



Journal Homepage



<https://ejournal.unibabwi.ac.id/index.php/tekiba/index>

TEKIBA: Jurnal Teknologi dan Pengabdian Masyarakat



Journal Title

KOCAK (Kopi Becak) Sebagai Solusi Perluasan Pemasaran Angkringan Kopi Kelana

Gatot Soebiyakto^{1**}  Nurida Finahari²  Dharmayanti Pri Handini³ 

¹soebiyakto@widyagama.ac.id, ²nfinahari@widyagama.ac.id,

³yanti@widyagama.ac.id

**Correspondence Author : soebiyakto@widyagama.ac.id

^{1,2}Program Studi S1 Teknik Mesin, Universitas Widyagama Malang, Indonesia

³Program Studi S1 Manajemen, Universitas Widyagama Malang, Indonesia



ARTICLE INFO

ABSTRACT

Article History:

Revised Date: 27 November 2024

Published Date: 30 November 2024

Keywords:

Coffee Farmers, Applied Technology, Food Stall, Becak Kopi

The food truck phenomenon has become a form of culinary business that is increasingly popular in various countries, including Indonesia. A food truck is a vehicle that is designed in such a way that it is suitable for selling food and drinks. KOCAK, namely a coffee rickshaw, a vehicle that can be said to resemble a mini food truck, but is specifically designed for the coffee angkringan model. This model is offered to partners of the 2024 PKM DRTPM program at Widya Gama University, Malang. The main marketing problem faced by partners is related to the sale of finished products. Sales of ready-to-drink coffee specifically produced by the partner community are constrained by the provision of angkringan locations, which require a lot of resources. Partners are targeting the existence of mobile angkringan. In this case, KOCAK is offered as a solution. This manuscript examines the potential success of the KOCAK design as a solution to partner problems. The results of the analysis of the KOCAK design show that KOCAK as an innovative design concept promises the potential for successful implementation when applied. Analysis of the components of the design plan has shown advantages in various aspects of the business. Thus, this solution is feasible to implement.

1. PENDAHULUAN

Fenomena food truck telah menjadi salah satu bentuk usaha kuliner yang kian populer di berbagai negara, termasuk Indonesia. Food truck adalah kendaraan yang didesain sedemikian rupa sehingga layak untuk menjual makanan dan minuman. Keberadaan food truck seringkali bisa ditemukan di tempat-tempat keramaian atau acara-acara tertentu. Food truck mulai digemari

karena menawarkan kemudahan operasional, dan fleksibilitas pergerakan. Di samping itu, kehadiran food truck juga menarik perhatian konsumen karena keanekaragaman sajian kuliner yang ditawarkannya [1].

Food truck dipopulerkan masyarakat Amerika Serikat pada akhir abad ke-19. Awalnya merupakan truk yang menyediakan makanan untuk pekerja di lokasi konstruksi atau acara-

acara luar ruangan. Seiring perkembangan zaman, konsep ini diadopsi secara global, termasuk di Indonesia. Food truck menawarkan alternatif bagi masyarakat yang mencari makanan cepat saji namun dengan kualitas dan variasi rasa yang lebih beragam dibandingkan restoran cepat saji tradisional [2].

Food truck dapat dengan mudah berpindah-pindah tempat sesuai dengan pergerakan pasar atau lokasi yang ramai. Ini memberikan keunggulan tersendiri dibandingkan restoran tetap [3]. Dibandingkan dengan restoran konvensional, food truck memerlukan biaya awal dan operasional yang lebih rendah, baik dari segi sewa tempat maupun tenaga kerja [4]. Pemilik food truck cenderung lebih kreatif dalam menciptakan menu-menu baru dan unik yang sulit ditemukan di tempat lain, sehingga menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen [5]. Dalam pengoperasian food truck dimungkinkan interaksi yang lebih intens antara penjual dan konsumen. Hal ini menciptakan pengalaman yang lebih personal [6].

Dengan keunggulan-keunggulan tersebut, food truck masih menghadapi beberapa tantangan. Salah satu tantangan terbesar adalah izin operasional di berbagai tempat. Setiap kota atau wilayah memiliki aturan yang berbeda mengenai lokasi dan waktu operasional food truck [2]. Karena ruang yang terbatas, fasilitas penyimpanan, peralatan memasak, dan bahan baku di dalam food truck lebih terbatas dibandingkan restoran. Ini bisa menjadi kendala dalam menjaga kualitas makanan [3]. Dengan semakin banyaknya jumlah food truck yang beroperasi, persaingan antar pemilik usaha pun semakin ketat. Inovasi bisnis dan kualitas produk menjadi faktor penting untuk bertahan [4].

Lebih jauh lagi, food truck tidak hanya berdampak pada industri kuliner, tetapi juga pada sektor ekonomi dan sosial. Di beberapa negara, food truck memberikan peluang bagi pengusaha kecil untuk memulai bisnis dengan modal yang lebih terjangkau. Kehadiran food truck di lokasi-lokasi umum dapat meningkatkan keramaian dan aktivitas ekonomi di wilayah tersebut [5]. Di Indonesia, food truck kerap ditemui di acara-acara besar, seperti festival musik, pameran, atau acara olahraga. Hal ini tidak hanya menguntungkan dari sisi ekonomi bagi pemilik food truck, tetapi juga memberikan pengalaman

yang lebih menyenangkan bagi pengunjung acara [7].

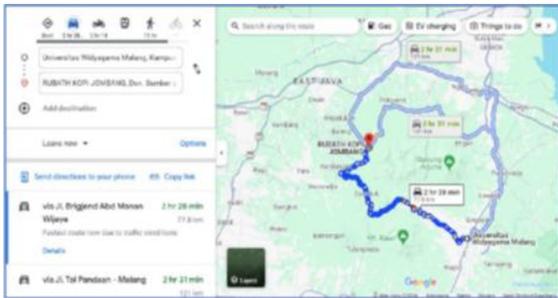
Di era society 5.0, food truck juga mulai mengadopsi sistem pembayaran digital dan memanfaatkan media sosial untuk menarik perhatian konsumen. Selain itu, munculnya food truck yang menawarkan makanan sehat atau berbahan organik. Hal ini menunjukkan adanya perubahan preferensi konsumen terhadap kualitas dan kesehatan makanan [6].

Dengan demikian tampak bahwa food truck adalah bentuk inovasi dalam dunia kuliner. Meskipun masih menghadapi tantangan-tantangan, food truck memiliki potensi besar untuk terus berkembang. Hal ini terutama terjadi karena adanya dukungan teknologi dan adaptasi terhadap preferensi konsumen yang dinamis. Bagi pelaku usaha yang ingin terjun ke dunia kuliner, food truck bisa menjadi opsi yang menarik dengan peluang besar di masa depan. Dalam kerangka inilah dihadirkan KOCAK, yaitu becak kopi, suatu wahana yang bisa disebut menyerupai mini food truck, namun dikhususkan untuk model angkringan kopi kelana. Model ini ditawarkan pada mitra program PKM DRTPM 2024 Universitas Widya Gama Malang.

Secara khusus, wilayah Jombang dikenal sebagai penghasil kopi. Desa Wonosalam dikenal sebagai penghasil kopi jenis arabica, robusta, dan excelsa. Kopi excelsa adalah kopi khas Wonosalam yang tidak ditemui di daerah lain [8]. Kapasitas produksi mencapai 800 ton pertahun. Namun demikian, harga kopi masih pada tataran 30-35K perkilo, dari harga ideal 80-85K. Hal ini mendorong petani kopi Wonosalam Jombang membentuk komunitas yang bertujuan untuk mendongkrak harga, melakukan pembudayaan budidaya kopi secara ideal, seperti pembiasaan mengikuti alur penjaminan kualitas panen dan pengolahan paska panen. Pembentukan komunitas juga dinilai memudahkan proses mendapatkan bantuan dari lembaga-lembaga terkait. Pada tahun 2022, harga kopi excelsa Wonosalam telah mencapai 85K perkilo dan berhasil menembus pasar ekspor ke Malaysia sebesar 12 ton, baru 7% dari kapasitas dunia [9].

Komunitas petani yang dibentuk pada tahun 2020 [8] sepakat membentuk CV. Rubath Indonesia di tahun 2021 [10] beranggotakan 7 petani kopi dengan inisiator M. Edi Kuncoro. Pembentukan CV ini merupakan strategi

pengembangan komunitas untuk perluasan usaha, sebagaimana dituangkan dalam Akte Notaris Bagus Mukhlasiyanto No. 1 tanggal 12 September 2021 tentang Pendirian Perseroan Komanditer, bahwa dimungkinkan dibentuk cabang-cabang/perwakilan [11]. CV Rubath Indonesia juga telah memiliki Nomer Induk Berusaha (NIB) 0902220055406 tanggal 9 Februari 2022 dari Menteri Investasi/Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal. Komunitas Rubath Indonesia berkantor di Dusun Sumber RT 07 RW 12 Desa Wonosalam Kecamatan Wonosalam Jombang (Gambar 1), dan dinyatakan dengan Surat Keterangan Domisili No. 470/308/415.73.1/2022 dari Kepala Desa Wonosalam. Legalitas inilah yang membawa dampak kemampuan melakukan ekspor.



Gambar 1. Lokasi Mitra

Perkembangan pemasaran kopi Rubath dapat dilihat pada katalog produk (Gambar 2), daftar harga (Gambar 3), lingkup pemasaran saat ini (Gambar 4), daftar anggota dan pelanggan (Gambar 5).



Gambar 2. Katalog Produk [11]

Gambar 3. Daftar Harga [11]

Tampak dari gambaran di atas bahwa perkembangan mitra masih terfokus pada penyerapan hasil panen melalui penanganan produksi dari hulu hingga hilir. Permasalahan pemasaran utama yang dihadapi mitra terkait penjualan produk jadi. Produk jadi saat ini terfokus pada kopi bubuk, namun belum menyelesaikan permasalahan harga jual produk panen dan penambahan nilai produk.



Gambar 4. Lingkup pemasaran [11]



Gambar 5. Daftar anggota dan pelanggan [11]

Mengingat citarasa dan kekhasan biji kopi yang dihasilkan mitra, produk hasil pengolahan biji kopi dalam bentuk minuman, menjadi target produk favorit berikutnya. Minuman yang ada di pasaran berbasis bubuk kopi mitra, dinilai belum optimal rasanya. Penjualan kopi siap minum yang khusus dihasilkan oleh komunitas mitra, terkendala pada penyediaan lokasi angkringan, yang membutuhkan banyak sumber daya. Mitra menargetkan adanya angkringan bergerak. Dalam hal ini KOCAK ditawarkan sebagai solusi.

2. METODE

Penerapan solusi atas permasalahan mitra dilakukan mengikuti tahapan-tahapan untuk memenuhi lingkup desain dan keperluan detail perancangan KOCAK. Desain dilakukan dengan pembuatan model skematis dan didetail dalam bentuk gambar teknik untuk memprediksi lingkup kebutuhan perancangan. Hasil desain skematis didiskusikan secara internal dalam tim

dan dilakukan penyempurnaan-penyempurnaan yang diperlukan. Model rangka dibuat dengan ukuran sebenarnya untuk perancangan perletakan peralatan dan mesin. Rangka diuji dan dipasang mesin sebagai tenaga penggerak. Penempatan mesin akan memperhatikan aspek-aspek kemudahan operasional. Naskah ini hanya membahas hingga lingkup desain pelaksanaan solusi dan peluang perwujudan desain KOCAK sebagai solusi permasalahan mitra.

3. HASIL

Kerangka pikir penyelesaian permasalahan mitra dapat dilihat pada Gambar 6. Dimulai dari perluasan area pemasaran dengan sarana Becak Kopi (solusi 1), potensi penjualan produk akan meningkat. Tata kelola manajemen dan keuangan operasional yang baik diperlukan mengingat potensi permasalahan manajemen dari angkringan bergerak adalah pengendalian dan pengawasan tidak bisa dilakukan secara langsung. Namun jika hal ini teratasi dengan baik, peningkatan pendapatan bisa menjadi target.

Dengan peningkatan pendapatan, kepedulian petani terhadap mutu panen bisa ditargetkan juga meningkat, sehingga produk mentah juga bisa ditingkatkan harganya. Hal ini akan meningkatkan daya kembang petani untuk melakukan diversifikasi produk, termasuk produk minuman khas, yang bisa dijual melalui KOCAK. Ketergantungan pada lokasi angkringan/toko sudah bisa diminimasi. Siklus solusi ini dimulai dari inovasi KOCAK dengan pertimbangan urgensi dan kepraktisan teknis untuk seluruh permasalahan. Wujud KOCAK adalah simbolitas tempat jualan peralihan dari warung menetap ke online shop, yang keduanya dinilai memiliki potensi masalah yang cukup besar terhadap konsep angkringan kopi mitra.



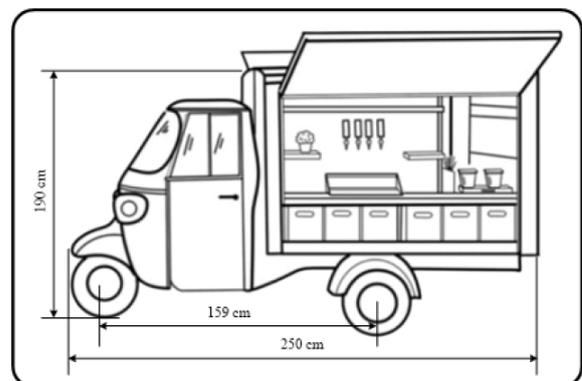
Gambar 6. Kerangka Pikir Solusi Bagi Mitra

Konsep KOCAK menawarkan daya jelajah pasar yang cukup, dengan keunggulan kemudahan akses ke angkringan dan kesegaran

minuman yang ditawarkan. Pelanggan tidak perlu datang ke angkringan, sementara produk kopi diseduh dan diterima konsumen nyaris seketika setelah dipesan. Keunggulan ini tidak bisa dipenuhi konsep angkringan menetap maupun online shop. Secara teknis, KOCAK direncanakan memiliki ruang saji yang dilengkapi peralatan untuk penyeduhan kopi, dan rak-rak penyimpanan bahan dan alat-alat pendukung.

KOCAK yang ditawarkan sebagai solusi, adalah kendaraan modifikasi mengikuti tampilan food truck pada umumnya (Gambar 7). Ukurannya setara dengan bemo (becak motor atau merek-merek van modifikasi roda 3 lainnya). KOCAK dibuat tertutup untuk alasan keamanan dan kenyamanan, sehingga bisa dioperasikan di segala cuaca. KOCAK direncanakan dioperasikan oleh 1-2 orang pekerja. Material rangka dimodifikasi lebih ringan dari bemo penumpang dan mesin penggeraknya seukuran mesin sepeda motor. Dinding-dinding dikombinasikan dari bahan plat besi, seng dan akrilik. Material rak pajangan dan almari dibuat dari kayu.

Detail ukuran dan spesifikasi teknis KOCAK, akan direncanakan sesuai hasil diskusi dengan mitra selanjutnya, menyesuaikan dengan kebutuhan proses pembuatan dan penjualan minuman kopi yang diinginkan mitra. Ukuran pada Gambar 7 adalah dimensi umum pasaran, sedangkan spesifikasi yang direncanakan adalah gambaran umum yang berbeda dengan kondisi teknologi serupa. Konsep ruang pajang mengikuti desain seni angkringan lokal. Proses produksi KOCAK menggunakan prinsip modifikasi kendaraan bermotor yang ada, dan disesuaikan dengan ketersediaan anggaran level PKM.



Gambar 7. Desain KOCAK



Gambar 8. Spesifikasi Standarnya

4. PEMBAHASAN

Dari sudut pandang konsepsi teoritis, desain KOCAK menggambarkan konsep inovatif dalam menyediakan layanan kopi berbasis kendaraan modifikasi yang menyerupai food truck. Beberapa keunggulannya menunjukkan konsep yang berbeda dengan angkringan tradisional maupun layanan online shop.

Mobilitas dalam bisnis makanan telah dikenal sebagai faktor kunci dalam memperluas jangkauan pasar. Menurut Gheorghe & Tudor [12], kendaraan food truck dan sejenisnya, memungkinkan bisnis menjangkau lebih banyak konsumen di berbagai lokasi tanpa batasan geografis tetap. Mobilitas ini juga menawarkan fleksibilitas untuk beroperasi di lokasi dengan permintaan tinggi, yang merupakan salah satu keunggulan utama KOCAK.

Konsep layanan cepat saji telah berkembang sejalan dengan meningkatnya permintaan akan kenyamanan dan kecepatan. Teo et al. [13] menyatakan bahwa bisnis yang mampu memberikan produk dengan cepat dan efisien akan mendapatkan keunggulan kompetitif, terutama dalam industri makanan dan minuman. KOCAK memanfaatkan hal ini dengan menawarkan kopi yang langsung diseduh dan disajikan nyaris seketika setelah dipesan.

Desain food truck yang aman dan nyaman sangat penting untuk memastikan operasional yang efisien, terutama di lingkungan yang bervariasi. Edwards & Mason [14] menekankan pentingnya perancangan kendaraan yang tidak hanya estetik, tetapi juga memperhatikan aspek fungsional dan sesuai dengan regulasi keamanan. Prinsip-prinsip ini harus diperhatikan sungguh-sungguh, terutama di industri makanan. KOCAK mengadopsi prinsip ini dengan menggunakan bahan yang tahan lama seperti plat besi dan

akrilik, serta memastikan kendaraannya dapat beroperasi di segala cuaca.

Menjalankan bisnis food truck dengan tenaga kerja minimal merupakan salah satu bentuk efisiensi operasional. Molina-Azorin [15] menekankan bahwa model bisnis yang dapat dijalankan dengan sumber daya manusia minimal cenderung lebih fleksibel dan efisien dalam jangka panjang. KOCAK dirancang untuk dioperasikan hanya oleh 1-2 pekerja, yang mencerminkan efisiensi ini.

Penggunaan material yang ringan dan mesin yang hemat energi dalam desain KOCAK menunjukkan perhatian pada efisiensi biaya dan keberlanjutan. Perry & Green [16] menjelaskan bahwa inovasi material ringan dan teknologi hemat energi semakin menjadi tren dalam desain kendaraan modifikasi untuk industri makanan, karena dapat mengurangi biaya operasional dan dampak lingkungan.

Integrasi elemen budaya lokal ke dalam desain ruang saji seperti yang dilakukan KOCAK memperkuat identitas merek dan menarik konsumen lokal. Menurut Schroeder & Salzer-Morling [17], estetika lokal dalam desain bisnis dapat menciptakan keterikatan emosional dengan konsumen dan memperkuat nilai autentik dari produk yang ditawarkan.

Fleksibilitas dalam kesesuaian desain dengan kebutuhan mitra, seperti yang ditekankan dalam deskripsi KOCAK, menunjukkan adaptabilitas yang penting dalam bisnis. Prahalad & Ramaswamy [18], [19], [20] menyebutkan bahwa pengkreasian ulang yang sesuai dengan kebutuhan mitra dan pelanggan memungkinkan bisnis untuk lebih tanggap terhadap kebutuhan spesifik, meningkatkan nilai produk yang ditawarkan. Hal-hal tersebut di atas menunjukkan potensi keberhasilan KOCAK sebagai solusi permasalahan mitra, khususnya untuk perluasan akses pemasaran yang tidak terbebani biaya dan modal tinggi.

5. KESIMPULAN

KOCAK sebagai satu konsep desain inovatif menjanjikan potensi keberhasilan implementasi saat diterapkan. Analisis terhadap komponen-komponen rencana rancangan telah menunjukkan keunggulan di berbagai aspek bisnis. Dengan demikian, solusi ini layak untuk diterapkan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Naskah publikasi ini merupakan luaran dari Program Kemitraan Masyarakat DRTPM Dirjen Dikti-Ristek Tahun Anggaran 2024.

REFERENSI

- [1] Culinary Institute of America. (2014). *The Food Truck Handbook: Start, Grow, and Succeed in the Mobile Food Business*. Wiley.
- [2] Bhimji, F. (2010). "Taco Truck and Trajectories of Transformation". *Food, Culture & Society*, 13(4), 473-494.
- [3] Karabell, S. (2013). "The Rise of the Food Truck Economy". *Forbes*.
- [4] Kim, S., & Johnson, K. P. (2014). "Food Truck Craze in the United States: An Investigation of Motivations for Starting and Running Food Trucks". *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 23(4), 484-495.
- [5] Sharma, S., & Zheng, Y. (2019). "Mobile Food Vending: Exploring the Challenges of the Food Truck Business". *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 40, 26-33.
- [6] Hernández-López, E. (2015). "LA's Taco Truck War: How Law Cooks Food Culture Contests". *University of Miami Inter-American Law Review*, 41(1), 1-50.
- [7] Utama, P. (2020). "Perkembangan Food Truck di Indonesia: Peluang dan Tantangan". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 35(2), 45-55.
- [8] Asih. Halo Jatim. 2020 [cited 2024 Mar 20]. p. 1-4 Petani Kopi Wonosalam Bentuk Komunitas agar Harga Bisa Tembus Rp 80 Ribu per Kg. Available from: <https://halojatim.com/read/petani-kopi-wonosalam-bentuk-komunitas-agar-harga-bisa-tembus-rp-80-ribu-per-kg>
- [9] Harlina N. Liputan 6. 2022 [cited 2024 Mar 20]. p. 1-4 Perjuangan Petani Kopi Excelsa Wonosalam Jawa Timur Tembus Pasar Internasional. Available from: <https://www.liputan6.com/jatim/read/4960986/perjuangan-petani-kopi-excelsa-wonosalam-jawa-timur-tembus-pasar-internasional?page=2>
- [10] Budianto E. Detik Jatim. 2021 [cited 2024 Mar 20]. p. 1-2 Perjuangan Rubath Kopi Jombang Hingga Sukses Ekspor 12 Ton Excelsa. Available from: <https://www.detik.com/jatim/bisnis/d-6100505/perjuangan-rubath-kopi-jombang-hingga-sukses-ekspor-12-ton-excelsa>
- [11] Kuncoro M. Profil Usaha CV. Rubath Indonesia. Jombang: CV. Rubath Indonesia; 2023. 1-36 p.
- [12] Gheorghe, G., & Tudor, S. (2017). Innovative business models in the food industry: A food truck study. *Journal of Hospitality Management and Tourism*.
- [13] Teo, T., Chan, L., & Koo, L. (2018). The impact of service convenience on customer satisfaction in fast food industry. *Journal of Foodservice Business Research*.
- [14] Edwards, J., & Mason, B. (2014). Food truck nation: Creating a new business model in mobile food service. *International Journal of Hospitality Design*.
- [15] Molina-Azorin, J. (2010). Environmental sustainability and HR management practices: A research model. *Business Strategy and the Environment*.
- [16] Perry, T., & Green, M. (2019). Lightweight material technology in modern vehicle design: Implications for cost and sustainability. *Journal of Automotive Engineering*.
- [17] Schroeder, J. E., & Salzer-Morling, M. (2006). Brand culture: Developing an aesthetic approach to market identity. *Journal of Brand Management*.
- [18] Prahalad, C. K., & Ramaswamy, V. (2004). Co-creation experiences: The next practice in value creation. *Journal of Interactive Marketing*.
- [19] Ramaswamy, V. (2009). Co-creation of value—towards an expanded paradigm of value creation. *Marketing Review St. Gallen*, 26(6), 11-17.
- [20] Saarijärvi, H. (2012). The mechanisms of value co-creation. *Journal of Strategic Marketing*, 20(5), 381-391.