sehingga akhirnya banyak bermunculan kedai kopi lokal yang bersaing saat ini.

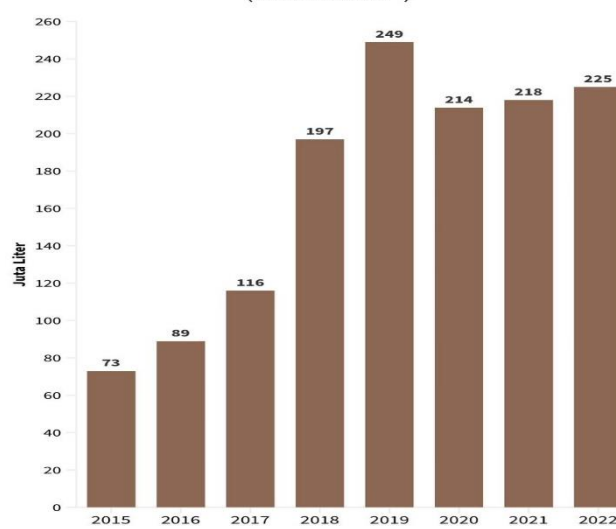
Dengan adanya potensi pasar di dalam negeri dan luar negeri yang masih dan terus berkembang, Kementerian Perindustrian mengatakan bahwa kebijakan pengembangan industri pengolahan kopi dilakukan melalui peningkatan kapasitas sumber daya manusia. Ini meliputi barista, roaster, penguji cita rasa (cupper), peningkatan nilai tambah biji kopi di dalam negeri, dan peningkatan mutu kopi olahan utamanya kopi sangrai (roasted bean) melalui penguasaan teknologi roasting. Hal yang bisa kita jadikan contoh dari bisnis kopi untuk bisa bertahan contohnya di tengah pandemi Covid-19 yaitu dengan meningkatkan SOP (Standar Operasional Prosedur) dan pelayanan serta hubungan yang baik terhadap pelanggan sehingga memunculkan loyalty pelanggan terhadap produk. Sehingga, penerapan yang dilakukan oleh kedai kopi non lokal tersebut dapat terus mempertahankan bisnis kopi meskipun di tengah pandemi Covid-19. Selain itu, adapun strategi pengembangan industri pengolahan kopi nasional, di antaranya melalui peningkatan nilai tambah industri pengolahan kopi dalam negeri, peningkatan mutu produk kopi olahan, perluasan pasar produk kopi olahan di dalam dan luar negeri, peningkatan iklim usaha yang kondusif, serta peningkatan kapasitas SDM-nya.

Memasuki tahun 2015, dimana mulanya tren kedai kopi dimulai. Melihat trennya, volume penjualan kopi siap minum terus meningkat sejak 2015 hingga 2019. Namun, angkanya sempat turun pada 2020 akibat pandemi Covid-19. Dua tahun setelahnya, volume penjualan kopi RTD kembali meningkat. Penjualan kopi siap minum pun diperkirakan akan pulih pada 2023 ke tingkat sebelum pandemi.

Euromonitor juga menyebut bahwa total produksi kopi di Indonesia akan mencapai 11,35 juta kantong pada 2022/2023. Jumlah itu meningkat 7% dari 2021/2022 karena peningkatan panen di sebagian besar wilayah penghasil utama kopi. Sementara, total konsumsi kopi dalam negeri diproyeksi berkurang 30.000 kantong menjadi 4,77 kantong pada 2022/2023. Ini terjadi akibat pelemahan daya beli konsumen.

 DataIndonesia.id

**Volume Penjualan Kopi Siap Minum (Ready to Drink/RTD) di Indonesia
(2015-2022*)**



Sumber: Euromonitor
*estimasi

Gambar 1. Volume Penjualan Kopi Siap Minum di Indonesia

METODE

Kegiatan Project Based Learning (PBL) kepada usaha ini dilakukan dengan sosialisasi kepada pemilik usaha kedai kopi Joymoment untuk penerapan, pembelajaran, pelatihan, dan meningkatkan tingkat kualitas produksinya dengan menggunakan sosialisasi yang ada. Implementasi kegiatan dapat dilihat sebagai berikut:

1. Persiapan
 - a. Kegiatan Persiapan Ini mencakup beberapa prosedur
 - b. Diskusi dengan anggota team
 - c. Menentukan tempat PBL
 - d. Menyiapkan materi
 - e. Survei lokasi PBL
 - f. Mengurus surat-surat perizinan PBL
 - g. Membuat proposal dan proses persetujuan lokal PBL kepada pemilik usaha
2. Screening

Setelah melakukan persiapan dengan matang oleh anggota kelompok, kemudian pemeriksaan menjadi agenda selanjutnya yang kami lakukan. Ada beberapa yang dapat dilakukan dalam tahap ini, diantaranya:

 - a. Merancang materi kegiatan kelompok dan memastikan telah sesuai dengan keadaan dilapangan.
 - b. Menyiapkan materi kegiatan yang akan dilakukan di Project Based Learning (PBL).
 - c. Memastikan semua hal yang dibutuhkan oleh team dilokasi tersedia.
3. Implementasi kerja

Kegiatan ini berkaitan dengan pelaksanaan Project Based Learning (PBL) dengan waktu yang telah terjadwal. Adapun rencana kegiatan yang ada:

 - a. Pengenalan Mahasiswa Project Based Learning (PBL) oleh ketua kelompok kepada karyawan dilokasi serta pemilik usaha Joymoment Coffee.
 - b. Membantu pekerjaan karyawan dilokasi PBL.
 - c. Sosialisai kegiatan untuk meningkatkan daya saing usaha dan juga memberikan kami sebuah pengetahuan dalam Bisnis Kedai Kopi kepada pemilik usaha
 - d. Penutup (Dokumentasi dan Administrasi).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Project Based Learning (PBL) yang dilakukan pada usaha kedai kopi Joymoment berjalan dengan baik dan lancar. Kegiatan ini bertujuan:

- a. Dapat bermanfaat dan Memprkenalkan Mahasiswa pada Dunia Kerja.
- b. Dapat menambah Keterampilan, pengetahuan dan gagasan gagasan tentang dunia usaha serta Industri yang Profesional.
- c. Membentuk pola pikir Mahasiswa agar terkonstruktif secara baik serta memberikan pengalaman dalam Dunia Industri maupun Dunia kerja.
- d. Mempersiapkan SDM yang Berkualitas yang sesuai dengan kebutuhan Diera saat ini.

PBL dengan tema Maraknya Kedai Kopi di Padang, Joymoment Coffee akan bertahan lama ATAU hanya sekedar Tren?

Dengan menerapkan cara berpikir kritis, keterampilan dalam menyelesaikan masalah, dan memperoleh pengetahuan mengenai problem dan isu-isu Riil yang dihadapinya. Berikut adalah latar belakang analisis SWOT dalam memahami cara bertahan dan daya saing pada kedai kopi Joymoment, sebagai berikut:

Table 1. Matriks SWOT

<p>INTERNAL</p> <p>EKSTERNAL</p>	<p>Kekuatan (strength)</p> <ul style="list-style-type: none"> • berada di kawasan yg strategis dekat dengan kampus • Harga produk yg terjangkau dikalangan anak muda • Konsep kedai kopi yang menarik • Variasi produk yang dijual bermacam macam • Bahan bakunya selalu tersedia • Karyawan yang selalu cekatan dalam membuat pesanan pelanggan 	<p>Kelemahan (Weakness)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Brand awareness yang rendah • Sarana promosi yang belum maksimal dilakukan oleh kedai kopi ini • Kompetitor lain yang lebih kuat • Kesuksesan media sosial yang terbatas (misal followers masih sedikit dan belum memiliki jangkauan audiens yang luas) • Kurangnya hiburan konsumen seperti Life music, yang dilakukan oleh kompetitor lain
<p>Peluang (opportunity)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Membangun inovasi produk kopi baru • Lokasi yang strategis • Membangun hubungan dengan pelanggan • Membuka outlet di lokasi baru • Membuat produk lebih mudah diakses dengan cara Pesan antar pada aplikasi ojek online 	<p>1. Memaksimalkan peluang yang ada dengan melakukan peningkatan daya tarik pelanggan dan menawarkan produk serta pelayanan yang baik</p> <p>Strategi pengembangan pasar</p>	<p>1. Perusahaan Umkm kedai kopi melakukan upaya memperkuat posisi dilevel yang sama dalam satu rantai supply.</p> <p>Strategi Integrasi Horizontal</p>
<p>Ancaman (Treath)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pelanggan hanya masyarakat setempat • Tingkat persaingan kedai kopi yang tinggi • Harga bahan baku yang tidak stabil • Rating buruk dari konsumen 	<p>1. Memperbaiki produk yang sudah ada, menambah produk yang sudah ada dengan variasi topping yang lebih menarik, menciptakan strategi baru.</p> <p>Strategi Pengembangan Produk</p>	<p>1. Mengombinasikan beberapa produk yang sama dibawah satu koordinasi atau kendali</p> <p>Strategi Integrasi Horizontal</p>

Pembelajaran ini telah dilaksanakan pada bulan April 2023 bertempat UMKM Kedai Kopi Joymoment Jl. Dr. Sutomo No. 15, Lubuk Begalung Nan XX, Kec. Lubuk Begalung, Kota Padang, Sumatra Barat. Kegiatan ini dihadiri oleh Pemilik dan karyawan UMKM serta beberapa orang mahasiswa. Kegiatan ini kamu bagi menjadi 3 sesi:

1. Sesi pemberian materi.
2. Sesi tanya jawab.
3. Sesi praktik.

KESIMPULAN

Bedasarkan Project Based Learning yang sudah dilaksanakan, mulai dari persiapan persetujuan, pertanyaan, menyusun dan membuat jadwal Implementasi kegiatan, Dapat disimpulkan bahwa pembelajaran yang dilakukan di UMKM Kedai Kopi Joymoment sangat membantu dalam meningkatkan kualitas produk serta karyawan UMKM dan meningkatkan pendapatan UMKM tersebut. Ketika kualitas produk meningkat, maka meningkat pula pendapatan dan jumlah produksi dari UMKM Kedai kopi Joymoment setiap bulannya. Dengan adanya peningkatan produk setiap bulan, hal ini akan berdampak positif kepada pendapatan dari kedai kopi Joymoment. Maka kesejahteraan karyawan dapat lebih meningkat. Kesimpulannya setiap perusahaan atau UMKM harus memperhatikan SDM untuk dapat mendukung dan bertumbuhnya suatu UMKM, serta juga harus memperhatikan kenyamanan pada tempat kedai kopi agar menjadi perusahaan yang besar nantinya dan bisa bersaing dengan banyaknya kedai kopi lain.

SARAN

Adapun saran penulis terhadap penyelenggaraan usaha Kedai Kopi Joymoment adalah:

1. Sebaiknya harus lebih update dalam mengembangkan dan mempromosikan Kedai kopi melalui media sosial yang sangat berkembang pesat pada saat ini
2. Pengelola sebaiknya harus bisa mempromosikan Coffee shop nya dengan kreatif agar bisa memikat minat konsumen terutama para anak muda, yang mencari tempat yang nyaman agar bisa dijadikan tempat mengerjakan tugas.

DAFTAR PUSTAKA

- Andry. 2016. "Analisis Penerapan SWOT Terhadap Pencapaian Target Pembiayaan Bagi Hasil Pada PT. Bank Riau Kepri Kantor Cabang Syariah Pekanbaru". Skripsi.
- Azwar, Saifuddin. 2011. Metode Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- David, F. R. (2009). Strategic Management: Manajemen Strategis Konsep. Jakarta [ID]. Penerbit Salemba Empat.
- Badowi, M. (2016). Matriks Analisis EFE dan IFE. mochamadbadowi.com.
- Fanny, P. S. (1999-2019). PERKEMBANGAN INDUSTRI KERUPUK BAWANG DI KECAMATAN LUBUK KILANGAN KOTA PADANG. padang: <http://scholar.unand.ac.id/id/eprint/66993>.
- Fandy Tjiptono, P. d. (2012). Pemasaran Strategik edisi 2. Yogyakarta: Penerbit Andi andjaitan, R. (2018). Manajemen Pemasaran. Semarang: Sukarno Pressindo.
- Feriyanto, Y. (2018). Strategic Planning (IFE, EFE, CPM, SWOT, SPACE, BCG, IE, Grand Strategy dan QSPM). <https://www.caesarvery.com/2018/05/strategic-planning-ife-efe-cpm-swot.html>.



- Indonesia, D. (2022, November 22). Volume Penjualan Kopi Di Indonesia. Retrieved April 29, 2023, from Data Indonesia: <https://dataindonesia.id/agribisnis-kehutanan/detail/volume-penjualan-kopi-siap-minum-indonesia-naik-32-pada-2022>
- Meliana S., & Dhyah H.,(2013). Pengelolaan dan pengembangan usaha jasa desain interior pada UD.XYZ di Surabaya
- Nisak, Zuhrotun. 2013. “Analisis Swot Untuk Menentukan Strategi Kompetitif”. Jurnal Ekonomi 4.
- Purhantara., Wahyu.,(2010). Metode penelitian kualitatif untuk bisnis Yogyakarta: Graha Ilmu
- Rangkuti. (2006). Analisis SWOT teknik membedah kasus. jakarta: PT. Gramedia.Kotler dan Armstrong. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran 2. (edisi 12). Jakarta: Erlangga
- S.E., M. L., & S.M, N. S. (2021). Menentukan Strategi Pemasaran Pada Pandemi Covid-19. Yogyakarta: Grub Penerbitan CV Budi Utama.
- Unud, A. (2020, Maret 2). Undang-Undang Mengenai Tentang UMKM. Retrieved April 23, 2023, from ppid unud
- Wibowo, Dimas Hendika; Zainul Arifin dan Sunarti. 2015. “Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm (Studi Pada Batik Diajeng Solo)” Jurnal Administrasi Bisnis 29 (1), 59-66.
- Yusuf, A Muri. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Penelitian Gabungan. Jakarta: Prenadamedia Group