Keyboard Jurnal Pengabdian Masyarakat
Volume.2 Nomor.1 Februari 2025 | Hal 1-6
e-ISSN : 3047-1966

Optimalisasi Manajemen Dalam Peningkatan Pendapatan dan Kepuasan Pelanggan di Café Candu Kopi Pekanbaru

[1)]Ira Meike Andariyani*, [2)]Wirdayani Wahab, [3)]Safrizal [4)]Gusnafitri, [5)]Dewi Martha
[1,2,3,4,5)] STIE Mahaputra Riau ,Indonesia

Email Corresponding: meike.dawarman@gmail.com*

Kata Kunci

Manajemen
Pendapatan
Kepuasan Pelanggan

ABSTRAK

Tujuan dari kegiatan pengabdian yang dilakukan dalam rangka optimalisasi manajemen dalam rangka untuk meningkatan pendapatan pelaku usaha serta memberikan kepuasan kepada pelanggan. Melihat kondisi saat ini banyak dari pelaku usaha khususnya Usaha Mikro Kecil Mengah yang masih kurang pengetahuan dalam optimalisi manajemen. Pengabdian ini dilaksanakan di Café Candu Kopi yang berlokasi di Jalan Bangau Sakti Panam Kota Pekanbaru. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah wawancara dan dokumentasi, dengan kegiatan yang dimulai dari persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Pada kegiatan pengabdian ini juga dilakukan dengan metode ceramah, diskusi serta pendampingan pelaku usaha UMKM. Hasil pengabdian menunjukan bahwasanya optimalisasi manajemen sangat diperlukan untuk meningkatkan pendapatan dan kepuasan pelanggan sehingga usaha ini dapat terus berkembang dan sukses.

Keywords

Management
Income
Customer satisfaction

ABSTRACT

The aim of the service activities carried out is in the context of optimizing management in order to increase the income of business actors and provide satisfaction to customers. Seeing the current conditions, many business actors, especially Micro, Small and Medium Enterprises, still lack knowledge in optimizing management. This service was carried out at Café Opium Kopi which is located on Jalan Bangau Sakti Panam, Pekanbaru City. The methods used in this service are interviews and documentation, with activities starting from preparation, implementation and evaluation. This service activity is also carried out using lecture methods, discussions and mentoring for UMKM business actors. The results of the service show that management optimization is very necessary to increase revenue and customer satisfaction so that this business can continue to grow and be successfu

Informasi Artikel

Diterima Redaksi : 4 Juli 2024
Revisi Terakhir: 23 Februari 2025
Diterbitkan: 28 Februari 2025

This is an open access article under the CC–BY-SA license.

I. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki peranan yang sangat penting dalam perekonomian. Hal ini disebabkan karena UMKM memberikan Kontribusi terhadap produk domestik yang terus meningkat dan berkembang. UMKM juga mampu menyerap tenaga kerja sehingga mengurangi tingkat kemiskinan dan pengangguran yang dicerminkan dengan

Penerbit : Yayasan Grace Berkat Anugerah |DOI :10.69688/keyboard.v2i1.141

meningkatnya pendapatan (Yulita & Simanjuntak, 2023). UMKM telah mendapatkan banyak kemudahan dari adanya digital marketing karena UMKM dapat dengan leluasa berinteraksi secara langsung dengan konsumen yang jaraknya berjauhan, memperluas target pasar, menarik perhatian konsumen, hingga meningkatkan penjualan. Sarana dari digital marketing adalah e-commerce yang saat ini berkembang di Indonesia terdiri dari Tokopedia, Shopee, Lazada, Bukalapak, TikTok dan sebagainya. Penelitian yang dilakukan oleh (Tijjang, 2020), (Safrizal, 2023), (Wahab et al., 2023) menyatakan bahwa. e-commerce menjadi strategi yang baik untuk sebuah produk sehingga menghasilkan pendapatan.

Seiring dengan kemajuan zaman yang pesat, penggunaan internet atau media online sebagai sarana memperoleh informasi semakin meluas (Ahmad et al., 2022). Dimana media social memberkan berita dan informasi yang dapat di akses dimana saja dan kapan saja dengan mudah. Hal ini dikarenakan internet memberikan mempunyai sifat mempermudah pekerjaan manusia sehingga jaringan internet memperlopori terjadinya revolusi teknologi yang memberikan pengaruh yaitu perubahan yang berarti dalam kehidupan manusia (Susilatri et al., 2023)

Salah satu usaha yang saat ini banyak bermunculan adalah usaha *Caffe shoop.* Pelaku usaha kafe perlu memperhatikan beberapa aspek agar konsumen yang berkunjung puas dan melakukan pembelian kembali. Menurut (Siswanto, 2018) menyatakan bahwa “kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang dalam perbandingan antara kesannya konsumen terhadap tingkatan kinerja produk dan jasa ril atau aktual dengan kinerja sesuai harapan”.

Pendapatan merupakan aliran masuk aktiva yang timbul dari penyerahan barang/jasa yang dilakukan oleh suatu unit usaha selama periode tertentu (Azlina et al., 2023). Pada umumnya semua perusahaan kegiatan pokoknya adalah menjual barang jasa dalam rangka untuk memperoleh keuntungan. Pada perusahaan yang menghasilkan barang, sudah pasti penjualan barang merupakan upaya pencapaian. Sedangkan pada perusahaan jasa, mereka harus menyerahkan jasa.

Industri kuliner yang mengontrol kinerja dan bisnis ekonomi kreatif adalah salah satu industri di mana perusahaan menghadapi persaingan yang ketat. Kafe merupakan salah satu kategori bisnis kuliner. Kafe sering dikaitkan dengan gagasan menjadi kaya, lokasi yang bagus, mewah, khas, dan untuk individu berpenghasilan tinggi atau kaya. Namun, saat ini semua orang dapat mengunjungi kafe dengan harga terjangkau, beragam hidangan dan tempat-tempat menarik serta rasa yang lezat.

Kopi banyak disukai oleh masyarakat mulai dari kalangan remaja hingga dewasa, baik pria maupun wanita senang mengkonsumsi kopi. setiap usaha yang membuka Kedai atau cafe Coffee dapat mempengaruhi keputusan untuk kembali membeli atau tidak kembali sama sekali. Oleh karena itu para usaha cafe diharapkan dapat memperhatikan dari segi rasa, pelayanan maupun suasana kafe. Hal tersebut salah satu cara untuk bisa tetap bertahan bersaing dengan kedai lainnya. Namun bagi menikmati kopi dengan racikan sendiri di rumah atau di tempat kerja akan terasa berbeda ketika mereka menikmati kopi di kedai kopi, entah karna racikannya atau suasananya. Tetapi kemungkinan, situasi dan kondisi dalam menikmati kopi mempengaruhi rasa dalam meminum kopi itu sendiri. Selain lokasi nya yang sangat bagus, view bisa buat content dan foto terutama dikalangan anak muda yang mengunjungi kedai tersebut, dan pelanggan juga bisa menikmati menu yang di sediakan.

Kafe candu kopi merupakan salah satu kafe yang berdiri pada Juni 2017 di Jl. Bangau Sakti, Simpang Baru, Kec. Tampan, Kota Pekanbaru. Dalam waktu kurang lebih dari 5 tahun, Abeng mampu membawa Candu Kopi menjadi candu baru tempat tongkrongan anak muda pecinta kopi. Kafe ini bukan menawarkan kopi saja, tetapi juga minuman dan makanan pendamping lainnya yang menjadi trend dikalangan masyarakat. Dengan kisaran harga dimulai dari Rp.10.000. s/d Rp.20.000. yang termasuk kategori bersahabat dengan kantong mahasiswa sehingga mampu menarik pelanggan untuk terus datang.

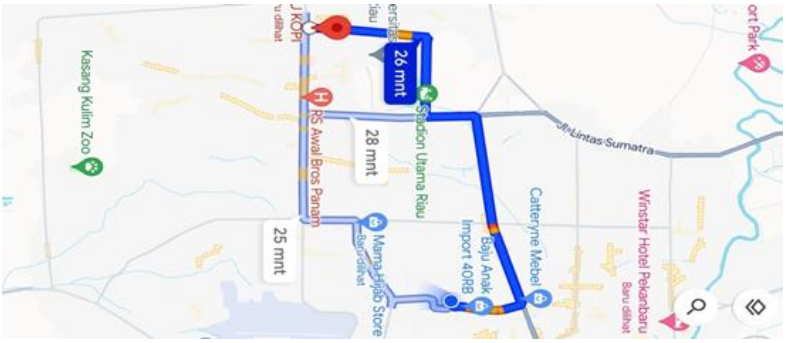
II. MASALAH

Dalam menjalankan usaha, tentu timbul berbagai permasalahan bagi para pelaku Usaha Candu Coffee dalam hal meningkatkan pendapatan dan kepuasan konsumen. Belum adanya

Penerbit : Yayasan Grace Berkat Anugerah |DOI : 10.69688/keyboard.v2i1.141

pengelolaan yang baik oleh seorang manajemen, menyebabkan kesulitan dalam pengeloaan usaha Candu Coffee. Hal ini membuat usaha perlu diberikan sosialisasi terkait dengan optimalisasi manajemen. Dimana hal ini diharapkan agar dapat meningkatnya pendapatan dan kepuasan konsumen tercapai.

Kondisi manajemen cafe ini menggunakan media sosial yaitu instagram sebagai sarana promosi. Media sosial yang sangat aktif dan selalu memberikan informasi seputar kebutuhan dari café akan memberikan semangat dan kegairahan konsumen untuk ingin berkunjung ke café tersebut.



Gambar 1. Denah Lokasi Pelaksanaan PKM

Pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan pada UMKM Cafe Candu Kopi yang berada di Pekanbaru tepatnya berlokasi di Jl. Bangau Sakti, Simpang Baru, Kecamatan Tampan kode pos 28290 Kota Pekanbaru. Riau. Secara Geografis kecamatan Tampan berada pada koordinat $101^0$14’- $101^0$34’BT dan $0^0$25’- $0^0$45’LU.

Lokasi usaha yang berada di dekat jalan raya ini bisa membuka peluang yang besar untuk meningkatkan dan mengenalkan usahanya kepada masyarakat setempat maupun kepada konsumen yang melintas lokasi ini. Untuk refreshing maupun untuk sekedar singgah, tempat usaha ini banyak membuka berbagai cabang di tempat-tempat lainnya, sehingga banyak peminat atau konsumen yang ingin nongkrong ataupun mengerjakan tugas di cafe tersebut

Dari hasil survey yang dilakukan di lokasi Café Candu Kopi di Jalan Bangau Sakti Simpang Baru Kecamatan Tampan terdapat adanya permasalahan yang dihadapi oleh manajemen terutama mengenai pemasaran yang nantinya sangat menpengaruhi pendapatan. Adapun masalah yang ditemukan antara lain:

1. Kurangnya pengetahuan promosi yang dilakukan oleh caffe agar tetap menarik pelanggan
2. Kurangnya pengetahuan dan pengalaman yang baru dalam mengelola dan menjalankan sebuah usaha, serta memberikan wawasan mengenai dunia usaha.

III. METODE

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan PKM ini dengan metode partisipatif dimana penulis juga ikut berpartisipasi dalam kegiatan PKM ini. Dalam pelaksanaannya kegiatan PKM ini dilakukan dengan proses wawancara secara langsung kepada pelaku UMKM tersebut. Selain itu mahasiswa juga diberikan bimbingan bagaimana pentingnya peranan manajemen bagi kelangsungan usaha serta bagi pengambilan keputusan bisnis.

Data diperoleh secara langsung dari hasil wawancara kepada pelaku UMKM yang diberikan pertanyaan mengenai umkm yang mereka jalankan kurang lebih 5 tahun. Setelah melakukan sesi wawancara tim mengelilingi sekitaran Cafe tersebut. Metode pelaksanaan PKM yang kelompok kami lakukan yaitu sebagai berikut:

1. Wawancara.

   Metode wawancara dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan untuk mendapatkan informasi dengan cara bertanya langsung kepada owner untuk memberikan informasi sesuai dengan topik yang telah dibahas (Sugiyono, 2022). Sasaran dari pelaksanaan

Penerbit : Yayasan Grace Berkat Anugerah |DOI : 10.69688/keyboard.v2i1.141

metode ini adalah setiap pihak yang dinilai berperan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini.

2. Dokumentasi.

   Metode pelaksanaan dokumentasi dilakukan dengan tujuan untuk melengkapi informasi-informasi yang diperoleh agar lebih lengkap serta menunjang kebenaran dan keterangan yang diberikan sesuai dengan topik yang dibahas.

Gambar 2. UMKM Café Candu Kopi

Gambar 3 Wawancara Tim Pengabdian Kepada Masyarakan dengan Pelaku UMKM

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut (Syaifuddin, 2024) optimalisasi adalah upaya meningkatkan kinerja pada suatu unit kerja ataupun pribadi yang berkaitan dengan kepentingan umum, demi tercapainya kepuasan dan keberhasilan dari penyelenggaraan kegiatan tertentu. Dimana kondisi manajemen cafe ini menggunakan media sosial yaitu instagram sebagai sarana promosi. Media sosial yang sangat aktif dan selalu memberikan informasi seputar kebutuhan dari café akan memberikan semangat dan kegairahan konsumen untuk ingin berkunjung ke café tersebut.

Menurut (Botutihe et al., 2018) menyatakan bahwa pendapatan merupakan penghargaan dari energi karyawan yang diinfestasikan sebagai hasil produksi, atau suatu jsa yang dianggap sama dengan itu, yang berwujud uang, tanpa suatu jaminan yang pasti dalam tiap-tiap minggu atau bulan. Jadi, pendapatan adalah suatu penghargaan dalam bentuk hasil nyata yang diperolah dari proses kerja berupa imbalan upah, gaji, dan honor (Ramayanti & Hariyoko, 2023). Sangat jelas bahwa pendapatan yang berupa uang adalah wujud nyata yang harus dimiliki oleh setiap manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Kemauan dan kesanggupan seseorang untuk bekerja berangkat dari adanya kebutuhan dirinya dan keluarganya. Kondisi pendapatan cafe ini tergantung banyaknya konsumen, karena jumlah pesaing meningkat sehingga timbul peningkatan persaingan yang menjadi suatu tantangan dan ancaman bagi para pengusaha coffe shop. Tantangan ini termasuk bagaimana mendapatkan dan mempertahankan konsumen yang loyal, serta ancamannya adalah jika konsumen mereka lebih memilih coffe shop yang lain.

Penerbit : Yayasan Grace Berkat Anugerah |DOI : 10.69688/keyboard.v2i1.141

Menurut Kotler (Aprileny et al., 2020) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya**.** Perlu kita ketahui, bahwa kondisi konsumen saat ini sangat membutuhkan tempat untuk berkumpul, mengerjakan tugas, beristirahat dengan menikmati makanan dan minuman yang disediakan tanpa adanya batasan waktu dan dengan persediaan fasilitas dan suasana kafe sesuai dengan apa yang diinginkan pelanggan Sehingga terwujudlah kafe kafe dengan suasana kafe yang didesain sesuai dengan kebutuhan dari pelanggan yang menjadi sasaran targetnya.

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilaksanakan secara daring dan luring, dimana Tim kegiatan pengabdian menghubungi pemilik UMKM Café Candu Kopi dan mengajak untuk berdiskusi dan saling sharing mengenai UMKM yang sedang dijalankan. Sehingga peserta kegiatan pengabdian tau latar belakang dan perjalanan awal berdirinya UMKM Café Candu Kopi ini.

Adapun target dari pelaksanaan kegiatan pengabdian ini ialah untuk memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh mitra dalam menjalankan usaha yang digeluti. Adapun solusi yang dapat diberikan dalam kegiatan ini sebagai berikut :

1. Mengubah pola pikir owner kafe dengan memberikan gambaran bahwa perlunya mengetahui cara promosi yang baik dan efisien
2. Memberikan pengetahuan dan informasi mengenai tata kelola dalam optimalisasi manajemen guna meningkatkan pendapatan dan kepuasan pelanggan caffe.
3. Memberikan masukan dan pengetahuan terkait kiat dalam pengembangan unit Usaha Candu Kopi dengan mempertimbangkan arah pandangan masa jangka panjang.

Jadwal kegiatan disusun dalam bentuk bar chart untuk rencana pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat yang diajukan dan sesuai dengan format berikut:

Tabel 1 Jadwal Kegiatan PKM

No	**Jenis Kegiatan**	**Tahun 2024**					
		1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**
1	Persiapan	√	√				
2	Survey Lokasi		√	√			
3	Rapat TIM			√	√		
4	Pelaksanaan Kegiatan					√	
5	Laporan dan Evaluasi					√	√

Adapun hasil yang diharapkan atas solusi yang ditawarkan atas permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM Café Candu Kopi dalam pelaksanaan kegiatan Program Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah berikut :

1. Bimbingan manajemen di Candu Kopi dengan tujuan dapat meningkatkan usaha yang lebih baik dan sukses.
2. Mengingat optimalisasi manajemen harus dilakukan dalam suatu usaha, maka sumber daya manusia yang terkait dengan pengelolaan manajemen perlu menjadi pertimbangan yang sangat penting untuk keberlangsungan usaha jangka Panjang.
3. Terkait pengembangan usaha di Candu Kopi, maka diperlukan suatu maping atau roadmap kafe, sehingga para konsumen yang menjadi target pasar dapat dengan mudah mencari kafe tersebut.

V. KESIMPULAN

Dalam dunia usaha khususnya UMKM sangat diperlukan adanya keinginan yang kuat, kesabaran, ketekunan dan kesungguhan yang tinggi untuk semua usaha yang dilakukan agar mencapai hasil yang terbaik dimasa depan. Dimana untuk memulai sebuah usaha dibutuhkan skill dan planning yang matang, agar usaha yang dijalankan bisa sesuai dengan keinginan yang baik dimasa mendatang. Selain itu pengetahuan tantang optimalisasi manajemen sangat diperlukan

Penerbit : Yayasan Grace Berkat Anugerah |DOI : 10.69688/keyboard.v2i1.141

agar usaha tersebut bias tetap berkembang. Akan tetapi cafe candu kopi masih belum dikelola sesuai ketentuan manajemen yang baik. Sehingga perkembangan usaha yang sudah berjalan cukup lama masih sama dengan awal berdirinya kafe tersebut. Sehingga bimbingan untuk mengoptimalkan kualitas manajemen sangat diperlukan untuk menjadikan UMKM tersebut lebih baik dan sukses

DAFTAR PUSTAKA

Ahmad, M., M.yamin, Darmawansyah, Kuarniaty, Eragradini, R., Walenna, muhammad akbar, & Arsyad, nur aliya. (2022). *Edukasi Tentang Stunting Pada Balita Dalam Rangka*. *3*(2), 1357–1362.

Aprileny, I., Wati, W. T., & Emarawati, J. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan The Media Hotel & Towers Jakarta. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, *17*(02), 39–47. https://doi.org/10.36406/jam.v17i02.330

Azlina, N., Safrizal, S., & ... (2023). Pelatihan Kewirausahaan Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kota Pekanbaru. *Jurnal Pengabdian …*, *4*(3), 2624–2629.

Botutihe, K., B Sumarauw, J. S., Karuntu, M. M., Ekonomi dan Bisnis, F., & Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado, J. (2018). Analisis Sistem Antrian Teller Guna Optimalisasi Pelayanan Pada Pt. Bank Negara Indonesia (Bni) 46 Cabang Unit Kampus Manado Analysis of Queue System and Optimization of Teller Service At Pt.Bank Negara Indonesia Branch of the Campus Manado. *Analisis Sistem…… 1388 Jurnal EMBA*, *6*(3), 1388–1397. https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/20223

Ramayanti, W. A., & Hariyoko, Y. (2023). Optimalisasi Pelayanan Kartu Identitas Anak Melalui Klampid New Generation Di Kelurahan Medokan Semampir Kota Surabaya. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah …*, *2*(8), 3620–3625. https://journal-nusantara.com/index.php/JIM/article/view/1937%0Ahttps://journal-nusantara.com/index.php/JIM/article/download/1937/1656

Safrizal, Y. (2023). *Strategi Pengelolaan Keuangan Dalam Keberhasilan Usaha Umkm Paska Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Usaha Arang Beriket Batok Kalapa di Desa Margorejo Pati)*. *5*(1), 189–198.

Siswanto, T. (2018). Optimalisasi Sosial Media Sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah. *Liquidity*, *2*(1), 80–86. https://doi.org/10.32546/lq.v2i1.134

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Alfabeta.

Susilatri, Desmiyawati, Safrizal, Hariadi, & Alamsyah, M. (2023). *Kata Kunci: UMKM, Teknologi Digital, Penyusunan Laporan Keuangan*. *2*(November), 136–145.

Syaifuddin. (2024). Optimizing Product Quality And Service Quality Improvements To Increase Indihome Customer Satisfaction. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, *5*(2), 4389–4399.

Tijjang, B. (2020). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Amsir Management Journal*, *1*(1), 46–58. https://doi.org/10.56341/amj.v1i1.202

Wahab, W., Safrizal, Sitinjak, M., Hidayat, R., & Zahida. (2023). *Peningkatan Ekonomi UMKM Kolam Pancing Melalui Manajemen Pengembangan Usaha Serta Pencatatan Keuangan Mandiri*. *4*(4), 3136–3143.

Yulita, R., & Simanjuntak, D. (2023). *Optimalisasi E-Commerce dalam Peningkatan Pendapatan Pelaku*. *2*(1), 1–6.