ABDIMAS EKODIKSOSIORA
Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Ekonomi, Pendidikan, dan Sosial Humaniora
Vol. 2, No.2, Juli-Desember 2022, Hal. 48-52

Strategi Keberlanjutan Usaha *Coffee Shop* OFFTRACK Pekanbaru

Ikhbal Ahmad, Alum Kusumah*, Hichmaed tahta Hinggo, Hammam Zaki, Rian Rahmad Ramadhan, Sulistyandari, Wan Laura Hardilawati
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Riau
*e-mail: alumkusumah@umri.ac.id

Article history
Received : 27/6/2022
Revised : 8/7/2022
Accepted : 10/7/2022
Published: 18/7/2022

Abstrak

Para pelaku usaha dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif dalam berkreasi pada era globalisasi dan pandemi Covid-19. Seiring dengan perkembangan yang terjadi, saat ini masyarakat di Indonesia secara umum telah menjadikan coffee shop sebagai salah satu tempat penghilang penat sekaligus tempat bersosialisasi. Para pemilik coffee shop harus mampu memberikan dan menawarkan suatu hal yang berbeda serta mulai konsisten dalam menerapkan strategi bisnis yang dibutuhkan dalam menghadapi pesaing dan mampu memberi nilai tambah kepada konsumennya. Salah satu coffee shop di Pekanbaru yang cukup diminati oleh pelanggan saat ini adalah usaha Coffee Shop OFFTRACK, Pekanbaru. Manfaat yang diberikan pada pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini untuk memberikan kontribusi positif kepada pihak mitra (Coffee shop OFFTRACK) sebagai mitra sekaligus pelaku UKM dalam mengembangkan usahanya.

Kata kunci: *Strategi Keberlanjutan Usaha; Coffee Shop; Usaha Kecil dan Menengah; Covid-19*

PENDAHULUAN

Para pelaku usaha dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif dalam berkreasi pada era globalisasi dan pandemi Covid-19 yang melanda saat ini. Para pelaku usaha tersebut berjuang menghadapi kondisi dunia usaha dengan tantangan beragam serta untuk bersaing dengan para kompetitor lain. Salah satu bidang usaha dengan permintaan tinggi dan sedang menjadi trend saat ini adalah retail, khususnya usaha *coffee shop*. Fenomena *usaha coffee shop* menjadi suatu daya tarik tersendiri di didaerah urban Indonesia saat ini. Usaha *coffe shop* di Indonesia tidak hanya terbatas dimiliki oleh korporasi besar tetapi tidak terkecuali oleh para pelaku usaha perorangan (Adiwaluyo, 2016).

Seiring dengan perkembangan, masyarakat di Indonesia secara umum telah menjadikan *coffee shop* sebagai salah satu tempat tujuan untuk melakukan kegiatan tertentu seperti tempat untuk bersosialisasi, tempat belajar atau mengerjakan tugas mahasiswa dan bertemu dengan klien atau rekan bisnis. Berbagai *coffee shop* menawarkan konsep yang bervariatif seperti konsep *coffee shop* modern, retro dan berbagai konsep lainnya sebagai daya tarik untuk menggaet konsumen, serta dengan menawarkan dan memberikan sensasi unik tersendiri terhadap konsumennya.

Hal ini tidak terkecuali terjadi di kota Pekanbaru yang saat ini memiliki beragam *coffee shop* dengan produk dan harga yang relatif bervariasi. Para pemilik *coffee shop* dituntut untuk mampu memberikan dan menawarkan suatu produk dan pelayanan yang berbeda serta konsisten dalam menerapkan strategi bisnis yang dibutuhkan dalam menghadapi pesaing dan mampu memberi nilai tambah kepada konsumennya. Salah satu *coffee shop* di Pekanbaru yang cukup diminati oleh pelanggan saat ini adalah usaha *Coffee Shop* OFFTRACK. *Coffee Shop* OFFTRACK

didirikan pada bulan Juli tahun 2019. *Coffee Shop* OFFTRACK sejak didirikannya menjadi tempat dan ajang berkumpul berbagai kalangan konsumen terutama para kaum milenial dan para pekerja sebagai ajang bersosialisasi maupun sebagai tempat untuk sekedar melepas kepenatan. Pengalaman yang ditawarkan *coffee shop* ini kepada konsumennya seperti harga yang terjangkau dan kualitas produk yang relatif baik dan tempat bersantai yang nyaman.

Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat ini memiliki tujuan sebagai berikut: (1) untuk memberikan asistensi pengembangan strategi dan keberlanjutan usaha *Coffee Shop* OFFTRACK, Pekanbaru untuk meningkatkan omset penjualan dalam rangka menjaga keberlanjutan usaha serta menghadapi persaingan yang semakin masif serta ketidakpastian usaha dimasa pandemi Covid-19. Berdasarkan hal tersebut, maka dibutuhkan upaya pembinaan dan pemberdayaan kepada pemilik beserta staf *Coffee Shop* OFFTRACK. Pendampingan yang diberikan berupa pelatihan teknis manajemen biaya, strategi pemasaran *offline* dan *online*, serta pengembangan produk dan pelayanan konsumen. Adapun harapan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat meningkatkan omset penjualan produk dan menjadi usaha yang mampu beradaptasi terhadap segala macam perubahan yang terjadi; (2) Kegiatan ini merupakan salah satu bentuk implementasi Catur Dharma Perguruan Tinggi, khususnya bagi para dosen di lingkungan Universitas Muhammadiyah Riau.

METODE

Sebagai langkah awal dari kegiatan pengabdian masyarakat, tim pengabdian masyarakat melakukan kunjungan ke lokasi kegiatan dengan berkodinasi dengan pimpinan *Coffee Shop* OFFTRACK, Pekanbaru. Hal ini dilakukan untuk berdiskusi guna mengetahui situasi dan kondisi di lapangan. Setelah dilakukan kunjungan, tim pengabdian masyarakat kemudian melakukan diskusi lebih lanjut secara internal untuk menyusun tahapan-tahapan kegiatan pengabdian masyarakat, yang kemudian disepakati menggunakan pendekatan melalui bimbingan teknis/pendampingan konsultasi.

Gambar 1. Tim bersama mitra pengabdian masyarakat (*Coffee Shop* OFFTRACK)

Gambar 2. Forum pertemuan dalam rangka persiapan kegiatan pengabdian masyarakat

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses dan tahapan-tahapan kegiatan pengabdian masyarakat tersebut, terbagi dan diuraikan sebagai berikut:

Tabel 1. Tahapan kegiatan

Tahapan	*Metode*	*Keterangan*
1	Ceramah	Suatu bentuk penyajian bahan pengajaran melalui penerangan dan penuturan lisan. Ceramah termasuk metode yang paling banyak digunakan karena biaya murah dan mudah dilakukan serta memungkinkan banyak materi yang disampaikan (Kusumaningrum, 2015). Pada kegiatan ini, ceramah digunakan untuk menyampaikan pengetahuan tentang strategi bertahan dan bagimana memanfaatkan dan mengembangkan peluang usaha dimasa pandemi Covid-19. Adapun urutan penyampaian materi/bimbingan teknis kepada mitra, yaitu sebagai berikut: a. Sesi kesatu: materi teknis manajemen biaya. Manajemen biaya memiliki definisi yaitu sebagai suatu proses pengaturan peningkatan pelayanan berbiaya rendah yang disertai dengan upaya perbaikan secara terus menerus yang merupakan manifestasi dari suatu keputusan manajemen terhadap setiap biaya produksi yang dikeluarkan (Mulyana, 2011). b. Sesi kedua: Materi teknis strategi pemasaran Strategi pemasaran memiliki peranan penting dalam keberhasilan suatu usaha yang ditetapkan dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar dan lingkungan pasar. Strategi pemsaran harus mampu memberikan gambaran jelas dan terarah mengenai apa yang dilakukan untuk menggunakan setiap peluang dan kesempatan yang tersedia pada pasar (Sedjati, 2018). c. Sesi ketiga: tips bertahan & inovasi usaha dimasa pandemi Covid-19

		Pemanfaatan media sosial secara efektif dalam mempromosikan dan meningkatkan nilai jual produk serta pemanfaatan celas bisnis lainnya dalam pengembangan usaha.
2	Diskusi	Percakapan ilmiah yang berisikan pertukaran pendapat, pemunculan ide-ide serta pengujian pendapat yang dilakukan oleh beberapa orang yang tergabung dalam kelompok untuk mencari kebenaran. Metode diskusi merupakan kegiatan tukar menukar informasi, pendapat, dan unsur-unsur pengalaman secara teratur. Tujuannya ialah untuk memperoleh pengertian bersama yang lebih jelas dan lebih teliti mengenai sesuatu (Hamdayama, 2015) Kegiatan diskusi pada kegiatan pengabdian masyarakat ini berfokus pada permasalahan yang dihadapi dan alternatif problem solving yang dihasilkan bersama antara tim dengan mitra.
3	Monitoring dan Evaluasi	Evaluasi hasil pelatihan dilakukan selama proses dan setelah kegiatan pemberdayaan dilaksanakan. Evaluasi ini ditujukan untuk perbaikan di masa yang akan datang, untuk menjadikan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menjadi salah satu kegiatan yang memberikan manfaat positif bagi mitra dan tim dosen sebagai penyelenggara kegiatan ini

Gambar 3. Implementasi kegiatan pengabdian masyarakat

Manfaat yang diberikan pada pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini diharapkan mampu memberikan kontribusi positif melalui Kerjasama yang baik antara pihak mitra (*Coffee Shop* OFFTRACK), dan menjadi faktor penentu keberhasilan kegiatan pengabdian ini.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan pada kesempatan ini berfokus kepada pemberian pembekalan dan pendampingan teknis usaha *Coffee Shop* OFFTRACK, Pekanbaru. Pada pelaksanaannya, tim pengabdian masyarakat bersama mitra mampu bekerjasama dengan baik. Beberapa poin penting masukan-masukan yang disampaikan kepada mitra yang dapat dijadikan pengetahuan dan pengembangan pola pikir yang bermanfaat terhadap pengembangan usaha dan kemampuan mitra dimasa dan sesudah pandemi serta dalam menghadapi perubahan yang senantiasa terjadi dalam dunia usaha, sebagai berikut:

1) Pola pikir dalam mempertahankan motivasi dalam menjalankan usaha
2) Pengetahuan untuk melakukan *problem-solving* dan *decision-making*.
3) Pengetahuan dan kemampuan untuk selalu berinovasi dan mampu memanfaatkan setiap peluang bisnis yang ada.
4) Pemanfaatan platform sosialisasi usaha dan promosi melalui media sosial.
5) *Develop network*
6) *Know-how and enjoy the process*

Adapun saran-saran yang diberikan dalam rangka perbaikan dalam kegiatan kedepannya adalah bahwa diperlukan dukungan pendanaan dari pihak-pihak terkait sehingga dapat memberikan manfaat yang lebih maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

Adiwaluyo, E., (2016). Kedai Kopi Bejibun, Anda Pilih Mana?. Dapat diakses pada http://marketeers.com/kedai-kopi-bejibun-anda-pilih-mana/. Diakses pada tanggal 20 Juni 2022.

Mulyana, D. (2011). Manajemen Biaya, Tasikmalaya: LPPM Universitas Siliwangi

Hamdayama, J., (2015). Model dan Metode Pembelajaran Kreatif dan Berkarakter, Bogor: Ghalia Indonesia.

Kusumaningrum, D.E., (2015). Efektivitas Metode Pembelajaran, Manajemen pendidikan, Jakarta: Bumi Aksara.

Sedjati, R. S. (2018). Manajeman Pemasaran, Yogyakarta: Deepublish

Subini dkk., (2012), Psikologi Pembelajaran, Yogyakarta: Mentari Pustaka.