

Pemberdayaan Mahasiswa Melalui Bisnis Kopi Gerobak berbasis Keterampilan Interpersonal dan Kewirausahaan

Yani Parti Astuti¹, Erwin Yudi Hidayat², Abu Salam³, Cinantya Paramita⁴, Etika Kartikadarma⁵,
Adhitya Nugraha⁶, Junta Zeniarja⁷

^{1,2,3,4,5,6,7}Program Studi Teknik Informatika/Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian
Nuswantoro

E-mail: ¹yanipartiastuti@dsn.dinus.ac.id, ²erwin@dsn.dinus.ac.id, ³abu.salam@dsn.dinus.ac.id,
⁴cinantya.paramita@dsn.dinus.ac.id, ⁵etika.kartikadarma@dsn.dinus.ac.id,
⁶adhitya@dsn.dinus.ac.id, ⁷junta@dsn.dinus.ac.id

Abstrak

Pendidikan tinggi modern menuntut mahasiswa untuk tidak hanya unggul secara akademis, tetapi juga memiliki keterampilan praktis seperti kewirausahaan dan interpersonal. Pengembangan jiwa kewirausahaan mahasiswa juga menjadi salah satu upaya penting dalam menciptakan generasi muda yang mandiri, kreatif, dan produktif. Kegiatan ini merupakan implementasi pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential learning*) dalam mata kuliah Keterampilan Interpersonal melalui realisasi bisnis nyata, yaitu “DiSanka Kopi,” sebuah usaha kopi gerobak keliling. Kegiatan ini bertujuan untuk menerapkan teori kewirausahaan, mulai dari perencanaan, analisis keuangan, operasional, hingga pemasaran, serta mengasah kemampuan kerja sama tim, komunikasi, dan pemecahan masalah. Usaha ini telah beroperasi selama dua bulan di lingkungan strategis di Jalan Baru dekat kampus Universitas Diopnegoro Fakultas Psikologi, menyasar segmen mahasiswa dan masyarakat umum. Metode pelaksanaan meliputi riset, pengembangan produk, analisis HPP, branding, dan eksekusi operasional harian. Hasil kegiatan menunjukkan respons pasar yang positif dengan penjualan rata-rata 40 cup per hari dan berhasil mencapai titik impas (BEP) dalam waktu singkat. Analisis keuangan menunjukkan Return on Investment (ROI) yang diproyeksikan tercapai dalam 2,14 bulan, membuktikan kelayakan model bisnis. Lebih penting, proyek ini berhasil menjadi sarana efektif bagi mahasiswa untuk mengembangkan kompetensi interpersonal dan manajerial secara langsung di lapangan.

Kata kunci: kewirausahaan, DiSanka Kopi, Keterampilan Interpersonal, kopi gerobak

Abstract

Modern higher education requires students to excel not only academically but also possess practical skills such as entrepreneurship and interpersonal skills. Developing students' entrepreneurial spirit is also an important effort in creating an independent, creative, and productive young generation. This activity is an implementation of experiential learning in the Interpersonal Skills course through the realization of a real business, namely "DiSanka Kopi," a mobile coffee cart business. This activity aims to apply entrepreneurial theory, from planning, financial analysis, operations, to marketing, as well as honing teamwork, communication, and problem-solving skills. This business has been operating for two months in a strategic area on Jalan Baru near the Diponegoro University Faculty of Psychology campus, targeting students and the general public. The implementation method includes research, product development, COGS analysis, branding, and daily operational execution. The results of the activity showed a positive market response with average sales of 40 cups per day and successfully reached the break-even point (BEP) in a short time. Financial analysis shows a projected Return on Investment (ROI) to be achieved in 2.14 months, proving the feasibility of the business model. More importantly, this project has succeeded in becoming an effective means for students to develop interpersonal and managerial competencies directly in the field.

Keywords: entrepreneurship, DiSanka Kopi, interpersonal skills, mobile coffee

1. PENDAHULUAN

Seiring dengan meningkatnya tren konsumsi kopi di Indonesia, bisnis kedai kopi telah menjamur diberbagai kota. Namun, mayoritas kedai kopi modern menawarkan produk dengan harga premium yang kurang terjangkau bagi segmen tertentu, terutama mahasiswa. Fenomena minum kopi kini berkembang tidak hanya sebagai kegiatan menikmati minuman, tetapi juga telah menjadi bagian penting dari kehidupan sosial generasi muda, khususnya Generasi Z. [1] [2]. Hal ini membuka celah pasar untuk bisnis kopi berkualitas dengan harga yang lebih ekonomis dan model operasional yang fleksibel. Namun Walaupun sektor ini menyimpan potensi ekonomi yang tinggi, pelaksanaan standar produksi dan optimalisasi peluang bisnis di bidang kopi masih dihadapkan pada sejumlah kendala teknis, sosial, maupun ekonomi yang perlu diatasi. [3]. Menjawab peluang tersebut, model bisnis kopi gerobak keliling menjadi sebuah solusi inovatif yang menggabungkan mobilitas tinggi, biaya operasional rendah, dan kemampuan untuk menjangkau lokasi-lokasi strategis.



Gambar 1. Poster Promosi Produk

Di sisi lain, kurikulum perguruan tinggi, khususnya di Fakultas Ilmu Komputer Universitas Dian Nuswantoro, mendorong penerapan pembelajaran berbasis proyek (project-based learning) yaitu mata kuliah ketrampilan interpersonal. Mata kuliah ini tidak hanya berfokus pada teori, tetapi juga pada aplikasi nyata untuk mengembangkan soft skills mahasiswa. Adapun indikator yang ingin dicapai mencakup keterampilan komunikasi, kemampuan berpikir kritis dan menyelesaikan masalah, kerja sama dalam tim, semangat belajar sepanjang hayat, jiwa kewirausahaan, etika dan moral profesional, serta kemampuan memimpin. [4] [5] [6]. Keberhasilan dalam menerapkan keterampilan interpersonal dapat memberikan dampak positif terhadap peningkatan kinerja individu dalam lingkungan organisasi. Keterampilan interpersonal juga mencerminkan kualitas yang dimiliki seseorang. [7]. Dalam ranah ini, mahasiswa dituntut untuk menumbuhkan kepercayaan diri sehingga mampu memahami dirinya sendiri dan berkembang menjadi individu yang berkepribadian mantap serta mandiri. [8]. Pengembangan kesadaran diri tidak hanya menitikberatkan pada kemampuan introspeksi, tetapi juga mencakup keterampilan komunikasi dan kemampuan dalam menyelesaikan konflik. Melalui penerapan berbagai pendekatan, seperti mindfulness, aktivitas fisik, serta pelatihan berbasis praktik, institusi pendidikan dapat merancang program yang komprehensif untuk meningkatkan keterampilan teknis sekaligus membentuk mahasiswa menjadi individu yang lebih tangguh secara emosional dan mental. [9]. Salah satu penerapannya Adalah menanamkan jiwa kewirausahaan. Pengembangan jiwa kewirausahaan menjadi hal yang penting karena meningkatnya jumlah pengangguran terdidik menuntut hadirnya wirausahawan yang mampu menciptakan lapangan kerja sekaligus berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi, di tengah keterbatasan pemerintah dalam menyediakan kesempatan kerja. [10].

Oleh karena itu, di sinilah proyek wirausaha mandiri “DiSanka Kopi” sebagai wahana pembelajaran praktis. Proyek ini dirancang bukan hanya untuk menghasilkan keuntungan finansial, tetapi sebagai tujuan utama untuk menjadi laboratorium hidup bagi mahasiswa dalam

mengasah keterampilan manajerial (perencanaan, keuangan, operasional), pemasaran, dan yang terpenting, keterampilan interpersonal (komunikasi, negosiasi, kerja tim, dan resolusi konflik). Pada artikel ini akan memaparkan secara sistematis proses realisasi bisnis "DiSanka Kopi", mulai dari tahap perencanaan hingga evaluasi akhir, sebagai studi kasus penerapan kewirausahaan di lingkungan akademik.



Gambar 2. Lokasi Penjualan

2. METODE

Kegiatan ini menggunakan pendekatan studi kasus dengan implementasi proyek secara langsung (action-based project). Kerangka kerja pelaksanaan kegiatan disusun secara sistematis yang mencakup beberapa tahapan utama, sebagaimana digambarkan pada Gambar 3.



Gambar 3. Metode Pelaksanaan

Keterangan Tahapan :

1. Riset dan Perencanaan (R&D): Tahap awal meliputi riset pasar untuk memahami preferensi target konsumen, pengembangan resep produk (uji coba rasa), dan penyusunan konsep bisnis. Kegiatan ini dilakukan pada minggu pertama (Hari ke 6-10).
2. Analisis Keuangan dan Vendor: Melakukan perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) untuk setiap produk dan estimasi modal awal (Tabel 1). Pada tahap ini juga dilakukan pencarian dan seleksi vendor bahan baku yang kompetitif dan andal (Hari ke 11-14).
3. Pengembangan Merek dan Desain: Proses kreatif ini mencakup pembuatan nama merek ("DiSanka Kopi"), desain logo, serta visual untuk gerobak dan kemasan yang menarik dan representatif (Hari ke 15-18).
4. Implementasi Operasional: Tahap ini adalah eksekusi dari semua perencanaan. Dimulai dari pengadaan inventaris, penentuan lokasi jualan strategis di dekat kampus, hingga pelaksanaan

penjualan harian. Operasional berlangsung selama 2 bulan, dimulai pada 1 Juni 2025. Seluruh anggota tim berpartisipasi secara bergiliran untuk menjalankan peran sebagai barista dan kasir.
 5. Evaluasi dan Pelaporan: Pada akhir periode, dilakukan analisis terhadap data penjualan, keuangan, dan operasional. Evaluasi ini mencakup analisis SWOT, perhitungan profitabilitas (BEP dan ROI), serta identifikasi kendala dan solusi sebagai bahan pembelajaran.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Operasional "DiSanka Kopi" berjalan efektif selama 30 hari (5 minggu efektif) dengan jam buka mulai pukul 15.00 WIB hingga habis. Promosi awal dilakukan melalui media sosial Instagram (@disanka_kopi) dan pemasaran dari mulut ke mulut, yang terbukti efektif menarik basis pelanggan awal. Total penjualan selama periode tersebut mencapai 1.440 cup, dengan rata-rata penjualan harian sekitar 48 cup, melampaui target awal 40 cup per hari.



Gambar 4. Foto Pelaksanaan Dan Hasil Produk

Pada penjualan yang telah dilakukan, terdapat analisis keuangan dengan modal awal **Rp17.516.000** digunakan untuk investasi peralatan utama seperti gerobak, mesin kopi, dan chiller. Selama kurang lebih 5 minggu (30 hari efektif) penjualan, "DiSanka Kopi" berhasil menjual total **1.440 cup**. Berikut adalah analisis keuangan dari penjualan "DiSanka Kopi" :

Tabel 1. Laporan Rugi Laba

Uraian	Jumlah	Harga Satuan	Jumlah	Total
Pendapatan				
Penjualan Kopi Samel (60%)	864 cup	Rp 25.000	Rp 21.600.000	
Penjualan Kopi Latte (40%)	576 cup	Rp 20.000	Rp 11.520.000	
Total Pendapatan				Rp 33.120.000
Beban Pokok Penjualan (HPP)				
HPP Kopi Samel	864 cup	Rp 14.227	Rp 12.292.128	
HPP Kopi Latte	576 cup	Rp 15.267	Rp 8.736.192	
Total HPP				Rp 21.028.320
Laba Kotor				Rp 12.091.680
Biaya Operasional				
Tenaga Kerja (Gaji Tim)	1,2 bulan	Rp 1.500.000	Rp 1.800.000	

Promosi dan lain - lain	1,2 bulan	Rp 400.000	Rp 480.000	
Total Biaya Operasional				Rp 2.280.000
Laba Bersih				Rp 9.811.680

Analisis BEP (Break-Even Point) dan ROI (Return on Investment):

1. **Analisis BEP (Break-Even Point)**

BEP (Unit): BEP harian tercapai pada penjualan **8 cup/hari**. Target ini konsisten tercapai sejak hari pertama operasional, menunjukkan permintaan pasar yang kuat.

2. **Analisis ROI (Return on Investment)**

ROI (Aktual): Dengan laba bersih rata-rata **Rp8.176.400 per bulan**, waktu balik modal : $ROI = \text{Modal Awal} / \text{Laba Bersih per Bulan} = \text{Rp}17.516.000 / \text{Rp}8.176.400 = \mathbf{2,14 \text{ Bulan}}$. Hasil ini sedikit lebih lama dari proyeksi awal (1,8 bulan) karena memasukkan biaya operasional selama masa persiapan, namun tetap menunjukkan tingkat kelayakan bisnis yang sangat tinggi.

3. **Analisis SWOT dan Pembelajaran Praktis.** SWOT adalah singkatan dari **Strengths** (Kekuatan), **Weaknesses** (Kelemahan), **Opportunities** (Peluang), dan **Threats** (Ancaman). Metode ini digunakan sebagai alat evaluasi dan perencanaan strategis dalam bisnis atau proyek untuk memaksimalkan potensi internal serta mengantisipasi risiko eksternal. Pengalaman lapangan memberikan wawasan berharga yang dirangkum dalam analisis SWOT:

- a. **Strengths:** Harga terjangkau dan konsep *mobile terbukti* menjadi daya tarik utama. Kualitas rasa yang konsisten mendapatkan ulasan positif.
- b. **Weaknesses:** Ketergantungan pada cuaca **sangat terasa**. Penjualan turun signifikan saat hujan. Kapasitas produksi terbatas saat jam sibuk, menyebabkan antrean.
- c. **Opportunities: Teridentifikasi** peluang untuk menerima pesanan untuk acara-acara kecil di kampus. Potensi penambahan menu non-kopi untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas.
- d. **Threats:** Munculnya 2 penjual kopi keliling lain di area sekitar pada minggu ketiga menjadi tantangan. Kami mengatasinya dengan memperkuat branding keramahan dan kebersihan.

Kendala yang Dihadapi dan Solusi yang dialami selama penjualan.

1. **Kendala:** Izin lokasi yang pada awalnya tidak formal, sempat ditegur oleh pihak keamanan setempat.

Solusi: Tim melakukan negosiasi dan membuat kesepakatan bagi hasil sederhana dengan pemilik lahan parkir di dekat lokasi, sehingga mendapatkan tempat yang legal dan aman.

2. **Kendala:** Stok *fresh milk* sering kosong mendadak dari satu vendor utama.

Solusi: Tim proaktif mencari dan menjalin kontak dengan dua vendor alternatif, sehingga ketersediaan bahan baku lebih terjamin sesuai dengan harapan yang diinginkan.

3. **Kendala:** Beberapa anggota tim kesulitan menyeimbangkan jadwal kuliah dengan jadwal shift

Solusi: Melakukan evaluasi mingguan untuk mengatur ulang jadwal shift agar lebih fleksibel dan adil bagi semua anggota.

Dari hasil analisis dan kendala yang diuraikan di atas, perlu adanya evaluasi yang bisa mencapai tujuan baik dari segi pemasaran maupun finansial. Evaluasi yang diperlukan diantaranya :

- 1. Menambah varian kopi yang lebih banyak dan juga bisa ditambahkan varian non kopi, karena dari sekumpulan pelanggan, ada yang tidak mengonsumsi kopi.

2. Menambah tenaga tambahan di saat adanya pesanan – pesanan yang di luar kebiasaan harian.
3. Memperhatikan analisis SWOT, karena metode ini merupakan alat evaluasi dan perencanaan dalam bisnis.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa:

1. Realisasi bisnis "DiSanka Kopi" telah berhasil dilaksanakan sesuai dengan rencana, mencapai tujuan operasional dan finansial yang ditetapkan sebelumnya.
2. Model bisnis kopi gerobak terbukti layak secara finansial, dengan tercapainya BEP harian dan proyeksi ROI dalam jangka waktu yang relative singkat yaitu 2,14 bulan.
3. Proyek ini secara efektif berfungsi sebagai platform pembelajaran berbasis pengalaman yang berhasil meningkatkan keterampilan interpersonal, manajerial, dan pemecahan masalah seluruh anggota tim melalui tantangan nyata serta rintangan yang ada di lapangan.
4. Analisis yang dilakukan memberikan data empiris mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam model bisnis sejenis, yang dapat menjadi acuan untuk pengembangan di masa depan.

Untuk pengembangan usaha sejenis atau kelanjutan dari proyek ini di masa depan, kami menyarankan:

1. **Diversifikasi Produk:** Menambah varian menu non-kopi (misalnya teh atau cokelat) untuk menarik segmen pelanggan yang lebih luas dan variative.
2. **Kemitraan Strategis:** Menjalin kerja sama dengan organisasi mahasiswa atau panitia acara di kampus untuk menjadi penyedia minuman resmi yang siap untuk dipesan .
3. **Peningkatan Kapasitas:** Jika memungkinkan, menambah satu mesin kopi atau blender untuk mempercepat pelayanan pada jam-jam sibuk seperti saat istirahat.
4. **Adaptasi Cuaca:** Memikirkan desain gerobak yang lebih tahan cuaca, seperti menyediakan payung atau tenda kecil bagi pelanggan yang menunggu.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] E. Savero and J. A. Turangan, "PENGARUH MOTIVASI KERJA DAN KETERAMPILAN INTERPERSONAL TERHADAP KESIAPAN KERJA GENERASI Z DI JAKARTA," vol. 07, no. 02, 2025.
- [2] J. R. Anjellina, M. Nasyirudin, N. Setyoningrum, and N. C. Muspita, "Perilaku Ngopi Generasi Z di 37 Kopi Kanigoro Kabupaten Blitar Ditinjau dari Teori George Herbert Mead".
- [3] G. R. Lestari, F. A. Syari, M. S. Sulastri, and U. Maisaroh, "IMPLEMENTASI PROGRAM KKN KEWIRAUSAHAAN DALAM PENGOLAHAN KOPI ARABIKA MANUAL BREW DI BOGOR OLEH MAHASISWA UIN FATMAWATI SUKARNO," vol. 9, no. 2, 2025.
- [4] Yani Parti Astuti *et al.*, "Analisis Capaian Pembelajaran Mata Kuliah Keterampilan Interpersonal bagi Mahasiswa dalam Meningkatkan Komunikasi dan Pengembangan Profesional," *InovasiSosial*, vol. 2, no. 3, pp. 100–108, Aug. 2025, doi: 10.62951/inovasisosial.v2i3.2020.
- [5] A. Lestari, H. Mahmud, and N. P. Munir, "PENGARUH SOFT SKILLS DAN KETERAMPILAN INTERPERSONAL TERHADAP KEPEMIMPINAN KEPALA SEKOLAH," vol. 7, 2022.
- [6] M. A. D. Syahputra, "Pentingnya Pendekatan Interpersonal Skills untuk Mengembangkan Hard Skill & Soft Skill pada Mahasiswa," *Jambi University*, vol. 1, no. 2, pp. 82–90, Apr. 2022, doi: 10.22437/jejak.v1i2.16320.

- [7] D. Darmawan and R. Mardikaningsih, “Pengaruh Keterampilan Interpersonal, Pengalaman Kerja, Integritas dan Keterikatan Kerja terhadap Kinerja Penyuluh Pertanian,” *ekuitas*, vol. 3, no. 2, pp. 290–296, Nov. 2021, doi: 10.47065/ekuitas.v3i2.1153.
- [8] H. Masni, A. Rahima, and Z. S. Hutabarat, “IMPLEMENTASI PENANAMAN KESADARAN PENTINGNYA KETERAMPILAN SOFT SKILLS ENTREPRENEURSHIP WADAH PENGEMBANGAN FKIP UNBARI,” *PRO*, vol. 9, no. 2, Dec. 2021, doi: 10.24127/pro.v9i2.4512.
- [9] Damaruci, I. Sawitri, and P. Purnamasari, “SYSTEMATIC REVIEW : PENTINGNYA PENGEMBANGAN LIFE SKILL BAGI MAHASISWA 2020-2024,” *JAKUB*, vol. 16, no. 2, pp. 170–178, Jan. 2025, doi: 10.58890/jkb.v16i2.316.
- [10] S. P. H. Triono, R. Wahyuningtyas, R. F. Umbara, F. Salim, R. R. Raihanun, and A. Inayati, “PENDAMPINGAN PELATIHAN PENGEMBANGAN BISNIS DIGITAL: STRATEGI PEMBERDAYAAN WIRAUSAHA MUDA,” vol. 3, no. 6, 2025.