

PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN DAN STRATEGI PEMASARAN PADA PENGELOLA KEDAI KOPI DI KECAMATAN SEMBALUN KABUPATEN LOMBOK TIMUR

Rusdan *), Rahman Dayani, Siti Nurmayanti, Bq Handayani Rinuastuti, Dwi Putra Buana Sakti.

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mataram

Jl Majapahit No.62 Kota Mataram, Provinsi Nusa Tenggara Barat

*) Alamat korespondensi: rusdan58@unram.ac.id

Abstrak

Kecamatan Sembalun merupakan salah satu dari 21 kecamatan di Kabupaten Lombok Timur, dan terdiri dari enam desa; Sembalun Bumbung, Sembalun Lawang, Sajang, Bilok Petung, Sembalun, dan Desa Sembalun Timba Gading. Kecamatan Sembalun memiliki potensi wisata yang sangat besar terutama wisata yang memanfaatkan alam. Pengembangan potensi wisata ini perlu ada upaya-upaya agar dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat, salah satu diantaranya adalah pelatihan Kewirausahaan dan strategi pemasaran pada pengelola kedai kopi. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan; meningkatkan pengetahuan pengelola kedai kopi di Kecamatan Sembalun dalam bidang Kewirausahaan dan strategi pemasaran, dan meningkatkan kemampuan dalam menilai posisi bisnisnya dengan mengenali kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman usahanya. Kegiatan pengabdian diawali berkoordinasi dengan berbagai pihak terkait khususnya penggagas kelompok kedai kopi, menyiapkan materi pelatihan, dan melaksanakan pelatihan Kewirausahaan dan Strategi Pemasaran. Setelah pelatihan dilaksanakan, tim melakukan pendampingan selama dua bulan. Kesimpulan yang dapat diambil dari kegiatan ini adalah; pelaksanaan pelatihan Kewirausahaan dan strategi pemasaran berjalan lancar sesuai rencana, keaktifan peserta saat pelatihan cukup tinggi terlihat dari suasana diskusi dan tanya-jawab yang aktif, tingkat kehadiran peserta termasuk tinggi 93 % yakni 14 orang dari 15 orang yang diundang, peserta juga bersedia menularkan pengetahuannya kepada rekan-rekan pelaku usaha kedai kopi yang tidak dapat hadir, pelaku usaha kedai kopi di Sembalun umumnya kurang profesional dalam mengelola usahanya, hal ini

terlihat dari kurangnya pemahaman tentang ilmu Kewirausahaan dan Strategi Pemasaran sebagaimana mestinya, terbatasnya tenaga ahli peracik kopi (barista) yang ada pada pengusaha kedai kopi, pelaku usaha kedai kopi di Sembalun belum memiliki asosiasi yang permanen, baru sebatas gagasan pembentukan kelompok yang dituangkan pada WAG dan itupun masih sebahagian dari pelaku usaha kedai kopi yang ada.

Kata kunci : Kewirausahaan, strategi pemasaran, kedai kopi

Abstract

Sembalun district is one of the twenty one districts in east Lombok regency which consist of six villages that are Sembalun Bumbung, Sembalun Lawang, Sajang, Bilok Patung, Sembalun, and Sembalun Timba Gading village, Sembalun district have a very big and good tourism potential especially in their nature tourism, the development of tourism potential in Sembalun must be required some efforts to improve the societies welfare and one of which is entrepreneurship training and marketing strategy at coffee shop manager, the aim of the community service activities is to increase the knowledge of coffee shop manager in Sembalun district in entrepreneurship and marketing strategy field and also to increase the ability to assess its business position by know the strength , weaknesses, chance, and their business threat, the service activities begin in coordination with many side especially the group initiator of the coffee shop, preparing the training material, carry out the entrepreneurship training and marketing strategy, after training conducted the team provide the assistance for two months and trough some activities done the conclusion taken from the carry out

the entrepreneurship training and marketing strategy is running smoothly based on the plan and the participant activity is quite high seen from the discussion and question answer also the attendance is quite high from 15 person become 14 person, the participant also were ready to share their knowledge to the other, commonly the ability of the coffee shop managers are less professional in manage their business this case was seen from lack of understanding of entrepreneurship and marketing strategy as well, the limited coffee blending expert in coffee shop manager, and also the coffee shop manager in Sembalun do not have a permanent association they have just an idea to form a group which is poured at WAG and that only done by some people not all.

Keyword : entrepreneurship, marketing strategy, coffee shop.

PENDAHULUAN.

Kecamatan Sembalun merupakan salah satu dari 21 kecamatan yang ada di Kabupaten Lombok Timur (Lombok Timur Dalam Anka 2020). Bersumber dari Kecamatan Sembalun Dalam Angka 2019) bahwa Kecamatan ini terdiri dari enam desa yang meliputi; Sembalun Bumbung, Sembalun Lawang, Sajang, Bilok Petung, Sembalun, dan Desa Sembalun Timba Gading.

Gambaran umum Kecamatan Sembalun (Kecamatan Sembalun Dalam Angka 2019), menunjukkan bahwa ; luas wilayah Kecamatan sembalun 217,08 km², jumlah penduduk 20.193 jiwa yang terdiri dari 9.743 laki-laki dan 10.450 perempuan, tingkat kepadatan 93,02 jiwa/km², dan jumlah rumah tangga sebanyak 5.963. Dari 20.193 jiwa ini 10.481 jiwa (usia 12-45 th) merupakan porsi penduduk katagori remaja awal, remaja akhir, dewasa awal, dan dewasa akhir (Katagori Umur Menurut Dinkes RI 2009).

Dilihat dari peruntukan lahan, secara umum terlihat bahwa; lahan sawah 1.155 ha, lahan pertanian bukan sawah 1.904 ha, dan lahan bukan pertanian 18.649 ha. Selanjutnya produksi rata-rata untuk tanaman perkebunan terpilih; kelapa 113 ton dan kopi 288 ton. Disisi lain, jumlah

penduduk yang bekerja berdasarkan golongan sektor pekerjaan terlihat bahwa; sektor pertanian (petani pemilik 2.494 orang, petani penggarap 946 orang, buruh tani 1.701 orang, peternak 597 orang), sektor non pertanian (pedagang 505 orang, angkutan 122 orang), sektor pemerintahan (PNS 72 orang, TNI 15 orang, Guru 82 orang, pensiunan empat orang, dan Bank/pegadaian satu orang).

Memperhatikan data rata-rata produksi perkebunan khususnya kopi sebanyak 288 ton / tahun, pekerjaan masyarakat untuk sektor non pertanian khususnya perdagangan sebanyak 505 orang, dan jumlah penduduk usia remaja sampai dewasa yang mencapai 10.481 jiwa atau sekitar 51,90 %, nampaknya berkorelasi dengan sektor pariwisata yang relatif menjanjikan untuk bisnis bidang kuliner khususnya kedai kopi di Kecamatan Sembalun. Kondisi ini sejalan dengan situasi akhir-akhir sekarang, dimana bisnis kedai kopi berkembang dengan pesatnya, termasuk yang ada di Kecamatan Sembalun. Hal ini terindikasi baik dari masyarakat Sembalun maupun wisatawan yang mulanya menikmati kopi instan dan kopi hitam plus gula di rumah kini telah bergeser ke kedai kopi dan menikmati aneka kopi dari mesin *espresso* plus makanan ringan lainnya.

Berdasarkan hasil observasi lapangan pada tanggal 17 Januari 2021 dan diskusi dengan pihak-pihak terkait seperti; petani kopi, pengusaha penginapan, pengelola kedai kopi, tokoh masyarakat Sembalun, dan pihak lain yang relevan , didapatkan beberapa informasi yang masuk katagori potensi maupun masalah sebagai berikut :

1. Terdapat 43 kedai kopi (Coffee shop) di Kecamatan Sembalun (Lampiran 8).
2. Umumnya mereka sebagai pengelola kedai kopi didorong oleh ketersediaan bahan baku dan melihat teman yang terlebih dahulu sukses mengelola kedai kopi tanpa mempertimbangkan skill (ikut-ikutan).
3. Pengelola kedai kopi, dari sisi usia umumnya termasuk katagori remaja awal sampai dewasa akhir (umumnya usia produktif)
4. Pengelola kedai kopi, umumnya memiliki kebun kopi-paling tidak punya orang tuanya (keterjaminan bahan baku).
5. Situasi saat observasi lapangan (17 Januari 2021), hanya beberapa yang beroperasi dalam situasi covid-19.

6. Kawasan Kecamatan Sembalun selain sebagai destinasi wisata, juga sebagai salah satu jalur pendakian ke Rinjani

Berdasarkan uraian di atas, terlihat bahwa bisnis kedai kopi di Kecamatan Sembalun memiliki posisi: (1) Kekuatan; Sembalun sumber supplier bahan baku kopi, kedai kopi umumnya dikelola oleh masyarakat umur produktif yang dinamis,

(2) Kelemahan; kualitas kopi yang beragam, keahlian dalam meracik kopi sebagian besar pengelola kedai kopi masih rendah, (3) Peluang; Sembalun sebagai destinasi

wisata, Sembalun menjadi salah satu jalur pendakian ke Rinjani, (4) Ancaman; banyak pengelola kedai kopi yakni 43 pengelola dan ini menjadikan persaingan ketat diantara mereka, situasi covid-19 yang masih menjadi ujian sehingga berkurangnya pengunjung.

METODE PELAKSANAAN

Untuk menjamin kelancaran kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat, tim melakukan kegiatan-kegiatan sebagai berikut :

- a. Melakukan koordinasi dengan LPPM Unram, BP2EB Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unram, dan Penggagas Kelompok pengelola kedai kopi Sembalun untuk persiapan pelatihan termasuk pendampingan. Kegiatan ini dilaksanakan dengan cara tatap muka dan tetap mengikuti protokol kesehatan.
- b. Menyiapkan materi pelatihan.
- c. Melaksanakan pelatihan; (1) Kewirausahaan yang meliputi; Kewirausahaan dan karakteristiknya, Ciri-ciri dan Sikap Mental Wirausaha, (2) Strategi pemasaran yang meliputi; Strategi Sustainable Competitive Advantage, Strategi Maximarketing, dan Strategi Persyaratan Mutu Seorang Penjual.
- d. Pendampingan selama dua bulan sesuai situasi dan tidak bersifat formal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Kegiatan koordinasi.

Pada tanggal 11 Juli 2021, tim pengabdian telah berkoordinasi dengan berbagai pihak terkait, seperti; tokoh masyarakat Kecamatan Sembalun, Penggagas Kelompok kedai kopi, dan pihak

terkait lainnya bahwa tim pengabdian Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unram akan melakukan pelatihan Kewirausahaan dan Strategi Pemasaran pada pengelola kedai kopi di Kecamatan Sembalun. Kemudian pada minggu pertama dan kedua Agustus 2021, tim pengabdian menyiapkan materi pelatihan sesuai yang terdapat di proposal pengabdian, yakni Kewirausahaan dan Strategi Pemasaran. Selanjutnya pada tanggal 17 Agustus 2021, berkoordinasi dengan penggagas kelompok kedai kopi Kecamatan Sembalun untuk menentukan ; tempat, waktu, dan jumlah peserta pelatihan. Hasil koordinasi ini disepakati bahwa; (a) tempat pelaksanaan kegiatan di Rinjani's Family Home Stay, (b) kegiatan pelatihan dilaksanakan pada hari Jumat, tanggal 20 Agustus 2021, (c) jumlah peserta 15 orang.

2. Kegiatan pelatihan.

Pelatihan dilaksanakan pada hari Jumat, tanggal 20 Agustus 2021, bertempat di Rinjani's Family Home Stay Sembalun. Kegiatan ini dihadiri oleh pengelola kedai kopi Kecamatan Sembalun dan tim pengabdian Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unram. Kegiatan ini dilaksanakan mulai pukul 19.30 Wita sampai selesai sekitar jam 23.30 dan diselingi ISOMA jam 19.30 – 20.30, dengan rangkaian kegiatan sebagai berikut :

a. Pembukaan.

Pembukaan oleh MC, selanjutnya diikuti sambutan dari salah seorang tim pengabdian, kemudian sambutan dari penggagas kelompok pelaku usaha kedai kopi Kecamatan Sembalun sekaligus membuka acara pelatihan secara resmi.



Gambar 1. Sambutan sekaligus pembukaan Pelatihan oleh penggagas kelompok kedai kopi kecamatan

- b. Melaksanakan pelatihan dengan materi; (1) Kewirausahaan yang meliputi; Kewirausahaan Dan Karakteristiknya, Ciri-

Ciri dan Sikap Mental Wirausaha, (2) Strategi Pemasaran yang meliputi; Strategi Sustainable Competitive Advantage, Strategi Maximarketing, dan Strategi Persyaratan Mutu Seorang Penjual (materi pelatihan lampiran 2a)



Gambar 2. Suasana diskusi / Tanya –jawab saat pelatihan berlangsung. oleh Tim Pengabdian

3. Kegiatan Pendampingan.

Pendampingan direncanakan selama dua bulan dan bersifat informal dan tidak terjadwal.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil pelaksanaan pengabdian, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat berupa pelatihan Kewirausahaan dan strategi pemasaran berjalan lancar sesuai rencana.
2. Keaktifan peserta saat pelatihan cukup tinggi terlihat dari suasana diskusi dan tanya-jawab yang hidup terutama karena materi yang didiskusikan sesuai dengan apa yang diperlukan untuk mengembangkan usahanya.
3. Tingkat kehadiran peserta sekitar 93 % yakni 14 orang dari 15 orang yang diundang.
4. Peserta juga bersedia menularkan pengetahuannya kepada rekan-rekan pelaku usaha kedai kopi yang kebetulan tidak dapat menghadiri kegiatan pelatihan.
5. Pelaku usaha kedai kopi di Sembalun umumnya kurang profesional dalam mengelola usahanya, hal ini terlihat dari kurangnya pemahaman tentang ilmu Kewirausahaan dan Strategi Pemasaran sebagaimana mestinya.

6. Terbatasnya tenaga ahli peracik kopi (barista) yang ada pada pengusaha kedai kopi.
7. Pelaku usaha kedai kopi di Sembalun belum memiliki asosiasi yang permanen, baru sebatas gagasan pembentukan kelompok yang dituangkan pada WAG dan itupun masih sebahagian dari pelaku usaha kedai kopi yang ada.

B. Saran-saran

Berdasarkan hasil pengabdian pada masyarakat ini ada beberapa saran yang perlu diperhatikan, yakni :

- a. Pelaku usaha kedai kopi Sembalun harus paham, menghayati dan mempraktikkan baik karakteristik bagi seorang wirausaha maupun persyaratan mutu seorang penjual sebagai pendorong untuk menjadi wirausaha yang sukses.
- b. Menerapkan beberapa komponen strategi keunggulan bersaing yang berkelanjutan (SCA) dengan cara :
 1. Strategi sinergi:
 - Mendiversifikasikan barang dagangan dengan produk lain selain core bisnis yang utama berupa minuman kopi dan komplemennya.
 - Memanfaatkan fasilitas secara bersama baik untuk core bisnis maupun produk diversifikasi lain.
 2. Strategi diferensiasi.
 - (a) Memperbanyak varian produk, baik dalam rasa maupun sistem penyajian.
 - (b) Menciptakan bahan baku yang menghasilkan produk dengan kualitas unggul.
 - (c) Tenaga teknis peracik kopi (barista) khususnya harus menggunakan pakaian sebagaimana seorang barista seharusnya.
3. Strategi Preemptive Move.

Pelaku usaha harus bergerak terlebih dahulu dari pesaing, dalam segala lini yang berkaitan dengan bisnis, seperti :

 - (a) kualitas kopi lebih baik.
 - (b) varian rasa lebih banyak.
 - (c) Pelayanan lebih baik
 - (d) Lokasi lebih menarik.
4. Menerapkan salah satu unsur model maximarketing, yakni maximized media exploration dengan cara :
 - (a) Pemanfaatan media social (WA, FB, IG, Line, dan lainnya).

- (b) Memanfaatkan marketplace paling tidak marketplace NTB Mall
5. Pelaku usaha kedai kopi di Sembalun perlu membentuk asosiasi yang permanen, sebagai sarana pengembangan usaha Bersama.

DAFTAR PUSTAKA

- David A Aaker, 1992, Strategic Market Management, Third Edition, John Wiley & Sons, inc.
- Kategori Umur Menurut Dinkes RI 2009.
- Kecamatan Sembalun Dalam Angka 2019.
- Lilik Agung AM, 1997, Strategi Bisnis, Marketing dan Manajemen, edisi pertama, penerbit Andi Yogyakarta.
- Lombok Timur Dalam Angka 2020.
- Sadono Sukirno, dkk, 2004, Pengantar bisnis, edisi pertama, penerbit Kencana Prenadamedia Group.
- Sotar Baduara S & Sabar Martin S, 1984, Salesmanship Suatu Ilmu Dan Seni Untuk Menjadi Penjual Yang Sukses, Edisi Pertama, Penerbit Akademi Presindo, Jakarta.