

PENGEMBANGAN KEDAI BESTE *COFFEE*

Safira Qintari Yudith Vitarani*¹, Akh Khotib Kurniawan*²

^{1,2} Program Studi Ilmu dan Teknologi Pangan, Fakultas Sains dan Teknologi Pangan, Universitas
Muhadi Setiabudi Brebes

e-mail: *¹ safiraqintari@gmail.com, *² akhmadkhotib85@gmail.com

Abstrak

Pengembangan kedai kopi “BESTE COFFEE” Program Studi Ilmu dan Teknologi Pangan Fakultas Sains dan Teknologi di dalam lingkungan kampus sebagai ruang untuk baik musyawarah, berdiskusi maupun mengerjakan tugas baik dosen maupun mahasiswa di lingkungan kampus sambil menikmati kopi, tujuan dari pengembangan ini adalah mengetahui strategi yang akan dilakukan dalam pengembangan kedai “BESTE COFFEE” di lingkungan kampus, menggunakan metode analisis diantaranya pengembangan produk baru dan menggunakan analisis SWOT Strength (Kekuatan), Weaknes (Kelemahan), Opportunity (Peluang) dan Treast (Ancaman). Hasil dari pengembangan kedai “BESTE COFFEE” yaitu adanya produk baru , mengetahui SWOT dari pengembangan kedai. Perlunya sebuah strategi dalam mengembangkan sebuah usaha kopi agar dapat diterima di dalam lingkungan kampus.

Kata kunci : Kopi, Strategi, Analisis SWOT

1. PENDAHULUAN

Kopi adalah salah satu hasil komoditi perkebunan yang memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi diantara tanaman perkebunan lainnya dan berperan penting sebagai sumber devisa Negara . Kopi tidak hanya berperan penting sebagai sumber devisa melainkan juga merupakan sumber penghasilan bagi tidak kurang dari satu setengah juta jiwa petani kopi di Indonesia. Kopi telah menjadi produk minuman yang digemari oleh berbagai kalangan masyarakat, mulai dari petani, buruh, dosen, mahasiswa hingga masuk dalam kalangan elit – elit politik. Dalam kehidupan keseharian selain menyajikan rasa nikmat yang khas, kopi juga menjadi salah satu minuman yang cocok untuk aktifitas manusia mulai dari sarapan,bersantai, bekerja, istirahat, berdiskusi atau sekedar berbincang – bincang dengan yang selalu didampingi dengan kopi.Tidak bisa dipungkiri bahwa kopi telah menjadi bagian hidup manusia saat ini dan sejak dulu kala (1). Ada 3 jenis kopi yang paling banyak beredar dan dikonsumsi oleh masyarakat pada umumnya. Jenis – jenis kopi tersebut adalah kopi Arabika, kopi Robusta dan kopi Liberika [2]. Ketiga jenis kopi ini memiliki karakter berbeda – beda. Mulai dari rasa, aroma hingga nilai harga jual, Hal ini tidak lepas dari kandungan didalam ketiga jenis kopi tersebut, salah satunya adalah kandungan kafein didalamnya [3]. Konsep lingkungan belajar Coffe Shop yang mampu menghadirkan suasana belajar yang menyenangkan sehingga belajar terasa nyaman, dewasa ini masyarakat seolah menjadikan Coffe Shop sebagai tempat melakukan berbagai hal, seperti mengerjakan tugas, bahkan untuk berdiskusi [4].

Untuk itulah pengembangan dilakukan di dalam kampus Universitas Muhadi Setiabudi berada di Lab pangan Program Studi Ilmu dan Teknologi Pangan Fakultas Sains dan Teknologi yang bernama kedai “BESTE COFFEE” sebuah bisnis yang bergerak di bidang pengolahan kopi yang memberikan beraneka menu olahan kopi. Dalam kegiatan produksi “BESTE COFFEE” menggunakan teknologi yang sudah modern namun kapasitas produksi masih terbatas karena permintaan konsumen masih kurang dan penggunaan tempat untuk nongkrong masih belum maksimal. Permasalahan yang dihadapi “BESTE COFFEE” bukan hanya masalah produksi saja, melainkan masalah manajemen dan pemasaran. Permasalahan produksi yaitu harga bahan

baku yang tidak menentu serta tempat untuk nongkrong yang masih dalam tahap pengembangan sehingga belum bisa menarik banyak konsumen. Sistem pemasaran kedai kopi ‘‘BESTE COFFEE’’ dilakukan secara manual dan modern. Secara manual masih menggunakan selebaran pemberitahuan yang ditempelkan di papan informasi yang terletak disetiap depan ruangan Fakultas yang ada di kampus. Sedangkan sistem modernnya yaitu memanfaatkan sosial media untuk menawarkan produknya. Walaupun produknya ditawarkan secara online namun masih kurang dan jaringan produksi yang belum luas. Untuk itulah diperlukannya pengembangan baik secara produk maupun pemasaran agar dapat diterima dilingkungan kampus.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian meliputi rancangan kegiatan, ruang lingkup penelitian, tempat, teknik pengumpulan data, variabel penelitian, dan teknik analisis data serta metode analisis

2.1 Bahan

Bahan yang digunakan dalam kedai kopi diantaranya jenis kopi Arabika dan Robusta yang diperoleh dari pemasok asal Pemalang, Fres milk biasanya ada di supermarket, Es batu di warung atau toko

2.2 Alat

Coffe Grinder (Nordic PMX 60, Ameika), Ekspreso maker (Ferrati Ferro FCM-5020, Italia, Kettle (Brewista gooseneck, Indonesia)



Gambar 1 Alat Grinder



Gambar 2 Alat Ekspreso



Gambar 3 Alat Kettle

2. 3 Waktu Pelaksanaan

Pelaksanaan pengembangan dilakukan pada usaha Kedai Coffee ‘‘ Beste Coffee ‘‘ di Laboratorium pangan Fakultas Sains dan Pangan pada bulan September sampai Desember 2022. Dapat dilihat pada tabel waktu pelaksanaan

Tabel 1. Waktu Pelaksanaan pengembangan kedai kopi

No	Kegiatan	Tahun 2022			
		Bulan			
		September	Oktober	November	Desember
1	Pendanaan	✓			
2	Produksi	✓	✓	✓	✓
3	Pemasaran	✓	✓	✓	✓
4	Pengembangan bisnis		✓	✓	✓
5	Pelaporan Akhir				✓

Berdasarkan Tabel 1 diatas terlihat pada waktu pelaksanaan bahwa waktu pelaksanaan program kewirausahaan mahasiswa diawali dari bulan September sampai bulan Desember

2. 5 Metode Pengembangan

Metode yang digunakan dalam pengembangan ini adalah pengembangan produk baru untuk menarik daya minat konsumen agar lebih tertarik untuk datang ke kedai kopi ‘‘ BESTE COFFEE’’ dan melalui pertimbangan analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan analisis yang digunakan untuk memperoleh formulasi strategi yang tepat. Matriks SWOT merupakan alat untuk mencocokkan untuk manager dalam mengembangkan empat tipe strategis yaitu, strategi SO (kekuatan – peluang), strategi WO (kelemahan peluang), strategi ST (kekuatan – ancaman) dan WT (kelemahan – ancaman). Matriks SWOT menggambarkan dengan jelas bagaimana peluang dan ancaman dapat diselesaikan dengan kekuatan dan kelemahan

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengembangan pada responden pengolah kedai kopi ‘‘ BESTE COFFEE’’, maka diperoleh analisis SWOT yang berkaitan dengan pengembangan kedai kopi. Beberapa faktor internal dapat dilihat di dalam tabel berikut

Tabel 2. Matrik analis SWOT dalam pengembangan kedai kopi

Strenght (kekuatan)	<ul style="list-style-type: none"> - koordinasi internal terlaksana dengan baik - Modal dari fakultas - Lokasi usaha yang strategis - Harga yang relative terjangkau - Sikap disiplin dari pengelola - Hubungan baik dengan pelanggan - Promosi melalui sosial media
Weaknes (Kelemahan)	<ul style="list-style-type: none"> - Masih menggunakan sistem informasi manajemen manual - Jaringan distribusi yang belum luas - Tempat yang belum optimal - Jenis produk yang dihasilkan masih kurang - Terbatasnya pengetahuan dan teknologi - Kurangnya promosi

Opportunity (Peluang)	<ul style="list-style-type: none"> - Pengelola terikat oleh waktu - Berkembangnya tren minum kopi dilingkungan kampus - Pasar olahan kopi yang masih luas - Memiliki kesepakan dengan pemasok - Peluang mitra bisnis yang luas
Treaght (Ancaman)	<ul style="list-style-type: none"> - Produk olahan kopi yang banyak diminati - Pesaing usaha dikantin - Kenaikan bahan baku dari pemasok - Harga produk yang relative murah dari yang di pasaran - Pembeli beralih ketempat lain

Berdasarkan tabel 2. Dapat dilihat bahwa kekutan dalam pengembangan kedai ini sudah bagus hanya saja pengelola harus bisa mengoptimalkan perubahan kelemahan dan ancaman agar pengembangan kedai kopi ‘ BESTE COFFEE’ dapat menarik konsumen untuk datang menikmati kopi dan menjadikan sebagai tempat diskusi bagi dosen dan mahasiswa.

Tabel 3. Produk sebelum pengembangan

No	Nama Produk	Pengertian produk	Gambar produk
1.	<i>Americano</i>	(Espresso kopi dipadukan dengan air panas)	
2.	<i>V60 Brewing</i>	Seduhan kopi arabika dengan kandungan asam yang menarik dan aroma yang kuat	
3.	<i>Japanesse Coffee</i>	Detail kopi ini sama dengan V60 versi dingin, perbedaannya terletak pada metode pouringnya	
4.	<i>Vietnam Drip</i>	Kopi yang diseduh dengan dripper Vietnam dan disajikan bersama susu/krimmer kental manis	
5.	<i>Caffe Lattee</i>	Espresso atau kopi yang dicampur dengan susu dan memiliki lapisan busa yang tipis dibagian atasnya	
6.	<i>* Cappucino</i>	Kopi khas italia yang dibuat dari espresso dan susu, dengan busa yang cukup tebal diatasnya	
7.	<i>Hazelnut Latte</i>	Kopi dengan paduan antara espresso, fresh milk, dan hazelnut sirup	

8.	<i>Brown Sugar</i>	Suguhan kopi dengan komposisi espresso, fresh milk, dan brown sugar cair / sirup brown sugar	
9.	<i>Chiffon Coffee</i>	Sajian kopi dengan metode memasak kopi pada tabung khusus sehingga posisinya adalah kopi dibagian atas, air dibagian bawah, dan rumah spirtus diletakkan dibawah alat siphon	

Tabel 4. Produk sesudah pengembangan

No	Nama Produk	Pengertian produk	Gambar produk
1.	<i>Ginger Coffee</i>	Inovasi espresso dengan diberi penambahan jahe yang digeprek agar aromanya menyatu	
2.	<i>Canglur Coffee</i>	Seduhan kopi/espresso dimana pada saat biji kopi akan dihaluskan seperempat rasionya diisi dengan cangkang telur yang sudah disangrai	
3.	<i>Matcha Vanila</i>	Minuman non kopi dari seduhan bubuk matcha vanilla dipadukan dengan fresh milk	
4.	<i>Red Velvet</i>	Minuman non kopi dari seduhan bubuk red velvet dipadukan dengan fresh milk	
5.	<i>Orange Yakult</i>	Minuman segar dari seduhan serbuk rasa jeruk dengan paduan yakult dan fresh milk	
6.	<i>Stawberri Yakult</i>	Minuman segar dari seduhan serbuk rasa Stawberri dengan paduan yakult dan fresh milk	
7.	<i>Blue Latte</i>	Minuman non kopi dari seduhan bunga telang berpadu dengan fresh milk	
8.	<i>Blue Lemon</i>	Bunga telang yang diseduh dengan air the dan diberi perasa / irisan buah lemon	

Berdasarkan Tabel 4 dapat dilihat bahwa pengembangan produk kedai “BESTE COFFEE” sudah ada 8 dengan masing – masing ada yang kopi dan juga ada es kopi dikarenakan beberapa dosen dan mahasiswa ada yang minta pengembangan produk non kopi atau es kopi. Dengan adanya penambahan produk baru kedai “BESTE COFFEE” lebih dapat diterima di lingkungan kampus dengan harga yang terjangkau.

4. KESIMPULAN

Beste Coffee merupakan kedai yang terdapat didalam lingkungan kampus yang diinisiasi oleh Program Studi Ilmu dan Teknologi Pangan Fakultas Sains dan Teknologi sebagai ruang untuk baik musyawarah, berdiskusi maupun mengerjakan tugas baik dosen maupun mahasiswa di lingkungan kampus sambil menikmati kopi. Pengembangan kedai dari analisis SWOT, pemasaran sampai pengembangan produk baru menjadikan kedai ini lebih diterima oleh lingkungan kampus dengan harga yang terjangkau.

5. SARAN

Saran untuk pengembangan “BESTE COFFEE” Perluasan segmen pasar, gagasan bentuk menu yang baru dengan variasi harga yang terendah hingga tertinggi sehingga segmentasi pasar berkembang dengan baik. Lebih mengoptimalkan penggunaan media sosial untuk mempromosikan beste coffee ini melalui platform penjualan yang sekarang ini banyak digunakan harapannya agar yang ada diluar kampus tahu bahwa didalam kampus Universitas Muhadi Setiabudi terdapat kedai kopi

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Dede Yeni Maryani, Dini Rochidiani, Budi Setia. 2020. Strategi Pengembangan Bisnis Kedai Kopi “ Al Coffee” Di Desa Pakemitan Ciawi Kabupaten Tasikmalaya, *Journal Fakultas Pertanian Universitas Galuh, Fakultas Pertanian Universitas Padjajaran*. Volume 7 Halaman : 3
- [2] gordi.id, 2021,Perbedaan Rasa Kopi Arabika vs Kopi Robusta: <http://www.gordi.id> , [diakses tgl 15 April 2023.]
- [3] Muhammad Irvan Aryadi, Febriana Arfi, Muhammad Ridwan Harahap. 2020. Eksploasi Klon kopi robusta (Coffee canephora) Variates Arabika (Coffee Arabika) dan Liberika (Coffee Liberica) dengan metode spektrofotometri UV-Vis, *Jounal Program Studi Kimia Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Ar Raniry*. Volume 67 Halaman 2
- [4] Muhammad Zidni Ilman Nafi’a, 2021, Lingkungan Belajar Coffe Shop, Solusi Untuk Menciptakan Suasana Kelas Yang Tidak Membosankan, Univ. Malang