

STRATEGI KOPERASI DAN UMKM DALAM MENDORONG PERTUMBUHAN BISNIS KOPI KENANGAN DI KOTA MEDAN

Karina Azzahra Harahap¹, Fitri Hayati²

*Korespondensi penulis: karinaazzahrahara@gmail.com¹,
Fitrihayati@uinsu.ac.id²*

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

ABSTRAK

Artikel ini membahas strategi koperasi dan UMKM dalam mendorong pertumbuhan bisnis Kopi Kenangan di Kota Medan. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa koperasi berperan dalam pembiayaan, pelatihan, dan penguatan jaringan usaha, sedangkan UMKM mendukung melalui inovasi produk, digitalisasi, dan strategi pemasaran. Sinergi antara koperasi dan UMKM memberi dampak positif bagi ekonomi lokal.

Kata Kunci: Koperasi, UMKM, Kopi Kenangan, Medan, Pertumbuhan Bisnis

ABSTRACT

This article discusses the strategies of cooperatives and MSMEs in driving the growth of the Kopi Kenangan business in Medan. The research employed a qualitative literature review approach. The results indicate that cooperatives play a role in financing, training, and strengthening business networks, while MSMEs provide support through product innovation, digitalization, and marketing strategies. The synergy between cooperatives and MSMEs has a positive impact on the local economy.

Keywords : Cooperatives, UMKM, Kopi Kenangan, Medan, Business Growth

PENDAHULUAN

Perkembangan industri minuman kopi kekinian di Indonesia menunjukkan pertumbuhan signifikan dalam satu dekade terakhir. Hal ini didukung oleh perubahan gaya hidup masyarakat urban yang semakin menghargai budaya nongkrong dan konsumsi kopi berkualitas (Kompas, 2023). Di kota Medan, tren ini terlihat jelas dengan semakin banyaknya gerai kopi modern, salah satunya Kopi Kenangan, yang menjadi pilihan masyarakat terutama generasi muda.

Kopi Kenangan hadir sebagai UMKM yang berkembang pesat menuju korporasi besar melalui penerapan konsep bisnis yang inovatif, digitalisasi transaksi, serta strategi pemasaran berbasis media sosial (CNBC Indonesia, 2024). Kehadiran brand ini membawa dampak positif terhadap perekonomian lokal, mulai dari penyerapan tenaga kerja hingga peningkatan aktivitas usaha pendukung di sekitar lokasi gerai.

Di sisi lain, koperasi sebagai salah satu pilar ekonomi kerakyatan terus memainkan peran penting dalam mendukung UMKM melalui akses pembiayaan, pelatihan, dan pembinaan usaha (Kemenkop UKM, 2023). Kolaborasi antara koperasi dan UMKM seperti Kopi Kenangan di Medan menciptakan ekosistem yang berkelanjutan dalam mendukung pertumbuhan ekonomi daerah.

KAJIAN TEORI

Koperasi

Koperasi merupakan badan usaha yang didirikan berdasarkan asas kekeluargaan dan gotong royong untuk meningkatkan kesejahteraan anggota dan masyarakat luas (UU No. 25 Tahun

1992). Landasan ideologis tersebut menjadikan koperasi sebagai wadah ekonomi kerakyatan yang berbasis partisipasi dan solidaritas sosial. Koperasi menjadi instrumen penting dalam membangun ekonomi berbasis kekuatan kolektif, khususnya di sektor informal dan UMKM di Indonesia (Hendar & Kusnadi, 2020).

Dalam pengembangan UMKM, koperasi berperan sebagai penyedia akses pembiayaan, pelatihan kewirausahaan, serta pendampingan manajemen usaha (Suryana, 2021). Akses modal berbunga ringan yang disediakan koperasi membantu pelaku usaha kecil mengembangkan kapasitas produksi dan meningkatkan daya saing usaha. Selain itu, koperasi juga berfungsi sebagai lembaga distribusi dan pemasaran yang membantu UMKM menyalurkan produk secara lebih luas, termasuk ke sektor modern seperti industri kuliner kekinian (Kemenkop UKM, 2023).

Melalui kemitraan dengan UMKM dan sektor industri modern seperti Kopi Kenangan, koperasi mampu bertransformasi menjadi lembaga ekonomi yang adaptif dan relevan dengan kebutuhan pasar saat ini. Koperasi kini mulai mengembangkan program digitalisasi layanan keuangan, penyediaan bahan baku komoditas pertanian, serta pelatihan berbasis teknologi

untuk pelaku usaha kecil (Kompas, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa koperasi memiliki potensi besar untuk menjadi pilar utama ekonomi kerakyatan di era digital.

Di era digital, koperasi tidak hanya berperan sebagai lembaga keuangan tradisional, tetapi juga dituntut untuk beradaptasi melalui

inovasi layanan berbasis teknologi. Pengembangan digital finance, sistem pencatatan keuangan digital, serta pemanfaatan platform daring untuk pemasaran dan jaringan usaha menjadi strategi penting dalam meningkatkan daya saing koperasi. Transformasi ini memungkinkan koperasi memperluas jangkauan layanan, meningkatkan transparansi, serta memperkuat kolaborasi dengan UMKM dan industri modern. Dengan demikian, koperasi dapat berfungsi lebih efektif sebagai agen pemberdayaan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan di tengah dinamika perkembangan ekonomi digital.

UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah)

UMKM merupakan sektor yang memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian nasional, baik dalam hal penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, maupun kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) (BPS, 2023). UMKM dikenal sebagai motor penggerak ekonomi rakyat karena mampu menyerap tenaga kerja yang signifikan, terutama di sektor informal dan wilayah perkotaan padat penduduk seperti Medan (Bank Indonesia, 2023).

Di era modern, UMKM dituntut memiliki kemampuan adaptasi terhadap perkembangan teknologi agar mampu bersaing dengan perusahaan besar (Suryana, 2021). Digitalisasi menjadi faktor penting bagi keberlanjutan UMKM, termasuk penggunaan platform e-commerce, sistem pembayaran digital (QRIS), dan pemasaran melalui media sosial. Transformasi digital juga meningkatkan efisiensi proses operasional, pemasaran, dan manajemen inventori, sehingga membantu UMKM memperluas

jangkauan pasar (BI, 2023).

Dalam konteks industri kopi kekinian seperti Kopi Kenangan, UMKM lokal mendapatkan peluang untuk masuk dalam rantai pasok sebagai penyedia bahan baku, jasa kemasan, distributor logistik, hingga pemasok produk pendamping seperti pastry lokal (Kompas, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa pertumbuhan UMKM tidak hanya bergantung pada skala usaha, tetapi juga kemampuan berkolaborasi dengan ekosistem bisnis modern berbasis inovasi dan teknologi.

Teori resource-based view (RBV) menjelaskan bahwa keunggulan kompetitif UMKM dapat dibangun melalui pemanfaatan sumber daya internal yang dimiliki, seperti inovasi produk, kualitas layanan, kemampuan manajerial, serta jejaring sosial dan kemitraan usaha. UMKM yang mampu mengelola sumber daya tersebut secara efektif cenderung memiliki posisi kompetitif yang lebih baik dibandingkan pesaingnya. Inovasi dan diferensiasi produk menjadi faktor penting dalam menciptakan nilai tambah serta meningkatkan loyalitas konsumen di tengah dinamika preferensi pasar.

Industri Kopi Modern

Industri kopi modern berkembang pesat di Indonesia sebagai bagian dari tren gaya hidup urban, meningkatnya budaya ngopi, dan perubahan preferensi konsumen terhadap produk minuman siap saji berkualitas (CNBC Indonesia, 2024). Kopi Kenangan menjadi salah satu contoh UMKM yang berhasil naik kelas menjadi perusahaan skala nasional berkat strategi inovasi produk, konsistensi kualitas, serta penggunaan teknologi digital dalam operasional dan

pemasaran (Kopi Kenangan, 2024).

Digitalisasi pemasaran menjadi kunci utama dalam membangun brand awareness di industri kopi modern, terutama melalui platform sosial seperti Instagram dan TikTok (Kompas, 2023). Brand seperti Kopi Kenangan memanfaatkan konten visual, influencer marketing, dan strategi storytelling untuk menarik perhatian konsumen muda. Selain itu, penggunaan aplikasi pemesanan dan integrasi dengan layanan pesan-antar membuat produk semakin mudah diakses oleh konsumen (CNBC Indonesia, 2024).

Inovasi menu dan penggunaan bahan baku lokal berkualitas, seperti kopi Sumatera, juga menjadi faktor keberhasilan industri ini (BPS, 2023). Selain itu, kemitraan dengan UMKM lokal dan dukungan koperasi dalam penyediaan bahan baku menjadikan industri kopi modern sebagai contoh kolaborasi bisnis berbasis pemberdayaan ekonomi lokal. Model bisnis seperti ini mendorong kemandirian ekonomi daerah sekaligus penguatan rantai pasok nasional.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi literatur (library research). Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk mengkaji fenomena sosial-ekonomi terkait peran koperasi dan UMKM dalam mendukung perkembangan bisnis Kopi Kenangan di Kota Medan, melalui penelusuran teori, konsep, dan data yang sudah ada (Sugiyono, 2019). Penelitian kualitatif membantu peneliti memahami dinamika ekonomi kerakyatan secara lebih mendalam berdasarkan referensi ilmiah yang relevan.

Sumber data dalam penelitian ini berasal dari jurnal ilmiah, buku akademik, publikasi pemerintah, laporan statistik resmi Badan Pusat Statistik (BPS), serta informasi yang diperoleh dari media berita ekonomi dan situs resmi Kopi Kenangan (BPS, 2023; Kopi Kenangan, 2024). Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menelusuri berbagai artikel ilmiah melalui database online, website instansi pemerintah, serta platform berita terpercaya. Seluruh sumber dipilih berdasarkan kredibilitas dan relevansi dengan topik penelitian.

Teknik analisis data menggunakan analisis konten (content analysis) dengan cara mengidentifikasi, mengklasifikasikan, dan menginterpretasikan berbagai informasi sesuai tema tertentu seperti peran koperasi, peran UMKM, digitalisasi usaha, dan strategi ekspansi bisnis Kopi Kenangan (Miles & Huberman, 2014). Proses analisis dilakukan secara sistematis melalui tahapan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan secara logis untuk memberikan pemahaman komprehensif mengenai kolaborasi koperasi dan UMKM dalam ekosistem bisnis kopi kekinian di Medan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Koperasi memiliki peran strategis dalam mendukung UMKM melalui penyediaan modal usaha berbunga rendah serta pelatihan peningkatan kapasitas bisnis (Kemenkop UKM, 2023). Di Medan, koperasi berkontribusi dalam menyalurkan dana mikro dan membantu pelaku usaha sektor kuliner agar dapat memperoleh bahan baku berkualitas seperti kopi lokal dari petani koperasi. Peranan ini memperkuat struktur ekonomi lokal karena menghubungkan

produsen bahan baku dengan pelaku usaha modern secara langsung (Hendar & Kusnadi, 2020). Selain fungsi finansial, koperasi juga berperan sebagai pusat pelatihan dan pendampingan untuk meningkatkan kompetensi pelaku UMKM. Pelatihan tersebut mencakup manajemen usaha, pengelolaan keuangan, serta pemasaran digital, yang sangat dibutuhkan pada era transformasi ekonomi saat ini (Suryana, 2021). Dengan dukungan koperasi, kemampuan UMKM dalam mengelola operasional dan membangun strategi bisnis yang efektif semakin berkembang.

Pada sisi lain, model bisnis Kopi Kenangan berfokus pada inovasi produk, konsistensi kualitas minuman, dan harga yang kompetitif sehingga dapat dijangkau berbagai lapisan masyarakat (Kopi Kenangan, 2024). Keberhasilan ini ditunjang oleh penggunaan bahan baku lokal berkualitas seperti kopi Sumatera yang terkenal dengan cita rasa kuat, sehingga menciptakan diferensiasi produk yang menarik bagi konsumen (BPS, 2023).

Penggunaan sistem kasir digital, aplikasi pemesanan, serta integrasi layanan pembayaran digital seperti QRIS mempermudah proses transaksi dan meningkatkan pengalaman pelanggan (Bank Indonesia, 2023). Langkah ini menunjukkan kemampuan Kopi Kenangan dalam memanfaatkan teknologi finansial (fintech) sebagai bagian dari strategi bisnis. Digitalisasi operasional juga mendukung pencatatan transaksi yang lebih akurat dan efisien.

Media sosial menjadi pilar utama strategi pemasaran Kopi Kenangan. Platform seperti Instagram, TikTok, dan aplikasi pesan antar dimanfaatkan untuk menciptakan kedekatan emosional dengan konsumen

melalui konten visual yang kreatif, testimoni, hingga promosi diskon musiman (CNBC Indonesia, 2024). Strategi konten ini menjadikan Kopi Kenangan populer terutama di kalangan generasi muda di Medan.

Program loyalitas seperti poin pembelian dan voucher digital turut meningkatkan retensi pelanggan serta memperluas jangkauan pasar (Kompas, 2023). Dengan strategi ini, konsumen terdorong untuk melakukan pembelian berulang sehingga memperkuat stabilitas pendapatan bisnis. Keberadaan Kopi Kenangan menciptakan multiplier effect bagi pelaku UMKM pendukung seperti penyedia roti lokal, supplier gula aren, jasa logistik, dan produsen kemasan food grade (Kompas, 2023). Hal ini membuktikan bahwa industri kopi modern memiliki dampak ekonomi berantai yang meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar.

UMKM pendukung juga mengadopsi sistem digital seperti marketplace, QRIS, media sosial, dan aplikasi CRM untuk meningkatkan efisiensi operasional dan layanan pelanggan (Bank Indonesia, 2023). Transformasi digital ini membantu UMKM tetap kompetitif dalam menghadapi persaingan pasar global dan tren konsumsi berbasis teknologi.

Kolaborasi antara koperasi dan UMKM dalam rantai pasok bahan baku lokal menciptakan model bisnis berkelanjutan yang memperkuat kemandirian ekonomi daerah. Misalnya, kerja sama koperasi petani kopi dengan jaringan bisnis seperti Kopi Kenangan meningkatkan kesejahteraan petani serta daya tawar mereka di pasar (BPS, 2023).

Secara keseluruhan, sinergi

koperasi, UMKM, dan industri modern seperti Kopi Kenangan menghasilkan ekosistem ekonomi inklusif yang mendukung pertumbuhan ekonomi lokal, inovasi, serta digitalisasi usaha (Kemenkop UKM, 2023). Kolaborasi ini menjadi contoh keberhasilan penguatan ekonomi berbasis komunitas di era industri kreatif digital.

KESIMPULAN

Sinergi antara koperasi dan UMKM dalam mendukung perkembangan Kopi Kenangan di Medan menunjukkan kontribusi signifikan terhadap pemberdayaan ekonomi lokal. Koperasi berperan menyediakan dukungan pembiayaan, pelatihan, dan pendampingan usaha untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM. Sementara itu, UMKM seperti Kopi Kenangan memanfaatkan digitalisasi, inovasi produk, serta strategi pemasaran modern untuk menarik konsumen, terutama generasi muda (BPS, 2023). Kolaborasi ini mencerminkan pola pemberdayaan ekonomi kerakyatan yang efektif dalam meningkatkan daya saing pelaku usaha.

Selain dukungan finansial, keterlibatan koperasi juga mencakup penguatan rantai pasok melalui kerja sama dengan petani kopi lokal dan UMKM penyedia bahan baku pendamping. Pola kemitraan ini memberikan dampak ekonomi berantai (multiplier effect) bagi masyarakat sekitar, termasuk peningkatan pendapatan petani, usaha roti lokal, logistik, dan sektor lainnya (Kompas, 2023). Di sisi lain, Kopi Kenangan menunjukkan keberhasilan strategi bisnis berbasis teknologi dan kreativitas, yang menjadi contoh transformasi UMKM menuju industri modern berdaya saing tinggi (CNBC Indonesia,

2024).

Dengan adanya sinergi ini, ekosistem bisnis yang inklusif dan berkelanjutan tercipta di Kota Medan, mendukung pertumbuhan ekonomi daerah secara lebih merata. Kolaborasi koperasi UMKM menjadi model ideal untuk memperkuat perekonomian lokal, terutama dalam menghadapi persaingan pasar era digital serta perubahan preferensi konsumen. Pendekatan berbasis pemberdayaan komunitas ini dapat direplikasi di berbagai daerah sebagai strategi ekonomi kerakyatan yang adaptif dan berorientasi masa depan (Kemenkop UKM, 2023).

REFERENSI

- Akbar, M. (2021). *Analisis kinerja keuangan UMKM di Indonesia*. Jurnal Manajemen Keuangan, 7(2).
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Statistik UMKM Indonesia*. <https://www.bps.go.id/>
- Bank Indonesia. (2023). Outlook UMKM Indonesia & Laporan Digitalisasi UMKM. <https://www.bi.go.id>
- CNBC Indonesia. (2024). Tren Bisnis Kopi Kekinian & Ekspansi Kopi Modern. <https://www.cnbcindonesia.com/>
- Dewi, P. (2022). Peran UMKM dalam pembangunan ekonomi daerah. Jurnal Studi Pembangunan, 9(2).
- Fitriani, L. (2022). Penguatan ekonomi lokal melalui UMKM. Jurnal Ekonomi Regional, 12(3).
- Handayani, R. (2023). UMKM dan ekonomi berbasis syariah. Jurnal Ekonomi Syariah, 11(2).
- Hapsari, I. (2022). Strategi koperasi

- dalam mendukung UMKM. *Jurnal Koperasi dan UMKM*, 6(2).
- Herawan, J. E., Susilo, Y. S., & Putranto, L. F. D. (2024). Indonesia Crowdfunding Cooperatives (IC Coop): Inisiatif Integrasi Koperasi Bagi Pemulihan Ekonomi Nasional Secara Kolektif. *Journal Maksipreneur*, 14(1).
- Hendar, & Kusnadi. (2020). Manajemen Koperasi. PT Raja Grafindo Persada.
- Kurniawan, D. (2022). Digitalisasi UMKM sektor kuliner. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(2).
- Kementerian Koperasi dan UKM RI. (2023). Laporan Pengembangan UMKM dan Koperasi. <https://kemenkopukm.go.id/>
- Kompas.com. (2023). Pertumbuhan UMKM di Era Digital & Tren Konsumsi Kopi di Indonesia. <https://www.kompas.com>
- Kopi Kenangan. (2024). Company Profile & Informasi Perusahaan. <https://www.kopikenangan.com>
- Lestari, M., & Rahman, F. (2023). Industri kopi modern dan UMKM. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 4(2).
- Maulana, I. (2024). Inovasi bisnis industri kreatif. *Jurnal Industri Kreatif*, 3(1).
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2014). Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook. SAGE Publications.
- Nugraha, B. (2023). Strategi pemasaran digital UMKM. *Jurnal Bisnis Digital*, 5(1).
- Prasetyo, E. (2021). UMKM dan pembangunan berkelanjutan. *Jurnal Bisnis dan Masyarakat*, 6(1).
- Pratama, A., & Nugroho, Y. (2023). Daya saing UMKM di era digital. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 25(1).
- Putri, R. A., Sari, D. P., & Widodo, T. (2023). Digital marketing UMKM. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(2).
- Ramadhan, A., Putra, R., & Syahputra, M. (2024). Perilaku konsumen kopi kekinian. *Jurnal Pemasaran Modern*, 8(1).
- Sari, D. P., & Widodo, T. (2022). UMKM dan ekonomi kreatif. *Jurnal Ekonomi & Bisnis Indonesia*, 7(3).
- Sihombing, J. (2023). Ekonomi kerakyatan berbasis koperasi. *Jurnal Ekonomi Kerakyatan*, 4(1).
- Suryani, E. (2021). Strategi bisnis UMKM. *Jurnal Manajemen Strategi*, 9(1).
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D.
- Alfabeta. Suryana, Y. (2021). Kewirausahaan dan UMKM di Era Digital. Salemba Empat.
- Tambunan, T. (2022). Development of MSMEs in Indonesia. *Journal of Indonesian Economy and Business*, 37(2).
- UU Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian.
- Wulandari, S., & Hidayat, R. (2021). Pemberdayaan UMKM oleh koperasi. *Jurnal UMKM Madani*, 5(1).
- Yuliana, N. (2022). Inovasi dan kinerja UMKM. *Jurnal Kewirausahaan Indonesia*, 10(2).