

Peningkatan Kompetensi Manajer Café Coffee Dalam Menghadapi Persaingan Pasca Ppkm Dimasa Covid-19

Jaurino, Risal, Aris Setiawan

Prodi Akuntansi Universitas Panca Bhakti Pontianak

Email: jaurino@upb.ac.id, risal@upb.ac.id, arissetiawan@upb.ac.id

Abstract

The coffee drink business at the Café is quite promising in Pontianak City, this is shown by the proliferation of coffee drinks in cafes. Drinking coffee at the Café has its own uniqueness for fans, namely being able to help students do assignments individually or in groups, do unfinished office work, become a place for discussion, business meetings for millennial generations and so on. One of the Coffee Beverage Businesses that experienced the worst even had a temporary closure due to PPKM Covid-19 was Our Daily Stories (ODS). ODS is used as a partner in this Community Service activity, by bringing the concept of a Home Coffee Drink Business. The managerial strategy built to be carried out by ODS managers, including improving customer service by providing price service for prospective customers in groups. Offering coffee drink products in golden bottles to loyal customers who have limited time to enjoy coffee at café. ODS. Creating a diversification of beverage products, namely Tamu Chocolate and Strawberry Squash, with its main products Kopi Eksbe, Espresso and Amiricano, Awaken ODS managers to be responsive to any changes and acknowledges the problems facing their business, so they are always ready to make decisions.

Keywords: Covid-19, PPKM, Coffee Shop, Product Diversification

Abstrak

Bisnis minuman kopi di Café cukup menjanjikan di Kota Pontianak, hal ini ditunjukkan dengan menjamurnya minuman kopi di kafe-kafe. Minum kopi di Café memiliki keunikan tersendiri bagi para penggemarnya yaitu dapat membantu mahasiswa mengerjakan tugas secara individu maupun kelompok, mengerjakan pekerjaan kantor yang belum selesai, menjadi tempat diskusi, pertemuan bisnis bagi generasi milenial dan lain sebagainya. Salah satu Usaha Minuman Kopi yang mengalami terparah bahkan sempat tutup sementara akibat PPKM Covid-19 adalah Our Daily Stories (ODS). ODS dijadikan sebagai mitra dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini, dengan mengusung konsep Bisnis Minuman Kopi Rumahan. Strategi manajerial yang dibangun akan dilakukan oleh pengelola ODS, antara lain meningkatkan pelayanan kepada konsumen dengan memberikan pelayanan harga bagi calon konsumen secara berkelompok. Menawarkan produk minuman kopi dalam botol emas kepada pelanggan setia yang memiliki waktu terbatas untuk menikmati kopi di café. ODS. Menciptakan diversifikasi produk minuman yaitu Tamu Chocolate dan Strawberry Squash, dengan produk utamanya Kopi Eksbe, Espresso dan Amiricano, para pengelola Awaken ODS untuk tanggap terhadap setiap perubahan dan menyadari permasalahan yang dihadapi bisnisnya, sehingga selalu siap mengambil keputusan .

Kata Kunci: Covid-19, PPKM, Coffee Shop, Diversifikasi Produk

Pendahuluan

Keberlanjutan pandemi virus corona (Covid – 19) di tahun 2021 membuat Pemerintah melaksanakan berbagai kebijakan untuk memperkecil dan menghilangkan penyebaran Virus Corona, disamping mewajibkan masyarakat mematuhi Portokol kesehatan. Salah satu kebijakan yang dibangun adalah dilaksanakannya Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). Kebijakan dilakukan PPKM dalam rangka memotong mata rantai penyebaran Virus Corona yang mengancam nyawa manusia. Pelaksanaan PPKM tahap pertama dipandang efektif atas penyebaran virus corona dengan indikator menurunnya terpaparnya virus corona. Keberhasilan kebijakan PPKM tahap pertama mendorong pelaksanaan PPKM berkelanjutan, akibatnya berdampak pada sendi-sendi kehidupan perekonomian masyarakat, salah satunya pada bisnis minum kopi di café.

Bisnis minum kopi di Café cukup menjanjikan di Kota Pontianak, hal ini ditunjukan dengan menjamurnya bisnis minum kopi di café – café, mencapai jumlah ratusan Cafe sampai dengan dilaksanakann Pengabdian Pada Masyarakat (PPM) ini. Minum kopi di Café mempunyai keunikan tersendiri bagi penggemarnya, Minum kopi di café banyak memberikan manfaat bagi penggemarnya antara lain, membantu mengerjakan tugas mahasiswa secara induvidu maupun kelompok, mengerjakan pekerjaan kantor yang belum terselesaikan dikantor, menjadi tempat ajang diskusi, pertemuan bisnis generasi melenia dan sebagainya.

Kebijakan dilaksanakannya Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Msyarakat (PPKM) dimasa Pandemi virus corona (Covid-19) membuat pelaku bisnis minum kopi di café terpukul, karena pebisnis minum kopi di café kehilangan pelanggannya sehingga bisnis minum kopi di café mengarah kebangkrutan. Oleh karena itu perlu pembangkitan kembali terhadap bisnis minum kopi di café dengan berbagai strategi, sehingga percepatan pemulihan terpuruknya pembisnis minum kopi di café dapat bangkit kembali.

Strategi manajerial pembangkitan terpuruknya bisnis minum kopi di café dapat dilakukan dengan cara, diantaranya peningkatan pelayanan pelanggan dengan memberikan penawaran calon pelanggan yang berkelompok. Menawarkan produk minuman kopi dalam keemasan kepada pelanggan setia karena ketersediaan waktu pelanggan. setia terbatas untuk menikmati kopi di café serta melakukan diversifikasi produk.

Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan kegiatan terkait dengan tahapan atau langkah-langkah dalam melakukan analisis dan pencarian solusi dari permasalahan yang dihadapi mitra adalah melalui pendampingan kepada pemilik selaku manajer dan karyawan. Pendampingan dimaksudkan mengedukasi Manajer untuk meningkatkan kompetensinya dalam membangun dan perumusan strategi upaya peningkatan pendapatan dalam dengan pendekatan pelatihan teknis. Pelatihan yang dimaksud adalah melakukan praktek penelusuran perilaku pelanggan setia minum kopi di café. Our Daily Stories (ODS), mendesain keemasan produk minuman kopi untuk dapat dibawa oleh pelanggan setia serta membuat diversivikasi produk dan desainnya. Metode pertama Pendampingan langsung kepada Mitra pebisnis minuman kopi di café ODS dalam merumuskan strategi Peningkatan Kompetensi Mnajer ODS dakam menghadapi persaingan. Metode kedua Pendampingan langsung kepada Mitra untuk menemukan dan membuat

desain yang relevan terkait strategi pemasaran maupun penciptaan produk minuman lain sebagai produk deversifikasi

Hasil dan Pembahasan

Tahap kedua dari kegiatan program ini adalah pelaksanaan kegiatan yang telah direncanakan pada tahap pertama. Kegiatan pertama pelaksanaan PKM ini dimulai dari Pendampingan langsung kepada Mitra pebisnis minuman kopi di café ODS dalam merumuskan strategi Peningkatan Kompetensi Manajer ODS dalam menghadapi persaingan. Kegiatan kedua pelaksanaan PKM yaitu pendampingan langsung kepada Mitra untuk menemukan dan membuat desain yang relevan terkait strategi pemasaran maupun penciptaan produk minuman lain sebagai produk deversifikasi dan pendamping Mitra minuman kopi di ODS dalam mendesain strategi pemasaran dan desain kemasan produk diversifikasi.

Our Daily Stories (ODS) adalah *Coffee Shop* yang berdiri sejak tahun 2017. Usaha *Coffee Shop* ODS beralamat pada jalan H. M Suwignyo Gg. Sudiharjo 3A. *Coffee Shop* ini mengusung nuansa bertema rumahan yang sedang hits saat ini. Pemasaran yang dilakukan oleh Coffee Shop ODS dilakukan memanfaatkan platform media social yang ada.

Dalam kondisi pandemic corona dan pasca PPKM, diperlukan trobosan pemasaran serta promosi untuk mendongkrak pendapatan usaha *Coffee Shop Our Daily Stories* (ODS). ODS menjual minuman kopi Eksbi sebagai produk minuman utama. Salah satu strategi pemasaran yang dapat dilakukan untuk mendongkrak pendapatan usaha coffe shop ODS adalah dengan memberikan potongan harga kepada pelanggan yang memesan minuman kopi untuk lima (5) orang dalam satu meja, cukup membayar empat (4) gelas kopi. Untuk itu perlu dibuat Brosur sebagai media informasi produk minuman yang tersedia dan informasi keuntungan yang diperoleh pelanggan (potongan harga) apabila memesan minuman untuk lima orang dalam satu meja. Oleh karena itu perlu juga dibuat kartu pesanan untuk pelanggan yang memesan lima gelas kopi untuk lima orang, agar memudahkan pencatatan atas penjualan kopi yang mendapat potongan.

Terobosan lain yang dibuat adalah membuat/menyediakan minuman kopi Eksbi dalam kemasan botol untuk memfasilitasi pelanggan setia yang terbatas waktunya untuk minum kopi Eksbi di ODS. Disampin itu dibuat diversifikasi produk minuman lainnya berupa minuman Tamu Cokelat dan minuman Strowbery Squash sebagai produk sampingan.



Pelaksanaan PKM di ODS

Berikut produ-produk yang dijual sebelum dilaksanakan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dan Hasil dilaksanakannya PKM pada *Coffee Shop Our Daily Stories* (ODS):

1. Produk Minuman yang dijual sebelum pelaksanan PKM



Kopi Eksbi, Espresso & Americano

2. Produk Hasil Kegiatan PKM

Minuman Kopi Eksbi dalam kemasan Botol



Kopi Eksbi Kemasan Botol

Penjualan Minuman Kopi Eksbi yang mendapat Potongan.



Kopi Eksbi pesan untuk lima orang (pada satu meja)

Diversifikasi Produk Minuman



Tamu Cokelat & Strowbery Squash

Brosur Informasi Produk Minuman dan Kartu Pesanan



Brosur & Buku Menu

Simpulan

Berdasarkan hasil pengabdian kepada masyarakat dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kegiatan ini dimulai dengan tahap persiapan, pelaksanaan dan evaluasi.
2. Strategi Pemasaran yang dilaksanakan oleh mitra dalam kegiatan ini dilaksanakan secara langsung dan online dengan memanfaatkan platform *media social*.
3. Diversifikasi produk bagi *Coffee Shop* ODS berupa minuman yang dijual tidak hanya Eksbi namun dengan menjual minuman rasa lain yakni Tamu Cokelat dan *Strobery Squash*.
4. Menjual minuman kopi dalam kemasan botol agar memudahkan konsumen setia yang tidak sempat menikmati kopi di tempat dapat dibawa.

Daftar Pustaka

- Blocher, David E Stout dan Gery Cokins. 2011. Manajemen Biaya Penekanan Strategis Buku 1 Edisi kelima. Jakarta: Salemba Empat.
- Hardilawati, W. L. (2019). Model Pemasaran Hubungan Pelanggan, Inovasi Dan E-Commerce Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran Ukm Di Pekanbaru. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 9(2), 213–222.
- Harilawati, H. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 10(1), 89-98.
- Helmalia, H., & Afrinawati, A. (2018). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang. *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 3(2), 237. <https://doi.org/10.15548/jebi.v3i2.182>
- Pakpahan, A. K. (2020). *COVID-19 dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. 20(April).