



USAHA KOPI KAMPUS "MEMBANGUN RUANG DISKUSI DALAM KAMPUS"

Article history

Received: 30 Desember 2024

Revised: 15 Maret 2025

Accepted: 21 Maret 2025

DOI: [10.35329/jurnal.v5i1.5946](https://doi.org/10.35329/jurnal.v5i1.5946)

¹Nunung Lestari, ¹Alia, ¹Darma Setia D, ^{1*}Nur Hafsa Yunus, ¹Aco Nasir

¹Universitas Al Asyariah Mandar.

**Corresponding Author*

hafsahnur.iswaka@yahoo.co.id

Abstrak

Ruang diskusi di lingkungan kampus berperan penting dalam mendukung pengembangan intelektual mahasiswa. Dengan adanya tempat yang nyaman, mahasiswa dapat berdiskusi, memperdalam pemikiran kritis, serta meningkatkan kolaborasi akademik. Namun, tidak semua kampus memiliki ruang diskusi yang memadai, sehingga banyak mahasiswa mencari alternatif tempat belajar yang kondusif. Salah satu solusi yang dapat diimplementasikan adalah mendirikan Kopi Kampus, sebuah coffee shop dengan konsep edukatif yang menyediakan ruang belajar, minuman berkualitas, dan fasilitas pendukung akademik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peluang usaha Kopi Kampus sebagai bisnis berkelanjutan di lingkungan akademik. Metode yang digunakan adalah studi literatur dan observasi pasar untuk memahami tren konsumsi kopi di kalangan mahasiswa serta kebutuhan akan ruang diskusi yang nyaman. Hasil kajian menunjukkan bahwa kombinasi antara suasana belajar yang nyaman, harga yang terjangkau, serta pemasaran berbasis media sosial dapat meningkatkan daya tarik usaha ini. Dengan menerapkan strategi pemasaran digital dan berkolaborasi dengan komunitas akademik, Kopi Kampus berpotensi menjadi peluang usaha yang berkelanjutan dan memberikan manfaat bagi mahasiswa.

Kata kunci: *Kopi kampus, ruang diskusi, bisnis berkelanjutan, mahasiswa*



Gambar 1. Contoh Produk yang bisa dihasilkan

1. PENDAHULUAN

Mahasiswa sering menghadapi tantangan dalam menemukan ruang belajar yang nyaman dan kondusif untuk berdiskusi atau menyelesaikan tugas akademik. Meskipun kampus menyediakan ruang belajar di perpustakaan dan aula, ketersediaan tempat yang terbatas sering kali menjadi kendala. Akibatnya, banyak mahasiswa memilih café sebagai tempat alternatif untuk belajar. Namun, harga yang tinggi dan suasana yang kurang mendukung kegiatan akademik menjadi hambatan utama.

Dalam konteks ini, konsep Kopi Kampus hadir sebagai solusi yang menggabungkan kenyamanan ruang belajar dengan pengalaman menikmati kopi berkualitas. Tidak hanya sekadar tempat bersantai, Kopi Kampus menawarkan lingkungan yang mendukung produktivitas mahasiswa dengan menyediakan fasilitas seperti Wi-Fi gratis, ruang diskusi, serta koleksi buku referensi. Dengan konsep ini, diharapkan mahasiswa dapat memiliki tempat yang nyaman untuk berdiskusi, berkolaborasi, serta mengembangkan potensi akademik mereka.

Di sisi lain, bisnis kopi semakin berkembang seiring meningkatnya budaya konsumsi kopi di kalangan anak muda. Menurut penelitian, generasi muda saat ini lebih memilih tempat yang menawarkan pengalaman unik dan suasana yang nyaman dibandingkan sekadar membeli produk. Oleh karena itu, usaha Kopi Kampus memiliki peluang besar untuk berkembang, tidak hanya sebagai tempat ngopi tetapi juga sebagai pusat kegiatan akademik yang menarik bagi mahasiswa dan dosen.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi bisnis Kopi Kampus sebagai peluang usaha berkelanjutan. Dengan memahami kebutuhan mahasiswa dan tren bisnis kopi saat ini, penelitian ini berupaya merancang strategi pemasaran dan operasional yang efektif agar bisnis ini dapat berkembang secara berkelanjutan.

2. METODE

Metode usaha dijalankan dengan membuka lapak usaha. Deskripsi usaha yang diajukan adalah **usaha Kopi Kampus**, coffee shop dengan konsep edukatif yang menyediakan ruang belajar, diskusi, dan santai untuk mahasiswa. **Kopi Kampus** adalah sebuah coffee shop yang dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan mahasiswa dan dosen di lingkungan kampus. Mengusung konsep edukatif, Kopi Kampus tidak hanya menawarkan berbagai varian kopi berkualitas yang dibuat dari biji-biji pilihan, tetapi juga menyediakan ruang belajar, diskusi, dan relaksasi yang nyaman. Fasilitas tambahan seperti Wi-Fi gratis, desain interior yang modern, serta koleksi buku referensi menjadikan Kopi Kampus tempat yang ideal bagi mahasiswa untuk meningkatkan produktivitas mereka. Selain itu, suasana santai yang diciptakan di Kopi Kampus bertujuan untuk mendorong kreativitas dan kolaborasi antar pengunjung. Usaha ini berkomitmen untuk menyediakan produk berkualitas dengan harga terjangkau, menjadikannya pilihan utama bagi mahasiswa yang ingin belajar sekaligus bersantai dalam satu tempat.

Produk akan dipasarkan melalui media sosial dan platform digital untuk menjangkau audiens mahasiswa. Usaha ini dirancang sebagai bisnis kreatif dan fleksibel yang memanfaatkan bahan lokal berkualitas, memungkinkan mahasiswa untuk menjadikan momen spesial lebih berkesan tanpa membebani anggaran mereka.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kopi Kampus dirancang sebagai coffee shop dengan konsep edukatif yang menyediakan ruang belajar dan diskusi bagi mahasiswa. Keunggulan utama dari bisnis ini adalah:

- a. Ruang Diskusi yang Nyaman: Fasilitas yang disediakan meliputi Wi-Fi gratis, meja belajar yang luas, serta suasana yang tenang untuk mendukung kegiatan akademik.

- b. Menu Kopi Berkualitas dengan Harga Terjangkau: Menggunakan biji kopi pilihan dengan harga yang sesuai dengan kantong mahasiswa.
- c. Kolaborasi dengan Komunitas Akademik: Mengadakan acara seperti seminar mini, pelatihan kewirausahaan, serta diskusi buku untuk menarik lebih banyak pelanggan.

Strategi Pemasaran dan Target Pasar

Untuk menarik minat mahasiswa, Kopi Kampus menerapkan strategi pemasaran berbasis digital serta promosi khusus, antara lain:

- a. Promosi Digital: Memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan TikTok untuk memasarkan produk dan membangun interaksi dengan pelanggan.
- b. Event Edukatif: Mengadakan diskusi buku, seminar mini, serta kegiatan akademik lainnya untuk menciptakan suasana belajar yang menarik.
- c. Kolaborasi dengan Kampus: Menjalinkan kerja sama dengan organisasi mahasiswa dan fakultas untuk menjadikan Kopi Kampus sebagai tempat resmi untuk kegiatan akademik.

Rencana Operasional

Pengadaan Bahan Baku:

- a. Penyediaan bahan baku dari lokal supplier.
- b. Peolahan kopi menggunakan alat moder.

Quality Control:

- a. Semua bahan yang di terima di periksa secara ketat dari segi kualitas dan kesegaran sebelum disimpan.

Lokasi Usaha

- a. Dekat gerbang utama kampus Universitas Al Asyariah Mandar dan seputar lingkungan kampus

Pertimbangan Lain:

- a. Pastikan lokasi mudah dijangkau pelanggan dan memiliki ruang cukup untuk produksi serta penyimpanan.

Jadwal Pelaksanaan

Persiapan : 1 bulan

Operasional : Mulai bulan kedua setelah persiapan selesai

Rencana Keuangan

Berikut adalah estimasi modal awal, alokasi anggaran, dan proyeksi pendapatan untuk usaha karangan bunga dan buket bunga mahasiswa:

1. Modal Awal dan Alokasi Anggaran

Komponen	Jumlah (Rp)
Peralatan (mesin kopi, blender, dll.)	5.000.000
Bahan baku awal	3.000.000
Sewa tempat (1 bulan)	2.000.000
Total Modal Awal	10.000.000

2. Alokasi Anggaran

Komponen	Persentase (%)	Jumlah (Rp)
Pengadaan peralatan	50%	5.000.000
Operasional (bahan baku dan listrik)	30%	3.000.000
Pemasaran	20%	2.000.000
Total	100%	10.000.000

3. Proyeksi Pendapatan

Komponen	Persentase (%)	Jumlah (Rp)
Pengadaan peralatan	50%	5.000.000
Operasional (bahan baku dan listrik)	30%	3.000.000
Pemasaran	20%	2.000.000
Total	100%	10.000.000

Proyeksi Pendapatan

Proyeksi ini menunjukkan bahwa usaha dapat menghasilkan keuntungan bersih sebesar Rp 7.500.000 per bulan setelah biaya operasional terpenuhi

4. SIMPULAN

Kopi Kampus memiliki potensi besar untuk berkembang sebagai usaha berkelanjutan yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan tetapi juga memberikan manfaat bagi mahasiswa. Dengan menggabungkan konsep ruang belajar yang nyaman, menu berkualitas, serta pemasaran berbasis digital, bisnis ini dapat menjadi solusi bagi mahasiswa yang membutuhkan tempat diskusi yang kondusif.

Untuk mendukung keberlanjutan usaha, strategi kolaborasi dengan kampus dan komunitas akademik perlu terus dikembangkan. Selain itu, inovasi dalam produk dan layanan juga harus dilakukan agar bisnis ini tetap relevan dengan tren pasar. Dengan dukungan yang tepat, Kopi Kampus dapat menjadi model usaha edukatif yang sukses dan menginspirasi mahasiswa untuk terlibat dalam dunia kewirausahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Cahyani, Dwi. Dkk. 2024. Optimalisasi Pemasaran Digital dan Keterampilan Kreatif bagi UMKM Toko Buket bunga untuk Meningkatkan Kualitas dan Penjualan. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat* Volume 2, Issue 4, 2024 <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/Welfare709>
- Hafni, Roswita & Rozali, Ahmad. 2019. Analisis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terhadap penyerapan tenaga kerja di Indonesia. <https://core.ac.uk/download/pdf/290536405.pdf>. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan*.
- Kotler, Philip & Kevin, L. K. (2013). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 13 J). Jakarta Erlangga
- Purnama, Chamdan & Suyanto. 2010. *Motivasi dan Kemampuan Usaha Dalam Meningkatkan Keberhasilan Usaha Industri Kecil (Studi Pada Industri Kecil Sepatu Di*

- Jawa Timur). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, Vol.12, No. 2, September 2010: 177-184.
- Sarosa, Pietra. 2006. *Kiat Praktis Membuka Usaha*. Jakarta: PT. Gramedia
- Sari, Elsa Viyana & Maemunah, Mei. Analisis Permasalahan Bisnis Buket Bunga @Bouquet.Elsa vs Menggunakan Metode SWOT. *Jurnal Multidisiplin Bhatara*. <https://www.subset.id/index.php/BHATARA/article/view/177>
- Tabelessy, Walter. 2021. Pengaruh Desain Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Usaha Rumahan Buket Bunga Victoria di Kota Ambon. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*. <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/86862692/202-libre.pdf>
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran (Edisi 4)*. Yogyakarta ANDI
- Wati, Raras Wardah Kartika, dkk. 2025. Analisis Strategi Marketing Mix Dalam Optimalisasi Bisnis Bucket. Vol.12No.01EdisiJanuari-Maret2025Hal.1558-1562. <https://jurnal.ittc.web.id/index.php/jebd/indexPublishedby:ITTCINDONESIAJurnalEkonomiDanBisnisDigitalVol.02No.03Januari-Maret>
- Widianto, Tri. Dkk. 2022. Pelatihan Peningkatan Ekonomi Kreatif Bucket Snack Dan Pemasaran Digital Marketing Pada Ibu-Ibu Pkk Di Desa Ngadirejo Karanganyar. *INCIDENTAL: Journal of Community Service and Empowerment*. <https://azramedia-indonesia.azramediaindonesia.com/index.php/incidental/article/view/377/1254>