

OPTIMALISASI KONSEP UNIK UMKM *SEVENTH PISTON* PADANG DALAM BERTAHAN DAN BERKEMBANG AGAR TETAP MENJADI PILIHAN *HANG OUT* KAWULA MUDA DI MASA PANDEMI

**Berliyana Mulyantoni⁽¹⁾, Febrida Yanti⁽²⁾, Fita Suryani⁽³⁾,
Natasya Additia Ningsih⁽⁴⁾ Sinta Sri Arwinda⁽⁵⁾, Ramdani Bayu Putra⁽⁶⁾**

Universitas Putra Indonesia "YPTK" Padang^{1,2,3,4,5,6}
dinaulya160@gmail.com¹; ichasilviana61@gmail.com²; sukmamaskami99@gmail.com³
ramdanibayuputra@gmail.com⁴; intannurcahya52@gmail.com⁵
annisasuci726@gmail.com⁶

ABSTRAK

Kedai kopi merupakan salah satu bisnis yang berkembang cukup pesat di kalangan masyarakat. Selain sebagai tempat menikmati secangkir kopi, kedai kopi juga kerap menjadi tempat berkumpul bersama rekan dan kerabat terutama bagi konsumen usia muda. Namun demikian, kondisi pandemi mengubah drastis kondisi berbagai kedai kopi yang sebelumnya terbilang ramai menjadi sepi dan mengalami penurunan omset yang drastis. Pemberlakuan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) membuat sebagian kegiatan pasar menjadi berkurang akibatnya ekonomi masyarakat menjadi turun, maka dibutuhkanlah yang namanya strategi kreatif untuk menarik pelanggan. Kegiatan PBL ini bertujuan agar mahasiswa mendapatkan wawasan dan ilmu pengetahuan tentang cara menjadi wirausahawan yang sukses dan kedai kopi *Seventh Piston* dapat menemukan solusi terbaik dalam taktik menarik pelanggan lebih banyak dimasa pandemi. Objek dalam PBL ini adalah UMKM kedai kopi *Seventh Piston* yang berlokasi di Padang. PBL ini menerapkan metode eksplorasi yang menyerupai riset aksi. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini dengan teknik mengumpulkan data melalui *interview* serta mempelajari sumber-sumber yang relevan dari artikel jurnal peneliti terdahulu (*state of the art*) dan berita-berita. Hasil PBL menunjukkan bahwa keberanian, fokus, pantang menyerah dan terus ingin belajar merupakan langkah sukses yang membawa *Seventh Piston* menjadi seperti sekarang. Hasil PBL ini juga meningkatkan penjualan dan membantu kedai kopi *Seventh Piston* untuk dapat meningkatkan penjualan selama pandemi Covid-19.

Kata kunci: Strategi kreatif, kedai kopi, tempat berkumpul, kunci sukses, masa pandemic.

Diterima: 2021-12-13, Ditelaah: 2022-01-01, Disetujui: 2022-01-03

A. PENDAHULUAN

1. Analisis Situasi

Tanaman perkebunan yang memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi di antara tanaman perkebunan lainnya dan menjadi salah satu sumber penghasilan rakyat serta berperan penting sebagai sumber pendapatan devisa negara melalui ekspor serta menciptakan lapangan pekerjaan, pendorong agribisnis dan agroindustri serta pengembangan wilayah yaitu kopi. Di Indonesia perkembangan kopi mengalami

kenaikan produksi yang pesat. Produksi kopi di Indonesia tercatat dari tahun 2016 sampai 2018 cenderung mengalami peningkatan setiap tahun

Tahun 2016 sekitar 632,00 ribu ton, tahun 2017 meningkat 8,51% menjadi 685,80 ribu ton. Pada tahun 2018 turun 0,002% mencapai 685,79 ribu ton dibandingkan dengan tahun 2017 (Badan Pusat Statistik, 2018). Perkembangan produksi kopi dilatarbelakangi oleh gaya hidup masyarakat Indonesia yang cenderung menyukai kopi dan bahkan menjadikan konsumsi kopi sebagai gaya hidup. Hal ini yang memicu peningkatan bisnis kedai kopi.

Namun demikian, pandemi Covid-19 memberi pukulan yang keras terhadap berbagai sektor, termasuk sektor ekonomi. Laporan dari *Organisation for Economic Co-operation and Development* (OECD) menyatakan bahwa pandemi Covid-19 mempengaruhi perekonomian dari sisi penawaran dan permintaan. OECD juga menyebutkan UMKM memiliki dampak yang cukup signifikan terhadap kondisi pandemi ini (OECD, 2020).

Industri *food and beverage* menjadi salah satu yang memperoleh imbas dari kondisi pandemi yang berkelanjutan di sepanjang tahun 2019. Kebijakan-kebijakan pemerintah dalam membatasi pergerakan di masyarakat membuat para pelaku di industri ini harus *survive*. Salah satu UMKM yang menjadi sorotan dalam studi ini yaitu Kedai Kopi *Seventh Piston* Padang.

Kedai Kopi *Seventh Piston* mengadopsi konsep yang unik yaitu “*recycle*”, dimana 80% peralatan di sana berasal dari limbah yang didaur ulang. Tidak hanya menyajikan kopi dengan bahan baku yang berkualitas tinggi, mereka juga memikirkan tempat yang nyaman untuk pelanggan bisa berkumpul dengan nyaman. Konsep unik tadi sukses menjadi ciri khas *Seventh Piston* agar lebih mudah diingat oleh para pelanggannya.

Untuk setiap produk kopi yang mereka sajikan, *Seventh Piston* selalu menjaga kualitas mutu dari produk-produknya dengan memakai biji yang dibeli langsung dari petani serta diproses secara teliti. Mereka mengklaim bahwa proses pemanggangan biji kopi dilakukan dengan standar internasional oleh roaster yang berkompeten sehingga menjamin cita rasa yang konsisten saat diminum. Kedai kopi *Seventh Piston* memiliki pengalaman cukup sehingga mereka berhasil menemukan cara untuk menghasilkan produk berkualitas dan tempat yang nyaman dengan harga terjangkau.



Gambar 1. Tampilan Kedai Kopi *Seventh Piston* Padang

2. Permasalahan Mitra

Kegiatan PBL ini melibatkan UMKM kedai kopi *Seventh Piston*. Usaha yang dikelola oleh pria berumur 25 tahun sejak awal tahun 2019 ini, menawarkan berbagai macam kopi dan teh kekinian. *Seventh Piston* berlokasi di Jl. Samudera, Belakang Tangsi, Kec. Padang Barat, Kota Padang, Sumatera Barat. Selain menjual di tempat, *Seventh Piston* juga menawarkan produknya di Grabfood dan GoFood. Media pemasaran yang digunakan adalah Instagram. Meskipun aktif di Instagram, dan menyungung konsep unik, daya jual beli *Seventh Piston* masih belum optimal. Masalah-masalah yang ada yaitu rendahnya jumlah pengunjung yang datang. Kegiatan PBL ini bertujuan untuk membantu pelaku bisnis menemuka lebih banyak ide kreatif untuk menarik pelanggan serta dapat menambah wawasan mahasiswa tentang bagaimana cara memulai dan menjalankan suatu bisnis dengan menerapkan strategi kreatif.

3. Target dan Luaran

Recycle merupakan konsep unik yang diterapkan *Seventh Piston* untuk desain tepat. Dengan memanfaatkan 80% limbah daur ulang untuk membuat berbagai macam peralatan interior maupun eksterior mampu membuat *Seventh Piston* berbeda dari kedai kopi lainnya. Hal itu yang membuat mahasiswa ingin belajar dari pemilik *Seventh Piston* tentang bagaimana berani memulai bisnis dan berani berbeda dari pesaing.

Berdasarkan kegiatan survei tentang mempelajari seputar dunia kewiraswastaan dan mempelajari menjadi wirasuhawan yang sukses di UMKM *Seventh Piston*, maka yang menjadi target dan luaran adalah sebagai berikut:

- a. Melakukan penelitian dan penelaahan tentang awal dari berdirinya sebuah kewiraswastaan yang akhirnya bisa berdiri sampai saat ini.
- b. Melakukan penelitian dan penelaahan tentang strategi atau kiat seorang wirausahawan dalam menjalankan bisnisnya.
- c. Membantu *Seventh Piston* untuk mengoptimalisasi konsep unik di masa pandemi.

B. METODE PELAKSANAAN

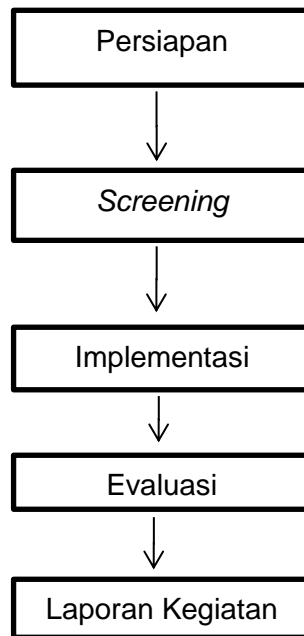
Kegiatan PBL ini menggunakan metode eksplorasi, menyerupai riset aksi, di mana melibatkan masalah, kebutuhan, dan perhatian praktis dunia nyata. Dimulai dari persiapan, *screening*, implementasi, evaluasi dan hasil akhir laporan kegiatan.

1. Objek PkM

Inklusi dan partisipasi praktisi sangat penting dalam riset aksi. Partisipan dalam kegiatan PBL ini adalah *Seventh Piston*, sebuah UMKM kedai kopi yang menyungung strategi kreatif dalam menjalankan usahanya. Konsep unik dipikirkan sendiri oleh pemilik. Meskipun pemilik secara kebetulan mengadopsi konsep unik yang tepat (yaitu *Recycle*), penerapan masih kurang optimal. Kurangnya promosi di media sosial membuat konsep untuk tadi hanya berputar di sekitar pelanggan tetap *Seventh Piston* saja. Ditambah akhir-akhir ini tidak adanya konsep baru yang membuat *Seventh Piston* tertinggal dari pesaing dengan bisnis yang sama.

2. Proses PBL

Tujuan dari kegiatan PBL yang menggunakan riset aksi adalah untuk memahami dunia nyata yang pada akhirnya membantu praktisi untuk memperbaiki praktik mereka (Ballantyne, 2004). Metode kegiatan PBL ini dimulai dari persiapan, screening, implementasi, evaluasi dan laporan kegiatan Gambar 2 menggambarkan kegiatan PKL ini. Implementasi kegiatan dapat diuraikan sebagai berikut:



Gambar 2. Proses PBL

3. Persiapan

Persiapan ini mencakup kegiatan dengan prosedur:

- a. Membentuk Kelompok pelaksana survei.
- b. Menyiapkan tema yang akan diangkat.
- c. Perumusan daftar kegiatan.

4. Screening

Setelah memaksimalkan kegiatan persiapan, *screening* kemudian menjadi agenda selanjutnya. Terdapat beberapa tahap yang dilakukan:

- a. Membawa alat berupa kamera, *tripod*, dan juga almamater kampus untuk dibawa ke lokasi
- b. Menyiapkan semua kebutuhan kegiatan seperti transportasi, dan kenang-kenangan.

5. Implementasi kegiatan

Kegiatan ini berkaitan dengan pelaksanaan survei dengan waktu yang telah terjadwal. Adapun rencana kegiatan yang ada:

- a. Menyatakan tujuan dan maksud dari kegiatan survei ini.
- b. Melakukan sesi tanya jawab dan pengamatan seputar kewiraswastaan yang dijalankan oleh wirausahawan tersebut.

c. Penutup (Dokumentasi dan Administrai)

6. Evaluasi

Kegiatan ini merupakan sebuah cara belajar mahasiswa dengan cara terjun langsung ke tempat objek yang dipelajari dan hal ini berguna dalam meyakinkan dan menambah wawasan mahasiswa.

6. Laporan Kegiatan

Dimulai dengan dosen pengampu memberikan ilmu dasar tentang kewiraswastaan, lalu pembentukan kelompok dan tema yang akan di jalankan di tempat objek kewiraswastaan tersebut. Langkah selanjutnya melakukan kunjungan lokasi dan menambah ilmu dan wawasan sesuai dengan tema survei yang telah ditetapkan. Selanjutnya, pembuatan laporan survei setiap melakukan kunjungan yang berisi ilmu-ilmu yang telah didapat pada kunjungan tersebut.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil dan Luaran yang Dicapai

Kegiatan survei lapangan yang dilakukan mahasiswa di *Seventh Piston* selama 6x kunjungan. Kegiatan ini terlaksana dengan tertib, baik dan lancar. Kegiatan ini merupakan pemenuhan silabus yang ada pada mata kuliah kewiraswastaan yang dijalankan bagi setiap mahasiswa, dimana keseluruhannya meliputi:

- a. Pendidikan dan pengajaran
- b. Tinjauan ke tempat objek penelitian
- c. Laporan hasil pengamatan

Survei pada kegiatan ini mengusung tema “Optimalisasi Konsep Unik UMKM Seventh Piston dalam Bertahan dan Berkembang agar Tetap Menjadi Pilihan Hang Out Kawala Muda di Masa Pandemi”. Tujuan dari kegiatan survei yaitu mencari tahu seputar wawasan dan ilmu pengetahuan cara menjadi wirausahawan yang sukses dengan menerapkan konsep unik. Pemahaman ini berguna bagi mahasiswa yang berminat dalam bidang kewiraswastaan.



Gambar 3. Interview dengan Pemilik

Luaran yang dicapai dari kegiatan ini adalah bertambahnya pemahaman UMKM dalam pentingnya pemahaman kiat menjadi wirausahawan agar bisa menjalankan bisnis walaupun ada beberapa resiko bisnis yang mungkin terjadi dimasa yang akan datang. Indikator keberhasilan dari kegiatan survei ini adalah diterimanya ide atau masukan yang diberikan mahasiswa kepada pemilik agar menambahkan *live music* pada usahanya.



Gambar 4. Alat Musik *Seventh Piston*

Kedatangan survei kami yang ketiga, telah melihat dampak dari penambahan *live music* yang awalnya *Seventh Piston* terlihat sepi walaupun sudah pada jam kunjungan akan tetapi setelah penambahan *live music* menjadi ramai dikunjungi.

D. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Keseimpulan yang dapat kami tarik yaitu, seorang wirausahawan adalah orang yang memiliki keberanian, tekad yang teguh dan selalu bisa memikirkan ide kreatif dalam memulai suatu hal yang beresiko tinggi. Ide-ide, motivasi dan kreatifitas membuat *Seventh Piston* bisa bertahan ditengah persaingan yang ketat dan dampak pandemi yang menyerang. Mahasiswa bisa memanfaatkan ilmu-ilmu yang diberikan oleh pemilik *Seventh Piston* yang bagi mahasiswa yang berminat menjadi wirausahawan.

2. Saran

Saran yang bisa diberikan kepada *Seventh Piston* adalah agar tetap bisa menambah ide-ide baru yang nantinya bisa mengikuti perubahan, agar tetap bertahan dan berkembang pada zaman ini.

E. REFERENSI

- Aidil Amin Effendy, D. S. (2020). Persepsi Mahasiswa Terhadap Kemampuan Dalam Mendirikan UMKM Dan Efektivitas Promosi Melalui Online Di Kota Tangerang Selatan. *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)* , 702-714.
- Hardilawati, W. L. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi & Ekonomika* , 89-98.
- Husni Awali, F. R. (2020). Urgensi Pemanfaatan E-marketing Pada Keberlangsungan UMKM di Kota Pekalongan di Tengah Dampak Covid-19. *Balance Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* , 1-14.
- Rais Agil Bahtiar, J. P. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap Perlambatan Ekonomi Sektor UMKM. *Bidang Ekonomi Dan Kebijakan Publik Info Syariah Kajian Singkat Terhadap Isu Aktual dan Strategis* , 19-24.
- Sudati Nur Sarfiah, H. E. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)* , 137-146.
- Suyanto, B. & Sutinah. 2007. Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan. Jakarta: Kencana.
- Thaha, A. F. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Brand* , 147-153.