Published online on the page: https://jurnal.mifandimandiri.com/index.php/jannah

J A N N A H
Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat

| ISSN (*Online*) 3090-6636 |

Pendampingan Manajemen SDM, Kewirausahaan, dan Pencatatan Keuangan melalui Standardisasi SOP untuk Meningkatkan Kinerja Penjualan UMKM Kopi_Bun di Kabupaten Bekasi

Wira Syuhada[1,], Ahmad Gunawan[1], Aswan Supriyadi Sunge[1], Restu Haji Setiansah[1]*

[1]*Universitas Pelita Bangsa, Bekasi,* Indonesia

Informasi Artikel

Sejarah Artikel:
Submit: 20 Oktober 2026
Revisi: 22 Oktober 2026
Diterima: 27 November 2026
Diterbitkan: 27 November 2026

Kata Kunci

Manajemen SDM, Kewirausahaan, SOP, Pencatatan Keuangan, UMKM Kopi

Correspondence

E-mail: wira.syuhada@pelitabangsa.ac.id*

A B S T R A K

Kedai kopi mikro membutuhkan operasional yang terstandar, orientasi pasar yang proaktif, dan pencatatan keuangan yang terpisah agar dapat tumbuh. Kopi_Bun, usaha rintisan di Perumahan Sukaraya Indah, Kabupaten Bekasi, belum memiliki ketiganya: tugas staf belum terbagi jelas, rasa minuman berubah-ubah karena tidak ada SOP, promosi masih pasif, dan uang usaha bercampur dengan keuangan pribadi. Kegiatan pengabdian ini mendampingi mitra secara terpadu dalam tiga aspek, yaitu manajemen SDM melalui pembagian peran dan SOP peracikan, kewirausahaan melalui penetapan menu unggulan dan promosi berbasis komunitas, serta pencatatan kas harian yang terpisah. Metode yang digunakan adalah pendampingan partisipatif dalam empat tahap selama Mei hingga Juli 2026. Keberhasilan diukur dengan buku penjualan harian, lembar kepatuhan SOP, observasi waktu peracikan, dan wawancara evaluasi. Hasilnya, waktu peracikan turun dari 7–9 menit menjadi kurang dari 4 menit per cup, dan rata-rata penjualan harian naik dari 12 cup (Mei) menjadi 15 cup (Juni) dan 17 cup (Juli), atau meningkat 41,67 persen, melampaui target 25 persen. Karena tidak ada kelompok pembanding, peningkatan ini dibaca sebagai indikasi dampak pendampingan, bukan bukti kausal. Kontribusi utama kegiatan ini adalah model pendampingan terpadu yang menempatkan standardisasi proses kerja sebagai prasyarat bagi efektivitas promosi pada usaha kopi skala mikro.

Abstract

Micro coffee shops need standardized operations, proactive market orientation, and separate financial records in order to grow. Kopi_Bun, a start-up in Perumahan Sukaraya Indah, Bekasi Regency, lacked all three: staff duties were unclear, drink taste varied because there was no SOP, promotion was passive, and business money was mixed with personal finances. This community service program provided integrated mentoring in three areas: human resource management through role division and brewing SOPs, entrepreneurship through signature-menu focus and community-based promotion, and separate daily cash recording. A participatory mentoring method was carried out in four stages from May to July 2026. Outcomes were measured with daily sales records, SOP compliance sheets, observation of brewing time, and evaluation interviews. Brewing time fell from 7–9 minutes to under 4 minutes per cup, and average daily sales rose from 12 cups (May) to 15 cups (June) and 17 cups (July), an increase of 41.67 percent that exceeded the 25 percent target. Because there was no comparison group, this increase is read as an indication of program impact rather than causal proof. The main contribution is an integrated mentoring model that treats work-process standardization as a precondition for effective promotion in micro coffee businesses.

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

Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. *Some rights reserved*

Published online on the page: https://jurnal.mifandimandiri.com/index.php/jannah

J A N N A H
Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat
| ISSN (*Online*) 3090-6636 |

1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), sebagaimana didefinisikan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 [1], merupakan tumpuan ekonomi kerakyatan karena menyerap tenaga kerja lokal dan memutar pendapatan di tingkat permukiman. Salah satu subsektor yang tumbuh pesat adalah kedai kopi skala mikro. Seiring pergeseran pola konsumsi, minuman kopi siap saji telah menjadi bagian dari gaya hidup harian lintas generasi [2], sehingga membuka peluang bagi kedai-kedai kopi kecil di kawasan suburban dan permukiman baru.

Di Kabupaten Bekasi, salah satu kawasan permukiman yang berkembang pesat adalah Perumahan Sukaraya Indah, Kecamatan Karangbahagia. Pertumbuhan keluarga muda, pekerja pabrik, dan pelajar di kawasan ini menciptakan pasar bagi kedai kopi yang terjangkau namun berkualitas. Peluang tersebut dijawab oleh Kopi_Bun, unit usaha rintisan yang menawarkan kopi susu kekinian dengan harga Rp15.000,00 per cup (12 oz/380 ml).

Dua menu andalan Kopi_Bun adalah Spanish Latte dan Bunara (Aren Latte). Meskipun rasanya disukai pasar dan lokasinya berada di pusat permukiman, pengamatan awal menunjukkan bahwa Kopi_Bun masih dikelola dengan pola tradisional-keluarga, tanpa sistem operasional baku, perencanaan pemasaran, maupun pembukuan yang tertib.

Wawancara mendalam dan peninjauan operasional di gerai mengidentifikasi tiga masalah. Pertama, tugas staf belum terbagi secara definitif. Penerimaan pesanan, peracikan, kasir, hingga kebersihan gerai ditangani secara serabutan. Ketiadaan SOP takaran bahan membuat tingkat kemanisan dan kekentalan rasa berubah setiap kali petugas bar berganti, dan pelayanan kepada pelanggan masih pasif.

Kedua, pengelola masih bersikap reaktif dalam pemasaran dan hanya mengandalkan pembeli yang kebetulan melintas. Mitra belum memetakan keunggulan produknya sendiri dan belum memanfaatkan jejaring warga maupun media sosial untuk promosi. Ketiga, transaksi dicatat seadanya tanpa rekonsiliasi, dan uang usaha bercampur dengan keuangan pribadi pemilik, sehingga perkembangan usaha tidak dapat dievaluasi secara akurat.

Kondisi tersebut menunjukkan kesenjangan yang jelas antara yang seharusnya dan yang terjadi. Idealnya, kedai kopi yang ingin tumbuh memiliki pembagian peran yang jelas dan SOP yang menjamin konsistensi produk, karena kualitas produk dan kualitas pelayanan terbukti berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen kedai kopi [3]. Idealnya pula, pengelola bersikap proaktif terhadap pasar, karena dimensi proaktivitas dalam orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM kedai kopi [4], dan memisahkan keuangan usaha dari keuangan pribadi agar arus kas dapat dikendalikan [5]. Kopi_Bun belum memenuhi ketiga syarat tersebut.

Kesenjangan juga terdapat pada praktik pengabdian sebelumnya. Sejumlah kegiatan pengabdian pada UMKM kopi berfokus pada satu aspek, misalnya penyusunan SOP produksi [6], pengendalian kualitas seduhan [7], atau penyusunan proposal pengembangan usaha dan pelatihan negosiasi dengan investor [8]. Kegiatan-kegiatan tersebut umumnya melaporkan luaran berupa dokumen dan peningkatan pemahaman peserta, tetapi belum menelusuri dampaknya terhadap kinerja penjualan secara berkala. Pendampingan yang memadukan manajemen SDM, kewirausahaan, dan pencatatan keuangan telah dilakukan pada UMKM kopi lain [9], dan perbaikan manajemen operasional juga terbukti membantu UMKM kafe menghadapi persaingan [10].

Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. *Some rights reserved*

Berbeda dari kegiatan-kegiatan tersebut, pengabdian ini menempatkan standardisasi proses kerja melalui SOP sebagai poros pendampingan, lalu mengaitkannya dengan promosi berbasis komunitas dan pencatatan kas harian. Dampaknya ditelusuri melalui data penjualan bulanan yang dicatat sendiri oleh mitra. Pendekatan ini sejalan dengan prinsip manajemen SDM bahwa efektivitas kerja berakar pada kejelasan peran, standardisasi prosedur, dan pembinaan kompetensi [11], dengan pandangan kewirausahaan sebagai kemampuan melihat peluang dan memobilisasi sumber daya terbatas [12], serta dengan fungsi pencatatan akuntansi sebagai dasar pengambilan keputusan [13], [14].

Berdasarkan kesenjangan tersebut, kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk: (1) menata manajemen SDM Kopi_Bun melalui pembagian peran operasional dan penyusunan SOP peracikan menu; (2) menguatkan orientasi kewirausahaan pengelola melalui penetapan menu unggulan dan promosi berbasis komunitas; dan (3) membangun pencatatan kas harian yang terpisah dari keuangan pribadi untuk memantau perkembangan penjualan selama Mei hingga Juli 2026.

2. Metode Pelaksanaan

Kegiatan ini menggunakan metode pendampingan partisipatif yang mengadopsi prinsip Participatory Action Research (PAR), yaitu siklus identifikasi kebutuhan, perencanaan, pendampingan, dan evaluasi yang melibatkan mitra secara aktif [15]. Metode ini dipilih karena tiga alasan. Pertama, masalah Kopi_Bun bersifat operasional sehari-hari, sehingga solusi harus diuji langsung di gerai, bukan hanya disampaikan di ruang pelatihan. Kedua, SOP dan pembagian peran hanya akan dipatuhi bila disusun bersama staf yang menjalankannya. Ketiga, siklus evaluasi berulang memungkinkan tim menyesuaikan SOP dan strategi promosi berdasarkan data penjualan yang masuk setiap bulan.

Pendampingan dilaksanakan di gerai Kopi_Bun, Perumahan Sukaraya Indah, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat, selama tiga bulan, yaitu Mei hingga Juli 2026. Khalayak sasaran adalah pemilik usaha beserta seluruh tenaga kerja operasional (barista dan petugas kasir/kebersihan). Seluruh personel dilibatkan secara aktif agar materi dapat langsung diterapkan dalam operasional harian.

Kegiatan dirancang dalam empat tahap sebagaimana disajikan pada Tabel 1, yaitu persiapan dan asesmen, sosialisasi dan pelatihan, pendampingan teknis, serta monitoring dan evaluasi.

Tabel 1. Matriks Tahapan Pelaksanaan Program Pendampingan Kopi_Bun

Tahapan & Waktu	Aktivitas Utama	Metode & Instrumen	Target Luaran
Tahap 1: Persiapan & Asesmen (Minggu 1-2 Mei 2026)	Observasi fisik gerai di Sukaraya Indah, wawancara mendalam dengan pemilik, audit alur kerja staf, dan pembukuan awal.	Wawancara mendalam, observasi partisipatif, pengisian kuesioner profil awal operasional.	Laporan diagnosis awal kendala SDM, kendala pemasaran, dan sistem keuangan Kopi_Bun.
Tahap 2: Sosialisasi & Pelatihan (Minggu 3-4 Mei 2026)	Pemberian materi struktur peran kerja, tata kelola barista, budaya kebersihan meja seduh, dan penanaman jiwa wirausaha.	Focus Group Discussion (FGD), ceramah interaktif, studi kasus pelayanan ramah (service excellence).	Peningkatan pemahaman pemilik dan barista mengenai profesionalisme gerai kopi modern.
Tahap 3: Pendampingan Teknis (Bulan Juni 2026)	Penyusunan lembar SOP gramatur menu andalan (Spanish Latte & Bunara), pembuatan buku kas harian, dan promosi WhatsApp warga.	Praktik kalibrasi takaran rasa, simulasi pelayanan konsumen, instalasi lembar pencatatan transaksi kasir.	Buku panduan SOP tertulis, standarisasi rasa produk, and buku rekap penjualan harian aktif.
Tahap 4: Monitoring & Evaluasi (Bulan Juli 2026)	Pemeriksaan kepatuhan SOP harian, audit pencatatan penjualan harian per cup, dan	Rekapitulasi data kuantitatif omzet, wawancara evaluasi dampak, pemberian rekomendasi	Kemandirian tata kelola operasional mitra, data rekap penjualan

	evaluasi perkembangan penjualan Mei–Juli 2026.	pengembangan skala usaha.	terverifikasi, dan naskah artikel ilmiah.

Sumber: Tim Pengabdian, 2026

Efektivitas kegiatan diukur dengan indikator, instrumen, sumber data, dan waktu pengukuran sebagaimana disajikan pada Tabel 2. Data penjualan dicatat oleh petugas kasir setiap hari pada buku penjualan harian, lalu direkapitulasi tim menjadi rata-rata penjualan per hari untuk setiap bulan. Target kuantitatif ditetapkan berupa kenaikan rata-rata penjualan harian minimal 25 persen dari bulan Mei ke bulan Juli 2026.

Tabel 2. Indikator, Instrumen, dan Waktu Pengukuran Keberhasilan

Aspek	Indikator	Instrumen dan Sumber Data	Waktu Pengukuran
Manajemen SDM	Pembagian peran barista dan kasir berjalan; SOP peracikan dipatuhi; waktu peracikan per cup berkurang.	Dokumen deskripsi peran; lembar kepatuhan SOP harian; observasi langsung waktu peracikan; wawancara dengan staf.	Mei (kondisi awal), Juni, dan Juli 2026
Kewirausahaan	Pengelola mampu menjelaskan keunggulan menu unggulan dan menjalankan promosi di grup warga.	Observasi pelayanan; dokumentasi materi promosi; rekap kontribusi penjualan per varian menu.	Juni–Juli 2026
Pencatatan keuangan	Buku kas harian terisi lengkap dan terpisah dari keuangan pribadi.	Audit kelengkapan buku kas dan buku penjualan harian.	Setiap minggu, Mei–Juli 2026
Kinerja penjualan	Kenaikan rata-rata penjualan harian minimal 25% dari Mei ke Juli.	Rekapitulasi buku penjualan harian (cup/hari) yang dicatat kasir.	Akhir setiap bulan, Mei–Juli 2026

Sumber: Tim Pengabdian, 2026

3. Hasil dan Pembahasan

Langkah awal pendampingan difokuskan pada penguraian tumpang-tindih tugas operasional di kedai Kopi_Bun. Tim pengabdi merumuskan sistem dua fungsi utama gerai, yaitu fungsi barista atau produksi di area brew-bar dan fungsi pelayanan atau kasir di area front-bar. Fungsi barista bertanggung jawab memastikan kebersihan mesin espresso dan alat seduh, mengontrol suhu air, menimbang bahan baku sesuai gramatur SOP, serta menjaga higienitas area meja racik. Sementara itu, fungsi pelayanan bertanggung jawab menyapa pelanggan dengan ramah, menjelaskan karakteristik menu unggulan, mencatat pesanan, menerima pembayaran tunai atau QRIS, membukukan transaksi ke buku penjualan harian, dan menyerahkan pesanan dengan sopan.

Dokumen SOP peracikan dicetak, dilaminasi, dan ditempelkan di area peracikan sebagai pedoman bagi seluruh staf. Berdasarkan observasi langsung pada jam operasional, waktu pembuatan minuman berkurang dari sekitar 7–9 menit menjadi kurang dari 4 menit per cup. SOP juga menyeragamkan takaran bahan, sehingga rasa minuman tidak lagi bergantung pada siapa barista yang bertugas.

Melalui sesi konsultasi kewirausahaan, tim mendorong pemilik Kopi_Bun untuk menonjolkan identitas rasa yang dimilikinya dan menata bauran menu. Rekap penjualan per varian menunjukkan bahwa dua menu menjadi penyumbang volume terbesar, didukung satu menu inovasi.



Gambar 1. Produk Unggulan Terlaris 1: Spanish Latte Kopi_Bun (Cup 12 oz / 380 ml - Rp15.000)

Spanish Latte merupakan varian paling diminati di gerai Kopi_Bun. Produk ini memadukan ekstrak espresso pekat dari biji kopi sangrai pilihan dengan susu segar dingin dan lapisan manis gurih susu kental manis (condensed milk). Cita rasa yang dihasilkan sangat kaya, tebal (bold), dan creamy, menjadikannya pilihan utama kalangan remaja dan pekerja muda di Perumahan Sukaraya Indah yang menyukai kopi manis berkarakter lembut.



Gambar 2. Produk Unggulan Terlaris 2: Bunara / Aren Latte Kopi_Bun (Cup 12 oz Rp15.000 & Botol 200 ml Rp25.000)

Varian Bunara (Aren Latte) adalah racikan kopi susu gula aren autentik khas Kopi_Bun. Menggunakan gula aren cair murni tanpa pewarna dan pengawet, Bunara menghadirkan harmoni rasa manis alami yang legit dan seimbang (balanced taste). Di samping kemasan cup reguler 12 oz seharga Rp15.000,00 untuk konsumsi langsung, pemilik juga dibina untuk memproduksi kemasan botol siap minum (ready-to-drink) 200 ml seharga Rp25.000,00 untuk pesanan take-away dan bekal kerja.



Gambar 3. Produk Inovasi Pendukung: Sunrise / Orange Americano (Cup 12 oz - Rp12.000,00)

Varian Sunrise memadukan espresso ganda dengan sari jeruk dingin, ditujukan bagi konsumen yang menyukai kopi tanpa susu, dan dijual Rp12.000,00 per cup.

Perkembangan penjualan selama tiga bulan pendampingan disajikan pada Tabel 3, sedangkan kontribusi tiap varian menu disajikan pada Tabel 4.

Tabel 3. Rekapitulasi Perkembangan Penjualan Harian dan Estimasi Omzet Bulanan Kopi_Bun

Periode Bulan	Rata-Rata Penjualan/Hari	Harga Jual Standar/Cup	Rata-Rata Omzet/Hari	Estimasi Omzet Bulanan	Pertumbuhan Volume
Mei 2026	12 cup	Rp15.000,00	Rp180.000,00	Rp5.400.000,00	Kondisi awal
Juni 2026	15 cup	Rp15.000,00	Rp225.000,00	Rp6.750.000,00	+25,00%
Juli 2026	17 cup	Rp15.000,00	Rp255.000,00	Rp7.650.000,00	+13,33%
Rata-rata / Total	**14,67 cup/hari**	**Rp15.000,00**	**Rp220.000,00**	**Rp19.800.000,00**	**+41,67% (Akumulatif)**

Sumber: Buku penjualan harian Kopi_Bun, diolah Tim Pengabdian, 2026

Tabel 4. Distribusi Penjualan Berdasarkan Varian Menu Kopi_Bun

Varian Minuman	Format Kemasan	Harga Satuan	Porsi Kontribusi	Segmen Konsumen Dominan
Spanish Latte	Cup 12 oz	Rp15.000,00	42%	Remaja, pelajar, dan penikmat kopi manis gurih kental.
Bunara (Aren Latte)	Cup 12 oz / Botol	Rp15.000 / Rp25.000	38%	Pekerja, wirausahawan, dan konsumen kopi harian alami.
Sunrise & Lainnya	Cup 12 oz	Rp12.000 - Rp15.000	20%	Konsumen yang menyukai kesegaran buah dan kopi non-susu.

Sumber: Buku penjualan harian Kopi_Bun, diolah Tim Pengabdian, 2026

Bulan Mei 2026 merupakan tahap asesmen dan awal penerapan sistem, sehingga angkanya diperlakukan sebagai kondisi awal pendampingan. Pada bulan ini rata-rata penjualan tercatat 12 cup per hari. Omzet dihitung sebagai estimasi dengan harga patokan Rp15.000,00 per cup dan 30 hari operasional, sehingga bernilai sekitar Rp180.000,00 per hari atau Rp5.400.000,00 per bulan. Staf masih beradaptasi dengan pembagian tugas baru, dan buku kas harian mulai diterapkan.

Pada bulan Juni 2026, setelah SOP diterapkan penuh dan materi promosi mulai disebarkan ke grup-grup warga Perumahan Sukaraya Indah, rata-rata penjualan naik menjadi 15 cup per hari, atau meningkat 25,00 persen dibandingkan bulan Mei. Estimasi omzet harian menjadi Rp225.000,00, atau Rp6.750.000,00 per bulan.

Pada bulan Juli 2026, rata-rata penjualan mencapai 17 cup per hari, dengan estimasi omzet Rp255.000,00 per hari atau Rp7.650.000,00 per bulan. Secara kumulatif, rata-rata penjualan harian naik 41,67 persen dari kondisi awal (12 menjadi 17 cup per hari), melampaui target 25 persen. Estimasi omzet kotor selama tiga bulan pendampingan mencapai Rp19.800.000,00. Angka ini merupakan omzet kotor, belum dikurangi biaya bahan baku dan operasional, dan merupakan pendekatan karena sebagian produk dijual dengan harga berbeda, seperti Sunrise (Rp12.000,00) dan Bunara kemasan botol (Rp25.000,00).

Peningkatan tersebut dapat dijelaskan melalui tiga mekanisme. Pertama, SOP menyeragamkan rasa sehingga kualitas produk menjadi konsisten. Penelitian pada kedai kopi menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen [3]. Konsistensi rasa Spanish Latte dan Bunara memberi alasan bagi warga untuk membeli kembali, yang tercermin dari dominasi kedua menu ini dengan kontribusi 80 persen penjualan (Tabel 4). Kedua, pemisahan peran barista dan kasir mempercepat waktu peracikan dari 7–9 menit menjadi kurang dari 4 menit. Pada jam ramai, waktu tunggu yang lebih singkat berarti lebih banyak pesanan yang dapat dilayani dan lebih sedikit calon pembeli yang batal. Ketiga, promosi aktif di grup warga merupakan wujud proaktivitas, dimensi orientasi kewirausahaan yang terbukti berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM kedai kopi [4]. Urutan kenaikan penjualan juga mendukung mekanisme ini: kenaikan terbesar terjadi pada bulan Juni, tepat ketika SOP mulai diterapkan penuh dan promosi komunitas dimulai.

Dibandingkan kegiatan pengabdian sebelumnya, hasil ini memperkuat sekaligus melengkapi temuan yang ada. Pendampingan SOP pada UMKM kopi lain menghasilkan dokumen SOP dan peningkatan keterampilan, tetapi tidak melaporkan dampak terhadap penjualan [6]. Pendampingan pengembangan usaha kedai kopi juga lebih banyak melaporkan peningkatan pemahaman peserta [8]. Kegiatan ini menambahkan bukti berupa data penjualan bulanan yang dicatat mitra sendiri. Sementara itu, pengalaman pendampingan pemisahan keuangan pada UMKM menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha sebelumnya tidak memisahkan keuangan pribadi dan usaha [5]. Di Kopi_Bun, buku kas yang terpisah memungkinkan pemilik melihat menu mana yang laku, sehingga belanja bahan baku dapat difokuskan pada menu unggulan dan risiko bahan kedaluwarsa berkurang.

Hasil ini perlu dibaca dengan beberapa keterbatasan. Kegiatan ini tidak menggunakan kelompok pembanding, dan data bulan Mei bukan kondisi murni sebelum intervensi karena asesmen dan pelatihan sudah berjalan pada bulan tersebut. Faktor eksternal seperti musim, hari libur, cuaca, dan perubahan harga pesaing juga tidak dikendalikan. Selain itu, periode pengamatan hanya tiga bulan, dan omzet yang dilaporkan merupakan estimasi omzet kotor, bukan laba. Oleh karena itu, kenaikan penjualan sebesar 41,67 persen dibaca sebagai indikasi kuat dampak pendampingan, bukan bukti kausal bahwa kenaikan tersebut semata-mata disebabkan oleh pendampingan.

4. Kesimpulan

Pendampingan terpadu pada Kopi_Bun menunjukkan bahwa pada usaha kopi skala mikro, standardisasi proses kerja merupakan prasyarat agar upaya pemasaran membuahkan hasil. Pembagian peran dan SOP peracikan menghasilkan rasa yang konsisten dan pelayanan yang lebih cepat. Di atas fondasi itu, promosi berbasis komunitas yang berfokus pada dua menu unggulan dapat mendorong pembelian ulang, sementara pencatatan kas yang terpisah memberi pemilik data untuk memutuskan belanja bahan baku dan fokus menu.

Kontribusi utama kegiatan ini adalah model pendampingan yang memadukan manajemen SDM, kewirausahaan, dan pencatatan keuangan, dengan dampak yang ditelusuri melalui data penjualan mitra. Selama tiga bulan, rata-rata penjualan harian naik 41,67 persen dan melampaui target. Karena kegiatan ini tidak memiliki kelompok pembanding, temuan tersebut merupakan indikasi dampak yang perlu diuji lebih lanjut dengan periode pengamatan yang lebih panjang dan, bila memungkinkan, dengan usaha pembanding.

Untuk menjaga keberlanjutan hasil, direkomendasikan tiga langkah lanjutan. Pertama, digitalisasi kasir melalui aplikasi Point of Sales (POS) agar laporan laba rugi bulanan dan stok bahan baku dapat dipantau otomatis. Kedua, pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui sistem OSS dan sertifikasi halal jalur self-declare untuk memperluas pasar. Ketiga, kemitraan lanjutan antara perguruan tinggi dan mitra dalam pemasaran digital dan pendaftaran ke platform pesan-antar daring.

Ucapan Terimakasih

Tim pelaksana PkM menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang tulus kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Pelita Bangsa yang telah memberikan dukungan perizinan dan pendanaan pelaksanaan program. Apresiasi tinggi juga diberikan kepada pemilik, barista, dan seluruh staf Kopi_Bun di Perumahan Sukaraya Indah, Kabupaten Bekasi, atas kerja sama yang kooperatif, keterbukaan, dan dedikasi luar biasa selama proses pendampingan berlangsung. Tidak lupa, ucapan terima kasih disampaikan kepada rekan-rekan mahasiswa Universitas Pelita Bangsa yang telah membantu pendataan lapangan dan dokumentasi visual produk secara konsisten.

Daftar Pustaka

[1] Republik Indonesia, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 93, 2008.

[2] P. Kotler and G. Armstrong, *Principles of Marketing*, 18th global ed. London, U.K.: Pearson Education, 2020.

[3] A. S. Tambun and Aprinawati, "Analisis kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada Kilat Coffee Medan," *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, vol. 11, no. 2, pp. 301–312, 2026, doi: 10.23969/jp.v11i02.57626.

[4] M. K. Ardhi, J. H. Mulyo, and Irham, "How does entrepreneurial orientation affect the business performance of coffee shop MSMEs in Indonesia?," *E3S Web of Conferences*, vol. 306, art. no. 03011, 2021, doi: 10.1051/e3sconf/202130603011.

[5] R. S. S. Pamuji, R. W. Saparinda, A. Rusdiana, and T. S. Musabaqoh, "Penguatan UMKM melalui pemisahan keuangan pribadi dan modal usaha: Pemberdayaan masyarakat di Desa Juntinyuat, Kec. Juntinyuat, Kab. Indramayu, Provinsi Jawa Barat," *Abdimas Galuh*, vol. 7, no. 1, pp. 114–121, 2025.

[6] A. Analianasari, E. Subiantoro, Z. Zuriati, and D. A. Afifah, "Penerapan SOP pengolahan kopi gula aren, kopi durian, dan kopi avocado instan di UMKM Kopi Lampung Nusantara," *Jurnal Abdi Insani*, vol. 12, no. 9, pp. 4514–4524, 2025, doi: 10.29303/abdiinsani.v12i9.2652.

[7] L. A. Anggerta, A. Mustain, H. Dewajani, A. W. Mustikarini, A. S. Suryandari, and E. N. Dewi, "Pemberdayaan UMKM Alir Coffee melalui pendampingan pengendalian kualitas seduhan berbasis analisis total dissolved solids," *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, vol. 10, no. 3, pp. 2576–2587, 2026, doi: 10.31764/jpmb.v10i3.39473.

[8] R. A. Nugroho, V. R. Inggawati, T. W. S. Pandjaitan, and J. A. Rosyadi, "Pendampingan scaling up dan pengembangan usaha UMKM Kedai Kopi Juita di Surabaya," *Panrita Abdi: Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, vol. 8, no. 4, pp. 843–855, 2024, doi: 10.20956/pa.v8i4.32189.

[9] I. K. Suardika, K. T. S. Dewi, and M. D. Ferayani, "Pendampingan manajemen SDM, kewirausahaan, dan pencatatan keuangan pada UMKM Jatiluwih Kopi," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Mentari*, vol. 2, no. 10, pp. 472–479, 2026.

[10] C. Paramita, F. Destari, and K. S. W. Nugraha, "Pendampingan UKM Warung Ta Cafe: Peningkatan manajemen usaha dalam menghadapi persaingan," *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, vol. 3, no. 1, pp. 159–165, 2022.

[11] G. Dessler, *Human Resource Management*, 16th ed. New York, NY, USA: Pearson, 2020.

[12] B. Alma, *Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum*. Bandung, Indonesia: Alfabeta, 2021.

[13] C. T. Horngren, G. L. Sundem, J. A. Elliott, and D. Philbrick, *Introduction to Financial Accounting*, 12th ed. Harlow, U.K.: Pearson Education, 2021.

[14] Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*, ed. revisi. Jakarta, Indonesia: PT RajaGrafindo Persada, 2021.

[15] P. D. Sari, A. Deratrio, F. Zahro, I. N. Nafisah, and M. F. Reffansyah, "Participatory action research dalam pemberdayaan UMKM melalui penguatan branding dan legalitas usaha di Desa Jenggot, Sidoarjo," *DedikasiMU: Journal of Community Service*, vol. 8, no. 3, pp. 393–400, 2026, doi: 10.30587/dedikasimu.v8i3.12491.