

## Pendampingan Kewirausahaan Pada Ukm Binaan Kopi Hallu Kedaung, Tangerang Selatan, Banten

Rifzaldi Nasri<sup>1</sup>, Nur Aini, Sunarti<sup>2</sup>, Adi Mansah<sup>3</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jakarta

### ABSTRAK

Pengabdian Masyarakat kali ini mengangkat permasalahan yang dihadapi usaha kedai kopi yang bernama Kopi Hallu. Atas wawancara yang kami lakukan ada 2 masalah yang kurang disadari oleh pemilik Kopi Hallu dan umumnya .UMKM di Indonesia, yaitu pengurusan ijin usaha dan identitas usaha. Solusi yang kami tawarkan untuk mengatasi masalah itu adalah melakukan pendampingan serta penyuluhan tentang pentingnya pengurusan ijin tersebut, hal lainnya adalah membantu membuat identitas usaha yang terdiri dari *Brand/ merk, Tagline/ Slogan, Logo* dan Aset Digital. Hasil yang dicapai untuk pengurusan ijin usaha adalah pengurusan Surat Keterangan Domisili (SKD) dan Surat Ijin Gangguan, untuk tahapan lainnya sedang proses, sedangkan untuk pembuatan identitas usaha semua kegiatan sudah dilakukan mulai dari pembuatan *Brand, Tagline, Logo* dan Aset digital. Luaran yang sedang diproses adalah mengikutsertakan kegiatan ini di Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat UMJ (SEMNASKAT. UMJ)

**Kata kunci :** Ijin Usaha, Identitas Usaha

### 1. PENDAHULUAN

Tanaman kopi (*Coffea L.*) merupakan tanaman perkebunan yang sudah dari sejak dahulu menjadi tanaman yang dibudidayakan. Jenis tanaman kopi yang biasa dibudidayakan yaitu Kopi Arabika (*Coffea Arabica*) dan Kopi Robusta (*Coffea canephora*). Menurut Siswoputranto (2013), jenis Kopi Arabika memiliki kualitas cita rasa tinggi dan kadar kafein lebih rendah dibandingkan dengan jenis Robusta, sehingga kopi jenis Arabika

Dewasa ini, minuman kopi tidak lagi menjadi sekedar untuk dikonsumsi, tetapi minuman kopi kini bisa menjadi pelengkap aktifitas sehari-hari seperti mengerjakan tugas, rapat, reuni teman lama, dan lain-lain. Secara tidak sadar, minuman kopi sudah menjadi gaya hidup bagi beberapa kalangan masyarakat dari murid sekolah menengah hingga pekerja kantor pun menggemari minuman kopi yang sudah sangat bervariasi.

Jumlah konsumsi kopi diperkirakan akan terus meningkat setiap tahunnya seiring meningkatnya pendapatan masyarakat kelas

memiliki harga yang lebih mahal. Budidaya kopi dikembangkan di Indonesia sudah hampir tiga abad, yaitu sejak tanaman kopi untuk pertama kali dimasukkan ke pulau Jawa di zaman Hindia Belanda pada tahun 1696 (Afriyanti, 2016). Bibit tanaman Kopi Arabika pertama kali dimasukkan oleh Gubernur Belanda asal dari Malabar- India dan diterima oleh pemerintah Bogor untuk percobaan penanaman, dan kemudian berhasil (Siswoputranto, 2013).

menengah. Tingkat konsumsi kopi di Indonesia dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Konsumsi Kopi di Indonesia (Kementerian Pertanian, 2018)

Berdasarkan data pada Gambar 1. di atas, dapat diketahui bahwa tingkat konsumsi kopi di Indonesia dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2019 meningkat setiap tahunnya. Diprediksikan peningkatan ini meningkat rata-rata 8,22% setiap tahunnya. Peningkatan konsumsi kopi di Indonesia ini disebabkan

Indonesia saat ini, tercatat sebagai negara produsen biji kopi terbesar ke empat di dunia setelah Brasil, Vietnam dan Kolombia dengan produksi rata-rata sekitar 700 ribu ton per tahun atau sekitar 9% dari produksi kopi dunia. Kini Indonesia bukan lagi negara produsen kopi saja melainkan negara konsumen kopi. Industri pengolahan kopi nasional tidak hanya menjadi pemain utama di pasar domestik, tetapi juga telah merambah sebagai pemain global.

Data Kemenperin menunjukkan, potensi industri kecil dan Menengah (IKM) olahan kopi di dalam negeri di dukung dengan 13 sentra produksi kopi yang tersebar di berbagai wilayah di Indonesia, antara lain di Aceh, Sumatera Barat, Kepulauan Riau, Jambi, Bengkulu, Lampung, Jawa Tengah, Bali, NTB, NTT, Sulawesi Selatan, Sulawesi Barat dan Papua dengan total sebanyak 476 unit usaha.

Bisnis kopi menjadi salah satu yang sedang melanda anak muda atau generasi milenial di Indonesia. Dengan banyaknya jumlah milenial dan perubahan gaya hidup masyarakat, membuat kedai kopi setiap hari bermunculan dengan menawarkan ragam rasa

salah satunya oleh gaya hidup masyarakat yang telah menjadikan minuman olahan kopi sebagai kegiatan sehari-hari dalam kebutuhan hidupnya (Solikatur dkk, 2015). Tentu saja hal ini menjadi peluang bagi para pelaku bisnis khususnya dalam bisnis usaha *food service* untuk mengembangkan usaha kedai kopinya.

terutama dari bahan dasar kopi yang dihasilkan dari berbagai daerah di Indonesia (Pratiwi, 2016).

Tren minum kopi sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat Indonesia, khususnya kalangan generasi milenial. Hal ini terlihat dari semakin banyaknya coffee shop yang muncul di berbagai daerah. Kopi sudah menjadi bagian dari gaya hidup kalangan generasi milenial. Berdasarkan penelitian dari salah satu Lembaga riset terkemuka, milenial di kenal sebagai generasi yang berani dan suka mencoba hal-hal baru, unit dan kekinian.

Di era milenial ini bisnis kopi kekinian kian menjamur dimana-mana. Tanpa kita sadari semakin hari semakin bermunculan warung-warung kopi berkonsep modern maupun jadul, dari yang skala kecil bahkan hingga skala besar. Demikian halnya juga dengan UKM Kopi Hallu.

Permasalahan yang dihadapi oleh UKM umumnya adalah 1) legal formal, 2) identitas usaha, 3) modal dan tata kelola yang masih tradisional. Hal ini juga di alami oleh UKM Kopi Hallu, yang dimiliki oleh generasi milenial sedangkan menurut Hapsari (2014), bahwa

terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi oleh UKM yaitu masalah finansial dan masalah nonfinansial (organisasi manajemen). Masalah yang termasuk dalam masalah finansial di antaranya adalah 1) kurangnya kesesuaian (terjadinya mismatch) antara dana yang tersedia yang dapat diakses oleh UKM ; 2) tidak adanya pendekatan yang sistematis dalam pendanaan UKM; 3) biaya transaksi yang tinggi, yang disebabkan oleh prosedur kredit yang cukup rumit sehingga menyita banyak waktu sementara jumlah kredit yang dikucurkan kecil; 4) kurangnya akses ke sumber dana yang formal, baik disebabkan oleh ketiadaan bank di pelosok maupun tidak tersedianya informasi yang memadai; 5) bunga kredit untuk investasi maupun modal kerja yang cukup tinggi; 6) banyak UKM yang belum bankable, baik disebabkan belum adanya manajemen keuangan yang transparan maupun kurangnya kemampuan manajerial dan finansial, sedangkan termasuk dalam masalah organisasi manajemen (non-finansial) di antaranya adalah : 1) kurangnya pengetahuan atas teknologi produksi dan *quality control* yang disebabkan oleh minimnya kesempatan untuk mengikuti perkembangan teknologi serta kurangnya pendidikan dan pelatihan; 2) kurangnya pengetahuan akan pemasaran, yang disebabkan oleh terbatasnya informasi yang dapat dijangkau oleh UKM mengenai pasar, selain karena keterbatasan kemampuan UKM untuk menyediakan produk/jasa yang sesuai dengan keinginan pasar; 3) keterbatasan sumber daya manusia (SDM) secara kurangnya sumber daya untuk mengembangkan SDM; 4) kurangnya pemahaman mengenai keuangan dan akuntansi (Urata, 2000). Perkembangan industri rumah tangga baru terlihat dari sisi jumlahnya saja, secara umum dalam aspek mutu atau kualitas terutama dalam hal strategi branding (labeling dan packaging) dan teknis-teknis marketing hanya sedikit yang mengalami peningkatan. Hal ini tak lepas dari ketidakmaksimalan pelaku UMKM untuk memperhatikan branding maupun teknis-teknis marketing produk yang dihasilkan tersebut (Lin, C. C. 2010).

Observasi yang kami lakukan atas masalah yang dihadapi oleh Kopi Hallu, antara lain :

- 1) Belum adanya ijin usaha , 2) Identitas usaha. 3) pembukuan dan keuangan yang masih sederhana.

### **Kajian Internalisasi Al Islam Kemuhammadiyah**

Berwirausaha dalam Islam diperintahkan oleh Allah SWT, berwirausaha berarti bekerja dengan kreatif dan inovatif. Dalam bekerja perlu internalisasikan nilai-nilai Al-Islam Kemuhammadiyah sebagai landasan mendasar, Al-Islam kemuhammadiyah adalah sebuah nilai luhur yang seharusnya menyatu dalam setiap kegiatan usaha manusia. Berusaha dan bekerja menjadi suatu hal yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia, sebagai manusia diwajibkan untuk berusaha dan bekerja dengan sungguh-sungguh dan menyempurkannya. Bagian bentuk kesungguhan dalam bekerja ini menunjukkan seseorang telah menginternalisasikan nilai-nilai Al-Islam kemuhammadiyah.

Pembekalan tentang nilai-nilai Al-Islam kemuhammadiyah sangat penting dilakukan supaya seorang wirausaha memiliki dasar pemahaman yang matang tentang konsep sebuah usaha yang sesuai dengan prinsip Islam. Prinsip-prinsip dalam internalisasi Al-Islam kemuhammadiyah dalam usaha dapat dilihat dari aspek dimulai memilih sebuah usaha, memilih produk yang halal, memilih tempat yang baik, proses dalam pengemasan suatu produk, sistem promosi dan penjualan, semua harus didasari kepada nilai-nilai Al-Islam kemuhammadiyah.

Selaku praktisi akademik yang memiliki tanggung jawab kepada masyarakat di kawasan Tangerang Selatan terkait Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Dibawah LPPM UMJ para dosen dan mahasiswa mencoba membidik kegiatan sosial, edukasi dan penyuluhan terkait UKM. LPPM UMJ mencoba mengajak para dosen dan mahasiswa UMJ untuk merealisasikan dalam suatu bentuk program kerja yaitu PKM (Pengabdian Kepada Masyarakat) yang tujuannya membangun masyarakat yang kekurangan menjadi masyarakat sejahtera, berkepribadian sosial, dan diharapkan dapat berguna bagi pembangunan masyarakat.

Sebagai pelaksanaan itu, kami berupaya memberikan pembekalan dan pendampingan usaha kepada seorang mahasiswa yang bernama Adrinata sebagai pemilik dari Kopi Hallu yang sudah berjalan selama satu tahun lebih. Peneliti sangat menekankan bagaimana pentingnya seorang wirausaha memiliki nilai-nilai Al-Islam kemuhammadiyah di dalam setiap usaha yang dilakukan, agar setiap usaha menjadi berkah, usaha tidak hanya mendapatkan keuntungan duniawi, namun kemudian membawa kepada keuntungan ukhrawi (alfalah).

### Solusi Permasalahan

Seperti diketahui ijin usaha sangat penting dimiliki oleh setiap unit usaha apapun bentuk badan usahanya, karena dengan ijin usaha akan memudahkan setiap usaha untuk mengurus hak paten, pengembangan usaha dan lainnya.

Pendampingan ini menjadi penting karena banyak pelaku UKM tidak menyadari pentingnya ijin usaha, sehingga ketika usaha menjadi besar mengalami banyak masalah, antara lain pinjaman ke lembaga keuangan untuk penambahan modal. Berdasarkan beberapa alasan tersebut, maka pendampingan untuk mengurus ijin usaha yang kami lakukan sangat penting. langkah berikutnya setelah mengurus ijin usaha yang perlu dilakukan Kopi Hallu adalah memiliki identitas usaha yang terdiri dari Brand/Merk, Tag Line/Slogan, Logo dan Asset Digital.

## 2. METODE

- Langkah pertama yang kami lakukan adalah memberikan pemahaman dan kesadaran kepada pemilik Kopi Hallu tentang pentingnya ijin usaha dan identitas usaha. wajib memiliki izin usaha industri. Izin usaha industri wajib dimiliki oleh usaha Kegiatan ini harus dilakukan karena berdasarkan Peraturan Menteri No.:41/M-ind/per/6/2008, bahwa setiap orang atau badan yang mendirikan usaha dengan kategori menengah yang

memiliki modal sebesar Rp 5 juta sampai Rp 200 juta . Pemerintah menerapkan sistem *Online Single Submission* (OSS) bagi perusahaan maupun perorangan yang ingin mengurus izin usaha. Untuk izin usaha berupa restoran atau kafe, izin usaha dari pemerintah berupa Tanda Daftar Usaha Pariwisata (TDUP) yang diatur dalam Permenpar Nomor 10 tahun 2018. Untuk membuat TDUP, ada beberapa dokumen yang wajib disiapkan oleh Kopi Hallu yaitu:

- Kartu Identitas Pemilik Usaha
  - Surat Ijin Gangguan
  - Surat Keterangan Domisili
  - Surat Pernyataan
  - Pengurusan Sertifikat Laik Sehat
- Proses kegiatan ini masih berlangsung saat pembuatan laporan ini dilakukan, karena mengingat waktu yang di butuhkan cukup lama.
- Langkah kedua adalah pembuatan identitas usaha, terdiri dari
    - Brand/ Merk*
    - Tagline/ Slogan*
    - Logo
    - Aset digital
 Pembuatan identitas usaha inidilakukan dengan alasan :
    - Produk dikenal orang
    - Membedakan dengan produk lain
    - Memudahkan komunikasi
    - Menarik perhatian konsumen
    - Mempengaruhi keputusan membeli
    - Membangun Loyalitas

## 3. HASIL

Kebiasaan mengonsumsi kopi sekarang ini sudah menjadi salah satu kebutuhan, karena kopi ibarat candu yang harus dipenuhi. Kopi dapat dinikmati sambil berkumpul, sharing atau diskusi serta menyelesaikan pekerjaan. Hal ini dapat diartikan bahwa aktivitas minum kopi dapat menunjukkan adanya sifat kebersamaan yang terjalin antara individu satu dengan individu lain. Kebiasaan mengonsumsi kopi dilakukan untuk bisa mendapatkan kenikmatan rasa dan aroma yang khas dari secangkir kopi.

Dimana dalam hal ini kopi sudah menjadi candu yang memikat hati pecinta kopi dan membuat peminumnya merasa ketagihan. Hal ini yang telah memberikan arti dalam mengonsumsi kopi, bahwa kopi telah memberikan kenikmatan, ketenangan pikiran dan inspirasi bagi peminumnya

Hasil pengamatan diatas menyebabkan tumbuh dan berkembangnya usaha kedai kopi dimana mana. Namun jika tidak jeli maka usaha ini akan terancam bubar jika pelaku usahanya tidak menyadari penting aspek legal dari usahanya (ijin usaha). Atas pendampingan dan penyuluhan yang kami lakukan, Pemilik usaha Kopi Hallu menyadari betapa pentingnya ijin usaa ini di urus, sampai saat ini proses perijinan masih berlangsung, karena membutuh waktu yang cukup lama. Setelah menyadari hal itu maka langkah kami berikutnya adalah membantu untuk membuat identitas usaha Kopi Hallu. Hasil dari identitas usaha yang telah terwujud adalah brand dan logo dan slogan serta penjualan secara *on line*

#### 4. KESIMPULAN

Pengurusan ijin dan hal hal yang terkait dengan legal formal, banyak tidak dipahami dan disadari sebagai aspek penting dalam melakukan usaha, sehingga perlu sosialisasi yang lebih intensif agar semua usaha UKM memiliki nya

#### DAFTAR PUSTAKA

- Apriyanti, Rosy Nur, dkk. (2016). Kurma dari Gurun ke Tropis. Depok : PT. Trubus Swadaya
- Hapsari, Ira Maya. (2014). Identifikasi Berbagai Permasalahan Yang Dihadapi Oleh Ukm dan Peninjauan Kembali Regulasi UKM Sebagai Langkah Awal Revitalisasi UKM. *Jurnal PERMANA – Vol . V No. 2*
- Kementan Indonsia (2018), Konsumsi Kopi di Indonesia, 2016 – 2019,
- Lin, C. C. (2010). Approach of improving coffee industry in taiwan promote quality of coffee bean by fermentation. *J. International Management Studies. 5 (1): 154-159.*
- Peraturan Menteri Perindustrian Republik Indonesia No. 41/M-Ind/Per/6/2008
- Pratiwi, Retno Rahmawati.,(2016). Hamabatan dan Strategi, Pengembangan Usaha Kopi dalam Upaya Peningkatan Produksi di Kecamatan Candiroto Kabupaten Temanggung, *eprint.undip*
- Siswoputranto. (2013). *Kopi Internasional dan Indonesia*. Kanisius. Yogyakarta
- Solikatun, Drajat Tri Kartono, dan Argyo Demartoto. (2015). Perilaku Konsumsi Kopi Sebagai Budaya Masyarakat Konsumsi: Studi Fenomenologi Pada Peminum Kopi di Kedai Kopi Kota Semarang. *Jurnal Analisa Sosiologi, 4(1): 60-74.*