

Pendampingan Secara Daring Usaha Cafe sebagai Tefa Melalui Program Community Development Di Cianjur, Jawa Barat

Bernadette Vanessa Setiono¹, Cassius Hendrico Susilo², Dante Alpheus³, Darren David Atmadja⁴, Devan Agathon Astono⁵, Irvina Hasani Abidin⁶, Tasya Mazaya Arianti^{7*},
Yudho Hartono⁸

¹Program Studi Bisnis, Universitas Prasetiya Mulya; ²Program Studi Bisnis, Universitas Prasetiya Mulya; ³Program Studi Bisnis Matematika, Universitas Prasetiya Mulya; ⁴Program Studi Branding, Universitas Prasetiya Mulya; ⁵Program Studi Bisnis, Universitas Prasetiya Mulya; ⁶Program Studi Finance Universitas Prasetiya Mulya; ⁷Program Studi Hospitality Business, Universitas Prasetiya Mulya.

Universitas Prasetiya Mulya, Edutown BSD Campus Kavling Edu I.1, Jl. BSD Raya Utama, BSD City, Serpong - Tangerang , Indonesia 15820

Corresponding author: tasya.ariyanti@student.pmsbe.ac.id*

Abstract

Coffe is the mainstay commodity that is mostly cultivated by social forestry farmers according to the Ministry of Environment and Forestry. Seeing this opportunity, the team had the opportunity to support our partners in the Community Development program. Our partners run a coffee and cafe business located in Sukanagara, Cianjur, West Java as a teaching factory (Tefa) owned by SMK Negeri 1 Sukanagara. The group's task is to provide knowledge about business and improve partner's marketing and accounting system by implementing technology within 1 month. The group has successfully delivered material related to the basics of business by looking at the financial, marketing, and operational aspects; and implemented online marketing with the help of social media.

Abstrak

Kopi merupakan komoditas andalan yang paling banyak dibudidayakan oleh petani perhutanan sosial menurut Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan. Melihat dari peluang ini, Tim berkesempatan untuk turut mendukung mitra dalam program Community Development. Mitra menjalankan usaha kopi dan kafe yang berlokasi di Sukanagara, Cianjur, Jawa Barat sebagai *teaching factory* yang dimiliki oleh SMKN 1 Sukanagara. Tugas kelompok adalah untuk memberikan pengetahuan seputar bisnis dan memperbaiki pemasaran dan sistem pencatatan milik mitra dengan menerapkan teknologi dalam kurun waktu 1 bulan. Kelompok telah berhasil menyampaikan materi terkait dasar-dasar bisnis dengan melihat aspek keuangan, pemasaran, dan operasional; dan menerapkan pemasaran secara daring dengan bantuan media sosial dan marketplace.

Keywords

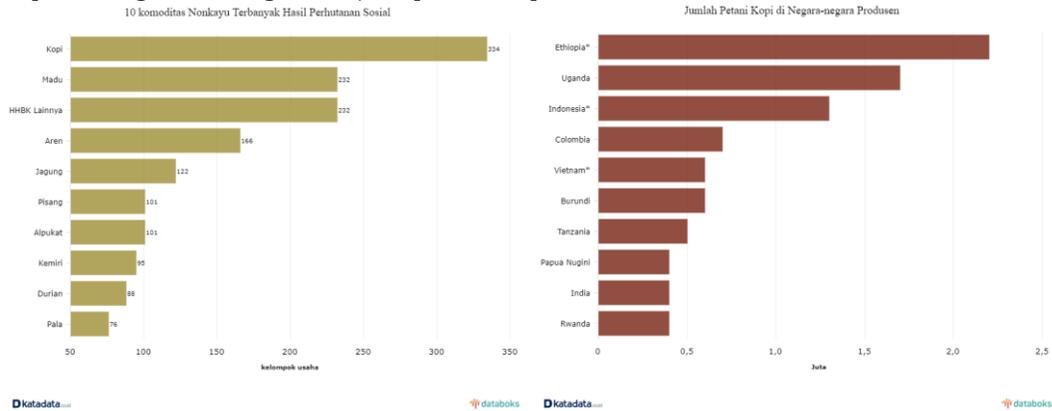
Coffee, Sukanagara, Vocational School, Business Knowledge, Management

Kata Kunci

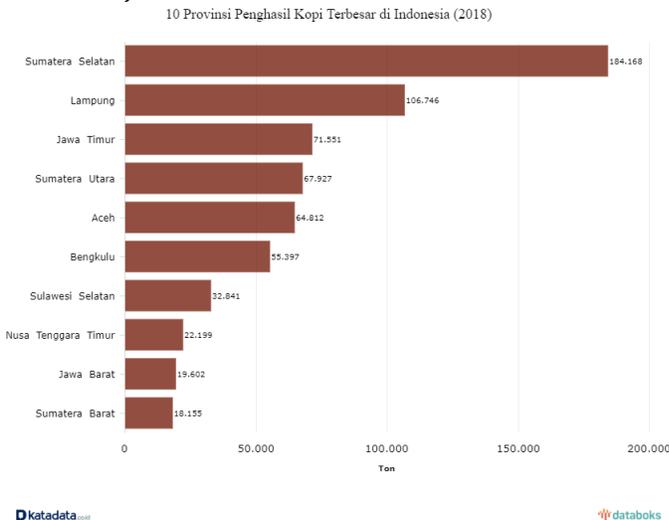
Kopi, Sukanagara, Sekolah Menengah Kejuruan, Ilmu Pengetahuan Bisnis, Manajemen

Pendahuluan

Kopi merupakan komoditas andalan yang paling banyak dibudidayakan oleh petani perhutanan sosial menurut Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan. Pada tahun 2019 silam, Indonesia memiliki 1,3 juta petani kopi dan menempati posisi ketiga dalam jumlah petani kopi terbanyak di dunia, setelah negara Ethiopia yang menempati posisi pertama dengan 2,2 juta petani kopi dan Uganda dengan 1,7 juta petani kopi.



Total produksi nasional kopi pada tahun 2018 mencapai 722.461 ton. Lumbung kopi terbesar di Indonesia berada di Sumatera Selatan dan telah memproduksi kopi sebanyak 184.168 ton atau setara 25% dari total produksi nasional pada tahun 2018. Posisi kedua diduduki oleh Lampung (sekitar 14%), lalu posisi ketiga diduduki oleh Jawa Timur (sekitar 9%). Provinsi Jawa Barat menempati posisi ke 9 dengan total produksi mencapai 19.602 ton atau setara dengan 3% dari total produksi nasional. Hal ini memberikan banyak peluang bagi para petani kopi, khususnya di daerah Jawa Barat untuk terus bertumbuh.



Melihat dari peluang ini, Tim berkesempatan untuk turut mendukung mitra dalam program Community Development. Mitra menjalankan usaha kopi dan kafe yang berlokasi di Sukanagara, Cianjur, Jawa Barat sebagai *teaching factory* yang dimiliki oleh SMKN 1 Sukanagara. Kopi yang dijual mitra berasal dari petani dari Sukanagara yang kemudian diolah sendiri dan menghasilkan kopi khas Sukanagara dengan 4 jenis varian yaitu Honey, Natural, Full Wash, dan Wine. Kafe dijalankan oleh para guru dengan bantuan siswa yang terpilih sebagai sarana pembelajaran. Dalam program Community Development, terdapat 5 orang siswa dan 2 guru sebagai pendamping.

Sayangnya, akibat Pandemi Covid-19, pendampingan usaha akan dilakukan secara daring dengan memanfaatkan teknologi sebagai jalur komunikasi. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan sebelum program dijalankan, usaha kafe yang ada di daerah Cianjur, Jawa Barat memang sudah banyak namun belum ada cafe yang mengolah kopi sendiri. Sehingga mitra memiliki peluang yang besar untuk memiliki diferensiasi produk.

Perumusan Masalah

Permasalahan yang ditemukan pada usaha mitra didapatkan dari hasil diskusi awal, saat kegiatan pendampingan intensif, dan saat pendampingan lanjutan. Berikut merupakan permasalahan dari segi internal yang ditemukan dari hasil diskusi awal:

1. Kurangnya pemahaman mitra tentang kewirausahaan dari aspek operasional, pemasaran, dan keuangan.
2. Pencatatan keuangan mitra yang terbilang sederhana sehingga tidak bisa melihat kenaikan dan penurunan pendapatan dalam sebulan
3. Produk belum memiliki logo sebagai *brand identity* yang baik sehingga mitra meminta bantuan kelompok untuk membantu membuat hal tersebut.
4. Produk mitra belum memiliki *packaging* yang sesuai dengan target sehingga mitra meminta bantuan kelompok untuk membantu membuat hal tersebut.
5. Usaha mitra belum melakukan penetrasi daring dalam melakukan pemasaran.
6. Penjualan kopi yang hanya dibeli oleh para guru dan siswa di SMK.

Selain dari segi internal mitra, kelompok juga melihat kendala dan masalah yang diakibatkan oleh kondisi eksternal yaitu pandemi yang mengharuskan seluruh kegiatan belajar mengajar dilaksanakan secara daring. Para siswa dari SMK X yang dipercaya untuk mengikuti kegiatan ini harus menempuh jarak sekitar 30 menit dengan kendaraan bermotor untuk ke sekolah agar bisa mengikuti kegiatan Community Development. Mereka sangat kesulitan untuk mengakses internet jika di rumah masing-masing karena sulit mendapatkan jaringan. Hal ini sempat menjadi masalah ketika hujan melanda di daerah sana. Para siswa tidak bisa hadir ke sekolah akibat hujan dan di daerah sekitar sempat mati lampu. Sehingga hal ini sangat mengganggu kegiatan. Selain dari segi Pandemi, koneksi internet yang masih belum stabil karena lokasi yang berada di daerah perbukitan.

Telaah Literatur

Pendidikan Kewirausahaan di Kalangan Sekolah Menengah Kejuruan

Mengutip dari (Munarshih et al., 2020, 4) menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan memiliki peranan yang penting dalam menumbuhkan intensi untuk berwirausaha pada generasi muda. Sayangnya pendidikan kewirausahaan di sekolah menengah kejuruan masih belum efektif karena belum ada hasil yang jelas. Siswa sekolah menengah kejuruan umumnya tidak dapat melanjutkan studi ke jenjang perguruan tinggi karena masalah keuangan dan akhirnya mereka menjadi pengangguran.

Pentingnya Pengetahuan Bisnis

(David McClelland, 2009:433) dalam (Kuntowicaksono, 2012) mengatakan agar suatu negara dapat makmur maka dibutuhkan jumlah entrepreneur setidaknya 2% dari populasi penduduk. Pada tahun 2020, rasio kewirausahaan Indonesia adalah 3,47%, masih tertinggal dengan Negara ASEAN seperti Singapura (8,76%) & Malaysia (4,74%). Menurut (Kuntowicaksono, 2012) kemandirian dalam berwirausaha diperlukan agar industri dapat berkembang, oleh karena itu penting untuk menciptakan sumber daya manusia yang berkualitas melalui perpaduan pendidikan antara teori & praktik agar siswa memahami makna pendidikan bagi masa depan. (Harris dalam Suryana, 2006:5) dalam (Hanifati, 2017) mendefinisikan pengetahuan kewirausahaan sebagai

kemampuan untuk mengenali atau menciptakan peluang serta mengambil tindakan yang perlu diketahui mengenai kewirausahaan yang didapatkan dari segala bentuk informasi yang diolah dan berproses dalam menjalankan suatu usaha sehingga menimbulkan keberanian mengambil resiko secara rasional dan logis dalam menangani suatu usaha. Berdasarkan penelitian yang dilakukan (Hanifati, 2017) didapatkan hipotesis bahwa pengetahuan kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan kewirausahaan.

Siswa/siswi di SMKN 1 Sukanagara tidak hanya mendapatkan teori dari materi yang diberikan oleh kelompok, namun mereka juga mendapatkan pengetahuan dari pengalaman selama menjalankan bisnis Cafe mereka. SMKN 1 Sukanagara memutuskan untuk menjual produk kopi dikarenakan mereka memiliki kebun kopi serta pemahaman terkait dengan dengan cara pengolahan kopi agar dapat dijual. Mereka memilih untuk mendirikan cafe dikarenakan mereka melihat kebiasaan warga disana yang suka mengkonsumsi kopi. Setelah mendapatkan materi dan pelatihan, penjualan di Cafe Ziera pada bulan pertama meningkat, hal ini menandakan adanya pertumbuhan di bulan tersebut.

Aspek Pemasaran

Menurut (Kotler, 2011) dalam (Fadly dan Utama, 2020), Pemasaran daring adalah sebuah sistem kerja perusahaan yang fokus pada penjualan barang, jasa, maupun promosi dengan dukungan media internet sebagai pendukung sistem kinerja tersebut. Berdasarkan (Munarsih et al, 2020) penggunaan pemasaran secara daring dapat mendistribusikan sebuah produk atau informasi lebih cepat dan mendapatkan jangkauan yang lebih luas jika dibandingkan dengan komunikasi yang dilakukan secara tradisional (luring). Penggunaan media digital memberikan kesempatan bagi para konsumen untuk mendalami informasi yang dibutuhkan untuk membuat keputusan akhir sebelum membeli barang atau jasa. Dengan menggunakan media daring seperti media sosial (Facebook, Instagram, TikTok, dan lain sebagainya) dapat memudahkan sebuah bisnis untuk berinteraksi dengan para konsumennya. Menurut (Fadly dan Utama, 2020), usaha dengan menggunakan platform *e-commerce* di Indonesia masih tergolong sangat rendah. Hal ini ditunjukkan dengan hanya 15,08% dari keseluruhan warga Indonesia yang menggunakan media daring sebagai media usaha pada tahun 2019. Masih banyak warga Indonesia yang nyaman dengan penjualan secara konvensional. Padahal di masa pandemi dan di era saat ini perlu dilakukan revolusi usaha dengan memanfaatkan *e-commerce* dan media daring untuk melakukan penjualan.

Pencatatan Sederhana untuk Bisnis

Berdasarkan Standar Pencatatan Bisnis dan Keuangan yang dikeluarkan Ikatan Akuntan Indonesia (Srihermanto, 2018), laporan keuangan dibuat dengan tujuan untuk menyediakan informasi menyangkut posisi keuangan, kinerja usaha, dan perubahan posisi keuangan dalam suatu perusahaan yang bermanfaat bagi sebagian besar pengguna dalam melakukan pengambilan keputusan. Komponen yang masuk dalam laporan keuangan meliputi Neraca (Balance Sheet), Laporan Laba/Rugi (Income Statement), Laporan Perubahan Modal (Statement of Changes of Equity), Laporan Arus Kas (Statement of Cash Flow), dan Catatan Atas laporan Keuangan (Notes of Financial Statement). Bagi bisnis kecil dan menengah, laporan keuangan yang dibuat cukup Neraca (balance SHEET), Laporan Laba/Rugi (Income Statement), dan Laporan Arus Kas (Statement of Cash FLOW). Dengan membuat dan memahami laporan keuangan, diharapkan dapat memabantu pelaku usaha untuk membuat keputusan dalam pengembangan bisnis mereka.

Metode

Untuk memahami kondisi mitra lebih lanjut, kami menggunakan analisa SWOT untuk mengenal situasi dari usaha.

Tabel 1. Identifikasi SWOT Kopi Ziera

S	W
<ol style="list-style-type: none"> 1. Sudah memiliki <i>production line</i> 2. Sudah memiliki cafe fisik yang cukup memadai 3. Menumbuhkan kopi sendiri 4. <i>Restock point</i> yang jelas 5. Memiliki lahan penanaman kopi yang luas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Belum ada pembagian divisi 2. Belum marketing plan yang sesuai 3. Menu kopi yang kurang ditonjolkan 4. Belum memiliki SOP 5. Belum memiliki media sosial 6. Modal terbatas 7. Belum memiliki pengetahuan dan pengalaman bisnis
O	T
<ol style="list-style-type: none"> 1. Bisa bekerja sama dengan restoran atau warung setempat untuk menjual produk 2. Menerapkan teknologi seperti online shop untuk menjual produk kopi karena pembelian meningkat 17% 3. Kesadaran generasi milenial untuk mengkonsumsi produk lokal 4. Bisnis kopi yang terus bertumbuh 5. Behaviour online shopping yang meningkat akibat pandemi 6. Kebiasaan daerah sekitar yang memang suka minum kopi 7. Persaingan kopi belum kuat karena cafe sekitar masih memasok dari luar 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perubahan perilaku masyarakat akibat pandemi 2. Pandemi membuat orang jarang keluar rumah 3. Perilaku konsumen yang akan bertahan selama beberapa lama akibat pandemi 4. Produk kopi yang sudah terlebih dahulu masuk ke pasar

Permasalahan utama yang dihadapi oleh mitra adalah belum memiliki pengetahuan dan pengalaman bisnis yang memadai. Hal ini menyebabkan mitra tidak menggunakan teknologi, khususnya pemasaran secara daring dengan optimal. Sehingga dalam program ini, kelompok fokus untuk memberikan pemahaman mengenai bisnis kepada mitra yang ditinjau dari aspek pemasaran, keuangan, dan operasional. Materi yang diberikan oleh kelompok merupakan materi yang kelompok pelajari selama perkuliahan, namun dengan bahasa yang lebih sederhana agar dapat lebih mudah dipahami oleh siswa/siswi SMKN 1 Sukanagara.

Dari aspek pemasaran, kelompok awalnya memberikan pemahaman mengenai kegiatan pemasaran dan apa saja yang harus dilakukan dalam melakukan pemasaran. Setelah mitra mengerti, kelompok memperkenalkan mitra dengan e-commerce tokopedia dan juga social media Instagram. Agar mitra dapat memahami cara menggunakan kedua platform ini, kami memiliki sebuah program yang dikhususkan untuk mengajarkan mitra cara mengoperasikan fitur-fitur baik pada Tokopedia maupun Instagram. Untuk penggunaan Tokopedia, setelah mendapatkan pelatihan dari kelompok mitra dapat membuat akun toko mereka sendiri (Ziera Cafe) serta memasukkan produk yang mereka jual. Untuk penggunaan Instagram, mereka sebelumnya sudah memiliki akun Instagram untuk Cafe Ziera dengan nama @zieracafe, namun akun yang mereka miliki masih belum aktif. Melihat kondisi akun Instagram yang terabaikan, kelompok memutuskan untuk memberikan mereka feedback dalam membuat dan mendesain konten instagram. Agar aspek pemasaran lebih optimal baik secara online maupun offline, adapun materi yang kelompok berikan kepada

siswa/siswi terkait dengan basic dari marketing. Materi ini mencakup content planning, content pillar, cara memosisikan diri mereka dengan kompetitor (positioning) dan aspek marketing lainnya. Tujuan dari program ini adalah agar mereka memiliki gambaran dan memiliki pemahaman sederhana terkait dengan aspek pemasaran dan untuk kedepannya dapat mengimplementasikannya ke dalam bisnis kopi mereka.

Dari segi pencatatan keuangan, untuk membantu mempermudah sistem pencatatan keuangan, kelompok memperkenalkan kepada siswa/siswa dengan format pencatatan yang lebih terstruktur namun sederhana serta *software* microsoft excel & google sheets. Di Awal program, kelompok mengajarkan konsep dasar akuntansi dan pencatatan sederhana. Selanjutnya, siswa/siswi diajarkan untuk menggunakan fitur-fitur serta formula yang ada pada microsoft excel & google sheets. Setelah mereka dapat mengoperasikan microsoft excel & google sheets, barulah kelompok masuk kepada materi cara mencatat laporan keuangan di google sheets serta beberapa tambahan materi terkait dengan akuntansi dasar.

Dari segi operasional, kelompok memberikan siswa/siswi di SMKN 1 Sukanagara materi terkait dengan Flowchart, tujuannya adalah agar mereka dapat dengan lebih mudah melihat proses pembuatan kopi dan untuk kedepannya dapat membuang tahap-tahap yang tidak diperlukan agar proses produksi menjadi lebih efisien. Selain itu kelompok juga memberikan materi mengenai fishbone diagram, harapan kelompok adalah jika mereka menemukan masalah di kemudian hari, maka mereka dapat menyelesaikannya dengan lebih mudah melalui diagram ini. Terakhir, kelompok juga sempat membahas mengenai SIPOC diagram, dengan adanya diagram ini siswa/siswi di SMKN 1 Sukanagara bisa mendapatkan gambaran mengenai elemen kunci dalam bisnis mereka.

Selain dari segi pemahaman mengenai dasar-dasar bisnis, kelompok juga membantu membuat desain logo yang baru untuk lebih menonjolkan usaha mitra. Logo nantinya akan dipakai di berbagai *platform* sebagai *profile picture*. Selain itu, kelompok juga membuat desain *packaging* yang baru atas permintaan mitra dan juga agar mitra tidak perlu repot mencetak stiker dan menempelkannya lagi.

Agar para siswa paham mengenai kegiatan bisnis sehari-hari dengan harapan para siswa memiliki motivasi untuk bekerja sama antar tim, kelompok memberikan *sharing* mengenai pengalaman selama menjalankan bisnis. Hal ini ditujukan agar para siswa dapat memahami bagaimana sistem di bisnis berjalan dan pentingnya bekerja sama dalam menjalankan bisnis ini.

Hasil

Aspek Pemasaran

1. Logo yang baru telah dibuat sebagai identitas dari cafe dan kopi yang dijual oleh SMKN 1 Sukanagara. Logo yang dibuat juga dimanfaatkan sebagai media promosi agar dapat di kenal oleh para pembeli dan diingat oleh para pembeli.



Gambar 1. Logo Ziera Cafe sebelum Program Community Development



Gambar 2. Logo Ziera Cafe setelah Program Community Development

2. Pembuatan *packaging* yang baru agar lebih menarik dan memudahkan mitra dalam melakukan pembungkusan



Gambar3. Packaging Kopi Sebelum Program Community Development

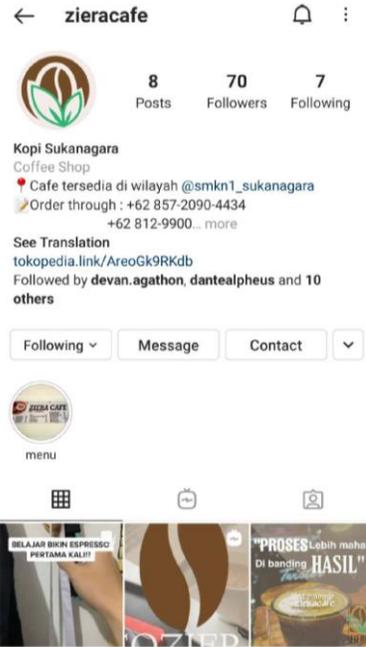


Gambar 4. Packaging Desain Pertama



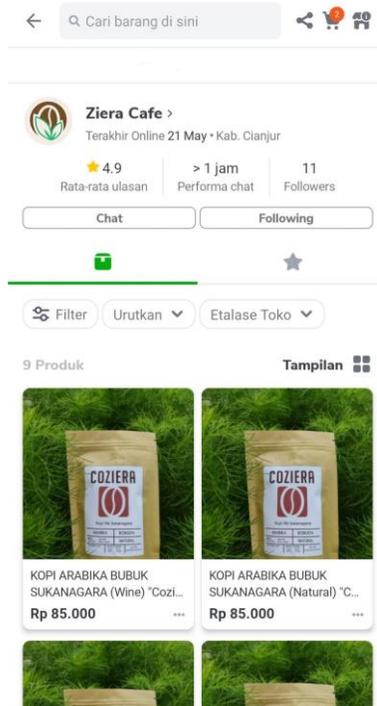
Gambar 5. Packaging Setelah Program Community Development

3. Instagram yang telah dirapikan agar dapat menonjolkan usaha dari Cafe Ziera beserta konten Instagram sebagai media promosi untuk meningkatkan *awareness* dari usaha mitra.



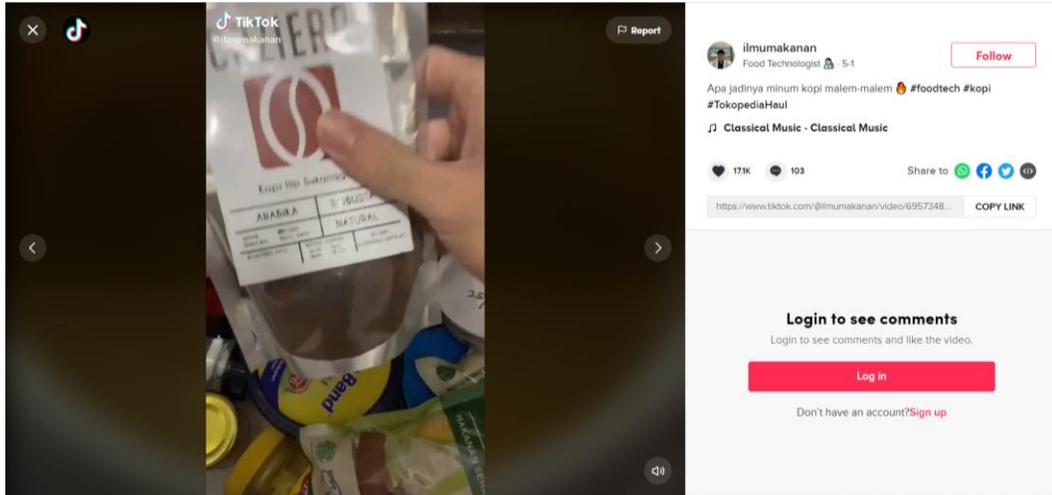
Gambar 6. Instagram Ziera Cafe

4. Pembukaan akun Tokopedia sebagai sarana penjualan agar cafe tidak bergantung dengan penjualan secara luring.



Gambar 7. Tampilan Tokopedia Ziera Cafe

5. *Endorsement* kepada *influencer* TikTok di bidang ilmu pangan untuk meningkatkan *awareness* dari produk mitra.



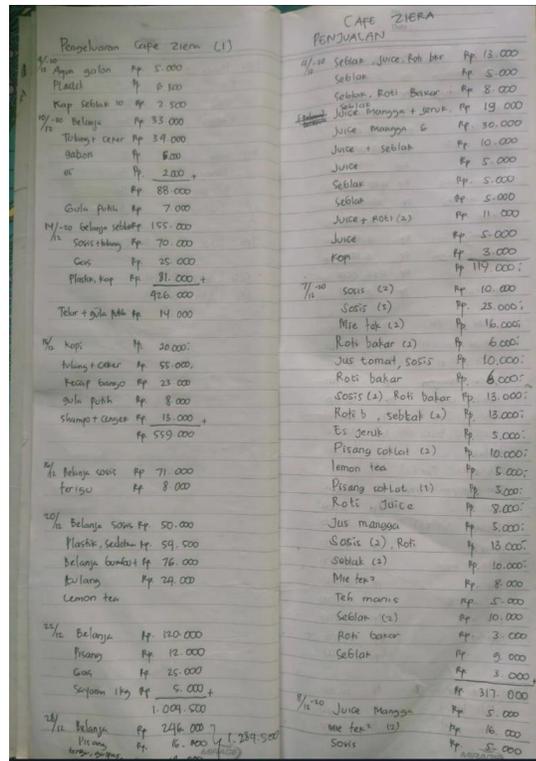
Gambar 8. Endorsement oleh Influencer Bidang Pangan

Aspek Keuangan

1. Siswa dapat menggunakan Google Sheet sebagai alat pencatatan. Dengan pencatatan digital, membantu manajemen Cafe untuk menentukan posisi keuangan Cafe setiap bulannya (untung atau rugi). Selain itu, dengan adanya pencatatan digital, pencatatan tersebut tidak akan hilang atau apabila terjadi kecurangan dalam penghilangan data keuangan, bisa di backup terutama dengan *Google Sheet*.

Arus Kas				
No	Tanggal	Keterangan	Masuk	Keluar
1	4/12/2020	Aqua Galon		Rp5,000
2		Plastik		Rp6,500
3		Kap Seblak (10)		Rp2,500
4	4/12/20	Seblak (7)	Rp35,000	
5		Juice (12)	Rp60,000	
6		Roti bakar (4)	Rp12,000	
7		Kopi	Rp3,000	
8		Jeruk	Rp9,000	
9	7/12/2020	Sosis (12)	Rp60,000	
10		Seblak (7)	Rp35,000	
11		Mie tek (3)	Rp24,000	
12		Juice (2)	Rp10,000	
13		Roti bakar (8)	Rp24,000	
14		Pisang Coklat (3)	Rp15,000	
15		Lemon tea (1)	Rp5,000	
16		Es Jeruk (1)	Rp5,000	
17		Teh Manis (1)	Rp5,000	
18	08/12/20	juice mangga(4)	Rp20,000	
19		mie tek-tek(6)	Rp48,000	
20		sosis(3)	Rp15,000	
21		seblak(4)	Rp20,000	
22		Nasi goreng	Rp10,000	
23		kentang	Rp5,000	
24		kopi	Rp6,000	
25	10/12/2020	Belanja		Rp33,000
26		Tulang dan Ceker		Rp34,000
27		Galon		Rp5,000
28		Es		Rp2,000

Gambar 9. Pencatatan Setelah Program Community Development
sebelumnya pencatatan dilakukan secara manual



Gambar 10. Pencatatan Sebelum Community Development

2. Siswa dapat membuat keputusan keuangan Cafe. Keputusan yang dimaksudkan adalah siswa dapat menentukan keuangan Cafe meningkat atau tidak dari bulan sebelumnya. Apabila terjadi peningkatan dapat dilakukan evaluasi menu atau makanan apa yang terjual paling banyak dalam bulan tersebut.
3. Siswa memahami pentingnya pencatatan sebagai *track record* kas Cafe. Dengan adanya *track record* bisa dilihat kemana saja dana yang didapatkan dan juga dikeluarkan untuk keperluan *cafe*.

Aspek Operasional

1. Siswa memahami cara membuat SIPOC diagram dan *flowchart* untuk mengidentifikasi kegiatan operasional sehari-hari

Supply	Inventory	Process	Output	Customer
Supplier terigu	Terigu	Timbang bahan baku	Roti cokelat	Guru
Minimart	Cokelat	Campurkan bahan kering (terigu, susu bubuk, gula pasir, & ragi)	Roti Keju	Masyarakat
	Keju	Aduk sampai kalis	Roti pisang	Siswa
Pasar	Pisang	Masukkan mentega		
	Gula	Masukkan garam		
	Ragi	Masukkan telur		
	Telur	Diaduk sampai kalis		
	Susu bubuk	Masukkan air		
	Air	Fermentasi awal (45 menit)		
	Garam	Timbang adonan		
	Mentega	Fermentasi lagi (15 menit)		
		dimasukkan kedalam proper selama 45 menit		
		langsung dipanggang		

Gambar 11. SIPOC Diagram yang di Buat oleh Siswa SMKN 1 Sukanagara

BIJI KOPI				
Supply	Inventory	Process	Output	Customer
Petani Kopi	Kopi Biji	Proses panen	Biji Kopi	Masyarakat sekitar
Penjual pulper	Pulper	Perendaman / pencucian		Masyarakat luar Sukanagara
Supplier packaging	Packaging	Pengupasan kulit		Siswa & guru SMKN 1 Sukanagara
		Dijemur sampai kering (kadar air sampai 12%)		
		Sortasi Kopi		
		Proses packing		

Gambar 12. SIPOC Diagram yang dibuat oleh Siswa SMKN 1 Sukanagara

KOPI BUBUK				
Supply	Inventory	Process	Output	Customer
Petani Kopi	Kopi Biji	Proses panen	Kopi bubuk	Masyarakat sekitar
Penjual pulper	Pulper	Perendaman / pencucian		Masyarakat luar Sukanagara
Supplier packaging	Packaging	Pengupasan		Siswa & guru SMKN 1 Sukanagara
Toko hardware	Mesin grinder	Dijemur sampai kadar air 12%		
		Proses roasting kopi		
		Sortasi Kopi		
		Dibubukkan memakai mesin grinder		
		Proses packing		

Gambar 13. SIPOC Diagram yang dibuat oleh Siswa SMKN 1 Sukanagara

STEP	OPERATION	TRANSPORT	INVENTORY	STORAGE	Deskripsi Proses	Waktu	Jarak
1	○	→	□	△	Pengecekan bahan	2 menit	
2	○	→	□	△	Campurkan bahan kering (terigu, susu bubuk, gula pasir, & ragi)	-	
3	○	→	□	△	Mengecek jika campuran sudah benar	-	
4	○	→	□	△	Proses fermentasi	45 menit	
5	○	→	□	△	Menimbang adonan	-	
6	○	→	□	△	Fermentasi	15 menit	
7	○	→	□	△	Pemindahan bahan baku ke propper	-	2 meter
8	○	→	□	△	Dimasukkan ke propper	45 menit	
9	○	→	□	△	Langsung dipanggang	-	
10	○	→	□	△		4 jam	2 meter

Gambar 14. Flowchart yang dibuat oleh Siswa SMKN 1 Sukanagara

PROSES CHART KOPI BUBUK

STEP	OPERATION	TRANSPORT	INVENTORY	DELAGAGE	STORAGE	Deskripsi Proses	Waktu (Hari)	Jarak
1	○	→	□	△		Proses Panen	12 jam	
2	○	→	□	△		Sortasi biji Kopi	3 jam	
3	○	→	□	△		Memindahkan kopi dari kebun	30 menit	15 meter
4	○	→	□	△		Pengupasan biji kopi	3 hari	
5	○	→	□	△		Memindahkan kopi yang sudah dikupas ke tempat penjemuran	1 jam	5 meter
6	○	→	□	△		Penjemuran	3-4 minggu	
7	○	→	□	△		Roasting	1 hari	
8	○	→	□	△		Proses sortasi	12 jam	
9	○	→	□	△		Proses grinding (pembubukan) kopi	12 jam	
10	○	→	□	△		Proses packing	30 menit	
11	○	→	□	△		Penyimpanan kopi digudang	30 menit	
							32-39 hari	20 meter

Gambar 14. Flowchart yang dibuat oleh Siswa SMKN 1 Sukanagara

Kesimpulan

Kegiatan pendampingan usaha sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat kelompok kepada TEFA SMK Negeri 1 Sukanagara telah memberikan bantuan kepada mitra dalam menyelesaikan masalah dari aspek pemasaran, operasional, dan keuangan. Kegiatan pendampingan secara daring telah menghasilkan solusi bagi masalah yang dihadapi oleh mitra. Meski berjalan dengan baik, kelompok merasa pendampingan tidak berjalan dengan efisien jika dilakukan secara daring. Kelompok tidak bisa meneliti lebih jauh mengenai kondisi mitra saat ini. Kelompok hanya berpegang pada jawaban mitra tanpa bisa melihat potensi yang dapat terjadi di lapangan.

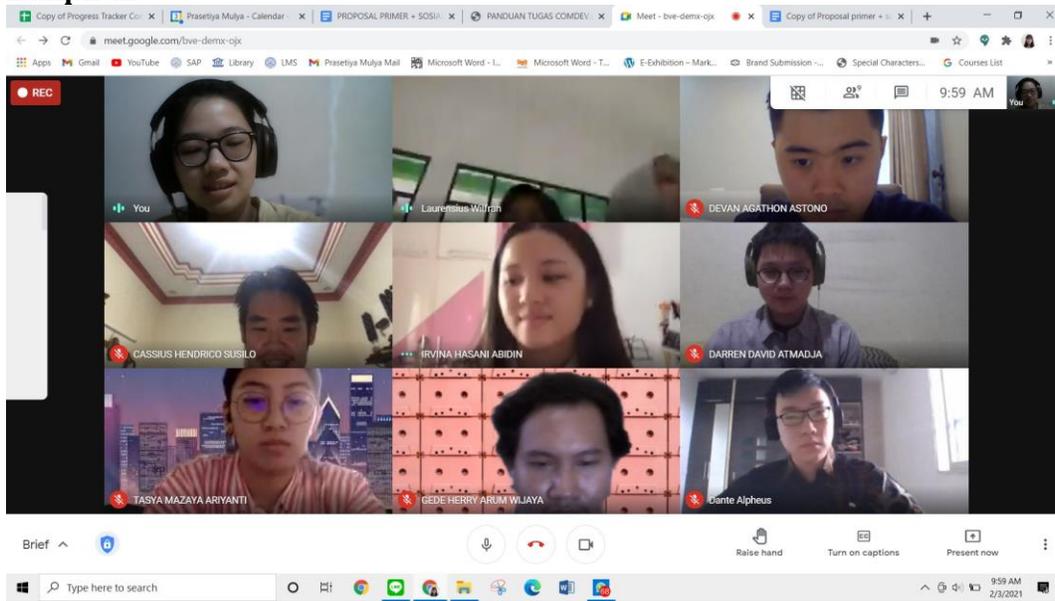
Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Prasetya Mulya dan seluruh Tim Community Development yang telah merangkai, mendukung, dan memfasilitasi kegiatan Community Development ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh Civitas SMK Negeri 1 Sukanagara yang dengan terbuka menerima kelompok dalam menjalankan program Community Development.

Daftar Pustaka

- Fadly, H. D., & Utama, S. (2020, 08 30). Membangun Pemasaran Online dan Digital Branding Ditengah Pandemi COVID-19. *Jurnal Ecoment Global: Kajian Bisnis dan Manajemen*, 5(2), 213-222. <http://ejournal.uigm.ac.id/index.php/EG/article/view/1042>
- Hanifati, K. (2017). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Kompetensi Sosial dan Lingkungan Bisnis Terhadap Pertumbuhan Usaha. <https://media.neliti.com/media/publications/101029-ID-pengaruh-pengetahuan-kewirausahaan-kompe.pdf>
- Kuntowicaksono. (2012, 08). Pengaruh Pengetahuan Kemampuan Memecahkan Masalah Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Sekolah Menengah Kejuruan. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jeec/article/view/349/401>
- Kusnandar, V. B. (2019, 10 16). *Inilah 10 Provinsi Penghasil Kopi Terbesar 2018*. Databoks. Retrieved 05 28, 2021, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/18/inilah-10-provinsi-penghasil-kopi-terbesar-2018>
- Munarshih, M., Akbar, M. F., Ariyanto, A., Ivantan, I., & Sudarsono, A. (2020, 07). PELATIHAN DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN KOMPETENSI SISWA UNTUK BERWIRAUSAHA PADA SMK MUHAMMADIYAH PARUNG - BOGOR. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana Mengabdikan Untuk Negeri*, 3(1). <http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/jpdl/article/view/6275>
- Puspasari, Y. (2019, 12 10). *Jumlah Petani Kopi Dunia, Indonesia Posisi Tiga*. Databoks. Retrieved 05 28, 2021, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/12/10/sebaran-jumlah-lahan-produsen-kopi-di-dunia#>
- Srhermanto, B. (2018, 07 24). Pencatatan Transaksi Bisnis Sederhana Sebagai Sumber Informasi Pada Usaha Kecil dan Menengah. *Valid Jurnal Ilmiah*, 15(2), 112-125. <http://stieamm.ac.id/jurnal/index.php/valid/article/view/74>
- Vania, H. F. (2020, 09 03). *Kopi jadi Komoditas Andalan para Petani Perhutanan Sosial*. Databoks. Retrieved 05 28, 2021, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/03/kopi-jadi-komoditas-andalan-para-petani-perhutanan-sosial#>

Lampiran



Gambar 15. Kondisi Pendampingan Secara Daring



Gambar 16. Kondisi Pendampingan di SMKN 1 Sukanagara



Gambar 17. Kepala Sekolah SMKN 1 Sukanagara



Gambar 18. Pengunjung Ziera Cafe