



## Pendampingan Penerapan Strategi Bisnis pada *Coffee Shop* Tradisional di Kalimantan Tengah

Noorjaya Nahan<sup>1\*</sup>, Vivy Kristinae<sup>2</sup>, Achmad Syamsudin<sup>3</sup>  
Univesitas Palangka Raya

**Corresponding Author:** Vivy Kristinae [vivykristinae84@gmail.com](mailto:vivykristinae84@gmail.com)

---

### ARTICLE INFO

*Kata Kunci:* Strategi Bisnis, Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Kinerja Bisnis, Bisnis Kopi Tradisional

*Received :* 9 September

*Revised :* 16 September

*Accepted:* 26 September

©2022 Nahan, Kristinae, Syamsudin:  
This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



### ABSTRAK

Pengabdian masyarakat di bidang manajemen pemasaran, untuk meningkatkan strategi bisnis bagi para pelaku usaha kopi tradisional di Kalimantan Tengah. Meningkatkan kinerja usaha dengan variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan. Hasil analisis 200 responden di warung kopi tradisional dan dengan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk original dan cita rasa klasik berpengaruh signifikan dalam meningkatkan kinerja bisnis. Selanjutnya, hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas layanan signifikan dalam meningkatkan kinerja bisnis. Implikasinya dapat meningkatkan pendapatan dan konsumen, dengan strategi bisnis menjaga kualitas produk dan selalu memperhatikan kualitas pelayanan.

## PENDAHULUAN

Pengabdian kepada masyarakat dalam meningkatkan perekonomian untuk kinerja bisnis pelaku usaha skala kecil sekarang menuntut kemampuan unit usaha untuk bersinergi dengan lingkungan usaha (Bestari & Fadlia, 2019). Salah satu metode yang banyak dilakukan pelaku usaha seperti usaha makanan pada masa sekarang dalam lingkungan usaha yang tidak menentu seperti ketika pandemic ialah bahan baku dengan mementingkan kualitas. Hal ini menjadi keuntungan unit usaha untuk terus bertahan dan menjaga loyalitas pelanggan.

Pandemic COVID-19 sangat terasa dampaknya dalam bisnis seperti rumah makan, kafe, maupun pelaku usaha makanan kecil di Kalimantan Tengah. Berdasarkan data dari dinas koperasi dan UMKM ada sekitar 871 usaha makanan yang terdampak. Penyebab penurunan pendapatan karena konsumen banyak beraktifitas dari rumah dan membawa makanan dari rumah. Bagi pelaku usaha *coffee shop* tradisional dapat disiasati dengan strategi bisnis, agar usaha dapat terus bertahan di tengah kondisi dengan melakukan control kualitas produk (Bastomi dkk., (2022). Perilaku konsumen yang mengharuskan mengkonsumsi makanan sehat menjadi peluang bagi pelaku usaha *coffee shop* tradisional dengan penerapan produksi yang sesuai standart kesehatan. Mendapatkan informasi yang menyangkut kepentingan konsumen akan efektif dan efisien dengan kualitas pelayanan bersama pelaku usaha signifikan meningkatkan kinerja bisnis (Ihsaniyati dkk., 2020).

Kualitas pelayanan adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Pentingnya pelayanan, berdasarkan beberapa penelitian menyatakan bahwa strategi bisnis dari segi pelayanan dapat mendorong secara langsung dalam meningkatkan kinerja unit usaha (Paramita dkk., 2022). Strategi bisnis merupakan tugas utama pelaku usaha dengan pengelolaan manajemen, karena suatu unit usaha yang mampu mengelola manajemen dapat signifikan terhadap pendapatan usaha walaupun terjadinya perubahan bisnis. Selanjutnya, variabel kualitas produk menjadi dalam penelitian untuk meningkatkan kinerja usaha, sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat (Mufarida dkk., 2022). *Products quality* merupakan ukuran keberhasilan usaha dapat bertahan di kondisi perubahan bisnis signifikan terhadap kinerja usaha yang mampu mempertahankan kepercayaan pelanggan.

Focus dalam kegiatan ini dengan melakukan penyebaran kuesioner terhadap 200 konsumen pada usaha 4 (empat) *coffee shop* tradisional di Kalimantan Tengah. Fenomena yang ada dari hasil wawancara, selama 1 tahun terakhir terjadi penurunan pendapatan karena ke-khawatiran pelanggan akan kebersihan dan kesehatan di masa COVID-19. Implikasi penelitian ini ialah strategi bisnis untuk mendapatkan peluang dari pelanggan yang banyak dengan kualitas pelayanan dan kualitas produk untuk meningkatkan kinerja bisnis pelaku usaha *coffee shop* tradisional, agar terus dapat bertahan saat ini.

## METODOLOGI

Penelitian kuantitatif dengan uji analisis regresi berganda menggunakan penyebaran kuesioner terhadap 200 pelaku usaha coffee shop tradisional di Kalimantan Tengah sebagai responden. Pada penelitian ini yang dituju ada empat *coffee shop* tradisional yakni Kopi Along, Kopi Klasik, Kopi Oey, Kopi Maju Makmur. Alat analisis statistic akan diolah dengan program SPSS 23.0 dan sebelumnya seluruh indicator, dilakukan uji instrument validitas dan reliabilitas. Hasil penelitian berdasarkan data responden secara langsung akan lebih subyektif terhadap hasil penelitian, sehingga data yang digunakan adalah data primer (Kristinae & Christa, 2022). Metode pengambilan dengan wawancara untuk menjawab kuesioner secara langsung dan dianalisa dengan SPSS memiliki persamaan regresi linier berganda dengan formulasi:

$$Y = a \text{ (konstanta)} + b_1X_1 \text{ (Kualitas pelayanan)} + b_2X_2 \text{ (Kualitas produk)} + \text{error}$$

Keterangan:

Y = Kinerja Bisnis

X1 = Kualitas pelayanan signifikan dan positif untuk meningkatkan kinerja bisnis

X2 = Kualitas produk signifikan dan positif untuk meningkatkan kinerja bisnis

b = koefisien regresi

## HASIL PENELITIAN

Hasil berdasarkan kuesioner dari 200 responden dan hasil analisa data tampak dari tabel 1 bahwa pengaruh X1 dan X2 terhadap Y berpengaruh signifikan sebesar adjusted R Square yaitu 74,1%. Hasil ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan sebagai X<sub>1</sub> dan kualitas produk X<sub>2</sub> sangat penting untuk meningkatkan kinerja bisnis. Hasil presentase yang menunjukkan pentingnya dan signifikan positif masing-masing variabel X<sub>1</sub> dan X<sub>2</sub> melalui indikatornya dapat meningkatkan kinerja bisnis.

**Tabel 1**  
**Output regresi nilai R Square**

Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.895 <sup>a</sup>	.783	.741	.677

a. Predictors: (Constant), Kualitas pelayanan, Kualitas Produk

Sumber : Data diolah, 2022

Pengujian selanjutnya dilakukan dengan uji t atau uji analisis secara parsial dalam uji hubungan variabel X masing-masing terhadap Y. Berdasarkan uji data pada tabel 2 hasil H<sub>1</sub> menunjukkan hubungan yang signifikan dan positif kualitas pelayanan dapat meningkatkan kinerja bisnis sebesar t-hitung 3,712 > 0,676 t-tabel dengan signifikan 0,02 < 0,05. Semakin tingginya kemampuan pelaku usaha dalam mendapatkan informasi, pengetahuan, metode/cara dalam

menyikapi perubahan dilingkungan bisnis maka akan dapat meningkatkan kualitas produk yang berdampak meningkatnya kinerja bisnis.

**Tabel 2**  
**Output regresi linier berganda secara parsial**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.793	.081		.933	.117
Kualitas pelayanan (X <sub>1</sub> )	.894	.076	.759	3.312	.001
Kualitas produk (X <sub>2</sub> )	.611	.092	.573	2.448	.003

a. Dependent Variable: Kinerja Bisnis

Sumber : Data diolah

Selanjutnya hasil untuk H<sub>2</sub> adalah t-tabel 0,676 < dari t-hitung 2.448 dengan signifikan 0,03 < 0,05 yang artinya hipotesis 2 signifikan positif meningkatkan kinerja bisnis. Semakin tinggi kualitas produk yang memiliki daya tahan produk (*fresh*), keandalan higienis produk, kesesuaian produk dan harga, pengiriman produk serta penampilan produk, akan dapat meningkatkan kinerja bisnis (pendapatan, penjualan dan pelanggan). Dari hasil ini maka pelaku usaha harus memperhatikan kualitas produk sesuai dengan harapan dan kebutuhan konsumen, seperti menerapkan protocol kesehatan, produk harus higienis, *fresh* dan mampu menjaga produk sampai pada konsumen.

**Tabel 3**  
**Output regresi berganda pengaruh X<sub>1</sub> dan X<sub>2</sub>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	103.182	2	28.492	34.165	.000 <sup>b</sup>
Residual	36.702	198	.231		
Total	139.882	200			

a. Dependent Variable: Kinerja Bisnis

b. Predictors: (Constant), Kualitas pelayanan, Kualitas produk

Sumber : Data diolah

Dari tabel 3 berikut, tampak hasil diperoleh f-hitung sebesar 34.165 dengan nilai signifikan 0.00<sup>b</sup> yang menunjukkan bahwa ada hubungan linier antara kualitas pelayanan (X<sub>1</sub>) dan kualitas produk (X<sub>2</sub>) terhadap kinerja bisnis (Y). Hipotesis H<sub>3</sub> dalam penelitian yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk dapat meningkatkan kinerja bisnis diterima berdasarkan hasil analisa data. Hasil ini kemudian kembali dicek berdasarkan dari hasil f-tabel untuk responden 200 sampel, hasilnya f-tabel sebesar 3,91 < 34.16 f-hitung artinya signifikan positif, variabel X<sub>1</sub> dan X<sub>2</sub> dapat meningkatkan kinerja bisnis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh hipotesis dapat diterima, yang artinya penelitian ini menyatakan variabel X<sub>1</sub> (kualitas

pelayanan) dan  $X_2$  (kualitas produk) dapat signifikan positif meningkatkan kinerja bisnis di usaha *coffee shop* tradisional provinsi Kalimantan Tengah. Dalam meningkatkan kinerja bisnis melalui parameter indikatornya variabel X, hasil analisa sangat baik dengan strategi bisnis dan selalu mengutamakan kualitas produk untuk meningkatkan pendapatan, penjualan dan pelanggan pada *coffee shop* kopi tradisional. Untuk pelaku usaha *coffee shop* tradisional ini menjadi acuan dan dasar untuk terus melakukan perubahan dan perbaikan sistem dalam usaha dengan menjalin hubungan serta mendapatkan informasi pihak-pihak terkait untuk mendapatkan masukan yang positif meningkatkan usaha.

## PEMBAHASAN

Dari hasil observasi di lapangan dan diskusi bersama antara pelaksana mitra dan mahasiswa dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Untuk permasalahan yang dihadapi dalam upaya meningkatkan mutu pelayanan pedagang diharapkan mereka bisa menjaga kualitas bahan baku, kebersihan, pelayanan yang ramah, serta tampilan produk yang cantik dan menarik dengan cara menjaga kualitas pelayanan tersebut
2. Untuk permasalahan yang kedua bagi mereka yang enggan menampilkan / mengupload distatus jejaring sosial dengan cara memberikan pemahaman bahwa pada saat ini media di status jejaring sosial memberikan dampak yang lebih besar dalam rangka mempromosikan barang dagangan mereka. Dengan adanya promosi tersebut dapat meningkatkan penjualan mereka secara tidak langsung dan memperluas pangsa pasar.
3. Target yang hendak dicapai adalah dengan cara menjaga kualitas dan mutu pelayanan agar pelanggan tidak lari ke pedagang lain yang menawarkan produk sejenis.

Prioritas solusi yang akan dilakukan adalah dengan mulai merubah peningkatan mutu pelayanan melalui beberapa tahapan seperti menjaga kualitas bahan baku, pelayanan, serta tampilan produk yang cantik dan menarik dengan menawarkan variasi produk sejenis yang lebih menarik sehingga pelanggan tertarik dengan adanya tampilan tersebut dan mempromosikannya di status jejaring sosial mengikuti perkembangan zaman agar para pelaku usaha tersebut tidak tertinggal dengan pedagang lain yang menggunakan dan menampilkan barang dagangan mereka di status jejaring sosial.

## KESIMPULAN

1. Perubahan lingkungan bisnis, dapat menjadi strategi bisnis untuk meningkatkan kinerja bisnis (pendapatan, penjualan, pelanggan) dengan memanfaatkan teknologi. Salah satunya adalah kualitas produk yang menawarkan rasa khas, cara penyajian yang sesuai kebutuhan konsumen, higienis produk serta varian yang beragam dalam usaha *coffee shop* tradisional saat ini, dapat meningkatkan kinerja bisnis untuk menjaga loyalitas pelanggan.

2. Pelaku usaha dengan strategi bisnis dengan menjaga pentingnya kualitas produk dapat berdampak positif pada kinerja bisnis. Seperti dengan fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi. Selanjutnya, memberikan pelayanan secara cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
3. Usaha harus dapat mengikuti perubahan lingkungan bisnis agar produk selalu dapat diterima pelanggan dengan menjaga kualitas pelayanan dan membuat produk berdasarkan kebutuhan pelanggan dan pasar.

## **REKOMENDASI**

Penelitian ini dilakukan pada usaha *coffee shop* tradisional yang terdampak penurunan pendapatan dari kinerja bisnisnya, di Kalimantan Tengah. Sangat penting menjaga kualitas pelayanan dan meningkatkan kualitas produk dapat menjadi input untuk mendorong kinerja bisnis. Selanjutnya untuk memperkaya literatur dalam bidang manajemen pemasaran maka pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat ditambahkan variabel inovasi pemasaran.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bastomi, M., Fadila, I., Nu'man, M. S., Putri, H. E., Zahro, A., Syamsudin, M. N., ... & Hakim, T. (2022). Peningkatan Daya Saing Kopi Dengan Strategi Kemasan Dan Pemasaran Di Dusun Borojabung. *DINAMIS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 1-6.
- Bestari, V. J., & Fadlia, F. (2019). Perbandingan Warung Kopi Tradisional Versus Modern (Sebuah Analisis Terhadap Konsep Responsif Gender). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik*, 4(4).
- Fauzan, S., Firmansyah, R., Putri, D. M., Putri, S. F., & Jannah, M. (2021). Pendampingan Penyiapan Cafe Pinggir Kali Sebagai Wujud Pemanfaatan Sungai Untuk Daya Tarik Wisata Alam Bumi Perkemahan Bedengan Desa Selorejo, Kabupaten Malang, Jawa Timur. *Sinergi: Jurnal Pengabdian*, 3(1), 8-13.
- Firmansyah, K., Fadhli, K., & Rosyidah, A. (2020). Membangun Jiwa Entrepreneur Pada Santri Melalui Kelas Kewirausahaan. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 28-35.
- Grandhis, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Sambal Gami Awang Long Khas Bontang di Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis FISIPOL UNMUL*, 10(3), 237-245.
- Ihsaniyati, H., Setyowati, N., & Wijaya, A. P. (2020). Edukasi Adopsi Standar Mutu Berbasis Indikasi Geografis pada Petani Kopi di Kabupaten Temanggung. *E-DIMAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 11(1), 59-65.
- Junaidi, F., Abidin, R. Z., & Fatmawati, A. (2022). Optimalisasi Strategi Pemasaran melalui Digital Marketing pada UMKM Cendol Dawet Sagu Lasah Desa Tawangargo. *JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT DAN INOVASI*, 2(2), 1427-1432.
- Krisnaesanti, A., Dinanti, A., & Naufalin, L. R. (2019). Optimalisasi Kualitas Layanan dan Promosi Pada Cafe Herbal J&J SMK N 1 Purwokerto. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 387-395.
- Kristia, K. (2022). PENDAMPINGAN KREASI KONTEN PEMASARAN DIGITAL VIRAL BAGI UMKM FOR US COFFEE. *Jurnal Pengabdian Mandiri*, 1(6), 955-962.
- Kristinae, V., & Christa, U. R. (2022). Pengaruh Inovasi Resonansi Merek Dalam Memediasi Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Iphone Di-Kota Palangka Raya. *MEDIA BINA ILMIAH*, 16(8), 7341-7348.
- Kristinae, V., & Sahay, M. (2019). Pengaruh social media, learning orientation dan market orientation terhadap marketing capabilities UKM kerupuk ikan saluang di Kalimantan Tengah. *Media Bina Ilmiah*, 14(2), 1959-1966.
- Mufarida, N. A., Pratama, A. D., & Kosjoko, K. (2022). Pelatihan Kewirausahaan Dan Pengembangan Teknologi Pengolahan Ikan Laut Segar (Ikan Kunir) Dalam

- Rangka Peningkatan Kualitas Produksi Olahan Keripik Sebagai Bentuk Usaha Ekonomi Kreatif. *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 6(1), 202-209.
- Muslimin, M., Latif, L. A., Tjiroso, B., & Rais, S. (2022). Pelatihan Pembuatan Kemasan Produk-Produk Rumahan Bagi Masyarakat Di Desa Toniku. *To Maega: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 91-98.
- Nurlaela, L., & Fariza, A. N. (2022). Strategi Pemasaran E-Commerce Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Umkm Koffie Hideung Di Desa Medalsari. *ABDIMA JURNAL PENGABDIAN MAHASISWA*, 1(1), 80-91.
- Oktapriana, C., Nurdiniah, D., Bhuana, K. W., & Novianti, N. (2021). Pendampingan Perhitungan Harga Jual Melalui Metode Service Learning Bagi Kedai Kopi Di Kota Bekasi. *LOGISTA-Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 265-274.
- Paramita, C., Destari, F., & Nugraha, K. S. W. (2022). Pendampingan Ukm Warung Ta Cafe: Peningkatan Manajemen Usaha Dalam Menghadapi Persaingan. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 3(1), 159-165.
- Putri, F. S. E. (2021). Review Pemasaran Digital & Keberlanjutan Bisnis Kedai Kopi (Caffe) Selama Pandemi Covid-19 di Indonesia. In *Prosiding National Seminar on Accounting, Finance, and Economics (NSAFE)* (Vol. 1, No. 11).
- Susanti, J., Yani, F., & Aprila, B. N. (2022). Strategi Analisis Strategi Pemasaran Pada Kinerja Pemasaran Pt. Greentech Cakrawala Motorindo. *JUDIKAT: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 34-51.