

Pendampingan Usaha Kecil dan Menengah Kafe Futago dalam Bertahan di Situasi Pandemi Covid-19

Clara Angelin Halim, Diandra Geremia, Fernando Hiero, Laurensia Felia Hidayat, Muhammad Ilham Naufal, Samahir Salsabila, Vincentius Jason Sebastian Ng, Wisnu Dwi Prasetya, *Reinardus Adhiputra Suryandaru
Universitas Prasetiya Mulya, Indonesia

ABSTRAK

Pertama-tama, kami, Kelompok B143, ingin mengucapkan rasa syukur kami kepada Tuhan Yang Maha Esa, Dosen Pembimbing Kelompok, dan Desk of Community Development yang selalu membantu kami hingga kami berhasil menyelesaikan masa pendampingan mitra melalui program Community Development yang telah kami jalankan selama 6 bulan ini. Kali ini Desk of Community Development menugaskan seluruh kelompok untuk membuat sebuah jurnal artikel terkait masa pendamping kami dengan mitra selama Community Development berlangsung, dan topik yang dipilih bebas tergantung kesepakatan kelompok dan dosen pembimbing. Setelah berdiskusi dengan dosen, kami sepakat untuk memilih topik "Pendampingan Usaha Kecil dan Menengah Kafe Futago dalam Bertahan di Situasi Pandemi Covid-19". Pada jurnal artikel ini, kami ingin memberikan pemahaman terkait program apa saja yang kami jalankan bersama mitra agar bisnis mitra dapat bertahan di masa pandemi COVID 19 ini. kami juga akan menambahkan analisis terhadap beberapa jurnal online yang akan jadikan data support bahwa program-program yang kami lakukan memang berguna untuk meningkatkan bisnis mitra.

Kata Kunci: Analisis, Pandemi, Program, Meningkatkan, Bertahan.

Supporting Futago Café, a Small and Medium-Sized Enterprise, in Surviving the COVID-19 Pandemic

ABSTRACT

First of all, we, B143 Group, would like to give thanks to God, Faculty Member, and Desk of Community Development who always support us so we can successfully complete our Community Development Program after all these 6 months that have passed. This time, the Desk of Community Development assigned us to make a Journal Article, We are free to choose the topic of the journal depends on what we have done since the beginning of the Community Development Program. We, B143 Group, after we discussed with the faculty member, we chose to pick a topic about "Supporting Our Comdev Partner, Futago Cafe, So That They Could Survive in This COVID 19 Pandemic Time". In this journal article, we would like to give insight about what programs that we have made to support our partner so that their business can survive within this pandemic time. We also will add some online journals analysis that will support the fact that our programs will support our partner's business.

Keywords: Analysis, Pandemic, Program, Support, Survive.

*Penulis Koresponden

Email : reinardus.suryandaru@prasetiyamulya.ac.id

Alamat : Jl. BSD Raya Utama, Kec. Pagedangan, Tangerang,
Banten



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

PENDAHULUAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat merupakan kegiatan sosial yang dilakukan oleh Universitas Prasetiya Mulya setiap tahunnya untuk membantu mengembangkan usaha-usaha terutama yang merupakan UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah). Untuk membantu UMKM yang ada di Indonesia, maka Universitas Prasetiya Mulya membuat program Community Development dalam bentuk Pengabdian Kepada Masyarakat. Dimana mahasiswa Universitas Prasetiya Mulya dengan pengetahuan yang telah dipelajari, ditugaskan untuk mempraktekan pengetahuan tersebut pada kehidupan nyata, sekaligus untuk membantu UMKM yang ada menyelesaikan masalah yang mereka miliki.

Mahasiswa dari berbagai jurusan yang ada di Universitas Prasetiya Mulya dibagi kedalam kelompok menjadi sebuah builder. Masing-masing builder ditugaskan untuk membantu UMKM di daerah yang berbeda-beda. Kelompok kami mendapatkan mitra yang berada di daerah Cipanas, Cianjur. Usaha mitra kami, Teh Wulan, merupakan usaha kafe yang menyediakan makanan dan minuman yang sudah berjalan selama 4 tahun.

Selama 4 tahun terakhir, mitra kami telah mengubah konsep bisnis yang dimiliki mulai dari Warung Sate dimana pada awalnya mitra kami memiliki warung sate yang berjalan dengan cukup lancar. Namun, lama-kelamaan mitra kami mulai merasa bahwa partner yang ia miliki mulai kehilangan fokus sehingga mitra kami berinisiatif memutuskan untuk menghentikan partnership yang ada. Kemudian, mitra kami membuka Warung Bakso. Seiring dengan berjalannya warung bakso, mitra kami mulai memiliki ide-ide untuk menu-menu lain yang menurutnya memiliki potensi yang cukup baik sehingga pada akhirnya mitra kami dengan bantuan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dimiliki oleh Universitas Prasetiya Mulya pada tahun 2019, menciptakan Kafe Futago.

Mitra kami ingin memiliki sebuah kafe dengan nuansa rumahan dimana ia tidak hanya menjual bakso, tetapi juga menjual berbagai macam makanan dan minuman lain. Setelah mitra kami dibantu oleh kelompok PKM setahun yang lalu, penjualan kafe Futago cukup lancar. Namun, pada awal tahun 2020 adanya pandemi Covid-19 membuat mitra kami harus menutup kafe selama beberapa bulan dan setelah membuka kembali, penjualan menjadi sangat sepi dan akhirnya kelompok kami melanjutkan dan bekerjasama untuk menyelesaikan masalah dan juga mengembangkan potensi yang ada.

Meskipun mitra kami telah memiliki konsep baru, mitra kami masih memiliki kendala dimana dengan adanya Pandemi Covid-19 ini membuat penjualan yang dimiliki jatuh secara signifikan. Menurut mitra kami, selain adanya pandemi, mitra kami juga kesulitan dalam menentukan pemasaran kafe, dan juga beberapa masalah terkait dengan keuangan dimana mitra kami tidak melakukan pencatatan terkait dengan keuangan. Sehingga, melalui masalah-masalah yang ada ini kami berusaha untuk membuat strategi untuk menyelesaikan masalah tersebut.

METODE PELAKSANAAN

Pendampingan usaha kecil dan menengah kafe Futago Dalam bertahan di situasi pandemi Covid-19 ini, kami melakukan beberapa analisa untuk mengetahui kondisi bisnis mitra yang akan kami dampingi. Pada awalnya kami melakukan *in-depth interview* dengan mitra kami yaitu Bu Wulandari Sutihat. Wawancara ini kami lakukan untuk mengetahui kondisi mitra kami. Setelah kami melakukan wawancara, kami merangkainya dengan menggunakan teori *swot analysis* guna mendapatkan informasi mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari bisnis mitra kami. Selain wawancara, kami menggunakan metode media sosial dan internet. Berikut merupakan hasil *swot analysis* yang telah kita lakukan.

Tabel 1
Identifikasi SWOT Produsen Futago Cafe

<i>Strength</i>	<i>Weakness</i>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi kafe dekat dengan pintu masuk villa & SMK. 2. Harga yang terjangkau. 3. Sudah menjadi mitra GrabFood. 4. Suasana kafe yang tenang. 5. Desain kafe yang <i>homey</i>. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Belum ada sesuatu yang unik dari cafe. 2. Lokasi yang agak menjorok kedalam dari jalan utama. 3. Tidak adanya <i>sign board</i> Futago. 4. Media sosial yang belum berjalan. 5. <i>Brand awareness</i> yang belum sebagus Lentera kopi. 6. Pembukuan yang belum berjalan. 7. Ukuran cafe yang kecil.
<i>Opportunity</i>	<i>Threat</i>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Masuknya delivery online seperti GrabFood memudahkan Futago mendapatkan konsumen dengan jangkauan lebih luas. 2. Media sosial yang ada dapat memudahkan Futago untuk melakukan pemasaran. 3. Peningkatan wisatawan dari luar kota dapat meningkatkan peluang Futago mendapatkan konsumen yang lebih beragam. 4. Perkembangan <i>software</i> untuk pembukuan dapat memudahkan Futago melakukan pembukuan. 5. Bisnis kopi yang sedang menjamur di Indonesia. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pandemi Covid-19 membuat masyarakat menjaga jarak dan lebih takut untuk keluar rumah. 2. Kondisi ekonomi di tengah pandemi Covid-19 membuat daya beli menurun. 3. Kompetitor yang sudah memanfaatkan media sosial untuk pemasaran. 4. Kompetitor yang sudah memiliki konsep <i>brand</i> yang lebih jelas dan ciri khas masing-masing. 5. Munculnya kafe-kafe baru selama pandemi dengan konsep yang mirip. 6. Bisnis kopi lokal yang semakin menjamur sehingga persaingan semakin ketat.

Sumber: Data Diolah

Setelah mengidentifikasi SWOT yang dimiliki oleh mitra kami, tim penulis melakukan observasi selama 1 bulan dengan berinteraksi langsung dengan mitra melalui media *online*. Dengan melakukan observasi langsung, kami dapat merumuskan berbagai permasalahan yang dimiliki oleh mitra. Setelah menemukan permasalahan yang kita ingin selesaikan dengan segera, tim penulis melakukan riset baik secara kualitatif maupun kuantitatif, dan menyusun strategi berdasarkan hasil riset tersebut. Kami juga merujuk pada teori yang sudah diperoleh. Tim penulis juga memperoleh data pendukung dari berbagai media seperti jurnal dan artikel. Terdapat 3 strategi yang kami rancang dan terapkan selama pendampingan kami, yaitu meningkatkan proses marketing melalui media sosial, melakukan proses marketing secara *offline*, bergabung di aplikasi grabfood dan grabmart, penentuan harga jual, peluncuran produk serta peralatan baru, dan meningkatkan proses *packaging* produk.

a. Meningkatkan Proses Marketing melalui Media Sosial.

Alternatif yang kami berikan adalah pemasaran dengan menggunakan media sosial. Media sosial yang digunakan adalah Instagram yang terhubung dengan Facebook, sehingga dapat terfokus dalam satu media sosial. Pada media sosial instagram, kami telah melakukan pembuatan pada akun Futago secara mandiri dan melakukan *postingan* secara rutin setiap minggu sebanyak 3 kali untuk mempromosikan produk dari Futago disertai dengan desain yang menarik. Selain itu melalui facebook, kami telah bergabung ke beberapa forum kuliner yang berdomisili di daerah Cianjur dan telah melakukan *mem-posting* promosi produk dari Futago yang diharapkan masyarakat Cianjur akan tertarik untuk membeli produk dari Futago.

b. Melakukan Proses Marketing secara Offline

Pada media sosial facebook, pemasaran dapat dilakukan melalui beberapa forum mengenai makanan dan minuman di daerah Cianjur melakukan Marketing secara *Offline*. Selain melakukan marketing secara *online* melalui media sosial seperti facebook maupun instagram, kami juga telah mencoba untuk menawarkan marketing secara *offline*. Proses pemasaran secara *offline* ini ditujukan agar mampu menarik banyak pelanggan baru di daerah sekitaran Futago, jika marketing secara *online* dapat menarik perhatian pelanggan dari daerah yang dijangkau jauh dari Futago. Adapun marketing secara *offline* ini kami tawarkan dengan melakukan pembuatan *banner* yang telah dipasang di pinggir jalan sekitar Futago serta pembuatan brosur yang menarik.

c. Join Grabfood/Gofood (karena sedang menghadapi pandemi)

Futago Cafe sendiri telah terdaftar sebagai salah satu *merchant Grab Food*. Namun, akibat pandemi yang membuat Ibu Wulan menutup baik Cafe maupun pemesanan online dari Grab selama berbulan-bulan membuat pemesanan online ketika dibuka kembali menjadi sangat sepi. Sehingga kami ingin membantu untuk memperbagus tampilan *Grab Food Cafe* dengan menambahkan foto-foto produk sehingga tampilan menjadi lebih menarik dan diharapkan akan menarik perhatian calon pelanggan juga menambah tingkat pemesanan *Grab Food Cafe* dan juga melalui kenaikan tingkat pemesanan juga akan menambahkan profit yang didapatkan oleh Ibu Wulan. Selain itu, dengan adanya *Grab Food* tentunya akan meningkatkan lagi tingkat penjualan saat

keadaan normal menjadi lebih banyak lagi yang tentunya akan meningkatkan keuntungan Ibu Wulan.

d. Penentuan Harga Jual

Penentuan harga jual merupakan salah satu indikator yang diperlukan untuk menarik pelanggan dalam membeli produk dari Futago. Pada solusi ini, kami telah mencoba untuk menawarkan harga yang sesuai dengan pasar dan tentunya yang bersahabat dengan kondisi perekonomian serta daya beli masyarakat di sekitar Futago. Penentuan harga jual ini kami tawarkan langsung terhadap masing-masing produk Futago secara langsung maupun melalui aplikasi Grabfood yang diharapkan harga tersebut mampu menarik banyak perhatian dari pelanggan untuk membeli produk dari Futago.

e. Peluncuran Produk serta Peralatan Baru

Peluncuran produk baru dalam hal ini bertujuan agar Futago memiliki inovasi dalam perilsan produk yang tentunya membuat produk Futago unik jika dibandingkan dengan usaha kuliner selain Futago pada daerah yang sama. Mengingat bahwa produk Futago sebelumnya terlihat memiliki kemiripan dengan produk dari banyak tempat kuliner yang lain dan masih berada satu daerah yang sama dengan Futago. Oleh karena itu untuk menghadapi persaingan bisnis tersebut, kami mencoba untuk menawarkan pembuatan produk yang baru pada Futago seperti kopi jelly, mie jelly, dll. Selain itu kami juga menawarkan untuk melakukan pengadaan terhadap peralatan baru yang dinilai dapat membantu Ibu Wulan untuk membuat produk secara efektif seperti pengadaan kompor portable, dll.

f. Meningkatkan Proses *Packaging* Produk.

Pada hal ini kami juga membantu untuk melakukan *packaging* pada produk yang ditujukan agar pengemasan tersebut agar dapat membuat ketertarikan pada desain produk yang tersedia oleh para pelanggan. Adapun *packaging* tersebut kami lakukan dengan melakukan pembuatan logo baru untuk Futago serta pembuatan stiker yang menarik untuk dipasang pada tiap produk dan hal yang lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembuatan Menu Baru

Dalam pelaksanaan PKM yang dilakukan oleh kelompok terhadap kafe Futago, mitra kelompok merupakan seorang pengusaha UMKM yang memiliki ide yang cemerlang dan pintar. Kelompok dan mitra berhasil mendiskusikan apa yang harus dilakukan untuk tetap menghasilkan uang dimana supaya bisa membiayai kebutuhan dan gaya hidup keluarga. Kelompok dan mitra akhirnya memutuskan untuk membuat menu baru untuk cafe Futago dimana selama periode PKM berhasil merilis menu baru yaitu kopi jelly, suki, indomie sultan, mie jelly dan lain-lain. Seiring jalannya waktu mitra juga berdagang produk sampingan yaitu *pastry* dan berhasil mengambil kesempatan momentum untuk menjual kurma coklat pada saat bulan ramadhan. Menu-menu tersebut dibuat dengan tujuan untuk menambah variasi menu dalam cafe futago supaya futago bisa menjadi kafe yang lebih menarik serta usaha tersebut bisa menghasilkan keuntungan yang lebih banyak dalam jangka waktu kedepan.

Pemasaran

Kelompok menemukan adanya masalah dalam cafe Futago yaitu masalah branding dan marketing yang belum terbentuk dan dilaksanakan secara sempurna. Kelompok akhirnya berdiskusi untuk melakukan planning marketing untuk cafe Futago serta produk-produk yang dijualnya dimana supaya mitra dapat belajar dan mengikuti planning yang telah dirancang oleh kelompok. Kelompok juga memberikan edukasi terhadap mitra soal pembuatan landing page instagram dan cara melakukan advertisement di *social media* supaya cafe Futago dapat meningkatkan awareness untuk brandnya dan akhirnya bisa menjadi brand yang dikenal di masyarakat Cianjur dan akhirnya bisa meningkatkan sales untuk cafe tersebut. Dengan adanya edukasi dan juga strategi *planning marketing* yang dilakukan oleh kelompok, diharapkan agar mitra dapat mengerti konsep *branding* dan marketing serta bisa menggunakan plan yang telah dirancang untuk jangka waktu kedepan. Hal itu tentu saja akan membuat mitra menjadi pengusaha yang lebih baik dan sukses untuk jangka waktu kedepan.

Finansial

Selama ini, mitra sering mengalami masalah dan kebingungan atas arus kas dalam usahanya yang tidak jelas dan mengaku bahwa terkadang tidak tahu kemana uang tersebut dihabiskan. Dengan itu, kelompok memiliki solusi yang baik untuk mitra yaitu adalah menggunakan sistem POS dalam transaksi jual beli antara *customer* supaya penjualan dapat tercatat dengan rapi di sistem dan bisa membantu mitra mengetahui semua transaksi yang telah terjadi. Kelompok juga membantu mitra memberikan edukasi untuk melakukan pembukuan dan pencatatan yang benar dan secara rutin agar kendala yang dihadapi oleh mitra bisa teratasi dan usaha mitra bisa berjalan dengan aman dan lancar. Kelompok pun juga memberikan edukasi tentang pengaturan arus kas dalam cafe Futago dimana mitra diajarkan agar bisa menggunakan uang yang ada dengan cara yang efektif dan efisien supaya *cost* yang dikeluarkan untuk operasi dan jalannya usaha tersebut bisa tetap terjangkau dan mitra juga bisa memaksimalkan profit atau keuntungan yang akan diterima untuk jangka waktu kedepan.

Education & Sharing

Kelompok dalam keseharian melakukan meeting melakukan komunikasi yang baik dengan mitra agar bisa tercapai sebuah relasi yang baik. Kami semua melakukan sharing pengalaman masing-masing serta juga menceritakan informasi-informasi yang berguna dalam bentuk edukasi agar masing-masing dari kelompok dan juga mitra dapat mempelajari hal tersebut dan bisa menerapkannya di kehidupan masing-masing. Edukasi-edukasi tersebut tentu saja berdasarkan pengalaman yang telah dialami oleh individu kelompok dan juga mitra yang bisa memberikan gambaran pengalaman baik dan buruk yang bisa menjadi pembelajaran untuk masing-masing individu. Hal tersebut seperti pengalaman usaha dari pihak kelompok, pengalaman memilih vendor dan bahkan pengalaman pribadi tentang kehidupan sehari-hari. Hal itu membuat pihak kelompok dan pihak mitra bisa bertumbuh bersama dan tentu saja saling mendapatkan pembelajaran yang penting untuk kehidupan kita selanjutnya.

SIMPULAN

Dari perencanaan program yang telah kami susun yang bertujuan untuk membantu mitra kami yaitu Ibu Wulan, dimana program tersebut kami susun karena ingin menyelesaikan berbagai permasalahan pada mitra kami seperti kurangnya *marketing* dalam hal promosi, harga jual serta produk yang cenderung monoton dengan produk dari bisnis tempat makan yang lain. Maka dapat kami simpulkan bahwa hasil dari program yang telah kami terapkan kepada mitra maka usaha bisnis dari mitra kami berhasil meningkatkan proses marketing seperti meluncurkan menu baru yang inovatif, meramaikan promosi secara *online* maupun *offline*, hingga keuangan yang menjadi lebih teratur seperti pengadaan sistem POS yang memudahkan mitra untuk melakukan pencatatan dari arus kas penjualan dan tentu nya hal tersebut tidak lepas dari pemberian edukasi mengenai strategi bisnis dari *builder* terhadap mitra. .

DAFTAR PUSTAKA

- Moorman, C., & Rust, R. T. (1999). The Role of Marketing. *Journal of Marketing*, 63(4),180-197
- Georgellis, Y., Joyce, P., & Woods, A. (2000). Entrepreneurial action, innovation and business performance: the small independent business. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 7(1). 7 - 17.