

STRATEGI PENINGKATAN PENJUALAN KOPI DI TENGAH MARAKNYA JENIS KOPI KEKINIAN PADA MASA PANDEMI COVID-19

Sagung Oka Pradnyawati¹⁾, Ni Made Ria Pitasari²⁾

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email: sagungoka@unmas.ac.id

ABSTRAK

Pandemi Covid-19 yang menyerang di Indonesia mengakibatkan banyaknya pengusaha yang mengalami penurunan produktivitas dan jumlah penjualan yang menurun. Hal ini terjadi karena kurangnya strategi dalam meningkatkan penjualan salah satunya di bidang kopi. Kopi Soe adalah sebuah usaha jaringan kedai kopi yang berdiri sejak tahun 2018. Saat ini Kopi Soe telah memiliki lebih dari 250 cabang di Indonesia dan salah satunya yaitu Kopi Soe Gatot Subroto. Akibat pandemi covid-19 membuat penjualan kopi menurun dan banyaknya pebisnis yang membuka kedai kopi. Oleh karena itu, pentingnya pebisnis/pengusaha menganalisis dan membuat beberapa strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan. Penentuan strategi pemasaran merupakan faktor pendukung dalam meningkatkan omset penjualan pada Kopi Soe Gatot Subroto. Strategi yang dapat dilakukan untuk memaksimalkan pemasaran produk dan meningkatkan penjualan seperti 1) Memberikan diskon pada produk-produknya, 2) Melakukan promosi dengan sosial media, 3) Mengedepankan pelayanan yang ramah dan sopan baik secara langsung maupun tidak langsung. Pandemi Covid-19 adalah faktor penghambat dalam meningkatkan penjualan di bidang makanan dan minuman. Selain menentukan strategi dalam meningkatkan penjualan, pengusaha juga tetap memperhatikan protokol kesehatan demi kelancaran penjualan di masa pandemi seperti sekarang ini.

Kata kunci: Strategi, Marketing, Covid-19

ANALISIS SITUASI

Kopi Soe adalah sebuah usaha jaringan kedai kopi yang berdiri sejak tahun 2018. Kopi Soe telah memiliki lebih dari 250 cabang di Indonesia termasuk di Bali. Kopi Soe telah berkembang menjadi salah satu kedai kopi dengan cabang terbanyak di Indonesia dengan pengalaman serta ciri khas yang baik dan mampu bersaing di pasar Nasional.

Dalam situasi memburuknya kondisi ekonomi global akibat pandemi ini, virus corona turut

menekan dunia usaha di Indonesia khususnya para pedagang dan pebisnis yang salah satunya yaitu Kopi Soe. Saat ini, tantangan yang dihadapi sektor makanan dan minuman semakin bertambah akibat terjadinya Pandemi Covid-19, yang mengakibatkan lambatnya kegiatan usaha para pelaku usaha makanan dan minuman dikarenakan hal-hal seperti, menurunnya penjualan akibat pandemi karena terbatasnya waktu dan tempat untuk dine in, terjadinya perubahan perilaku di lingkungan

kerja dengan adanya pelaksanaan kewajiban protokol kesehatan.

Program pengabdian ini merupakan implementasi dari Tri Dharma Perguruan Tinggi sebagai bentuk upaya antara dosen maupun mahasiswa untuk memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan. Adapun program yang akan digunakan upaya mengoptimalkan dan meningkatkan produktivitas pada sektor makanan dan minuman pada kedai kopi yaitu Kopi Soe di masa pandemi Covid-19 ini adalah marketing (promosi), pelaksanaan, pendampingan, dan pengontrolan.

Dalam perkembangan yang pesat ini, hampir setiap orang mengandalkan teknologi sebagai sarana dalam menjalankan aktivitasnya, salah satunya yakni kegiatan pemasaran. Pemasaran produk atau layanan menggunakan saluran digital untuk menjangkau konsumen disebut pemasaran digital. Tujuan utamanya adalah untuk mempromosikan brand melalui berbagai bentuk media digital. Pemasaran digital melampaui pemasaran internet dan mencakup saluran yang tidak perlu menggunakan Internet (Patron et al.,2018).

PERUMUSAN MASALAH

Pandemi Covid-19 yang terjadi saat di Indonesia, memberikan dampak buruk pada segala sektor usaha masyarakat khususnya di Bali. Salah satunya yaitu pada sektor makanan dan minuman pada Kopi

Soe Gatot Subroto yang mengalami penurunan produktivitas dan penjualan akibat pandemi Covid-19. Dampak pandemi Covid-19 yang terjadi, mengakibatkan perubahan perilaku di lingkungan bekerja, menurunkan produktivitas dan penjualan. Oleh karena itu, perlu dilakukan usaha untuk dapat meningkatkan nilai produktivitas serta penjualan pada sektor makanan dan minuman di masa pandemi Covid-19.

Perusahaan ini bergerak dibidang makanan dan minuman yaitu proses pembuatan minuman kopi dengan ciri khas dari Kopi Soe itu sendiri. Selain kopi, Kopi Soe juga menghadirkan beberapa menu baru dan menu cemilan untuk melengkapi sajian kopinya. Tujuan dibuatnya menu - menu baru serta cemilan ini adalah untuk menambah variasi menu dan menarik minat pembeli. Menu-menu baru ini dibuat berdasarkan ciri khas Kopi Soe dan mampu bersaing di pasar Nasional. Selain itu, untuk dapat bertahan ditengah pandemi seperti saat ini, Kopi Soe harus melakukan cara lain untuk mengoptimalkan dan meningkatkan penjualan pada masa pandemi Covid-19 ini.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan dengan Pimpinan Kopi Soe Gatot Subroto beserta karyawan dan beberapa pelanggan Kopi Soe, dapat dikemukakan permasalahan yang dihadapi saat ini yaitu strategi dan kegiatan apa saja yang dapat dilakukan oleh Kopi Soe Gatot Subroto dalam mengoptimalkan dan

meningkatkan penjualan di masa pandemi Covid-19?

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi, solusi yang diberikan penulis untuk upaya mengoptimalkan dan meningkatkan penjualan pada Kopi Soe Gatot Subroto di masa pandemi covid-19, adalah sebagai berikut:

1. Memperkenalkan digital marketing dengan mempromosikan produk di media sosial seperti instagram, tokopedia, whatsapp dalam meningkatkan jumlah minat konsumen.
2. Pembuatan iklan promosi untuk meningkatkan penjualan Kopi Soe.
3. Mensosialisasikan bahaya Covid – 19 dan pentingnya protokol kesehatan di masa pandemi Covid – 19 ini.

Target yang dihasilkan

Target yang dapat dihasilkan dari penerapan strategi tersebut yaitu Meningkatkan strategi marketing digital pada kedai Kopi Soe untuk menunjang peningkatan penjualan serta menerapkan pentingnya protokol kesehatan di masa pandemi covid – 19.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di Kopi Soe Gatot Subroto, Denpasar Utara pada tanggal 27 Februari s/d 9 April 2022 yang dilakukan dengan 3 metode

pelaksanaan yaitu marketing/promosi, pelatihan dan pendampingan. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dimulai dengan mempersiapkan tema promosi yang akan dilaksanakan karena ini sangat menentukan pelanggan tertarik terhadap produk yang akan dipasarkan. Selanjutnya yaitu membuat strategi digital marketing, dimana strategi ini bisa dipromosikan melalui instagram, whatsapp, dan aplikasi merchant lainnya serta bisa juga melalui influencer yang membantu untuk mempromosikan produk-produk Kopi Soe. Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan dengan selalu menggunakan masker setiap melakukan aktivitas pekerjaan, menggunakan hand sanitizer setelah melaksanakan kegiatan terutama setelah berhadapan dengan pelanggan.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Permasalahan yang dihadapi yaitu menurunnya penjualan kopi dan banyaknya pesaing bisnis yang membuka kedai kopi. Kegiatan ini telah dilaksanakan dengan lancar dan berhasil ditingkatkan melalui kegiatan – kegiatan marketing dan strategi-strategi yang telah disusun. Tujuan dari kegiatan pengabdian ini untuk meningkatkan penjualan serta produktivitas pada usaha Kopi Soe Gatot Subroto ini. Adapun secara rinci mengenai tahapan kerja dan realisasi pencapaian kerja dalam kegiatan Strategi Peningkatan Penjualan Kopi Di Tengah Maraknya

Jenis Kopi Kekinian Pada Masa Pandemi Covid-19 yaitu:

Adapun data informasi terkait partisipasi pimpinan dan karyawan dalam kegiatan pengabdian pada tabel 1.

Tabel 1
Tahapan Program Kerja

No.	Uraian Kegiatan	Indikator Keberhasilan	Hasil yang di
1.	Identifikasi masalah masyarakat	Identifikasi masalah	Identifikasi masalah yang dihadapi masyarakat di lingkungan sekitar.
2.	Penelitian awal	Identifikasi masalah	Penelitian awal mengenai masalah yang dihadapi masyarakat di lingkungan sekitar.
3.	Identifikasi lokasi masalah	Identifikasi masalah	Identifikasi lokasi masalah yang dihadapi masyarakat di lingkungan sekitar.
4.	Identifikasi lokasi	Identifikasi masalah	Identifikasi lokasi masalah yang dihadapi masyarakat di lingkungan sekitar.

Adapun informasi terkait realisasi pencapaian program kerja pada tabel 2.

Tabel 2

No.	Uraian Kegiatan	Indikator Keberhasilan	Hasil yang di
1.	Identifikasi masalah masyarakat	Identifikasi masalah	Identifikasi masalah yang dihadapi masyarakat di lingkungan sekitar.
2.	Penelitian awal	Identifikasi masalah	Penelitian awal mengenai masalah yang dihadapi masyarakat di lingkungan sekitar.
3.	Identifikasi lokasi masalah	Identifikasi masalah	Identifikasi lokasi masalah yang dihadapi masyarakat di lingkungan sekitar.
4.	Identifikasi lokasi	Identifikasi masalah	Identifikasi lokasi masalah yang dihadapi masyarakat di lingkungan sekitar.

Adapun faktor pendukung keberhasilan dari kegiatan pengabdian masyarakat adalah

1. Pimpinan dan karyawan yang sangat mendukung dan

membantu kegiatan ini berlangsung.

2. Adanya dukungan dari aplikasi merchant serta media sosial seperti instagram dan tokopedia untuk membantu kelancaran kegiatan ini.
3. Adanya dukungan dari para influencer karena telah bersedia membantu kegiatan ini berjalan dengan baik.

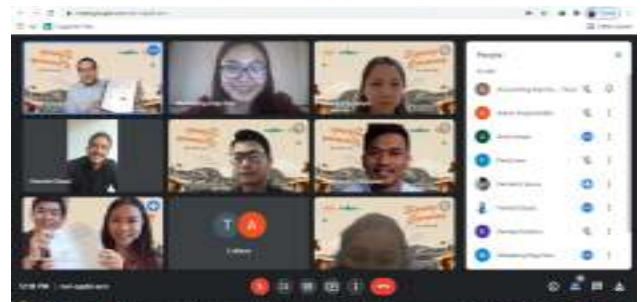
Sedangkan faktor penghambat kegiatan pengabdian masyarakat adalah terhambatnya sistem pada jaringan dan lambatnya konfirmasi dari para influencer serta eror pada sistem aplikasi merchant.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Menurut Bala & Verma, (2018) profesional pemasaran harus benar-benar memahami kampanye dan program pemasaran sosial online dan memahami cara melakukannya secara efektif dengan indikator pengukuran kinerja serta peningkatan penjualan. Tujuan utama penggunaan pemasaran untuk organisasi adalah untuk membangun hubungan yang memuaskan dengan pelanggan yang menguntungkan konsumen dan produsen.

Upaya mengoptimalkan dan meningkatkan nilai penjualan Kopi Soe Gatot Subroto ini dilakukan dengan kegiatan digital marketing atau promosi kepada pelanggan

tentang strategi-strategi promosi untuk mengoptimalkan dan meningkatkan penjualan serta meningkatkan jumlah pelanggan pada Kopi Soe Gatot Subroto di masa pandemi. Setelah kegiatan marketing atau promosi dilakukan, selanjutnya akan dilakukan perencanaan jadwal terhadap strategi yang akan dijalankan. Apabila jadwal sudah ditentukan, maka dilakukan pelaksanaan kegiatan dan pendampingan terhadap kegiatan tersebut agar berjalan dan dapat tercapainya tujuan dari strategi tersebut.



Pelaksanaan kegiatan yang dilakukan oleh pihak Kopi Soe Gatot Subroto yang pertama yakni mempersiapkan tema promosi yang akan dilaksanakan karena ini sangat menentukan pelanggan tertarik terhadap produk yang akan dipasarkan. Tema ini biasanya dibuat sesuai dengan hari-hari raya tertentu atau tema lainnya yang berisikan ciri khas Kopi Soe

Selanjutnya yaitu membuat strategi digital marketing, dimana strategi ini bisa dipromosikan melalui instagram, whatsapp, dan aplikasi merchant lainnya.



Selain melalui media sosial, strategi lainnya yang dapat digunakan yaitu melalui influencer yang membantu untuk mempromosikan produk-produk Kopi Soe. Marketing ini juga dapat dilaksanakan secara langsung dengan customer yaitu memberikan promo atau diskon pada setiap pembelian dengan ketentuan strategi yang telah dibuat.



Selain kegiatan marketing atau promosi yang dilaksanakan, pelaksanaan kegiatan lainnya yaitu menetapkan protokol kesehatan demi kelancaran penjualan di masa pandemi Covid-19. Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan dengan selalu menggunakan masker setiap melakukan aktivitas pekerjaan, menggunakan hand sanitizer setelah melaksanakan kegiatan terutama setelah berhadapan dengan

pelanggan. Kegiatan lainnya yaitu mencuci tangan sebelum dan sesudah membuat makanan atau minuman agar kebersihannya tetap dijaga.



Dari strategi – strategi marketing dan promosi yang telah dilakukan, sebaiknya ditetapkan secara rutin dan dilaksanakan dengan baik agar penjualan kopi di tengah maraknya kedai kopi dapat bersaing dengan baik dan menjadi prioritas diantara kedai kopi lainnya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari hasil kegiatan pengabdian yang dilakukan di Kopi Soe ini adalah kegiatan marketing dalam upaya mengoptimalkan serta meningkatkan nilai produktivitas dan penjualan dengan strategi-strategi yang telah dibuat dan disepakati bersama berhasil dilakukan melalui promosi, pendampingan, pelaksanaan dan pengontrolan. Tujuan diadakannya Strategi Peningkatan Penjualan Kopi di Tengah Maraknya Jenis Kopi Kekinian Pada Masa Pandemi Covid-19 ini diharapkan dapat membantu Kopi Soe dalam

mengoptimalkan serta meningkatkan produktivitas dan penjualan kopi pada Kopi Soe di masa pandemi Covid-19.

Berdasarkan pengamatan dan informasi yang diterima dari berbagai pihak, penulis mencoba memberikan saran dan pendapat yang sekiranya dapat dijadikan bahan pertimbangan. Kegiatan mengoptimalkan dan meningkatkan penjualan makanan dan minuman kopi di masa pandemi covid-19 yang dijalankan menggunakan strategi-strategi digital marketing yang sudah disepakati perlu dijalankan secara konsisten dan perlu ditingkatkan agar dapat membantu memaksimalkan penjualan kopi pada Kopi Soe ditengah maraknya kedai kopi dan pandemi Covid-19.

DAFTAR PUSTAKA

Helen Ng. 2021. Penyusunan Strategi Pemasaran Digital Pada Usaha Kedai Kopi Santaria.
Conference on Community Engagement Project, Vol.1, No.1

LPPM.2021.*Buku Pedoman Pengabdian Kepada Masyarakat, Denpasar. Universitas Mahasaraswati Denpasar.*