

Meningkatkan Pengetahuan Inovasi UMKM Kedai Kopi, Tanjung Priok Di Jakarta Utara

Virgo Simamora

Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta

virgosimamora@gmail.com

ABSTRAK

Rendahnya pemahaman inovasi dan manfaatnya merupakan kelemahan UMKM yang mempengaruhi kemampuannya mengeksploitasi peluang di pasar kedai kopi yang sedang berkembang pesat di Indonesia. Oleh karena itu, memberikan pendampingan yang berfokus pada inovasi adalah penting bagi UMKM, karena inovasi berpengaruh positif terhadap minat beli pelanggan. Pada tanggal 4 Agustus 2022, telah dilaksanakan kegiatan pendampingan inovasi kepada UMKM kedai kopi yang berlokasi di Jakarta Utara. Terdapat 9 UMKM kedai kopi yang berpartisipasi dalam program pendampingan tersebut. Materi pendampingan difokuskan pada inovasi kedai kopi dan teknik brewing kopi. Dalam kegiatan pendampingan, penyampaian materi dilakukan dengan metode seminar dan metode role-play. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masing-masing metode berhasil meningkatkan pengetahuan UMKM warung kopi tentang inovasi.

Keywords : inovasi, UMKM, role-play

ABSTRACT

The poor understanding of innovation and its benefits is the weakness of MSMEs that affects their ability to exploit the growing market of coffee shops in Indonesia. Therefore, mentorship in innovation is important for MSMEs, as innovation impacts customers' purchase intentions. On August 4, 2022, mentoring for innovation was provided to MSME coffee shops in North Jakarta. Nine MSME coffee shops participate in this mentoring program. The content mentoring is focused on innovation in coffee shops and coffee brewing techniques. In mentoring activities, both seminar and role-playing techniques are used to deliver the content. The results show that each method is successful in improving coffee shop MSMEs' knowledge of innovation.

Keywords: innovation, MSMEs, role-play

PENDAHULUAN

UMKM kedai kopi adalah salah unit usaha yang menjadi perhatian pemerintah belakangan ini karena jumlahnya meningkat dengan pesat. Menurut Toffin (2019), jumlah UMKM kedai kopi meningkat signifikan dalam 3 tahun terakhir, yaitu dari 1950 gerai pada tahun 2016 menjadi 2950 gerai pada tahun 2019. Demikian pula, jumlah produksi kopi menunjukkan peningkatan yang tajam yaitu dari 3,3 juta @ 60 kilogram pada tahun 2010 menjadi 5 juta kantong @ 60 kilogram pada tahun 2020 (International Coffee Organization (ICO), 2020), Sama halnya, jumlah produksi kopi Indonesia meningkat yaitu dari 717.962 ribu ton tahun 2017 menjadi 765,415 ribu ton tahun 2021. Fakta – fakta tersebut menjelaskan bahwa ada peluang yang tinggi di industri kedai kopi yang dapat dieksploitasi oleh UMKM. Melalui kemampuannya berinovasi, UMKM memiliki peluang untuk mengeksploitasi peluang. Hasil penelitian Wijaya dan Simamora (2022) menjelaskan bahwa ada pengaruh kapabilitas inovasi terhadap keunggulan bersaing UMKM di industri kuliner.

Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM adalah bahwa berdasarkan hasil survey lapangan yang dilakukan sebelum PKM dilaksanakan bahwa dari 9 UMKM yang diobservasi, 100% belum memiliki pemahaman yang baik tentang inovasi dan penerapannya. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM perlu mendapatkan pendampingan tentang pengetahuan inovasi dan penerapan untuk meningkatkan daya saingnya. Kemampuan berinovasi ditunjukkan dengan kemampuan menciptakan produk berkualitas dan produk unik serta membuat harga produk menjadi lebih murah (Slater, 2013; Amoako et al, 2021). Oleh karena itu, kapabilitas berinovasi adalah sumber daya perusahaan yang *valuable* karena mempengaruhi kemampuan perusahaan mengeksploitasi peluang yang ada di dalam pasar (Wu dan Chen, 2016) dan berdampak pada kinerja perusahaan (Naala et al., 2017; Donkor et al., 2018).

Pemahaman teoritis tentang kapabilitas inovasi menjelaskan bahwa kapabilitas inovasi adalah kapabilitas *valuable* yang terbukti dapat meningkatkan minat konsumen membeli minuman kopi dari UMKM kedai kopi. Dengan pengetahuan inovasi, UMKM kedai kopi tergerak untuk berinovasi sehingga dapat menciptakan minuman

kopi yang berkualitas dengan cita rasa yang unik serta harga yang lebih murah.

Berangkat dari kondisi tersebut, pelaksana bersama mahasiswa melakukan kegiatan pengabdian masyarakat yang bertema : Meningkatkan Pengetahuan Inovasi UMKM Kedai Kopi, Tanjung Priok, Jakarta Utara, 2022”. Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat adalah untuk meningkatkan pemahaman UMKM kedai kopi tentang inovasi dan pentingnya berinovasi dan berdampak pada peningkatan minat beli konsumen pada UMKM kedai kopi.

METODE

Tema kegiatan disesuaikan dengan permasalahan yang dihadapi UMKM yaitu rendahnya pengetahuan UMKM tentang inovasi dan penerapannya pada industri minuman kopi dan jasa layanan kedai kopi. Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 4, Agustus 2022 di Lantai 6, Gedung Perkuliahan Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta. Sasaran kegiatan yaitu adalah (1) UMKM kedai kopi yang beroperasi di Tanjung Priok, Jakarta Utara yang berjumlah 9 UMKM. Target kegiatan adalah meningkatnya tingkat pengetahuan UMKM terhadap inovasi menunjukkan peningkatan setelah kegiatan PKM dilaksanakan; (2) Mahasiswa peserta mata kuliah Pengantar Administrasi Bisnis. Diharapkan kepekaan mahasiswa terhadap lingkungan sosial semakin meningkat melalui keikutsertaan mahasiswa dalam kegiatan PKM.

A. Metode penyampaian materi mencakup :

1. Seminar

Kegiatan diawali dengan seminar tentang pemahaman produk dan layanan kedai kopi. Produk mencakup produk fisik yang disediakan oleh kedai kopi yang mencakup minuman kopi dengan rasa yang unik, cangkir/gelas, fisik kedai kopi yang mencakup kursi, meja, pelayan dan barista. Jasa dapat mencakup layanan (kecepatan, kebersihan, keramahan dan atmosfer yang diciptakan guna mendapatkan pengalaman minum kopi yang menyenangkan; inovasi sebagai sumber keunggulan bersaing. Kegiatan seminar disertai dengan tanya jawab, diskusi dan case study of Seeclues Café.

Gambar 1. Penyampaian materi tentang bisnis kedai kopi



2. Role-Play

Role-play penyuguhan kopi dilakukan oleh tim Kedai Kopi Seeclues. Kegiatan role play berfokus pada peningkatan pemahaman UMKM terhadap alat- alat penting dalam proses pembuatan kopi, pengenalan biji kopi Arabica dan Robusta serta perbedaannya, proses penyuguhan kopi dan teknik menyeduh kopi .

Gambar 2. Role Play Teknik Seduh Kopi dan Peralatannya



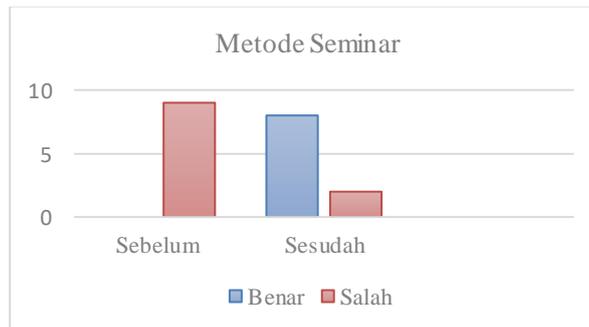
B. Keberhasilan

Indikator keberhasilan

Kegiatan seminar telah dilaksanakan dengan baik. Terdapat 9 UMKM kedai kopi yang berpartisipasi dalam kegiatan ini. Tujuan kegiatan adalah untuk meningkatkan pemahaman UMKM kedai kopi tentang inovasi, pentingnya berinovasi dan dampaknya pada minat beli konsumen terhadap UMKM kedai kopi. Indikator keberhasilan diukur dari hal - hal sebagai berikut (1) meningkatnya pengetahuan UMKM tentang bisnis kedai kopi; (2) meningkatnya pengetahuan UMKM tentang inovasi minuman kopi; (3) meningkatnya pengetahuan UMKM kedai kopi tentang

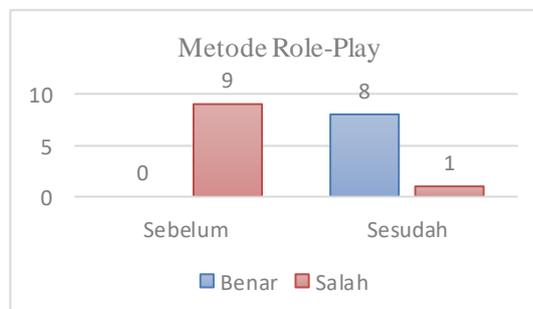
inovasi layanan. Kepada 9 UMKM diberikan pertanyaan dan diperoleh hasil sebagai berikut :

Gambar 3. Metode Seminar



Demikian pula, kegiatan role-play telah berjalan dengan baik. Tujuannya adalah untuk meningkatkan pemahaman UMKM kedai kopi terhadap teknik penyeduhan kopi yang inovatif. Indikator keberhasilan diukur dari hal - hal sebagai berikut (1) meningkatnya pemahaman UMKM terhadap (1) peralatan yang digunakan untuk menyeduh kopi; (2) teknik menyeduh kopi yang kreatif; (3) proses penyeduhan kopi; (4) aneka biji kopi. Kepada 9 UMKM diberikan pertanyaan dan diperoleh hasil sebagai berikut :

Gambar 4. Metode Role-play



Hasil evaluasi menunjukkan bahwa baik metode seminar maupun metode role-play efektif meningkatkan pengetahuan UMKM terhadap inovasi. Hal ini dapat dilihat dari semakin bertambahnya jumlah jawaban yang benar dari 9 pertanyaan yang diajukan sebelum dan sesudah kegiatan mentoring dilakukan.

KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan PKM dosen bersama mahasiswa bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan UMKM kedai kopi tentang inovasi telah selesai dilaksanakan. Seluruh kegiatan telah berjalan lancar. Manfaat pelatihan yang diperoleh peserta yaitu meningkatnya pengetahuan UMKM tentang bisnis kedai kopi dan teknik menyeduh kopi yang dapat menghasilkan kopi yang berkualitas. Hasil analisis data menjelaskan bahwa ada perbedaan peningkatan pengetahuan UMKM kedai kopi sebelum dan sesudah kegiatan dilaksanakan. Dengan meningkatnya tingkat pengetahuan UMKM kedai kopi tentang inovasi, diharapkan UMKM kedai kopi termotivasi untuk memanfaatkan terus berinovasi dalam kegiatan usahanya. Dengan berinovasi, diharapkan setiap UMKM memiliki satu produk unggulan yang unik dan/atau atmosfer yang unik yang memungkinkan konsumen menikmati pengalaman minum kopi yang unik.

ACKNOWLEDGMENT

Tim kegiatan pengabdian kepada masyarakat mengucapkan terimakasih kepada UMKM kedai kopi yang telah mengikuti kegiatan pendampingan, nara sumber, *Seeclues Café* yang telah memandu kegiatan *role play*.

DAFTAR PUSTAKA

Amoako, G. K., Doe, J. K., & Neequaye, E. K. (2021). Online innovation and repurchase intentions in hotels: the mediating effect of customer experience. *International Hospitality Review*. <https://doi.org/10.1108/ihr-02-2021-0008>

Benachenhou, S. M., Guerrich, B., & Moussaoui, Z. (2018). The effect of packaging elements on purchase intention: A case study of Algerian customers. *Management Science Letters*, 8(4). <https://doi.org/10.5267/j.msl.2018.2.004>

Slater, S. F., Mohr, J. J., & Sengupta, S. (2014). Radical product innovation capability: Literature review, synthesis, and illustrative research propositions. *Journal of product innovation management*, 31(3), 552-566. <https://doi.org/10.1111/jpim.12113>

Wu, S. I., & Chen, Y. J. (2014). The impact of green marketing and perceived innovation on purchase intention for green products. *International Journal of Marketing Studies*, 6(5), 81. <http://dx.doi.org/10.5539/ijms.v6n5p81>

Wijaya, L. D., & Simamora, V. (2022). Pengaruh Kapabilitas Teknologi Informasi Dan Kapabilitas Inovasi Terhadap Strategi Dan Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing Umkm Kuliner. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, 7(1), 51-65. <https://doi.org/10.38043/jiab.v7i1.3474>

https://www.google.com/search?q=Menurut+Toffin+%282019%29%2C+jumlah+UMK+M+kedai+kopi+meningkat+signifikan+dalam+3+tahun+terakhir&sxsrf=ALiCzsbrMJVurfy69UAvpKaA6kET9YR9Dg%3A1662612511245&ei=H3QZY4TRDpfE3LUP2-2N-AY&ved=0ahUKEwjE3IahsoT6AhUXIrcAHdt2A28Q4dUDCA0&oq=Menurut+Toffin+%282019%29%2C+jumlah+UMKM+kedai+kopi+meningkat+signifikan+dalam+3+tahun+terakhir&gs_lcp=Cgdnd3Mtd2l6EAw6BwgjEOoCECdKBAhBGABKBAhGGABQuhRYuhRguyZoAXABeACAATqIA TqSAQExmAEOAEB0AECsAEKwAEB&sclient=gws-wiz

https://www.google.com/search?q=%28international+coffee+organization+%28ico%29%2C+2020%29%2C+produksi+kopi+meningkat+di+indonesia+2016+-+2019&sxsrf=ALiCzsabe2SDb3GK8Z-IPWEwmqVNO1B25A%3A1662612686586&ei=znQZY-K8I9Cf3LUP3tKh6A8&ved=0ahUKEwji29T0soT6AhXQD7cAHV5pCP0Q4dUDCA0&oq=%28international+coffee+organization+%28ico%29%2C+2020%29%2C+produksi+kopi+meningkat+di+indonesia+2016+-+2019&gs_lcp=Cgdnd3Mtd2l6EAxKBAhBGABKBAhGGABQAFgAYAB0AHABeACAAQCIAQCSAQCYAQA&sclient=gws-wiz