MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol 4 No 10 Tahun 2024
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

PROMOSI USAHA KOPI TARIK 55 SEBAGAI PELESTARIAN BUDAYA MELALUI PROGRAM MERDEKA BELAJAR KAMPUS MERDEKA (MBKM) DI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

Evi Puji Hastuti[1], Mirta Wijaya[2]
[1,2] Universitas Islam 45 Bekasi
Corresponding Author: evipujiih@gmail.com

Abstrak

Promosi Usaha Kopi Tarik 55 Sebagai Pelestarian Budaya Merupakan Upaya Mempromosikan dan Mempertahankan Warisan Budaya Tradisional Melalui Kegiatan Pemasaran Inovatif Dalam Bisnis Kopi Tarik. Program "Merdeka Belajar, Kampus Merdeka" Sebagai Platform Untuk Meningkatkan Kesadaran Mahasiswa Tentang Pentingnya Melestarikan Budaya Minum Kopi Tradisional. Dengan Fokus Pada Kewirausahaan Sosial Dan Keberlanjutan Budaya, Hal Ini Akan Memberikan Perspektif Baru Tentang Peran Kopi Tarik Dalam Memperkaya Pengalaman Belajar Sambil Mempromosikan Dan Melestarikan Tradisi Budaya Lokal.
Kata Kunci: ***Promosi, Kopi Tarik 55, Warisan Budaya Tradisional***

Abstract

Promotion of Kopi Tarik 55 Business as Cultural Preservation is an Effort to Promote and Maintain Traditional Cultural Heritage through Innovative Marketing Activities in the Kopi Tarik Business. The "Merdeka Belajar, Kampus Merdeka" program is a platform to raise student awareness about the importance of preserving the traditional coffee drinking culture. With a focus on social entrepreneurship and cultural sustainability, it will provide a new perspective on the role of Kopi Tarik in enriching the learning experience while promoting and preserving local cultural traditions.
Keywords: ***Promotion, Kopi Tarik 55, Traditional Cultural Heritage***

PENDAHULUAN

Dalam konteks globalisasi dan persaingan ekonomi yang semakin ketat, penting bagi institusi pendidikan untuk tidak hanya mencetak lulusan yang mampu bersaing di pasar kerja, tetapi juga menjadi agen perubahan yang mampu menggerakkan perekonomian melalui inovasi dan kewirausahaan. Program MBKM Kewirausahaan di kampus bukan hanya sekadar kegiatan tambahan, melainkan merupakan wahana penting bagi mahasiswa untuk mengembangkan potensi kewirausahaan mereka di luar ruang kelas. Dengan demikian, program ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan pengalaman wirausaha, tetapi juga membentuk karakter mahasiswa sebagai pemimpin yang mampu memberikan solusi inovatif bagi tantangan ekonomi dan sosial yang dihadapi masyarakat.

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol 4 No 10 Tahun 2024
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

Salah satu produk lokal yang memiliki potensi besar dalam konteks ini adalah kopi tarik, sebuah minuman tradisional khas Aceh yang memiliki daya tarik tersendiri bagi pecinta kopi di seluruh dunia. Keunikan rasa dan aroma yang dimiliki oleh kopi tarik menjadikannya bukan hanya sekadar minuman, tetapi juga bagian dari warisan budaya yang tak ternilai. Oleh karena itu, kami berinovasi dalam menciptakan minuman berbahan dasar kopi tarik Aceh (Kopi Tarik 55)

Dengan melihat tren meningkatnya popularitas kopi tarik di pasar lokal, kami menghadirkan inovasi baru dalam varian menu kami yaitu Kopi Tarik Rempah yang berisi minuman kopi tarik berbahan dasar biji kopi Aceh (Arabika) dan diberikan campuran rempah (Kayu Manis) adalah langkah yang tepat dalam mendukung pengembangan kewirausahaan. Kopi tarik bukan hanya sebuah minuman, tetapi juga cermin dari keberagaman budaya dan kekayaan alam yang dimiliki oleh Indonesia, khususnya wilayah Aceh.

Alat dan Bahan

Bahan Yang Digunakan Untuk Membuat Kopi Tarik 55:

1. Biji Kopi Aceh Gayo (Arabica)
2. Susu Kental Manis
3. Krimer
4. Air Mineral
5. Gula
6. Rempah Kayu Manis
7. Es Batu
8. Gas

Alat Yang Digunakan

1. Mesin Penggiling Kopi
2. Toples Kopi
3. Kompor
4. Teko
5. Saringan Kopi
6. Mug Stainless Besar
7. Gelas Takar
8. Botol Saus
9. Cooler Es Batu
10. Sendok Es Batu
11. Sendok Makan
12. Galon Isi Ulang
13. Pompa Otomatis

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol 4 No 10 Tahun 2024
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

14. Apron
15. Cup PET
16. Taplak Meja
17. Papan Tulis Meja Mini
18. Banner
19. X-Banner

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan program kewirausahaan KOPI TARIK 55 Meliputi:

1. Sosialisasi Pembuatan Produk
2. Pemantapan Riset Pasar Dan Formulasi Produk
3. Perancangan Strategi Pemasaran
4. Memberi Logo Produk

1. Sosialisasi Pembuatan Produk

Gambar 1. Hasil Produk Kopi Tarik 55

Sosialisasi Pembuatan Produk Dimulai Dengan Pendampingan Peserta Program MBKM dalam Membuat Kopi Tarik 55. Proses Pembuatan diawali dengan memperkenalkan asal-usul dan keunikan kopi Tarik, Menjelaskan bahan-bahan yang diperlukan, mengajarkan teknik yang tepat dalam menarik tarikan untuk menciptakan tekstur dan rasa kopi yang optimal.

2. Pemantapan Riset Pasar Dan Formulasi Produk

Pemantapan Riset pasar dan formulasi produk Kopi Tarik 55 dilakukan secara komprehensif dengan langkah-langkah analisis pasar, identifikasi target pasar, penelitian konsumen, dan formulasi produk yang mempertimbangkan preferensi konsumen.

3. Perancang Strategi Pasar

Dalam perancang strategi pasar ada beberapa aspek yang harus dianalisis sehingga akan dapat diketahui peluang dan hambatannya.

a.) Target Pasar

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol 4 No 10 Tahun 2024
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

- Mahasiswa/Pelajar yang memiiki uang saku terbatas namun ingin menikmati secangkir kopi yang nikmat tanpa khawatir dengan harga kopi yang mahal
- Dewasa (Pekerja, Ibu Rumah Tangga) melepas penat setelah beraktivitas seharian dengan Kopi Tarik Aceh yang ingin melepas lelah.

b.) Pesaing

Untuk saat ini kami mempunyai beberapa pesaing. Seperti coffe shop yang sudah memiliki nama besar dan warkop yang menjual harga kopi dengan lebih murah dibanding produk yang kami tawarkan.

c.) Peluang pasar

Kopi Tarik 55 memiliki inovasi yang menarik di pasar kopi dengan memiliki varian menu Kopi Tarik Rempah dengan kombinasi rasa kayu manis akan menghasilkan perpaduan yang menarik.

d.) Sasaran Pembeli

Sasaran dari Kopi Tarik 55 ini adalah para pecinta kopi yang menjadikan pendamping saat bersantai atau bagi orang yang sedang lelah bekerja untuk mengembalikan fokus.

e.) Diferensiasi

Strategi diferensiasi yang dilakukan adalah diferensiasi produk pada tampilan yang menarik dan memiliki varian menu berinovasi dari pesaing.

4. Memberi Logo Produk

Pada kegiatan Program MBKM diajarkan dan dilakukan pendampingan dan saran dalam mendesain logo produk dengan menggunakan Adobe Illustrator, sehingga diperoleh hasil sebagai berikut:

Gambar 2. Hasil Desain Logo Produk

HASIL KEGIATAN

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol 4 No 10 Tahun 2024
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

Hasil kegiatan promosi usaha Kopi Tarik 55 melalui strategi promosi yang efektif, seperti penggunaan media sosial dan personal selling, usaha Kopi Tarik 55 mengalami peningkatan volume penjualan .Ini menunjukkan bahwa promosi yang baik dapat membantu produk kopi lokal bersaing di pasar yang kompetitif. Kopi Tarik sendiri merupakan bagian dari warisan budaya. Dengan mempromosikan Kopi Tarik, usaha ini tidak hanya menjual produk tetapi juga melestarikan dan memperkenalkan budaya minum kopi tradisional kepada masyarakat yang belum teralalu mengenal pada minuman lokal ini

Promosi Kopi Tarik 55 juga dapat berkontribusi pada pemberdayaan masyarakat lokal dengan mengangkat nilai-nilai budaya dan tradisi pembuatan kopi yang unik. Ini dapat menciptakan kesadaran dan apresiasi yang lebih besar terhadap produk kopi lokal, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kesejahteraan petani kopi dan masyarakat sekitar.

Dengan demikian, promosi usaha Kopi Tarik 55 tidak hanya berdampak pada aspek komersial tetapi juga memiliki peran penting dalam melestarikan dan mempromosikan budaya minum kopi tradisional.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kesimpulan dari Promosi usaha kopi tarik 55. Ini membantu dalam pelestarian budaya dengan dua cara utama. Pertama, dengan memperkenalkan kopi tarik secara luas kepada masyarakat, usaha ini mempromosikan dan mempertahankan tradisi minum kopi yang merupakan bagian penting dari budaya Indonesia. Kedua, dengan mempertahankan cara penyajian dan bahan-bahan lokal, promosi ini memperkuat identitas budaya lokal dalam industri kopi, menjadikannya bagian yang tak terpisahkan dari warisan budaya yang harus dilestarikan.

Saran

Mempertahankan atas upaya promosi pada bisnis untuk menjaga minat masyarakat terhadap kopi Tarik dan budaya minum kopi tradisional, dibarengi dengan memberikan edukasi dan imformasi tentang budaya kopi Indonesia untuk meningkatkan pemahaman dan penghargaan tehadap nilai-nilai budaya lokal, membangun kemitraan dengan komunitas lokal dan lembaga budaya untuk memperluas jangkauan promosi dan mendukung kegiatan pelestarian budaya.

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol 4 No 10 Tahun 2024
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

DAFTAR PUSTAKA

Samsudin, M., & Waluyo, M. (2021). Analisis strategi promosi produk kopi tarik untuk meningkatkan volume penjualan pada divisi promosi dengan metode Swot dan Bcg di PT. XYZ. JUMINTEN, 2(2), 144-155.

Zulfitra. (2023). Festival Panen Kopi Gayo, Cara Melestarikan Budaya dan Upaya Kuatkan Ketahanan Pangan. Tersedia di https://gpriority.co.id/festival-panen-kopi-gayo-cara-melestarikan-budaya-dan-upaya-kuatkan-ketahanan-pangan/