

PKM PENINGKATAN PRODUKTIVITAS BERBASIS GREEN ECONOMY PADA COFFE SHOP KETANBA KOTA SURABAYA

Allen Pranata Putra¹, Khubbi Abdillah²

^{1,2} Universitas Wijaya Putra

allenpranata@uwp.ac.id,
khubbiabdillah@uwp.ac.id

Abstrak

Kondisi mitra pengabdian masyarakat yaitu coffe shop “Ketanba” yang memiliki lokasi di Jl. Manyar Kerta Adi II Blok Y-135 No. 41. Permasalahan prioritas mitra yang akan berupaya diselesaikan yaitu: 1) Bidang Produksi dan 2) Bidang Marketing. Solusi Permasalahan: 1) Pendampingan dan pelatihan penyajian makanan dan minuman; 2) Pendampingan dan pelatihan cara menjaga ketersediaan bahan baku sehingga tidak mudah habis; 3) Pendampingan dan pelatihan kebersihan produk; 4) pendampingan dan pelatihan perluasan segmentasi pasar; 5) Pendampingan dan pelatihan optimalisasi marketing online. Berdasarkan tujuan kegiatan yang akan dilakukan sebagai berikut: 1) Meningkatnya jumlah produksi; 2) Meningkatkan jumlah omset mitra; 3) Perluasan segmentasi pasar. Metode pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat yaitu: 1) Pelatihan; dan 2) Diskusi. Hasil kegiatan PKM yaitu: 1) Peningkatan waktu produksi lebih tepat dan cenderung cepat sebesar 20%; 2) Peningkatan produksi ketersediaan bahan baku sebesar 60%; 3) Peningkatan kebersihan mitra sebesar 10%; 4) Peningkatan keterampilan mitra dalam melayani dan memperluas segmentasi pasar sebesar 20%; dan 5) Peningkatan marketing online sebesar 20%.

Kata Kunci: Coffe Shop, Green Economy, PKM

PENDAHULUAN

Mitra pengabdian masyarakat yaitu coffe shop “Ketanba” yang memiliki lokasi di Jl. Manyar Kerta Adi II Blok Y-135 No. 41 memiliki 1 stand saja dan baru dibuka pada bulan Maret tahun 2024. Dalam beberapa tahun terakhir, kesadaran akan pentingnya lingkungan semakin meningkat, termasuk di Surabaya. Ini menciptakan peluang besar bagi bisnis yang mempromosikan gaya hidup berkelanjutan dan ramah lingkungan. Program ini memberikan kesempatan bagi UKM lokal, terutama yang bergerak dalam bidang coffe shop, untuk mengembangkan bisnis mereka. Dengan memanfaatkan bahan lokal seperti ketan dan kopi,

mereka dapat meningkatkan nilai tambah produk mereka dan mengembangkan jaringan pemasaran yang lebih luas. Mitra menyediakan berbagai makanan dan minuman yang disajikan secara panas maupun dingin. Kondisi empiris mitra sebagai



berikut:

Gambar 1. Tampak Depan Lokasi Mitra PKM

Berdasarkan Gambar 1 dapat dijelaskan bahwa lokasi mitra bersebelahan dengan bengkel motor vespa yang menurut pengamatan awal peneliti merupakan potensi pasar yang sangat baik. Saat ini bengkel yang ada di sebelahnya sedang direnovasi sehingga membutuhkan waktu yang cukup untuk mengembangkan mitra agar lebih baik. Layanan yang diberikan oleh mitra selanjutnya akan dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 1. Jenis Layanan Makanan Mitra Ketanba

No	Daftar Menu	Harga
1	Original Ketanba	10.000
2	Original Ketanba gula merah	10.000
3	Coklat Oreo Bars	17.000
4	Keju Tabur Crispy	15.000
5	Sapi Blontang (abon)	17.000
6	Ayam Rembo (abon)	15.000
7	Black Magic Festival	18.000
8	Banana 711	18.000
9	Mangga Smile	20.000
10	Durian Dancing	20.000

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan bahwa menu makanan yang menjadi identic/keunggulan komparatif dari Coffe Shop Ketanba ini adalah: 1) Original Ketanba; dan 2) Black Magic Festival. Permasalahan mitra selanjutnya yaitu penyajian makanan dan minuman masih kurang bersih kemudian pelayanan kurang komunikatif sehingga butuh pelatihan. Bahan baku sering habis sehingga butuh pelatihan dan pendampingan. Kebersihan lokasi sekitar dan produk masih buruk sehingga perlu pelatihan. Penjualan hanya berkisar di sekitaran perumahan sehingga butuh pelatihan perluasan segementasi pasar untuk meningkatkan omset. Marketing online belum maksimal sehingga butuh pelatihan dan pendampingan.

Kedua menu makanan ini adalah favorit pembelian di Coffe Shop tersebut. Berikutnya akan disajikan jenis layanan menu sebagai berikut:

Tabel 2. Jenis Layanan Minuman Mitra Ketanba

No	Daftar Menu	Harga
1	Tubruk Original Hots	8.000
2	Tubruk Susu Hots	10.000
3	Tubruk Susu Coklat Hots	10.000
4	Tubruk Jahe Hots	10.000

5	Tubruk Jahe Susu Hots	12.000
6	Es Kopi Susu Limits	15.000
7	Filter Kopi	15.000
8	Es Tape Original	12.000
9	Es Tape Ketan Hitam	15.000
10	Es Tape Ketan Hijau	15.000
11	Es Tape Campur	18.000
12	Es Tomat Refreshment	12.000
13	Lecy Tea Ice	15.000
14	Lemon Tea Ice Jawir	15.000
15	Susu Soda Bergembira	18.000

Berdasarkan Tabel 2 menunjukkan bahwa identic dari menu yang ditawarkan oleh mitra adalah olahan dari ketan. Meskipun komoditas favorit yang utama adalah kopi tubruk susu, mitra juga menawarkan berbagai olahan minuman dingin lainnya. Ruangannya mitra PKM terdiri dari indoor dan outdoor dengan luas setidaknya 10x15 meter, berikut disajikan gambar lokasi mitra:



Gambar 2. Ruangannya Indoor Depan

Gambar 2 merupakan ruangannya indoor depan yang dapat memuat 5-10 orang dan biasanya digunakan oleh pesepeda pagi yang menjadi konsumen saat di pagi hari. Selanjutnya akan disajikan beberapa gambar ruangannya lain sebagai berikut:



Gambar 3. Ruangannya Indoor Dalam

Pada ruangan indoor dalam ini dapat digunakan sekitar 10-30 orang yang berkunjung yang menurut tim pelaksana kekurangan cahaya lampu ketika malam hari. Hal ini berdampak pada situasi yang menjadi sedikit remang-remang di malam hari. Selain itu terdapat kendala tata letak ruangan yang kurang pas sehingga banyak ruang yang terbuang dan tidak dimanfaatkan. Selanjutnya akan disajikan lokasi kitchen sebagai berikut:



Gambar 4. Ruang Kasir dan Kitchen

Tim pelaksana mengamati bahwa lokasi kasir dan kitchen mengalami kurang cahaya dan masih kurang menjaga kebersihan. Hal ini terlihat dari masih banyaknya gantungan di dinding dan lokasi kitchen yang masih kurang bersih. Tim pelaksana selanjutnya akan mengklasifikasikan hal ini untuk mengatasi permasalahan mitra. Penerapan prinsip *green economy* sangat penting dalam konteks ini untuk lebih mengutamakan keberlangsungan lingkungan selain dari kepentingan bisnis. Permasalahan lain adalah kurang masifnya menjangkau segmentasi pasar yang lebih luas tidak hanya di sekitar Manyar, akan tetapi dapat berpotensi lebih luas. Mitra memiliki jumlah tenaga kerja 3 orang. Kategori mitra Coffe Shop Ketanba ini adalah bidang ekonomi produktif yang termasuk dalam kategorikan UMUM di Kota Surabaya.

Data produksi minuman dan makanan mitra per hari berkisar antara 50-70 gelas dan 20 piring makanan per hari yang dapat seringkali habis ketika kehadiran konsumen penggemar motor Vespa. Produksi dapat meningkat seiring dengan pertumbuhan dari belanja konsumen, hal ini disebabkan karena produksi kopi tidak terlalu rumit dan cenderung dapat dilakukan dengan lebih cepat. Omset mitra per hari berkisaran Rp 700.000 – Rp 1.500.000. Interval omset ini cukup jauh

berdasarkan tingkat keramaian hanya pada akhir pekan dan hari libur.

Permasalahan mitra Coffe Shop Ketanba ini akan berupaya diselesaikan dari hulu ke hilir usaha dan mengacu pada dua bidang yaitu: 1) Bidang produksi; dan 2) Bidang marketing. Selanjutnya lebih detail akan diklasifikasikan permasalahan mitra sebagai berikut:

Tabel 3. Permasalahan Mitra

Prioritas Penyelesaian Masalah	Aspek Permasalahan	Permasalahan
Prioritas pertama	Bidang Produksi	<ol style="list-style-type: none"> 1. enyesuaian pencetakan bahan baku 2. etersediaan bahan baku es batu seringkali habis 3. embuatan dan proses produksi yang relative lama 4. urangnya kebersihan ruangan kitchen dan produksi bahan jadi
Prioritas kedua	Bidang Marketing	<ol style="list-style-type: none"> 1. elum pernah promosi secara online 2. elum maksimalnya branding perusahaan

Tujuan kegiatan Program Kemitraan Masyarakat sesuai dengan 18 indikator capaian yang terdapat dalam pedoman pelaksanaan PKM yaitu: 1) Pengetahuannya meningkat; 2) Keterampilannya meningkat; 3) Kualitas produknya meningkat; 4) Jumlah produknya meningkat; 5) Jenis produknya meningkat; 6) Kapasitas produksi meningkat; 7) Berhasil melakukan pemasaran antar Pulau; 8) Jumlah asset meningkat; 9) Jumlah omsetnya meningkat; 10) Jumlah tenaga kerjanya meningkat; 11) Kemampuan manajemennya meningkat; 12) Keuntungannya meningkat.

Berdasarkan tujuan kegiatan yang akan dilakukan sebagai berikut: 1) Meningkatkan jumlah produksi; 2) Meningkatkan jumlah omset mitra; 3) Perluasan segmentasi pasar. Keterkaitan dengan MBKM yaitu: 1) Meningkatkan kompetensi sumber daya manusia *soft skill* dan *hard skill*; 2) Mempersiapkan SDM supaya lebih siap dengan perkembangan zaman; 3) Terdapat konversi SKS mata kuliah; 4) Menambah pengalaman portofolio dosen dan mahasiswa; 5) Mahasiswa mendapatkan ilmu di luar kampus; 6) Melakukan kegiatan Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu Pengabdian Masyarakat; 7) Memberikan bimbingan mahasiswa dalam kegiatan pembelajaran. Ketercapaian IKU-2 (mahasiswa mendapatkan pengalaman di luar kampus), IKU-3 (dosen berkegiatan di luar kampus), dan IKU-5 (hasil kerja dosen digunakan oleh masyarakat). Indikator IKU-2 didasari pada keterlibatan mahasiswa dalam kegiatan sehingga mendapatkan pengalaman di luar kampus. Lebih lanjut indikator IKU-3 didasarkan pada kegiatan dosen di luar kampus sehingga mendapatkan pengalaman dan berupaya menyelesaikan solusi permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Sementara itu IKU-5 didasarkan pada literasi pengetahuan strategi marketing oleh dosen pelaksana kepada mitra, sehingga dapat diterapkan guna menyelesaikan permasalahan terkait dengan perluasan segmentasi pasar bidang marketing. Fokus utama PKM ini yaitu meningkatkan produktivitas dari mitra pengabdian.

Solusi permasalahan mitra yaitu: 1) Pendampingan dan pelatihan penyajian makanan dan minuman; 2) Pendampingan dan pelatihan cara menjaga ketersediaan bahan baku sehingga tidak mudah habis; 3) Pendampingan dan pelatihan kebersihan produk; 4) Pendampingan dan pelatihan perluasan segmentasi pasar; dan 5) Pendampingan dan pelatihan optimalisasi marketing online. Uraian hasil riset tim pengusul program PKM menjelaskan bahwa Ketua Pelaksana yaitu Allen Pranata Putra merupakan doktor Ilmu Ekonomi dengan predikat Cumlaude yang memiliki bidang keahlian kebijakan publik dan ekonomi pembangunan telah

memperoleh hibah Kemenristekdikti yang meningkatkan omset dan produksi coffe shop Neira pengabdian pada tahun 2021 mendapatkan best paper PKM-CSR 2021 yang berjudul “Pemberdayaan Masyarakat UMKM Berbasis Digital Literacy Di Kampung Logam Ngingas Kabupaten Sidoarjo”(Putra & Aristyanto, 2021), pengabdian ketiga berjudul “Program Pemberdayaan Kampung Asuh di Kelurahan Pakal Kecamatan Pakal Kota Surabaya”(Putra et al., 2021), pengabdian keempat berjudul “PPM Inclusive Development Innovation Systems Di Sentra Kuliner Kalijudan Kota Surabaya”(Putra & Maulana, 2022). Selanjutnya Anggota Pelaksana I yaitu Khubbi Abdillah adalah seorang Doktor mengampu di bidang Ilmu Ekonomi dan berkeahlian di bidang moneter perbankan. Beberapa pengabdian masyarakat berjudul “Pemberdayaan Masyarakat dalam Mendorong Pendapatan Jasa Layanan Pijat Tunanetra”(Abdillah, Maulana, et al., 2023), pengabdian kedua berjudul “Pemberdayaan Masyarakat UMKM Usaha Lento di Desa Drancang Kabupaten Gresik”(Abdillah, Fitriyani, et al., 2023).

METODE

Metode pelaksanaan yang dilakukan dalam pengabdian masyarakat ini yaitu: 1) Pelatihan; dan 2) Diskusi. Pelatihan berupa pemaparan materi yang telah diklasifikasikan sebelumnya dan diskusi dilakukan sebagai bentuk *feedback* dari materi yang telah diberikan sehingga terdapat *transfer of knowledge* terhadap permasalahan. Materi program pelatihan yang dilakukan dalam pengabdian masyarakat ini yaitu: 1) Pendampingan dan pelatihan penyajian makanan dan minuman; 2) Pendampingan dan pelatihan cara menjaga ketersediaan bahan baku sehingga tidak mudah habis; 3) Pendampingan dan pelatihan kebersihan produk; 4) Pendampingan dan pelatihan perluasan segmentasi pasar; dan 5) Pendampingan dan pelatihan optimalisasi marketing online.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Program Pengabdian Masyarakat (PKM) yang dilakukan di Ketanba



Coffee Shop telah memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan operasional dan pemasaran mitra. Berikut akan disajikan kegiatan pendampingan dan pelatihan penyajian makanan dan minuman sebagai berikut:

Gambar 5. Pelatihan Penyajian

Setelah dilakukan pelatihan mengenai manajemen waktu produksi, mitra mengalami peningkatan kecepatan dan ketepatan waktu dalam proses produksi sebesar 20%. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan yang diberikan berhasil meningkatkan efisiensi operasional di Ketanba Coffee Shop. Selanjutnya pelatihan menage ketersediaan bahan baku akan disajikan pada gambar berikut:



Gambar 6. Pelatihan Ketersediaan Bahan Baku

Upaya pendampingan dalam pengelolaan persediaan bahan baku memberikan hasil yang positif, dengan peningkatan ketersediaan bahan baku sebesar 60%. Mitra kini lebih mampu mengantisipasi kebutuhan bahan baku, sehingga mengurangi risiko kehabisan stok yang dapat mengganggu operasional harian. Lebih lanjut pendampingan dan pelatihan kebersihan produk akan disajikan dalam gambar berikut:



Gambar 7. Pendampingan Kebersihan Produk

Melalui pelatihan dan pendampingan terkait kebersihan produk, kebersihan di area produksi dan penyajian meningkat sebesar 10%. Ini penting dalam menjaga standar kualitas produk yang dihasilkan serta meningkatkan kepuasan pelanggan. Kegiatan pendampingan dan pelatihan perluasan segmentasi pasar akan dijelaskan sebagai



berikut:

Gambar 8. Pendampingan Perluasan Pasar

Dengan pelatihan yang difokuskan pada peningkatan layanan dan strategi untuk memperluas segmentasi pasar, keterampilan mitra meningkat sebesar 20%. Ini membantu Ketanba Coffee Shop untuk menarik lebih banyak pelanggan dari berbagai segmen pasar. Pelaksanaan materi terakhir yaitu optimalisasi marketing online akan dijelaskan



dalam gambar sebagai berikut:

Gambar 9. Pelatihan Marketing Online

Program PKM juga berhasil meningkatkan efektivitas pemasaran online sebesar 20%. Penggunaan media sosial dan platform digital lainnya menjadi lebih optimal dalam menarik pelanggan baru dan meningkatkan engagement dengan pelanggan yang sudah ada.

Pencapaian hasil dari Program Pengabdian Masyarakat ini menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan yang diberikan memberikan dampak yang signifikan dalam meningkatkan kemampuan operasional dan pemasaran Ketanba Coffee Shop. Peningkatan waktu produksi yang lebih cepat dan efisien berkontribusi pada kemampuan mitra untuk memenuhi permintaan pelanggan dengan lebih baik, sementara peningkatan ketersediaan bahan baku memastikan kelangsungan operasional tanpa hambatan. Kebersihan yang lebih baik dan peningkatan keterampilan pelayanan menandakan bahwa mitra mampu meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Selain itu, optimalisasi pemasaran online menunjukkan bahwa Ketanba Coffee Shop telah mampu memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasarnya, yang sangat penting dalam era digital saat ini. Secara keseluruhan, program ini berhasil mencapai tujuannya dalam meningkatkan jumlah produksi, meningkatkan omzet mitra, dan memperluas segmentasi pasar. Dampak positif dari program ini tidak hanya terbatas pada peningkatan kuantitatif, tetapi juga pada peningkatan kualitas operasional dan pemasaran yang akan memberikan manfaat jangka panjang bagi mitra.

KESIMPULAN

Pelaksanaan Program Pengabdian Masyarakat (PKM) di Ketanba Coffee Shop telah berhasil mencapai tujuan yang ditetapkan, yakni meningkatkan efisiensi operasional, memperluas segmentasi pasar, dan meningkatkan pendapatan mitra. Program ini memberikan dampak positif yang signifikan, terutama dalam peningkatan waktu produksi yang lebih tepat dan cepat sebesar 20%,

ketersediaan bahan baku yang lebih terjaga sebesar 60%, serta peningkatan kebersihan sebesar 10%. Selain itu, keterampilan mitra dalam melayani pelanggan dan memperluas segmen pasar meningkat sebesar 20%, didukung oleh optimalisasi strategi pemasaran online yang juga meningkat sebesar 20%.

Implikasi dari kegiatan ini menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan dan pendampingan yang komprehensif dapat memberikan hasil yang efektif dalam meningkatkan kapabilitas mitra. Peningkatan dalam efisiensi produksi dan pengelolaan persediaan bahan baku memberikan fondasi yang kuat untuk keberlanjutan operasional, sementara peningkatan keterampilan pelayanan dan pemasaran online membuka peluang baru untuk pertumbuhan bisnis yang lebih luas.

Secara keseluruhan, program ini tidak hanya berhasil memberikan solusi praktis terhadap permasalahan mitra, tetapi juga menciptakan dampak jangka panjang yang dapat mendukung pertumbuhan dan kesuksesan Ketanba Coffee Shop di masa depan. Implementasi serupa di masa depan diharapkan dapat terus memberikan manfaat bagi mitra-mitra lain dalam meningkatkan daya saing dan kualitas operasional mereka.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kami selaku tim pelaksana mengucapkan terimakasih kepada Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Putra melalui LPPM. Kami juga sampaikan terimakasih kepada pihak-pihak yang terlibat dalam pelaksanaan.

REFERENSI

Abdillah, K., Fitryani, F., Nagayomi, T. M., & Alfirdaus, R. R. (2023). Pemberdayaan Masyarakat UMKM Usaha Lento di Desa Drancang Kabupaten Gresik. *Fokus ABDIMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(1), 73–77.

Abdillah, K., Maulana, A., & Aminatuzzuhro, A. (2023). Pemberdayaan Masyarakat dalam Mendorong Pendapatan Jasa Layanan Pijat Tunanetra. *Prosiding Konferensi Nasional*

-
- Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*, 6, 1–6.
- Putra, A. P., & Aristyanto, E. (2021). Pemberdayaan Masyarakat UMKM Berbasis Digital Literacy Di Kampung Logam Ngingas Kabupaten Sidoarjo. *PKM-CSR*, 4, 1451–1455.
- Putra, A. P., & Maulana, A. (2022). *PPM Inclusive Development Innovation Systems Di Sentra Kuliner Kalijudan Kota Surabaya*. 5, 1–7.
- Putra, A. P., Riduwan, R., & Qosim, N. (2021). Program Pemberdayaan Masyarakat Kampung Asuh di Kelurahan Pakal Kecamatan Pakal Kota Surabaya. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*, 4, 683–689.