



Budaya “Ngopi” Lahirkan Bisnis Kopi Kekinian

Tim Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW) 2023 Kopi Self ITN Malang.

Malang, [ITN.AC.ID](https://www.itn.ac.id) – Budaya “ngopi” sudah menjadi gaya hidup di kalangan kaum muda. “Ngopi” juga menjadi media pergaulan sekaligus identitas sosial. Malang Raya dengan ribuan mahasiswa menjadi pasar strategis bagi pengusaha kopi. Hampir tiap sudut kota yang berdekatan dengan kampus terdapat cafe atau warung kopi. Ditambah lagi Malang merupakan salah satu daerah penghasil kopi di Jawa Timur.

Antusiasme penikmat kopi di Malang Raya ditangkap oleh mahasiswa Institut Teknologi Nasional Malang (ITN Malang), mereka adalah Herman Rubiyanto (angkatan 2021), Ahmad Padantya (2021), Nurul Huda (2021), Rohmat Maulana Riskiyandi (2021), dan Imelia Putri Lestari (2021), dibawah bimbingan Ir. Ester Priskasari, MT. Mahasiswa Teknik Sipil S-1 ITN Malang ini melalui Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW) memanfaatkan digital marketing sebagai sarana pemasaran brand Kopi Self dengan sistem order online.

“Kami sebelumnya sudah memiliki produk kopi kemasan dengan brand Kopi Self. Nah, untuk meningkatkan penjualan dan menjangkau konsumen lebih luas kami memanfaatkan digital

marketing media sosial, website, dan aplikasi mobile. Sekaligus juga untuk meningkatkan brand *awareness* Kopi Self,” kata Herman ketua tim P2MW saat dihubungi lewat sambungan Whatsapp.

Baca juga : [Berjalan Lancar, Monitoring dan Evaluasi Program P2MW di ITN Malang Diikuti 3 Tim](#)

Kopi Self dikemas dalam beberapa kemasan. Untuk kemasan kopi cup dihargai 10 ribu rupiah. Kemasan lainnya yang juga tersedia adalah dalam botol plastik 200 ml, dan botol kaleng 200 ml. Kopi disajikan dalam tiga varian yaitu kopi pandan, kopi gula aren, dan kopi caramel.

“Kami ingin memberikan rasa yang unik, tidak hanya sekedar rasa kopi saja. Maka kami memilih tiga varian rasa yang banyak direkomendasikan oleh responden. Semoga minat responden divarian ini juga diikuti oleh banyaknya pembeli di pangsa pasar kopi. *Alhamdulillah* banyak yang memberikan nilai positif,” lanjut mahasiswa semester lima ini.



Responden dari kalangan mahasiswa sedang mencoba varian rasa Kopi Self buatan mahasiswa P2MW Teknik Sipil S-1 ITN Malang. (Foto: Istimewa)

Menjual kopi dengan tingkat persaingan kompetitif memang tidak bisa main-main. Mahasiswa ITN Malang ini harus tes pasar dengan menguji rasa kopi ke responden/konsumen. Dari ketiga varian tersebut banyak responden yang menyukai varian kopi rasa pandan karena rasanya yang wangi pandan, selain itu juga lebih enak, dan tentunya alami.

“Keunggulan Kopi Self dengan menggunakan kopi terbaik dan bahan-bahan alami. Seperti daun pandan kami menggunakan pandan asli yang diambil ekstraknya untuk perasa pandan,” Herman menyakinkan.

Kopi Self sebelumnya telah dijual di asrama Tadulako, Jalan Topaz No.25, Tlogomas, Kec. Lowokwaru, Kota Malang. Belum

maksimalnya penjualan mendorong mereka untuk promosi produk sehingga harapannya banyak dikenal oleh konsumen. Tidak hanya produknya, namun juga rasa dan kualitas yang disediakan. Untuk itu Tim P2MW Kopi Self mempromosikan produknya lewat media online Instagram, Tiktok, dan lain-lain.

Baca Juga : [Kolaborasi, Brand Nadiem dan Penjahit Konveksi Lokal Majukan Industri Kreatif](#)

Dikatakan Herman, target pasarnya tentu saja mahasiswa. Dimana mahasiswa suka mengkonsumsi kopi sembari mengerjakan tugas. Selain itu sebagai anak muda mahasiswa juga suka mencoba hal-hal baru, salah satunya mencoba rasa kopi baru.

“Kami menggunakan media digital untuk mengenalkan Kopi Self. Meskipun sebenarnya hasil penjualan (online) tidak sebanyak penjualan langsung dengan konsep warung kopi. Untuk mengenalkan produk baru ke pelanggan baru memang butuh waktu. Ini menjadi tantangan kami,” tuntasnya. Herman bersama teman-temannya berharap usaha mereka bisa terus berjalan dan meningkat. (Mita Erminasari/Humas ITN Malang)