

BAB V

PEMBAHASAN

A. Potensi Kedai Kopi Di Tulungagung Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Di Kabupaten Tulungagung

Dalam sub bab ini, peneliti membahas tentang temuan-temuan hasil penelitian tentang potensi kedai kopi di Tulungagung dalam meningkatkan perekonomian masyarakat di Kabupaten Tulungagung kemudian menganalisisnya. Berikut pembahasannya :

Dalam maraknya perkembangan usaha kedai kopi yang ada di Kabupaten Tulungagung ini, timbul sebuah potensi yang bisa mempengaruhi meningkatnya perekonomian masyarakat yang ada di Tulungagung. Potensi kedai kopi di Tulungagung dalam meningkatkan perekonomian masyarakat di Kabupaten Tulungagung ini lebih mengarah potensinya kepada :

1. Peningkatan pendapatan dari pemilik usaha kedai kopi

Pendapatan sangat berpengaruh bagi keseluruhan hidup suatu usaha, semakin besar pendapatan yang diperoleh maka semakin besar kemampuan suatu usaha untuk membiayai segala pengeluaran dan kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan pada suatu usaha tersebut. Dalam kamus besar Bahasa Indonesia pendapatan adalah hasil kerja

dalam melakukan usaha atau sebagainya¹¹⁷. Pendapatan bisa dikatakan adalah hasil kenaikan modal suatu usaha dengan cara menjual produk yang ada dalam usaha mereka.¹¹⁸

Pada potensi perkembangan usaha kedai kopi di Tulungagung ini, lebih berpengaruh hasilnya kepada peningkatan pendapatan yang diperoleh oleh pemilik dari kedai kopi tersebut. Dalam hal ini pemilik kedai kopi adalah orang yang paling diuntungkan dengan adanya peristiwa tersebut. Bisa kita lihat secara langsung, jika usaha kedai kopi mereka memiliki pengunjung yang berlipat ganda adanya sudah pasti pemasukan dalam usaha kedai kopi mereka juga akan meningkat, dan itu sudah pasti akan berpengaruh kepada pendapatan dari si pemilik kedai kopi tersebut. Mereka mengambil laba dari keuntungan yang diperoleh dari kedai kopi tersebut setelah kedai kopi tersebut mampu melaksanakan kegiatan-kegiatan pemenuhan kebutuhan untuk kedai kopi mereka. Dalam hal ini sudah pasti pemilik usaha mengalami peningkatan pendapatan dari usaha kedai kopi tersebut, mengingat banyaknya jumlah pengunjung yang datang ke kedai dan pemasukan yang diperoleh dari kedai kopi tersebut. Berikut data kenaikan omset dari ketiga kedai kopi tersebut dalam periode empat bulan terakhir, sebagai berikut :

¹¹⁷ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Balai Pustaka, 2008), hal. 185

¹¹⁸ Soemarso S.R, *Akuntansi Suatu Pengantar Edisi Lima*, (Jakkarta : Salemba Empat, 2009), hal. 54

Tabel 5.1
Kenaikan Omset pada Kedai Meet Kopi
Periode Januari-April 2021

Kenaikan Omset pada Kedai Meet Kopi Januari-April 2021				
Bulan	Januari	Februari	Maret	April
Omset	Rp. 7.000.000	Rp. 9.500.000	Rp. 9.000.000	Rp. 12.000.000

Sumber : Kedai Meet Kopi

Tabel 5.2
Kenaikan Omset pada Kedai Goud Kopi
Periode Januari-April 2021

Kenaikan Omset pada Kedai Goud Kopi Januari-April 2021				
Bulan	Januari	Februari	Maret	April
Omset	Rp. 6.000.000	Rp. 5.000.000	Rp. 6.500.000	Rp. 6.500.000

Sumber : Kedai Goud Kopi

Tabel 5.3
Kenaikan Omset pada Kedai Upgreat Kopi
Periode Januari-April 2021

Kenaikan Omset pada Kedai Upgreat Kopi Januari-April 2021				
Bulan	Januari	Februari	Maret	April
Omset	Rp. 5.000.000	Rp. 5.000.000	Rp. 7.000.000	Rp. 7.500.000

Sumber : Kedai Upgreat Kopi

Pada ketiga tabel diatas yaitu tabel 5.1, tabel 5.2 dan tabel 5.3 membuktikan bahwa potensi dari kedai kopi sangat luar biasa pengaruhnya terutama pada pendapatan atau bisa disebut dengan omset pemilik atau *owner*. Bisa dilihat pada tabel diatas, walaupun pada masa pandemi ini pendapatan yang didapat masih tetap banyak dan setiap bulannya masih tetap mengalami kenaikan. Dari ketiga tabel ini juga bisa dikatakan bahwa

kedai kopi adalah usaha yang tidak ada matinya mulai dari kondisi yang normal sampai adanya pandemi, kedai kopi tetap menjadi pilihan nomor satu bagi kaum muda untuk berkumpul dan berdiskusi bersama teman sejawat maupun dengan keluarga.

2. Peningkatan perekonomian masyarakat

Perekonomian masyarakat adalah perekonomian yang diselenggarakan oleh masyarakat itu sendiri dengan tujuan dapat memenuhi kebutuhan hidup mereka. Perekonomian masyarakat ini timbul dari potensi dan kekuatan masyarakat secara luas untuk menjalankan roda perekonomian mereka sendiri.¹¹⁹

Dalam hal ini dengan adanya perkembangan usaha kedai kopi yang ada di Tulungagung ini, memiliki potensi yang sangat luar biasa adanya apalagi potensi ini sangat berpengaruh kepada masyarakat khususnya dalam peningkatan perekonomian mereka. Pada era sekarang ini memang usaha kedai kopi adalah usaha yang sangat menjajikan, bukan hanya untuk pemilik tetapi juga berpengaruh untuk masyarakat sekitar. Kita bisa melihat secara gamblang bagaimana usaha kedai kopi ini bisa meningkatkan perekonomian yang ada di Tulungagung ini. Bisa dilihat dari pertama kedai kopi tersebut di buka, kedai kopi sekarang ini bukan seperti kedai kopi kecil seperti biasanya, pembangunannya saja sudah memerlukan tanah yang luas serta bangunan yang megah untuk menarik konsumen agar datang ke kedai

¹¹⁹ Gunawan Sumodiningrat, *Membangun Perekonomian Rakyat*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 1998), hal. 24

tersebut. Dari hal itu saja sudah bisa meningkatkan perekonomian yang ada, bukan hanya untuk masyarakatnya saja tetapi juga bagi pemerintah juga. Sudah dapat dipastikan dengan dibangunnya kedai kopi tersebut banyak pihak yang merasakan bagaimana perekonomian mereka bisa meningkat adanya.

B. Kendala Yang Dihadapi Dalam Menjalankan Usaha Kedai Kopi Di Kabupaten Tulungagung

Dalam menjalankan suatu usaha, tidak tentu selalu berjalan dengan apa yang kita inginkan yaitu usaha yang selalu berjalan dengan mulus dan tertata. Tetapi didalam suatu perputaran usaha ada yang namanya kendala. Dimana kendala itulah yang biasanya menghambat jalannya suatu rencana yang ada dalam usaha tersebut. Disini kendala terbagi menjadi dua, yaitu kendala internal yang berasal dari dalam usaha itu sendiri dan kendala eksternal yang berasal dari luar tempat usaha tersebut.

1. Kendala internal yang dihadapi, antara lain :

a. Kurangnya manajemen di dalam usaha kedai kopi

Manajemen bisa dikatakan sebagai hal yang penting dalam mendirikan suatu usaha. Jika suatu usaha tidak ada manajemen yang tertata dengan baik maka usaha tersebut juga pasti akan mengalami suatu hambatan. Manajemen sendiri memiliki arti yaitu ilmu yang mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai

suatu tujuan tertentu¹²⁰. Sama halnya dengan manajemen yang dilakukan pada usaha kedai kopi khususnya di Kabupaten Tulungagung.

Manajemen pada kedai kopi di Tulungagung masih mengalami banyak kekurangan dilihat dari segi dimana usaha kedai kopi ini baru berkembang di dua tahun terakhir ini. Maka dari itu manajemen yang dijalankan masih sangat kurang untuk para pengusaha yang masih awam, apalagi banyak dari kedai kopi yang ada di Tulungagung ini memiliki owner yang harus membagi waktu mereka antara usaha kedai kopi ini dan kegiatan lainnya. Kendala manajemen yang lain yaitu kurangnya manajemen pada segi persediaan bahan baku, dimana bahan baku ini seharusnya sudah mempunyai bahan baku lain untuk berjaga-jaga apabila kedai kopi dalam keadaan ramai dan bisa menghabiskan stok bahan baku yang sudah ada.

Manajemen yang kurang ini bisa diselesaikan secara bertahap, mengingat fungsi-fungsi dari manajemen harus mengikuti satu tahapan tertentu dalam pelaksanaannya dan dijalankan berdasarkan fungsi dari masing-masing kegiatan.

b. Kurangnya pengalaman dari SDM (karyawan/barista kedai kopi)

Sumber daya manusia merupakan sumber daya yang terpenting yang dimiliki oleh suatu organisasi, salah satu

¹²⁰ Malayu Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2004), hal. 54

implikasinya ialah bahwa investasi terpenting yang dilakukan oleh suatu organisasi adalah bidang sumber daya manusia.

Dalam hal ini kendala yang dihadapi dalam usaha kedai kopi di Kabupaten Tulungagung ini adalah kurangnya pengalaman dari sumber daya manusia tersebut khususnya bagi barista. Karena usaha kedai kopi ini, bagi masyarakat di kota kecil seperti Tulungagung ini masih awam di dengar atau mereka hanya mengetahui bahwa barista hanyalah pekerjaan yang mengerjakan tugas sebagai tukang seduh kopi. Padahal, barista disini dituntut bukan hanya bisa menyeduh kopi saja tetapi juga harus bisa menggunakan alat seduh kopi modern dengan menciptakan rasa yang disukai para pengunjung masa kini. Maka dari itu pengalaman yang dimiliki para SDM atau barista kedai kopi ini dinilai kurang jika hanya memandang pekerjaan barista sebagai tukang seduh kopi seperti di warung kopi kecil¹²¹.

2. Kendala eksternal yang dihadapi, antara lain :

a. Berkurangnya pengunjung dikarenakan adanya pandemic Covid-19

Pengunjung atau konsumen adalah komponen penting yang ada dalam suatu usaha. Jika tidak ada konsumen maka tidak ada pula perputaran usaha yang dilakukan. Disini pengunjung atau konsumen dapat diartikan sebagai seseorang yang memakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan

¹²¹ Adi Christianto, DKK, "Pelatihan Dalam Dunia Barista", dalam *Jurnal Buletin Konsorium Psikologi Ilmiah Nusantara*, Vol. 5 No. 18, September 2019, hal. 1-5. Diakses pada tanggal 7 Mei 2021 pukul 19:00

diri sendiri, keluarga, maupun orang lain. Pengunjung atau konsumen mempunyai kepentingan yaitu untuk memenuhi kebutuhannya dengan memperhitungkan daya belinya¹²².

Dalam hal ini pengunjung atau konsumen memiliki kendala untuk memenuhi kebutuhannya dalam menikmati secangkir kopi. Dengan adanya kendala yang dihadapi pengunjung kedai kopi ini, peristiwa tersebut nantinya akan berdampak pada usaha kedai kopi juga khususnya di Kabupaten Tulungagung. Kendala yang dimaksud disini yaitu adanya pandemi Covid-19 atau biasa disebut dengan Virus Corona. Adanya pandemic tersebut mempengaruhi kurangnya minat masyarakat untuk pergi keluar rumah. Dengan adanya hal tersebut minat masyarakat untuk menikmati secangkir kopi di kedai kopi pun juga ikut berkurang. Maka dengan kurangnya minat masyarakat untuk berkunjung ke kedai kopi dalam masa pandemic ini, menjadikan pengunjung yang ada di kedai kopi mengalami penurunan yang sangat signifikan.

b. Persaingan usaha yang semakin ketat

Dalam usaha tidak akan pernah terlepas dari unsur persaingan. Tidak ada satu bisnis pun yang dengan leluasa berleha-leha menikmati penjualan dan keuntungan, paling tidak untuk menikmati suatu keuntungan tersebut harus melewati suatu persaingan yang ketat pula. Orang-orang biasanya menyebut

¹²² Supriyanto, "Memahami Cara Bekerja Sistem Perekonomian, dalam *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, Vol. 6 No. 2, Tahun 2009, hal. 194. Diakses pada tanggal 7 Mei 2021 pukul 19:30

persaingan usaha sebagai persetujuan atau rivalitas antar pelaku usaha yang secara independen berusaha mendapatkan konsumen dengan menawarkan harga yang baik dengan kualitas barang atau jasa yang baik pula¹²³.

Disini usaha kedai kopi yang ada di Kabupaten Tulungagung juga sedang mengalami sebuah persaingan yang ketat, dimana sudah banyak sekali para pengusaha yang mendirikan usaha kedai kopi di Tulungagung ini. Bukan hanya satu atau dua kedai kopi yang sudah di bangun di Tulungagung ini, tetapi sudah mencapai puluhan kedai kopi yang sudah ada. Di setiap sudut dari pedesaan sampai perkotaan sudah ada bangunan yang namanya kedai kopi. Maka, dari peristiwa tersebut sudah dapat dipastikan bahwa persaingan usaha kedai kopi ini menjadi semakin ketat dan tinggi potensinya, mengingat bahwa di hampir setiap kedai kopi menawarkan produk dan rasa yang hampir sama pula.

C. Solusi Yang Tepat Untuk Menghadapi Kendala Dalam Menjalankan Usaha Kedai Kopi Di Kabupaten Tulungagung

Di dalam setiap kendala yang ada dalam menjalankan roda bisnis, selalu ada jalan keluar untuk menghadapi atau menyelesaikan kendala tersebut. Sama halnya dengan kendala yang sedang dihadapi oleh para pengusaha kedai kopi khususnya di Kabupaten Tulungagung ini. Disini

¹²³ Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2007), hal.

para pengusaha kedai kopi memiliki cukup banyak solusi untuk menghadapi atau menyelesaikan kendala yang sedang terjadi. Solusi sendiri terbagi menjadi dua yaitu, solusi secara internal dan solusi secara eksternal :

1. Solusi internal yang dijalankan, antara lain :

a. Memperbaiki masalah manajemen

Dalam kendala yang dihadapi sebuah usaha kedai kopi mengenai manajemen, disini owner dan manager mempunyai solusi yang bagus untuk dijalankan. Supaya manajemen pada kedai kopi menjadi baik dan tertata, owner dan manager memperbaiki manajemen tersebut dengan menerapkan perencanaan ulang yang begitu matang dan melakukan pengendalian didalamnya. Dalam perencanaan ulang disini pihak kedai kopi akan melakukan sebuah strategi atau taktik baru yang tepat untuk mewujudkan suatu target dan tujuan pada kedai kopi tersebut. Misalnya, merencanakan kembali bagaimana menyediakan sebuah bahan baku agar tetap memiliki persediaan tanpa khawatir adanya kehabisan, yang nantinya bisa berpengaruh kepada kepuasan pelanggan. Dan lagi merencanakan kembali bagaimana usaha kedai kopi ini mampu bersaing dengan usaha kedai kopi yang lain. Setelah pihak kedai kopi melakukan perencanaan ulang dengan sangat baik, selanjutnya owner dan manager kedai kopi melakukan pengendalian dan pengawasan untuk memastikan seluruh

rangkaian yang sudah direncanakan bisa berjalan sesuai dengan yang diharapkan¹²⁴. Maka dengan melakukan hal tersebut, bisa memperbaiki manajemen yang kurang tertata dalam menjalankan sebuah usaha khususnya usaha kedai kopi di Kabupaten Tulungagung.

b. Memilih SDM yang berpengalaman

Sumber daya manusia dapat didefinisikan sebagai individu yang merancang dan memproduksi keluaran dalam rangka pencapaian strategi dan tujuan yang telah ditetapkan oleh organisasi untuk mencapai tujuan. Sumber daya manusia yang membuat sumber daya lain dapat berjalan untuk menggerakkan roda dalam suatu organisasi¹²⁵.

Dalam hal ini, yang berkaitan dengan usaha kedai kopi juga harus memiliki SDM atau karyawan khususnya barista yang sudah berpengalaman dalam bidangnya atau mampu menggerakkan roda bisnis dalam usaha kedai kopi tersebut. Pihak kedai kopi harus pandai dalam memilih SDM yang benar-benar berpengalaman yang mampu menguasai suatu bidang yang diminta oleh pihak kedai kopi khususnya untuk barista. Mengapa demikian, karena jika kita memilih SDM yang sudah berpengalaman atau terlatih itu bisa membuat usaha kedai kopi kita lebih diminati pengunjung. Sebab,

¹²⁴ Malayu Hasibuan, *Manajemen = Dasar, Pengertian dan Masalah*, (Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2005), hal. 37

¹²⁵ Burhanuddin Yusuf, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2015), hal. 24-25

biasanya mereka yang sudah berpengalaman mampu membuat suatu produk yang dipegangnya menjadi lebih mempunyai daya tarik untuk memikat hati pelanggan. Contohnya saja pada kedai kopi yang memilih SDM atau barista yang sudah berpengalaman, pelanggan berasumsi bahwa barista yang sudah berpengalaman tersebut memiliki keahlian bukan hanya dalam menyeduh kopi, tetapi bisa menjadikan rasa kopi tersebut begitu spesial.

2. Solusi eksternal yang dijalankan, antara lain :

a. Pemberian promo dan potongan harga

Potongan harga atau *discount* adalah suatu pengurangan harga dalam produk dari harga normal pada periode tertentu. Tujuan dalam memberikan potongan harga ini untuk mendorong seorang konsumen agar membeli produk tersebut dalam jumlah besar dan mengikat konsumen atau pelanggan agar tidak berpindah pada usaha lain¹²⁶. Selain itu promo dan potongan harga cukup mendapat respon yang cepat dari para konsumen, biasanya konsumen cenderung berfokus kepada suatu tempat atau produk yang didalamnya mengadakan promo dan potongan harga.

Sama halnya dengan solusi yang telah dijalankan oleh beberapa usaha kedai kopi yang ada di Tulungagung ini. Untuk menarik perhatian para konsumen atau pengunjung supaya mereka tertarik lagi membeli produk kopi di kedai mereka, pihak kedai

¹²⁶ Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2002), hal. 303

kopi menawarkan sejumlah promo menarik serta potongan harga di setiap menu kopi yang ada pada kedai kopi tersebut. Banyak kedai kopi yang sudah melakukan hal tersebut agar pelanggan mereka tetap setia membeli produk mereka dan tidak pindah ke kedai kopi lain. Misalnya saja, kedai kopi melakukan sebuah promo apabila membeli kopi sebanyak tiga gelas akan gratis makanan ringan yang spesial dari kedai tersebut. Atau bisa memberikan potongan harga dibawah harga normal, misalnya satu gelas kopi biasanya berharga dua belas ribu, pada saat itu kedai kopi memberikan potongan harga menjadi satu gelas kopi berharga Sembilan ribu rupiah saja. Dengan menjalankan kegiatan tersebut, bisa dipastikan kedai kopi tetap bisa menarik pelanggan agar tetap membeli kopi di kedai tersebut.

b. Melakukan promosi lewat media sosial

Pada era globalisasi ini pemanfaatan internet semakin luas hingga kalangan perusahaan, instansi pemerintah sampai pelaku usaha mikro sebagai media promosi. Untuk media promosi yang berkaitan dengan internet tersebut yaitu penggunaan sebuah media sosial seperti Instagram, Twitter, Youtube dan lain sebagainya. Hal tersebut yang saat ini sedang diterapkan oleh para pengusaha kedai kopi di Kabupaten Tulungagung supaya kedai kopi mereka lebih dikenal oleh masyarakat luas.

Penggunaan media sosial ini sangat membantu dalam penyampaian pesan, membentuk *brand image*, *personal branding*, dan juga *marketing* pada suatu bisnis seperti halnya usaha kedai kopi ini. Hal ini dapat membantu kedai kopi tersebut membentuk citra brand kepada konsumen atau khalayak. Di dalam media sosial pengusaha kedai kopi sangat didukung dengan adanya penggunaan foto dan video untuk visualisasi pesan yang akan disampaikan supaya pesan yang disampaikan bisa lebih maksimal. Dengan melakukan promosi di media masa yang menggunakan foto dan video tadi, kedai kopi dapat memperlihatkan *brand image* kedai kopi mereka dan menarik para konsumen untuk mengunjungi kedai tersebut¹²⁷.

D. Peran Pemerintah Dalam Meningkatkan Usaha Kedai Kopi Di Kabupaten Tulungagung

Di dalam membangun dan menjalankan suatu usaha di sebuah wilayah tertentu, khususnya di Kabupaten Tulungagung ini tidak lepas dengan adanya peran pemerintah didalamnya. Dalam peran pemerintah ini instansi yang paling berkaitan dengan usaha kedai kopi ini adalah Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro Kabupaten Tulungagung. Ada beberapa hal yang sudah dilakukan oleh pihak Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro Kabupaten Tulungagung, sebagai berikut :

1. Perijinan Usaha

¹²⁷ Alfi Isa Mulyadi dan Saifuddin Zuhri, “Analisis Strategi Brand Image Kedai Kopi Moeng Melalui Media Sosial Instagram”, dalam *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 10 No. 2, Oktober 2020, hal. 1-26. Diakses pada tanggal 7 Mei 2021 pukul 20:00

Perijinan usaha merupakan suatu hal yang penting, karena suatu usaha tanpa adanya perijinan akan mengurangi tingkat kualitas dari produk, karena dengan adanya usaha yang sudah berijin akan memiliki pasar yang luas. Oleh karena itu Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro memberikan fasilitas untuk konsultasi mengenai perijinan, seperti halnya PIRT, IUMK, Hak Merk dan lain sebagainya. Terkait hal tersebut pihak Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro Kabupaten Tulungagung memberikan pemahaman tentang perijinan dan wawasan bahwasannya dengan izin usaha juga akan meningkatkan prospek dari usaha kita kedepannya, terkait dengan ini pihak Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro membantu untuk pengecekan syarat-syarat dari pengusaha kedai kopi yang ingin mengajukan perijinan dan jika sudah lengkap syarat-syarat tersebut akan di bawa ke kantor kecamatan untuk ditindak lanjuti dan bagi yang belum lengkap akan diberi pengarahan kembali dari lembaga.

Peran dari Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro untuk mendampingi terkait perijinan sesuai dengan teori kewirausahaan bahwa hak paten, merek dagang, izin usaha merupakan suatu hal yang penting bagi perusahaan terutama untuk melindungi penemuan, identitas, dan nama perusahaan serta koorsinilan produk-produk yang dihasilkan suatu perusahaan¹²⁸. Dalam hal ini proses perijinan pemerintah setahap demi setahap mulai memberlakukan perijinan usaha yang dimulai dari usaha

¹²⁸ Suryana, *Kewirausahaan*, (Jakarta : Salemba Empat, 2003), hal. 73

kecil, yang sudah memiliki tempat kegiatan yang tetap. Perijinan dimaksudkan untuk mewujudkan pembinaan, pengarahan, dan pengawasan kegiatan¹²⁹.

2. Pelatihan

Pelatihan sering kita dengar dalam dunia kerja di perusahaan, organisasi, lembaga, atau bahkan dalam instansi. Hal ini dapat diasumsikan bahwa pelatihan sangat penting bagi tenaga kerja untuk bekerja lebih menguasai dan lebih baik terhadap pekerjaan yang dijabat atau akan dijabat kedepan. Oleh karena itu Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro mengadakan pelatihan dimana pelatihan tersebut di khususkan bagi para anak muda yang tertarik dengan dunia barista atau bahkan untuk barista yang ingin lebih mengasah kemampuan mereka lagi.

Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro beranggapan bahwa pelatihan merupakan proses pembelajaran yang melibatkan perolehan keahlian, konsep, peraturan, atau sikap untuk meningkatkan kinerja tenaga kerja. Dalam hal ini barista harus memiliki keahlian menyeduh kopi baik menggunakan alat seduh manual maupun menggunakan mesin. Namun pihak Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro menginginkan bahwa, barista bukan hanya perkara alat yang digunakan tetapi lebih ke proses *delivery*. Disini barista bertanggung jawab menyampaikan rasa yang ingin disampaikan oleh kopi kepada para penikmatnya. Barista

¹²⁹ Robert Argene, *Strategi Menjadi Wirausaha Handal*, (Jakarta : CV. Restu Agung, 2003), hal. 130-131

juga harus memiliki pengetahuan yang dalam tentang kopi. Karena barista bertanggung jawab menumbuhkan jumlah para penikmat kopi.

Dari penjelasan diatas bisa dikatakan bahwa pelatihan lebih terarah pada peningkatan kemampuan dan keahlian SDM organisasi yang berkaitan dengan jabatan atau fungsi yang menjadi tanggung jawab individu yang bersangkutan saat ini (*current job oriented*). Sasaran yang ingin dicapai dan suatu program pelatihan adalah peningkatan kinerja individu dalam jabatan atau fungsi saat ini¹³⁰.

Berikut dokumentasi dari Dinas Koperasi dan Usaha Mikro dalam melakukan pelatihan khusus bagi para barista mulai dari pengolahan kopi mentah sampai menjadi kopi seduh, sebagai berikut :



¹³⁰ Hani Handoko, *Manajemen Personalia Dan Sumber Daya Manusia*, (Yogyakarta : BPFE, 2001), hal. 104



3. Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu hal yang penting, dengan adanya pemasaran ini produk akan dikenal di masyarakat. Dengan itu peran pemerintah khususnya Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro memberikan solusi dari kendala yang dialami oleh pengusaha kedai kopi mengenai pemasaran tersebut. Untuk pemasaran di media massa, pihak Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro sudah menyerahkan sepenuhnya kepada pemilik atau owner dari kedai kopi yang lebih aktif dan lebih milenial dalam menggunakan media masa. Tetapi disini pihak Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro mewadahi setiap usaha kedai kopi yang memiliki produk yang ingin dipasarkan melalui Dinas Koperasi, dan nantinya pihak Dinas Koperasi akan membantu memasarkan lewat PLUT

KUMKM Tulungagung dan pameran yang diadakan oleh pihak Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro Kabupaten Tulungagung.

Dari penjelasan diatas dapat dikatakan bahwa pemasaran adalah suatu system keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Lebih tepatnya disini pemasaran merupakan kegiatan saling berhubungan sebagai suatu system untuk menghasilkan laba¹³¹.

¹³¹ Winardi, *Entrepreneur dan Entrepreneurship*, (Jakarta : Kencana, 2008), hal. 279