



19 Januari 2023 - 08:51 WIB

OPINI



Kesalahan Dalam Pengelolaan Kedai Kopi



Urgensi Moderasi Beragama di Lingkungan Perguruan Tinggi



Siapa yang Didukung Jokowi Sebagai Capres adalah Pada Siapa Jokowi Percaya Menjaga Keluarganya





Smart & Responsive
ADVERTISEMENT

728x90

LEARN MORE

SRIWIJAYA RANAU
GRAN FONDO 2022
CYCLING CHALLENGE 12 NOVEMBER 2022

KONTAK PERSON:
AWE (0822-7473-4662)

H. HERMAN DERU
GUBERNUR SUMATERA SELATAN

DIRGAHAYU
REPUBLIK INDONESIA

77

PULIH
LEBIH CEPAT
BANGKIT
LEBIH KUAT

H. HARNOJOYO
Walkota Palembang

FITRIANTI AGUSTINDA
Wakil Walkota Palembang

Drs. RATU DEWA, M.Si
Sekda Kota Palembang

G20
INDONESIA
2022

Beranda / Opini

19 Januari 2023 - 08:51 WIB | Dibaca : 254 kali

Kesalahan Dalam Pengelolaan Kedai Kopi

Laporan : Tim Swara
Editor : Noviani Dwi Putri



**GEDONG INI
AMI ADALAH
KELUARGA**

SALING PEDULI SATU DENGAN YANG LAIN
BERBAHAGIA SETIAP HARI
BANYAK CANDA TAWA
MENGHARGAI SATU SAMA LAIN
MEMUNAKAN KATA-KATA YANG SOPAN
BERKATA-KATA JUJUR
MEMUNAKAN KATA TOLONG DAN TERIMA K
TIDAK MUDAH MENYERAH
SUNJI
MESKIPUN BERAT
R POSITIF

Candra Astra Terenggana, Dosen Manajemen Pemasaran UKMC Palembang. (c) Dok. Pribadi



19 Januari 2023 - 08:51 WIB | Dibaca : 254 kali

Kesalahan Dalam Pengelolaan Kedai Kopi

Laporan : Tim Swara
Editor : Noviani Dwi Putri



Candra Astra Terenggana, Dosen Manajemen Pemasaran UKMC Palembang. (c) Dok. Pribadi

Penulis: Candra Astra Terenggana

*)

Pertumbuhan kedai kopi di kota Palembang sangatlah pesat.

Pertumbuhan ini tidak hanya terjadi pada kedai kopi modern yang di topang dengan modal yang kuat seperti Starbucks, Excelso, The Coffee Bean & Tea Leaf, Black Canyon Coffee, LCo, Old Coffee



**Penulis: Candra Astra Terenggana**

*)

Pertumbuhan kedai kopi di kota Palembang sangatlah pesat.

Pertumbuhan ini tidak hanya terjadi pada kedai kopi modern yang di topang dengan modal yang kuat seperti Starbucks, Excelso, The Coffee Bean & Tea Leaf, Black Canyon Coffee, J.Co, Old Coffee, Common Ground, Kopi Dalu, dan Tanamera, tetapi juga diramaikan oleh merek lokal seperti Rajawali Kopitiam, New Town Kopitiam, Kopi 7, Mammee Bakery & Kopihaus, York Coffee, Luthier Coffee, Bumi Tujuh, Kopi Pulang, serta Amo Coffee Backyard yang merupakan kedai kopi rumahan yang memanfaatkan space di halaman belakang rumahnya, serta masih banyak kopi rumahan lainnya.





Kopi dengan asal daerah lain seperti kedai kopi Aceh pun ikut meramaikan bisnis kedai kopi di Palembang. Pesatnya pertumbuhan kedai kopi di kota Palembang tidak hanya di dukung dengan melimpahnya bahan baku kopi tetapi juga hampir seluruh lapisan masyarakat gemar menikmati minuman kopi, mulai remaja, dewasa sampai dengan orang tua, baik laki-laki ataupun wanita.

Kemudian, perilaku masyarakat kota Palembang yang gemar bersosialisasi, berkumpul untuk diskusi, mengerjakan tugas, bersantai bersama keluarga ataupun teman, bahkan tidak sedikit perusahaan yang sering mengadakan gathering untuk mempererat hubungan antara karyawan dan dengan pimpinannya pun ikut mendorong






mempererat hubungan antara karyawan dan dengan pimpinannya pun ikut mendorong semakin bertumbuhnya bisnis kedai kopi.

Fenomena ini yang mendorong tingginya permintaan terhadap kopi, minuman berbasis kopi dan variasinya, serta tempat yang nyaman, mendukung, atau sesuai keinginan konsumen.

Sejalan dengan waktu ternyata tidak sedikit kedai kopi yang awalnya ramai dikunjungi kemudian sepi pengunjung sehingga berganti lokasi, atau berganti konsepnya, dan bahkan beberapa kedai kopi rumahan ada yang gulung tikar.

Hal ini perlu dicermati bagi pengelola kedai kopi atau pun bagi mereka yang ingin memulai bisnis 



Hal ini perlu dicermati bagi pengelola kedai kopi atau pun bagi mereka yang ingin memulai bisnis kedai kopi. Sehingga kita tidak hanya sekedar mengikuti bisnis yang sedang tren tetapi juga harus memahami berbagai hal dalam pengelolaan kedai kopi agar tidak menderita kerugian dan usaha bisa bertahan serta terus berkembang.

Jika kita telaah di kota Palembang, terdapat beberapa sebab sebuah kedai kopi gagal atau bahkan bangkrut, diantaranya:

1. Mengikuti tren tanpa melakukan riset.

Mengikuti tren sejak awal adalah salah satu hal yang baik dilakukan karena minat masyarakat sangat tinggi terkait tren tersebut, sehingga potensi penjualan dapat meningkat tajam. Tetapi terlambat



1. Mengikuti tren tanpa melakukan riset.

Mengikuti tren sejak awal adalah salah satu hal yang baik dilakukan karena minat masyarakat sangat tinggi terkait tren tersebut, sehingga potensi penjualan dapat meningkat tajam. Tetapi terlambat mengikuti tren berdampak terhadap kecilnya permintaan.

Selanjutnya, tidak sedikit seseorang membuka suatu bisnis hanya latah mengikuti bisnis yang sedang tren tanpa melakukan riset sebelumnya untuk mengetahui dan memahami target pasar potensial, besarnya peluang, daya serap pasar terhadap produk yang akan ditawarkan (Data dan angka potential buyer), atau kecepatan perubahan minat masyarakat yang juga berdampak terhadap singkatnya masa life cycle





ditawarkan (Data dan angka potential buyer), atau kecepatan perubahan minat masyarakat yang juga berdampak terhadap singkatnya masa life cycle produknya.

2. Kurang perencanaan atau bahkan tidak memiliki rencana.

Banyak penelitian yang mengkaji tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja perusahaan menunjukkan bahwa adanya hubungan yang positif antara perencanaan strategi dan kinerja. Dengan kata lain, ternyata bahwa perusahaan yang menggunakan perencanaan yang baik akan memperoleh tingkat kinerja yang lebih tinggi.





Tidak sedikit pengusaha/pengelola kedai kopi yang tidak memiliki perencanaan, sehingga sering terlihat bahwa tidak selarasnya desain kedai kopi dengan target pasarnya, ketidaksesuaian kualitas produk dan harga dengan target pasarnya, perencanaan inovasi dan inventori yang tidak efektif dan efisien, bentuk pelayanan dan juga media komunikasi yang tidak tepat sasaran.

Sangat penting untuk mengetahui konsep coffee shop dan menjadikannya unik, karena sudah sangat banyak berbagai kedai kopi dengan konsep yang berbeda. Sangat penting untuk kita pahami bagaimana untuk dapat terus dekat dan memahami pelanggan sehingga inovasi dan pelayanan dapat direspon baik oleh pelanggan.





Jika kita tidak dapat menawarkan sesuatu yang berbeda dan unik dan tidak memahami pelanggan, maka kita akan sulit untuk bertahan di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif. Untuk mendapatkan semua itu kita wajib memiliki perencanaan yang baik dan matang, ingatlah bahwa usaha kita juga harus terus berkembang, arah perkembangan usaha juga harus direncanakan dengan baik agar sesuai dengan perkembangan konsumen dan tingkat persaingan.

Baca Juga : [Bisakah Kurikulum Merdeka Hasilkan Manusia Merdeka?](#)

3. Tidak jeli melihat peluang dan masalah sehingga tidak terjadi learning process.





3. Tidak jeli melihat peluang dan masalah sehingga tidak terjadi learning process.

Peluang merupakan fenomena yang terjadi dan jika dapat dimanfaatkan secara efektif dan efisien dapat memberikan keuntungan kepada perusahaan. Begitu banyak peluang yang ada tetapi terkadang kita melewatkannya karena kita tidak mengamatinya.

Saat kita kekurangan dana kita bisa bermitra dengan saudara ataupun teman, saat kita belum mampu membuat kopi sendiri kita bisa bermitra dengan barista, saat kita tidak memiliki lokasi penjualan kita bisa bermitra dengan pemilik lokasi, saat pelanggan komplain produk kita menemukan solusi produk yang lebih baik, saat pelanggan komplain tentang





memelihara fasilitas serta melayani pelanggan sehingga terkadang administrasi menjadi kurang tertata, baik administrasi penjualan, inventori, sampai kepada laporan keuangan dan pajak.

Administrasi yang tidak tertata dengan baik tidak akan menjadi informasi yang baik sebagai dasar pengambilan keputusan.

Bayangkan saja bila bagian administrasi penjualan tidak melakukan pencatatan penjualan produk kopi dan lainnya, maka tidak tersedia informasi produk kopi dan lainnya yang laris terjual dan produk yang tidak laku terjual.

Juga tidak tersedia data bahan baku untuk kopi maupun produk lainnya yang cepat habis penggunaannya dan mana bahan baku yang lambat habis. Kita juga tidak memahami produk kopi, non



Juga tidak tersedia data bahan baku untuk kopi maupun produk lainnya yang cepat habis penggunaannya dan mana bahan baku yang lambat habis. Kita juga tidak memahami produk kopi, non kopi dan makanan yang mana yang paling besar memberikan keuntungan kepada perusahaan. Kita membutuhkan informasi ini untuk manajemen persediaan dan juga manajemen produk.

5. Tidak memahami pentingnya mengelola hubungan dengan pelanggan.

Pelanggan adalah raja bukanlah hal baru yang kita dengar. Memahami dan mengikuti keinginan pelanggan bukanlah hal mudah. Sedikit saja kesalahan yang kita lakukan yang membuat konsumen atau pelanggan kecewa dapat berdampak konsumen





kita lakukan yang membuat konsumen atau pelanggan kecewa dapat berdampak konsumen tersebut tidak lagi datang berkunjung atau melakukan pembelian ulang.

Pemilik atau pengelola kedai kopi yang tidak fokus membangun hubungan pelanggan sangat sulit mendapatkan pelanggan yang loyal, terlebih konsumen millennial yang sangat menyukai dan mencoba hal-hal baru sehingga tidak mudah membangun loyalitas.

Jika sebuah kedai kopi sangat sedikit memiliki pelanggan yang loyal akan berdampak terhadap keberlangsungan kedai kopi dalam jangka panjang. Yang perlu diingat adalah mempertahankan pelanggan lebih sulit dibanding dengan mendapatkan konsumen.





produk yang lebih baik, saat pelanggan komplain tentang pelayanan kita bisa meningkatkan kualitas pelayanan menjadi lebih baik.

Hal terpenting adalah bagaimana kita melihat suatu masalah dan fenomena menjadi sebuah peluang yang bermanfaat dan menguntungkan, terus jeli dan belajar dari kesalahan adalah pembelajaran terbaik.

4. Administrasi yang tidak baik, tidak memperhatikan arus kas dan tidak baiknya laporan keuangan.

Keterbatasan sumber daya dapat menyebabkan pemilik yang juga pengelola usaha terlalu fokus dengan aktivitas komunikasi dan penjualan, mengadakan dan memelihara fasilitas serta melayani





Berdasarkan berbagai hal tersebut, maka bagi pengusaha kedai kopi saat mendirikan dan mengelola kedai kopi sebaiknya memperhatikan berbagai saran berikut agar kedai kopinya bisa survive dan terus berkembang:

1. Awali dengan riset

Riset bukan berarti harus dilakukan secara rumit layaknya riset akademik, tetapi pengamatan langsung terhadap data secara terus menerus serta perubahan fenomena masyarakat dan bisnis juga merupakan sebuah riset. Sebelum memulai suatu usaha kedai kopi seharusnya kita memilih target pasar yang potensial terlebih dulu.

Hal ini sangat penting agar kita mengetahui besarnya potential buyer, peluang dan daya serap,





Hal ini sangat penting agar kita mengetahui besarnya potential buyer, peluang dan daya serap, keinginan serta perilakunya agar perusahaan dapat menentukan konsep usaha yang tepat, desain tempat penjualan dan pelayanan yang sesuai serta strategi komunikasi dan penjualan yang efektif tetapi tetap efisien.

Saat usaha kedai kopi sudah running, riset dapat berupa terus memahami minat dan perilaku serta perubahan perilaku konsumennya, kemudian untuk mengetahui saat yang tepat untuk memunculkan inovasi kopi dan produk lainnya yang unik dan disukai konsumen tetapi tetap efisien dan memberikan keuntungan bagi perusahaan.





Baca Juga : "Ada Izin" di
Pertambangan Tanpa Izin

Mengikuti inovasi pesaing tidak selalu baik, beranikan diri untuk membuat inovasi kopi beserta makanannya dengan keunikan tersendiri, bahkan dengan nama sendiri. Kemudian tanyakan kepada pelanggan Anda tentang inovasi Anda.

Membangun komunikasi yang dekat dengan pelanggan adalah cara awal yang sederhana untuk mendengar suara pelanggan, itu pun adalah riset terhadap pelanggan.

2. Buatlah Perencanaan yang matang.

Perencanaan merupakan cara kita untuk menentukan berbagai hal





2. Buatlah Perencanaan yang matang.

Perencanaan merupakan cara kita untuk menentukan berbagai hal yang akan dilakukan dimasa mendatang. Melalui perencanaan dapat membantu seseorang atau organisasi untuk menjalankan tugas secara sistematis serta mencapai target yang diinginkan.

Melalui perencanaan kita akan lebih rasional dan tertata dalam menyiapkan masa depan yang lebih baik. Di dalam perencanaan kita juga memasukkan prediksi keadaan masa mendatang dan hal ini dapat mengurangi ketidakpastian yang terjadi. Saat awal pendirian ataupun saat mengelola kedai kopi yang sudah running kita perlu menyiapkan business plan. Business plan kedai kopi adalah suatu dokumen tertulis,



Konsumen membandingkan dengan mengenali merek, maka kita harus paham cara efektif berkomunikasi dengan konsumen atau pelanggan melalui media apa, bagaimana pola bahasa target pasar atau pelanggan kita, serta apa yang dikomunikasi setiap periode waktunya. Anda juga dapat membuat rencana bisnis dengan menggunakan business model canvas untuk menjabarkan ide dan juga konsep sebuah bisnis ke dalam bentuk visual.

Jika Anda menggunakan business model canvas maka vital sign yang harus diperhatikan adalah: nilai lebih produk, segmen konsumennya, saluran pemasaran, cara terhubung ke pelanggan, sumber daya, aktivitas kunci, hubungan kerjasama, sumber pendapatan, dan struktur biaya.





Dengan membuat business model canvas kita dipermudah dalam melihat gambaran ide bisnis dan juga realisasinya secara cepat.

3. Pentingnya environmental scanning (Internal dan Eksternal).

Ingatlah bahwa lingkungan tidak pernah konstan, sejalan dengan waktu lingkungan selalu berubah. Jumlah elemen lingkungan yang mempengaruhi perusahaan selalu bertambah, bahkan elemen yang sama pada waktu yang berbeda memberi pengaruh yang berbeda terhadap perusahaan.

Hal inilah yang menyebabkan penting bagi pengelola kedai kopi untuk selalu meneropong dan menganalisis perubahan lingkungan yang sangat berguna dalam membuat perencanaan dan strategi untuk mengantisipasi dan



lingkungan yang sangat berguna dalam membuat perencanaan dan strategi untuk mengantisipasi dan merespons perubahan lingkungan. Jangan puas dulu dengan pencapaian dalam 1 bulan awal, bisa saja bulan ke-2, atau ke-3, atau seterusnya pengunjung kedai kopi kita sepi.

Jika itu terjadi, dan kita baru bertanya ada apa, maka kita sudah tertinggal perubahan lingkungan. Lingkungan tidak saja eksternal tetapi juga internal. Kita jangan sampai terlena melupakan perubahan internal. Hal sederhana saja, suatu kedai kopi yang ramai karena kualitas barista yang sangat bagus dalam meracik kopi dan baik attitudenya yang mampu menarik banyak pelanggan, bisa saja dalam waktu singkat barista yang bersangkutan berpindah ke





business plan. Business plan kedai kopi adalah suatu dokumen tertulis, dibuat untuk memproyeksikan keseluruhan informasi mengenai bisnis kedai kopi yang dijalankan.

Terdapat beberapa poin penting yang harus ada di dalam business plan suatu kedai kopi diantaranya adalah: konsep kedai kopi, target market kedai kopi, para kompetitornya, keunikan atau diferensiasi, sumber bahan baku, berbagai sumber daya yang dibutuhkan, harga jual kopi dan produk lainnya, lokasi dan cara penjualan, seberapa besar dan cepat kedai kopi balik modal, dan info penting lain yang dibutuhkan. Ingat, kita juga jangan lupa melakukan branding untuk kedai kopi kita dan itu butuh rencana yang matang, tepat sasaran, dan tetap efisien.





yang bersangkutan berpindah ke kedai kopi lain atau bahkan membuka kedai kopi sendiri. Terus mengamati dan mengelola dengan baik menjadikan kita siap dengan berbagai perubahan yang terjadi.

4. Membuat Pencatatan dan Laporan keuangan yang baik dan sesuai kaidah.

Adminstrasi sangat penting untuk diperhatikan agar sesuai dengan tata kelola administrasi yang baik, karena administrasi adalah data dan informasi yang berguna dalam pengambilan keputusan. Dengan data penjualan yang baik kita bisa mengetahui produk mana yang sangat laku dan diminati serta mana produk yang kurang atau tidak diminati.





tidak diminati.

Baca Juga : [Kepala Dinas Perdagangan Sumsel : Kopi Sumsel Kurang Sosialisasi](#)

Ini menjadi penting untuk mengambil keputusan akan memperbaiki produk ataukah tidak menjual produk itu lagi. Data penjualan produk tersebut juga berdampak terhadap perencanaan pembelian bahan baku (inventori). Sehingga penggunaan dana dapat lebih terencana dan efisien.

Kita pun harus terus memahami profitabilitas perusahaan setiap periode waktunya agar kita memahami bagaimana mengefektifkan dan mengefiesienkan kegiatan usaha kita.





5. Menerapkan Manajemen Hubungan Pelanggan.

“Tak kenal maka tak dekat, tak dekat maka tak sayang”, pepatah lama ini masih berlaku sampai saat ini. Semakin banyaknya pesaing berdampak terhadap semakin tingginya tingkat persaingan. Semakin tinggi tingkat persaingan menyebabkan semakin sulitnya kita mendapatkan dan terlebih dalam mempertahankan pelanggan. Mengapa sulit mempertahankan pelanggan? Karena banyak pengusaha tidak mengenal dan tidak dekat dengan pelanggannya.

Bahkan banyak kedai kopi yang ditinggalkan pelanggannya bukan hanya karena pelayanan yang tidak sesuai tetapi juga karena mengabaikan saran pelanggan,





Bahkan banyak kedai kopi yang ditinggalkan pelanggannya bukan hanya karena pelayanan yang tidak sesuai tetapi juga karena mengabaikan saran pelanggan, bahkan pelanggannya tidak memiliki saluran/media untuk menyampaikan sarannya.

Fakta yang terjadi tidak sedikit pelanggan... *“Membeli kopi, dikonsumsi, ada kekurangan, tetap membayar, tidak bisa memberikan saran, lalu pulang dan tidak kembali lagi”.*

Konsumen sudah mengorbankan waktu, tenaga dan uang tetapi perusahaan mengabaikannya, siapa yang betah dan ingin kembali berkunjung kesana. Pelayanan yang baik dan tepat sasaran adalah hal penting pertama untuk mencapai kepuasan pelanggan.





Konsumen sudah mengorbankan waktu, tenaga dan uang tetapi perusahaan mengabaikannya, siapa yang betah dan ingin kembali berkunjung kesana. Pelayanan yang baik dan tepat sasaran adalah hal penting pertama untuk mencapai kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan harus dipertahankan tidak hanya dengan memberikan produk dan layanan saja tetapi juga dengan komunikasi dan hubungan yang baik dengan pelanggan. Penting bagi kedai kopi untuk membangun hubungan dengan pelanggannya melalui komunikasi dan data pelanggan.

Misal jika kedai kopi memiliki data nama pelanggan, nomor whatsapp, tanggal lahir, dan email pengelola maka pengelola kedai kopi sudah dapat membuat program untuk hari lahir pelanggan berupa





Misal jika kedai kopi memiliki data nama pelanggan, nomor whatsapp, tanggal lahir, dan email pengelola maka pengelola kedai kopi sudah dapat membuat program untuk hari lahir pelanggan berupa ucapan selamat dan diskon atau paket perayaan ultah di kedai kopinya, termasuk bisa menshare berbagai program promo melalui email atau whatsapp. Dan pelanggan pun dapat menyampaikan kritik dan sarannya kepada kedai kopi serta pengelola pun dapat melakukan survei yang bermanfaat untuk peningkatan kualitas pelayanan yang lebih baik.


Masyarakat kota Palembang sangat suka berkumpul dan bersosialisasi termasuk menyebarkan (Memviralkan) tempat ngopi yang baik, nyaman, dan menyenangkan. Maka





Masyarakat kota Palembang sangat suka berkumpul dan bersosialisasi termasuk menyebarkan (Memviralkan) tempat ngopi yang baik, nyaman, dan menyenangkan. Maka membuat pelanggan puas dan ingin kembali lagi menikmati pelayanan kedai kopi bersama keluarga dan teman adalah hal utama yang harus dilakukan.

6. Komunikasikan merek, keunikan (Value), program promosi, dan event kedai kopi Anda.

Walaupun kita sudah menata baik pelayanan kita, bila kedai kopi kita tidak dikenal masyarakat luas maka tingkat kunjungan akan lambat peningkatannya. Maka, pilih media yang sesuai dengan target konsumen kedai kopi Anda, komunikasikan merek (Branding), 



komunikasikan merek (Branding), keunikan dan keunggulan kedai kopi secara teratur setiap periode waktunya.

Termasuk program promosi penjualan agar cepat direspon target pasar, serta berbagai acara yang berhasil diselenggarakan. Satu hal lagi yang penting untuk dijaga adalah kualitas gambar (foto) dan video yang Anda share pada media komunikasi agar memberikan kesan baik, unik, nyaman, dan menyenangkan target pasar kedai kopi Anda.

Kesimpulan:

Sangat penting bagi setiap orang yang ingin memulai bisnis kedai kopi untuk melakukan riset untuk mendapat gambaran tentang potensi dan peluang pasar dalam jangka pendek maupun dalam





Kesimpulan:

Sangat penting bagi setiap orang yang ingin memulai bisnis kedai kopi untuk melakukan riset untuk mendapat gambaran tentang potensi dan peluang pasar dalam jangka pendek maupun dalam jangka panjang. Riset tersebut menjadi input di dalam membuat perencanaan yang matang, dan perencanaan merupakan dasar panduan dalam menjalankan usaha.

Di dalam perencanaan kita bisa menuangkan strategi dan program pemasaran kedai kopi agar dalam implementasinya lebih terukur dan terarah. Dengan perencanaan kita pun dapat mengevaluasi efektifitas strategi dan program untuk memperbaiki kelemahan/kegagalan dan mengembangkan keunggulan





pun dapat mengevaluasi efektifitas strategi dan program untuk memperbaiki kelemahan/kegagalan dan mengembangkan keunggulan kedai kopi yang dikelola.

Komunikasi tanpa membangun merek adalah hal yang sia-sia.

Maka buatlah strategi komunikasi yang tepat sasaran dan dapat membangun brand value menjadi lebih baik disertai pelayanan aktual sebagaimana yang telah dijanjikan dan dikomunikasikan.

**) Dosen Manajemen Pemasaran
Universitas Katolik Musi Charitas
Palembang*

[#bahkan bangkrut](#)

[#kedai kopi](#)

[#kedai kopi gagal](#)

[#kedai kopi modern](#)

[#kopi](#)

[#pengelolaan kedai kopi](#)





**) Dosen Manajemen Pemasaran
Universitas Katolik Musi Charitas
Palembang*

#bahkan bangkrut

#kedai kopi

#kedai kopi gagal

#kedai kopi modern

#kopi

#pengelolaan kedai kopi

JANGAN LEWATKAN



**Berawal Dari Gamer
Hingga Jadi Bos Kopi**



**Festival Rempah, TP
PKK Muara Enim...**



**Kepala Dinas
Perdagangan Sumsel...**

