
INOVASI PRODUK, STOK OPNAME DAN PEMASARAN PADA COFFE SHOP BELI KOPI DALAM MENINGKATKAN DAYA TARIK KONSUMEN

I Dewa Made Endiana^{1,*}, Putu Desi Wulandari²

^{1,2}Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

*Email: dewaendiana@unmas.ac.id

ABSTRAK

UMKM merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan serta dalam pembangunan nasional. Inovasi dapat diartikan sebagai suatu kegiatan atau proses berpikir manusia yang bertujuan untuk menemukan sesuatu yang baru dalam rangka masukan, proses dan keluaran sehingga memberi manfaat bagi kehidupan manusia. Inovasi produk adalah produk atau layanan baru yang diperkenalkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan pasar. Pemasaran merupakan (marketing) merupakan kegiatan transaksi pertukaran nilai yang dimiliki oleh masing-masing pihak, misalnya pertukaran produk yang dimiliki. Pemasaran adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempromosikan suatu produk atau layanan yang mereka miliki. Tujuan dari pemasaran adalah menciptakan nilai bagi pelanggan dan memfasilitasi pertukaran antara perusahaan dan konsumen. Pemasaran melibatkan berbagai aktivitas, seperti pengiklanan, penjualan, dan pengiriman produk ke konsumen atau perusahaan lain. Pentingnya perubahan strategi pemasaran menjadi semakin mendesak bagi perusahaan agar dapat tetap kompetitif dan mencapai keberhasilan dalam pemasaran. Pertumbuhan teknologi informasi dan internet telah secara dramatis mengubah cara individu mencari, memilih, dan berinteraksi dengan merek dan produk.

Kata Kunci: UMKM, Inovasi Produk, Pemasaran Produk Pada Era Digital

ANALISIS SITUASI

Kondisi era digital telah menyaksikan kemajuan signifikan di berbagai aspek kehidupan, menuju arah yang semakin terdigitalisasi (Zis et al., 2021). Keberadaan era digital memiliki potensi besar untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat, termasuk dalam ranah ekonomi (Tartila, 2022). Pentingnya perubahan strategi pemasaran menjadi semakin mendesak bagi perusahaan agar dapat tetap kompetitif dan mencapai keberhasilan dalam pemasaran. Pertumbuhan teknologi informasi dan internet telah secara dramatis mengubah cara individu mencari, memilih, dan berinteraksi dengan merek dan produk. Perubahan signifikan terjadi dalam kebiasaan konsumen, di mana sekarang mereka cenderung melakukan penelitian produk secara online sebelum melakukan pembelian. Media sosial dan mesin pencari digital menjadi sarana utama bagi konsumen untuk membaca ulasan, membandingkan produk, dan mendapatkan rekomendasi sebelum mengambil keputusan pembelian.

UMKM merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan serta dalam pembangunan nasional. UMKM berpotensi menggerakkan kegiatan ekonomi masyarakat sekaligus menjadi tumpuan sumber pendapatan sebagian besar masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraan (Inayah, 2019). UMKM merupakan salah satu pilar pertumbuhan ekonomi bagi negara sehingga harus memperoleh kesempatan utama, dukungan, perlindungan dan pengembangan seluas-luasnya sebagai wujud keperpihakan terhadap ekonomi rakyat. Kewirausahaan yaitu peranan kata dari entrepreneurship dalam bahasa Inggris, kata entrepreneur berasal dari bahasa Prancis yakni *entreprende* yang berarti petualang, pengambil risiko, kontraktor, pengusaha (Orang yang mengusahakan pekerjaan tertentu), dan pencipta yang menjual hasil ciptaannya. (Alia Akhmad, 2021). Kewirausahaan merupakan suatu kemampuan kreatif dan inovatif dalam menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda yang dijadikan dasar, kiat dalam usaha atau perbaikan hidup. Hakikat dasar dari kewirausahaan adalah kreativitas dan keinovasian. (Petinggen et al., 2022). Maka dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan merupakan suatu upaya yang dilakukan seseorang dengan mengandalkan ide kreatif serta strategi untuk menciptakan lapangan kerja melalui usaha guna memperbaiki kualitas hidup. Serta kewirausahaan juga memiliki tujuan antara lain menumbuhkan rasa percaya diri dalam berinovasi, meningkatkan perekonomian, menciptakan lapangan kerja dengan mendirikan usaha-usaha.

Kata inovasi berasal dari Bahasa Inggris yaitu *innovation* yang berarti “perubahan”. Inovasi dapat diartikan sebagai suatu kegiatan atau proses berpikir manusia yang bertujuan untuk menemukan sesuatu yang baru dalam rangka masukan, proses dan keluaran sehingga memberi manfaat bagi kehidupan manusia. Inovasi produk adalah produk atau layanan baru yang diperkenalkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan pasar. (Pamungkas et al., 2022). Selain inovasi produk, stok opname atau manajemen persediaan menjadi faktor penting dalam operasional coffee shop. Pengelolaan stok yang baik memastikan ketersediaan bahan baku yang optimal, menghindari kehabisan stok yang dapat mengurangi kepuasan pelanggan, serta mencegah pemborosan yang berdampak pada efisiensi biaya.

Menurut Harman Malau (2017:45), pemasaran merupakan (marketing) merupakan kegiatan transaksi pertukaran nilai yang dimiliki oleh masing-masing pihak, misalnya pertukaran produk yang dimiliki. Pemasaran adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempromosikan suatu produk atau layanan yang mereka miliki. Tujuan dari pemasaran adalah menciptakan nilai bagi pelanggan dan memfasilitasi pertukaran antara perusahaan dan konsumen. Pemasaran melibatkan berbagai aktivitas, seperti pengiklanan, penjualan, dan pengiriman produk ke konsumen atau perusahaan lain. Selain itu, pemasaran juga melibatkan segmentasi pasar, pengenalan produk, dan pengembangan strategi penjualan untuk mencapai tujuan perusahaan. Menurut Miguna Astuti dan Agni Rizkita (2020:22), strategi

pemasaran adalah upaya memasarkan suatu produk baik itu barang atau jasa dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi. Menurut Marisa Grace, Ahmad Syarief, dkk (2021:9), strategi pemasaran dapat diartikan sebagai rangkaian upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka mencapai tujuan tertentu, karena potensi untuk menjual proporsi tertentu terbatas pada jumlah orang yang mengetahui hal tersebut.

PERUMUSAN MASALAH

Adapun perumusan masalah dari terlaksananya kegiatan pengabdian ini, adalah sebagai berikut:

1. Pemilik Usaha Beli Kopi kurang memahami dalam menginovasikan produk kopi dalam varian baru.
2. Karyawan Usaha Beli Kopi masih melakukan stock opname manual masih menggunakan sistem manual pada pencatatan penjualan yang menyebabkan terjadinya keterlambatan dalam pengelolaan data penjualan.
3. Pemilik Usaha Beli Kopi kurang memahami dalam pemasaran melalui media *digital* berupa sosial media belum terlaksana dengan baik.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Berdasarkan uraian permasalahan diatas, maka solusi yang diberikan pada kegiatan pengabdian masyarakat adalah sebagai berikut:

1. Memberikan pelatihan dan pendampingan kepada mitra dalam pembuatan inovasi produk baru dalam membuat varian menu kopi.
2. Memberikan pelatihan dan pendampingan kepada seluruh karyawan dalam pembuatan sistem stock opname dengan menggunakan microsoft excel.
3. Memberikan pelatihan dan pendampingan kepada mitra dalam kepada mitra dalam pembuatan media sosial tiktok serta pengelolaan sosial media tiktok sebagai media promosi untuk meningkatkan daya tarik konsumen.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan yang digunakan dalam kegiatan inovasi produk, stock opname dan pemasaran pada coffe shop Beli Kopi dalam meningkatkan daya Tarik konsumen: pertama pada tahap persiapan, tim pelaksanaan menyiapkan bahan dan juga media yang akan digunakan. Kedua, pada tahap pelaksanaan, tim pelaksana melakukan yakni: wawancara dengan pihak terkait, melakukan observasi dan menyusun program kerja, merancang proposal untuk program kerja yang akan dilaksanakan, melakukan pertemuan dan meminta ijin untuk melaksanakan program kerja tersebut pada atasan, serta pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat, memberikan informasi dan juga memberikan solusi mengenai permasalahan yang terjadi. Ketiga, pada tahap evaluasi: tim melakukan evaluasi yang bertujuan untuk mengetahui efektivitas dari pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini; penyusunan laporan pengabdian masyarakat; serta pelaksanaan kegiatan pengabdian

masyarakat selesai. Metode pendekatan yang digunakan untuk menyelesaikan persoalan masyarakat dalam kegiatan inovasi produk, stock opname dan pemasaran pada coffe shop Beli Kopi dalam meningkatkan daya Tarik konsumen: memberikan pelatihan dan pendampingan kepada mitra dalam pembuatan varian produk kopi serta melakukan pelatihan dan pendampingan kepada karyawan dalam menggunakan Microsoft excel sebagai stock opname dalam usaha Beli Kopi, Memberikan pelatihan dan pendampingan kepada mitra dalam pembuatan akun media sosial tiktok serta pengelolaan akun sosial media tiktok sebagai media promosi untuk meningkatkan daya Tarik konsumen Usaha Beli Kopi.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan kegiatan pengabdian masyarakat dengan tema kegiatan inovasi produk, stock opname dan pemasaran pada coffe shop Beli Kopi dalam meningkatkan daya Tarik konsumen yang beralamat di Jalan Letda Tantular No. 31 Kota Denpasar, berjarak kurang lebih 3,2 km dari institusi pengusul (Universitas Mahasaraswati Denpasar). Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan di Usaha Beli Kopi pada tanggal 24 Februari 2025 hingga tanggal 7 April 2025. Kegiatan pengabdian masyarakat inovasi produk, stock opname dan pemasaran pada coffe shop Beli Kopi dalam meningkatkan daya Tarik konsumen merupakan kegiatan tim. Adapun tim yang terlibat di dalamnya berjumlah dua orang.

Hasil yang dicapai dalam penelitian ini adalah pelaksanaan kegiatan ini telah terealisasi sepenuhnya. Topik kegiatan ini adalah inovasi produk, stock opname dan pemasaran pada coffe shop Beli Kopi dalam meningkatkan daya Tarik konsumen. Setelah dilakukan kegiatan pengabdian masyarakat ini dengan beberapa program kerja yang dilaksanakan mengenai Memberikan pelatihan dan pendampingan kepada mitra dalam pembuatan varian produk kopi, Memberikan pelatihan dan pendampingan kepada karyawan dalam pembuatan stock opname menggunakan microsot excel serta Memberikan pelatihan dan pendampingan kepada mitra dalam pembuatan akun media sosial tiktok serta pengelolaan akun sosial media tiktok sebagai media promosi untuk meningkatkan daya Tarik konsumen Usaha Beli Kopi, maka dapat dilihat dari peningkatan atau perubahan lebih baik yang dialami mitra. Adapun peningkatan atau perubahan yang dimaksud adalah sebagai berikut:

Program kerja pertama dalam kegiatan ini adalah pemilik Usaha Beli Kopi dapat memahami tata cata dalam pembuatan inovasi varian menu kopi baru, supaya para konsumen lebih tertarik untuk datang kesana karena adanya varian menu baru dari Usaha Beli Kopi dan realisasi ketercapaian program kerja mencapai 100%. Berikut disajikan dokumentasi pembuaatan varian menu baru pada Gambar 1 berikut.



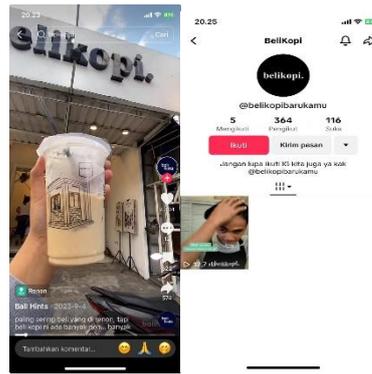
Gambar 1. Dokumentasi Pembuatan Varian Menu Baru

Program kerja kedua dalam kegiatan ini adalah pemilik Usaha Beli Kopi dapat melakukan sistem pencatatan barang masuk secara sederhana dengan menggunakan Microsoft Excel dan digital sehingga pencatatannya menjadi lebih cepat, tertata, aman serta pencatatan menjadi lebih optimal, dengan realisasi ketercapaian program kerja mencapai 100%. Berikut disajikan dokumentasi sistem pencatatan barang secara sederhana dengan menggunakan Microsoft Excel dan digital pada Gambar 2 berikut.



Gambar 2. Dokumentasi Sistem Pencatatan Keuangan Sederhana Menggunakan Microsoft Excel dan Digital

Program kerja ketiga dalam kegiatan ini adalah pemilik dan karyawan dari Usaha Beli Kopi dapat memahami tata cara dalam pembuatan akun sosial media, mampu dalam melakukan pembuatan konten serta memiliki kemampuan untuk mengelola akun sosial media sehingga pembeli mengetahui jika kita memiliki varian produk-produk baru dari usaha Beli Kopi, karena pemasaran dari sosial media dilakukan dengan baik dan realisasi ketercapaian program kerja mencapai 100%. Berikut disajikan dokumentasi pembuatan akun sosial media pada Gambar 3.



Gambar 3. Dokumentasi Pembuatan Akun Sosial Media

Dalam pelaksanaan di lapangan terdapat beberapa faktor pendukung maupun faktor penghambat yang kami alami. Hal tersebut sangat wajar dialami dalam kondisi apapun ketika memasuki dunia pekerjaan. Adapun faktor pendukung keberhasilan kegiatan pengabdian masyarakat tersebut, sebagai berikut: adanya dukungan penuh terhadap kegiatan pengabdian masyarakat dari pemilik pada Usaha Beli Kopi; antusias, kerjasama, dan komunikasi serta semangat yang ditunjukkan oleh pemilik pada Usaha Beli Kopi dalam mengikuti setiap program kerja yang dibuat; tersedianya fasilitas pendukung yang memadai dalam melaksanakan kegiatan. Sedangkan faktor penghambat yang dihadapi selama pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada kegiatan Teknik Pengembangan Pada UMKM Usaha Beli Kopi adalah usaha yang dijalankan tergolong usaha yang sudah lama berdiri, namun masih perlu banyak informasi maupun inovasi mengenai usaha tersebut. Selain itu keterbatasan dari pemilik kurang memahami dengan sosial media, sehingga hal tersebut menghambat untuk memperkenalkan berbagai program kerja dengan mitra

Partisipasi dan dukungan dari Supervisor pada usaha Belli Kopi dalam pelaksanaan kegiatan inovasi produk, stock opname dan pemasaran pada coffe shop Beli Kopi dalam meningkatkan daya Tarik konsumen sangat baik. Hal ini terbukti pada saat kegiatan berlangsung hingga penyusunan laporan, pemilik dan karyawan senantiasa membantu peneliti dalam memberikan segala informasi mengenai apa saja yang peneliti butuhkan dan terlihat dari kemampuan dan kemauan pemilik dan karyawan setelah menerima sosialisasi untuk mempraktikan dan merealisasikan mengenai hal-hal yang diberikan dengan baik dan antusias. Dalam pelaksanaannya pemilik dan karyawan yang mengikuti sosialisai mampu bekerja sama sehingga program kerja dapat terealisasikan. Dengan adanya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, diharapkan mampu memberikan dampak yang positif terkait dengan permasalahan komunikasi yang ada pada Usaha Beli Kopi..

KESIMPULAN DAN SARAN

Selama berlangsungnya program kegiatan pengabdian masyarakat ini, sangat banyak pengalaman dan ilmu pengetahuan yang penulis dapatkan. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut: Kegiatan pengabdian ini yang dilakukan oleh tim

pengabdian masyarakat direspon dengan baik dan semua yang terlibat seperti pemilik dan karyawan sangat antusias dalam memahami sosial media dan sistem digitalisasi laporan pencatatan barang secara sederhana. Kemudian pemilik dan karyawan juga berantusias dalam pembuatan akun sosial media tiktok Usaha Beli Kopi Dari semua kegiatan dan telah dirancang dan dilaksanakan mendapatkan hasil kesimpulan bahwa pelaksanaan pengabdian masyarakat yang penulis laksanakan yakni Inovasi Produk, Stock Opname, dan Pemasaran pada coffe shop Beli Kopi dalam meningkatkan Daya Tarik Konsumen.

Berdasarkan hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan, maka penulis memberikan saran yang diharapkan dapat menjadi masukan, yaitu: melakukan promosi melalui media sosial dan pencatatan penjualan melalui sistem digitalisasi secara berkala. Kemudian bagi mahasiswa harus bisa menjaga nama baik diri sendiri maupun Universitas Mahasaraswati di tempat pelaksanaan pengabdian masyarakat dengan cara mengikuti seluruh peraturan yang diterapkan di perusahaan tempat pengabdian masyarakat masing-masing.

DAFTAR PUSTAKA

- Hastuti, P., Nurofik, A., Purnomo, A., Hasibuan, A., Aribowo, H., Faried, A. I., ... & Simarmata, J. (2020). *Kewirausahaan dan UMKM*.
- Hastuti, W., & Riofita, H. (2024). Strategi Pemasaran Menggunakan Fitur Shopee Live Streaming Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Daya Tarik Konsumen. *Jurnal Inovasi Pendidikan*, 6(2).
- Maria, V., Nurkhalida, L., & AL, S. U. A. (2024). Analisis Faktor-Faktor Yang Dapat Mempengaruhi Inovasi Umkm Dalam Meningkatkan Daya Saing Produk Lokal. *MASMAN Master Manajemen*, 2(2), 01-07.
- Widodo, Z. D., Umiyati, H., Adriansyah, T. M., Yudawisastra, H. G., Sudirman, A., Sintha, L., ... & Aryani, L. (2022). *Kewirausahaan & Manajemen Usaha Kecil*. Penerbit Widina.
- Yasotha, Y., Lumbantungkup, R., Siregar, M., Indriati, A., Azhari, Z., & Busra, A. D. (2024). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA CAFE OX COFFEE MEDAN. *Jurnal Multidisiplin Sosial dan Humaniora*, 1(1), 8-16.