

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

Hasil dari pemaparan data sebelumnya yang telah disajikan, diketahui bahwa penelitian ini meneliti tentang peluang usaha cafe dalam peningkatan ekonomi masyarakat pada masa pandemi di Kecamatan Tanjung Redeb. Beberapa hasil temuan yang didapatkan didukung oleh pendapat para ahli yang kompeten sesuai dengan peluang usaha terhadap ekonomi masyarakat yang dipaparkan sebelumnya. Berikut merupakan temuan penelitian yang akan dibahas dengan dukungan pendapat para ahli yakni :

#### **A. Faktor Pendukung Usaha Cafe Dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat Pada Masa Pandemi**

Faktor pendukung adalah hal atau kondisi yang dapat mendorong atau menumbuhkan suatu kegiatan, usaha, atau produksi<sup>48</sup>. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa faktor pendukung usaha cafe dalam peningkatan ekonomi masyarakat pada masa pandemi adalah pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi yang maksimal dan optimal terutama pada pengelolaan media sosial dalam pemasaran *online*. Hal tersebut telah sesuai dengan penjelasan dalam buku Surokim dengan judul *Internet, Media Sosial & Perubahan Sosial di Madura* yaitu ditengah era informasi dan digitalisasi ini, Masyarakat butuh akses informasi (media on line). Tidak hanya informasi berupa informasi lembaga dan insituti tetapi juga informasi usaha yang dibuka

---

<sup>48</sup> Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2001).

oleh masyarakat. Media konvensional seperti, media cetak, radio, dan televisi menjadi terpinggirkan ketika ada media online.

Dengan media online ini, setiap tempat seperti tidak ada jarak dan batas, akses informasi menjadi semakin mudah didapat. Orang yang dulunya belum tahu mengenai usaha seseorang menjadi tahu<sup>49</sup>. Sehingga pemanfaatan media sosial ini menjadi faktor pendukung yang sangat penting dalam pemasaran usaha cafe yang ada. Usaha cafe yang dulunya menggunakan sistem pemasaran secara konvensional pastinya mulai merasakan dampak pentingnya era digitalisasi saat ini dan harus ikut menyesuaikan zaman dengan memanfaatkan media sosial yang ada untuk perubahan sistem pemasaran konvensional menjadi digitalisasi atau pemasaran secara *online*. Selain itu juga peluang penggunaan media sosial dapat meningkatkan efisiensi dan juga penghematan biaya dalam pemasaran usaha cafe. Penggunaan media sosial dalam pemasaran secara *online* juga dapat menjangkau khalayak yang lebih luas lagi<sup>50</sup>.

Media sosial juga dapat meningkatkan hubungan dengan konsumen dan calon konsumen. Kedai kopi sebaiknya melakukan posting setiap hari di akun-akun media sosial dan melakukan promosi dengan memperbanyak kuis berhadiah, voucher kopi atau give away lainnya secara rutin<sup>51</sup>. Fungsi utama

---

<sup>49</sup> Surokim. 2017. *Internet, Media Sosial & Perubahan Sosial Di Madura*. Madura: Universitas Trunojoyo Madura

<sup>50</sup> Kementerian Komunikasi dan Informatika. 2018. *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial Dalam Lembaga Pemerintah*. Jakarta: DIRJEN IKP, Kementerian Komunikasi dan Informatika

<sup>51</sup> Ahmad Yunus. Susilaningsih. 2018. *Panduan Pendirian Usaha Kedai Kopi*. Jakarta: Badan Ekonomi Kreatif. Hlm. 57

dari pemasaran *online* ini pastinya adalah memperkenalkan kepada konsumen yang belum tahu bahwa telah mendirikan usaha cafe. Pemilik usaha cafe dapat menggunakan cara online maupun offline. Jika pemilik usaha cafe sudah menjalankan konsep bisnis offline, maka selanjutnya bisa menggunakan sosial media untuk memasarkan bisnis cafe secara online, seperti instagram, facebook, dan twitter. Di samping itu, promosi melalui mulut ke mulut ini diyakini sebagai cara paling mujarab, bisa juga dengan menggunakan website, membuat video dan unggah ke youtube dan selanjutnya mengiklankan tayangan video youtube cafe sendiri. Langkah pemasaran *online* berikutnya bisa dilakukan juga dengan mengikuti beberapa acara di dalam kota. Jadi akan semakin banyak yang mengenal bisnis cafe yang sedang dijalankan<sup>52</sup>.

Masyarakat yang telah tahu tentang usaha cafe yang ada melalui media sosial pasti akan tertarik untuk mencoba cafe tersebut, untuk meningkatkan ketertarikan dari calon pelanggan tersebut cafe memaksimalkan faktor pendukung lainnya yaitu dengan membuat promo khusus yang hanya dimiliki oleh masing-masing cafe untuk dijadikan salah satu penambah daya tarik cafe. Promosi dipandang oleh konsumen sebagai aspek sosial dan fisik dari lingkungan yang dapat mempengaruhi tanggapan afeksi dan kognisi konsumen di samping perilaku nyata mereka. Hal tersebut telah sesuai dengan penjelasan dalam buku Dr. M. Anang Firmansyah yang berjudul Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran) yaitu Sistaningrum (2002) menjelaskan tujuan promosi adalah

---

<sup>52</sup> Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. 2017. Peluang Usaha IKM Kopi. Jakarta: Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. Hlm.46

empat hal, yaitu memperkenalkan diri, membujuk, modifikasi dan membentuk tingkah laku serta mengingatkan kembali tentang produk dan perusahaan yang bersangkutan<sup>53</sup>. Tak kalah penting juga meluncurkan promo diskon pada momen atau hari tertentu akan dapat meningkatkan awareness konsumen terhadap usaha cafe. Ciptakan promo - promo kreatif yang dapat memberi kesan kepada konsumen, misalnya dengan setiap akhir bulan menggratiskan harga kopi bagi penikmat kopi baru yang menyeduh kopi untuk dirinya sendiri<sup>54</sup>.

Pemanfaatan fasilitas *online* lainnya yang saat ini masyarakat sudah tahu pada umumnya juga tidak kalah penting dalam faktor pendukung usaha cafe, yaitu fasilitas ojek *online*. Saat ini banyak cafe yang menggunakan jasa ojek *online* sebagai sarana transportasi antar makanan yang dipesan juga secara *online* melalui media sosial yang ada, seperti salah satu contoh ojek *online* yang ada di Kecamatan Tanjung Redeb yaitu Gojek. Hal ini dapat dilakukan dengan memanfaatkan peluang yang memiliki dasar kesamaan pada suatu aspek tertentu sebagai contoh, saat ini Gojek memberikan kemudahan bagi para pengguna aplikasinya untuk dapat memsesan berbagai kebutuhan yang selama ini mungkin sulit untuk terpenuhi. Hal tersebut telah sesuai dengan penjelasan dalam jurnal Ayu Aziah dan Popon Rabia Adawia yang berjudul Analisis Perkembangan Industri Transportasi Online Di Era Inovasi Distraktif (Studi Kasus Pt. Gojek Indonesia) yaitu salah satu bentuk dari perusahaan yang memiliki fokus terhadap customer adalah berupaya agar dapat selalu berusaha

---

<sup>53</sup> Dr. M. Anang Firmansyah. 2018. Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran). Yogyakarta: Deepublish

<sup>54</sup> Ahmad Yunus. Susilaningsih. 2018. Panduan Pendirian Usaha Kedai Kopi. Jakarta: Badan Ekonomi Kreatif. Hlm. 57

menjawab segala kebutuhan dan menepis kekhawatiran pelanggan. Salah satu caranya adalah dengan melakukan standarisasi layanan yang diberikan<sup>55</sup>.

Pemanfaatan ojek *online* ini juga memberikan rasa keamanan kepada pelaku usaha cafe terlebih lagi terhadap pelanggan dari segi penjagaan kesehatan pada masa pandemi ini. Gojek menerapkan prosedur kesehatan dan kebersihan sesuai dengan himbauan pemerintah pada era new normal ini. Pertama, mitra pengemudi diwajibkan memakai masker dan sarung tangan yang merupakan ketentuan dalam menerima order. Dalam pelaksanaan protokol kesehatan, penumpang juga diwajibkan memakai masker. Kedua, menjaga kebersihan serta kesehatan mitra maupun penumpang<sup>56</sup>.

Pengonsepan cafe yang menarik juga menjadi faktor pendukung untuk menarik minat pelanggan terutama kaum anak muda yang biasanya mencari tempat bersantai untuk nongkrong sembari mengobrol yang sekaligus menyediakan tempat yang nyaman serta *instagramable* atau spot foto yang bagus dan menarik. Konsep yang tertuang di kedai kopi biasanya disesuaikan dengan minat konsumen. Apabila pemilik kedai kopi ingin membidik pasar masyarakat menengah ke bawah maka konsep yang dihadirkan bisa berbentuk kedai/warung atau cangkrukan sederhana. Namun, apabila pasar yang dibidik adalah masyarakat menengah ke atas maka konsep yang dihadirkan bisa berbentuk cafe.

---

<sup>55</sup> Aziah, Ayu. Adawia, Popon Rabia. 2018. Analisis Perkembangan Industri Transportasi Online Di Era Inovasi Distraktif (Studi Kasus PT. Gojek Indonesia). *Cakrawala-Jurnal Humaniora*. Vol.18 No.2. 154-155

<sup>56</sup> Alfonsius. 2020. Pelayanan Transportasi Online Di Era New Normal. *Journal of Accounting & Management Innovation*. Vol.4 No.2. Hlm. 96.

Dengan menentukan segmen pasar yang jelas, maka kedai kopi akan didirikan dengan konsep bisnis yang jelas dan sesuai dengan konsumen yang ditargetkan. Pemilik sebaiknya menciptakan konsep kedai kopi yang berbeda dari pesaingnya mulai dari pemilihan furnitur, warna, pencahayaan, dan suasana. Hal tersebut telah sesuai dengan penjelasan dalam buku Ahmad Yunus dan Susilaningsih yang berjudul Panduan Pendirian Usaha Kedai Kopi yaitu misalnya, jika sebuah kedai kopi menentukan mahasiswa sebagai segmen pasarnya, maka kedai kopi dapat menghadirkan buku-buku bacaan di kedainya, menyediakan ruang baca atau ruang diskusi dengan fasilitas wifi<sup>57</sup>. Jadi dengan mengonsep cafe sesuai dengan segmen pasar yang telah ditentukan dapat meningkatkan peluang usaha cafe tersebut.

Penentuan bahan baku utama juga merupakan bentuk penjagaan kualitas cafe agar pelanggan bisa menikmati makanan serta minuman yang mereka pesan. Faktor terpenting dalam penentuan bahan baku utama ialah dengan memilih *supplier* atau pemasok bahan baku utama yang baik, bukan hanya dari segi kualitas bahan yang disediakan namun tak kalah penting juga cara pengiriman dari *supplier* hingga ke cafe juga harus bagus agar dapat mempertahankan kualitas bahan baku yang baik. Hal tersebut telah sesuai dengan penjelasan dalam buku Kementerian Perindustrian Republik Indonesia yang berjudul Peluang Usaha IKM Kopi yaitu dalam menjalankan bisnis, sering kali pemilik usaha cafe tidak mampu melakukan semuanya. Menyadari hal ini,

---

<sup>57</sup> Ahmad Yunus, Susilaningsih. 2018. Panduan Pendirian Usaha Kedai Kopi. Jakarta: Badan Ekonomi Kreatif. Hlm. 54

agar proses produksi dapat tetap berjalan, maka banyak pemilik usaha cafe kemudian memilih untuk menjalin hubungan kerjasama dengan pemasok bahan baku produksi.

Keberadaan pemasok dalam industri kopi sangat penting dalam menjaga kelangsungan usaha. Untuk menjalin hubungan kerjasama dengan pemasok, pemilik usaha cafe perlu cermat dan tepat. Tidak sedikit pemasok bertindak asal-asalan dan tidak memenuhi standar produksi yang baik dalam mensuplai kebutuhan produksi mitra bisnisnya. Kualitas pemasok berdampak langsung kepada kualitas produk yang dihasilkan. Oleh karena itu sebelum menjalin kerjasama, pemilik usaha cafe perlu memerhatikan beberapa faktor untuk menjamin kelangsungan usaha yang dikelola<sup>58</sup>. Ada beberapa aspek yang sangat perlu diperhatikan pada saat memilih *supplier* atau pemasok yaitu kualitas bahan, kuantitas bahan yang diproduksi *supplier*, konsistensi dalam memberikan bahan baku pada cafe, serta harga adalah aspek pertimbangan terakhir untuk menentukan apakah jadi menjalin kerjasama dengan *supplier* atau tidak.

Setelah memaksimalkan pemasaran secara *online* maupun *offline*, mengadakan berbagai macam promosi, menggunakan sarana ojek *online* untuk meningkatkan efisiensi pengantaran pesanan makanan maupun minuman, perubahan konsep cafe yang menarik serta memiliki *supplier* yang baik dalam memasok bahan baku utama dan semua itu membuat usaha cafe berjalan

---

<sup>58</sup> Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. 2017. Peluang Usaha IKM Kopi. Jakarta: Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. Hlm. 63

menjadi lebih stabil dimasa pandemi, maka pastinya akan ada pelanggan tetap yang selalu setia untuk menikmati waktu santainya di cafe yang telah ditetapkan. Cafe yang telah memiliki pelanggan tetap pastinya akan jauh lebih stabil usahanya dibandingkan yang belum memiliki pelanggan tetap, terlebih lagi dimasa pandemi. Untuk mendapatkan loyalitas pelanggan terhadap usaha cafe sehingga menjadi pelanggan tetap, maka hal penting yang harus diberikan ialah kepuasan pelanggan dalam usaha cafe.

Kepuasan pelanggan telah menjadi aspek penting bagi pemilik usaha cafe, karena membawa manfaat yang positif bagi usaha cafe. Pentingnya kepuasan pelanggan didasarkan pada pandangan suatu usaha cafe akan sukses dan menguntungkan bila cafe dapat memuaskan pelanggannya. Hal tersebut telah sesuai dengan penjelasan dalam buku Dr. Sri Rahayu, SE., MM yang berjudul *Kepuasan & Loyalitas Pelanggan Terhadap Obyek Wisata* yaitu kepuasan pelanggan dibuktikan dapat memengaruhi loyalitas pelanggan, serta membantu usaha mendapatkan pelanggan<sup>59</sup>. Kepuasan pelanggan berbeda dengan loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan mengukur terpenuhinya harapan pelanggan, sedangkan loyalitas pelanggan mengukur pembelian ulang dan hubungan relasional. Kepuasan pelanggan penting namun tidak cukup untuk menciptakan loyalitas. Dengan kata lain, pelanggan merasa puas namun belum tentu pelanggan akan loyal. Sama halnya dengan pemilik usaha cafe dengan menentukan supplier atau pemasok bahan baku utama pada cafe, begitu juga

---

<sup>59</sup> Dr. Sri Rahayu, SE., MM. 2019. *Kepuasan & Loyalitas Pelanggan Terhadap Obyek Wisata*. Palembang: Anugrah Jaya. Hlm. 43

pelanggan dalam menentukan cafe yang ingin dijadikannya sebagai cafe tetap nantinya.

Aspek utama dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan ialah yang pertama kualitas produk yang berkualitas, dengan cafe menunjukkan bahwa produk yang digunakan berkualitas maka pelanggan akan merasa puas, yang kedua ialah kualitas pelayanan terutama pada usaha cafe yang bersinggungan langsung dengan pelanggan. Konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan. Selanjutnya yang ketiga ialah emosional dalam artian pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan kenyamanan serta keyakinan apabila memilih cafe tersebut, dan kepuasan emosional tersebut bukan hanya karena kualitas dari produk cafe melainkan nilai sosial yang membuat pelanggan menjadi puas terhadap cafe tersebut, misalnya cafe tersebut memang sedang tren atau sangat terkenal hingga keluar daerah dari usaha cafe tersebut. Keempat ialah harga pada menu cafe, harga yang relatif murah namun kualitas sama dengan cafe lainnya akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya. Terakhir ialah biaya, pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendatangi lokasi cafe atau waktu memproses pesanan cafe yang cukup lama<sup>60</sup>. Dengan memberikan kepuasan kepada pelanggan maka dapat meningkatkan peluang untuk mendapatkan loyalitas pelanggan untuk menjadi pelanggan tetap pada usaha cafe. Ketika telah

---

<sup>60</sup> Dr. Meithiana Indrasari. 2019. Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press. Hlm. 87

mendapatkan pelanggan tetap untuk usaha cafe maka akan terjadi peningkatan penjualan, mengurangi biaya operasi serta mendapatkan pemasaran dari mulut ke mulut yang baik dari pelanggan teteap untuk menarik pelanggan lainnya, serta bisa memberikan harga khusus bagi pelanggan tetap yang telah setia selalu memilih cafe yang telah ditetapkan untuk menjadi tempat bersantai, nongkrong atau aktifitas lainnya.

## **B. Faktor Penghambat Usaha Cafe Dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat Pada Masa Pandemi**

Faktor penghambat adalah hal atau kondisi membuat suatu pekerjaan menjadi lambat atau tidak lancar<sup>61</sup>. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa faktor penghambat usaha cafe dalam peningkatan ekonomi masyarakat pada masa pandemi adalah peraturan pemerintah yang menjadi faktor penghambat utama dalam menjalankan usaha cafe pada masa pandemi ini. Sebagaimana dari defenisi pandemi itu sendiri menurut WHO (*World Health Organization*) Pandemi adalah penyebaran penyakit baru ke seluruh dunia. Sehingga muncul peraturan pemerintah yang mengatur bagaimana jalannya operasi usaha cafe dimasa pandemi seperti pembatasan sosial berskala besar (PSBB) atau pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM). Salah satu dalam aturan tersebut mengatur jam operasional para pelaku dagang atau usaha cafe itu sendiri, yaitu dibatasinya jam malam hanya sampai jam delapan malam selama masa PSBB atau PPKM berlaku, yang dimana cafe biasanya kebanyakan buka

---

<sup>61</sup> Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2001).

pada malam hari atau waktu ramainya pelanggan ialah pada saat malam hari. Akhirnya cafe pun harus menyesuaikan jam operasional dengan peraturan pemerintah tersebut.

Kemudian, hal lain yang diatur dan berpengaruh pada cafe dimasa pandemi ialah pemberlakuan *physical distancing* atau *social distancing*. Pemberlakuan dua hal tersebut juga sangat mempengaruhi usaha cafe, dikarenakan cafe harus mengurangi jumlah tempat duduk akhirnya kebanyakan pelanggan tidak dapat duduk bersantai ramai-ramai dengan keluarga atau teman-teman santai mereka, kecuali pelanggan yang hanya datang perorangan masih bisa menyesuaikan. Hal tersebut telah sesuai dengan penjelasan dalam buku Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional yang berjudul Studi Pembelajaran Penanganan COVID-19 di Indonesia yaitu penyalarsan kebijakan pengaturan kegiatan ekonomi dan strategi pemulihan ekonomi agar sejalan dengan upaya pencegahan COVID-19. Komunikasi dan kolaborasi antara pemerintah dan swasta dalam penerapan protokol kesehatan perlu ditingkatkan guna pencegahan penyebaran COVID-19 dalam penyelenggaraan kegiatan ekonomi, dengan didukung aturan dan sanksi yang jelas dan tegas<sup>62</sup>.

Hal lain juga yang menjadi faktor penghambat usaha cafe masa pandemi ialah usaha sampingan yang dijalankan pemilik usaha cafe. Beberapa pemilik usaha cafe memiliki usaha sampingan yang dijalankan secara bersamaan. Adapun tujuan dari pemilik usaha cafe memiliki usaha sampingan antara lain

---

<sup>62</sup> Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional. 2021. Studi Pembelajaran Penanganan COVID-19 di Indonesia. Jakarta: Kementrian Perencanaan Pembangunan Nasional. Hlm. 10

memang keinginan sendiri untuk melakukan dua usaha bisnis secara bersamaan dan ada yang bertujuan membuka usaha bisnis sampingan ini untuk melakukan subsidi silang, terutama dimasa pandemi yang ketika bisnis cafenya sedang tidak berjalan dengan lancar. Namun dengan melakukan dua usaha secara bersamaan ini hal yang paling berdampak ialah kurangnya fokus pelaku usaha dalam menjalankan usahanya terutama pada usaha cafe yang bahkan bisa sempat terabaikan. Kurangnya fokus dalam menjalankan usaha ini sangat berdampak pada usaha cafe, dikarenakan ketika usaha cafe terabaikan maka proses pelaksanaan, pemantauan serta evaluasi usaha cafe itu sendiri akhirnya tidak terlaksanakan dengan maksimal, padahal hal-hal tersebut merupakan bagian aspek penting dalam proses manajemen bisnis. Hal tersebut telah sesuai dengan penjelasan dalam buku Sampurno Wibowo yang berjudul Pengantar Manajemen Bisnis yaitu seperti halnya dari defenisi manajemen bisnis itu sendiri ialah suatu proses yang terdiri dari rangkaian kegiatan, seperti perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian/pengawasan, yang dilakukan untuk menentukan dan mencapai tujuan secara efesien dan efektif. Beberapa bagian spesifik dari manajemen bisnis antara lain Perencanaan, Pengorganisasian, Pengarahan, Pengawasan, Efesiensi serta Efektifitas dalam suatu bisnis<sup>63</sup>. Ketika manajemen bisnis tidak dilakukan dengan baik maka sudah pasti usaha cafe tersebut akan tidak beroperasi dengan baik, bahkan bisa saja mengalami kegagalan dalam menjalankan usaha cafe.

---

<sup>63</sup> Sampurno Wibowo, SE., M.SI. 2009. Pengantar Manajemen Bisnis. Bandung: Politeknik Telkom. Hlm. 5-6

Faktor penghambat selanjutnya ialah banyaknya muncul usaha cafe baru yang menjadi saingan usaha selama masa pandemi. Banyaknya muncul usaha cafe baru pada masa pandemi ini juga sangat berdampak pada usaha cafe yang telah lama buka, dikarenakan dari segi emosional masyarakat kebanyakan pastinya lebih tertarik atau penasaran dengan hal-hal yang baru. Hal tersebut telah sesuai dengan penjelasan dalam buku Perhimpunan Pelajar Indonesia Se-Dunia yang berjudul Buku Saku UMKM yaitu di era digital saat ini untuk mengetahui adanya usaha cafe yang baru buka tidak perlu waktu yang lama, karena kemudahan berjualan secara online juga berarti semakin banyak persaingan. Pembeli lebih mudah membandingkan antar produk jualan baik dari segi harga dan kualitas antara satu toko dengan toko lainnya<sup>64</sup>.

Terakhir ialah *supplier* atau pemasok bahan baku utama. *Supplier* yang seharusnya menjadi faktor pendukung usaha cafe ternyata bisa juga menjadi faktor penghambat usaha cafe. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya pada faktor pendukung usaha cafe, salah memilih *supplier* berarti sama saja menurunkan kualitas cafe. Turunnya kualitas cafe maka akan berdampak pada kepuasan pelanggan sehingga pelanggan enggan kembali ke cafe yang menurut pelanggan kurang memuaskan mereka. Biasanya usaha cafe yang salah memilih *supplier*, kebanyakan karena kurangnya mencari informasi *supplier* secara detail atau mendalam. Hanya berdasarkan melihat beberapa informasi, bahkan ada yang asal memilih karena hanya cuman mengetahui *supplier* itu saja yang

---

<sup>64</sup> Perhimpunan Pelajar Indonesia Se-Dunia. 2019. Buku Saku UMKM. Australia: Perhimpunan Pelajar Indonesia Se-Dunia. Hlm. 11

ada. Padahal pemilik usaha cafe harus sangat mempertimbangkan beberapa aspek yang telah dijelaskan sebelumnya pada saat hendak menjalin hubungan dengan *supplier* untuk jangka panjang.

### **C. Solusi Pemilik Usaha Cafe Dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat Pada Masa Pandemi**

Solusi adalah penyelesaian atau pemecahan masalah<sup>65</sup>. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa solusi pemilik usaha cafe dalam peningkatan ekonomi masyarakat pada masa pandemi adalah dengan menggunakan sarana dan pra sarana yang ada pada cafe terutama faktor pendukung atau fasilitas pendukung cafe yang sudah ada dipergunakan secara maksimal dan optimal. Seperti beberapa faktor pendukung yang telah dijelaskan sebelumnya yaitu media sosial, promosi, ojek online, konsep cafe, *supplier* serta pelanggan tetap itulah yang menjadi solusi utama para pemilik usaha cafe dalam mempertahankan serta menjalankan usaha cafe dalam masa pandemi.

Kemudian dengan melakukan perbaikan managerial atau pelayanan cafe, mulai dari perencanaan, pelaksanaan serta evaluasi operasional cafe. Lebih utamanya peningkatan kualitas makanan dan minuman pada cafe, yang disusul pelayanan yang dilakukan oleh karyawan cafe serta faktor-faktor pendukung lainnya. Adapun solusi atau upaya lain yang dilakukan oleh pemilik usaha cafe yang sangat terkena dampak pandemi hingga menurunnya omset atau keuntungan cafe, demi mengurangi beban biaya usaha cafe para pemilik usaha

---

<sup>65</sup> Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2008). Hlm.1368

cafe terpaksa memberhentikan beberapa karyawannya. Tahun 2020 menjadi tahun terberat dalam dunia wirausaha akibat pandemi Covid-19 yang sudah ada sejak akhir tahun 2019 yang memaksa setiap usaha untuk memutar haluan strategi. Tidak sedikit juga yang mengalami krisis di saat pandemi, sehingga beberapa pelaku usaha sudah merumahkan karyawannya untuk mengurangi beban pembiayaan<sup>66</sup>. Namun hanya sebagian kecil cafe saja yang melakukan pemberhentian karyawan, sedangkan sebagian besar dari cafe yang masih beroperasi pada masa pandemi di Kecamatan Tanjung Redeb masih mempertahankan seluruh karyawannya.

Pemilik usaha cafe juga tidak lupa memfasilitasi cafe pada bidang kesehatan untuk menjaga cafe aman dari penyebaran virus COVID-19. Kebanyakan cafe memfasilitasi para karyawannya dengan memberikan masker untuk digunakan pada saat bekerja terlebih lagi pada karyawan yang berposisi sebagai pelayan yang bersinggungan langsung dengan pelanggan. Dikarenakan penggunaan masker adalah efektif, tujuan memakai masker adalah untuk memblokir "pembawa" yang mentransmisikan virus, daripada secara langsung memblokir virus. Mengenakan masker dengan benar dapat secara efektif memblokir tetesan pernapasan dan karenanya mencegah virus masuk langsung ke dalam tubuh<sup>67</sup>. Tidak hanya karyawan, seluruh pelanggan yang datang pada cafe juga lebih sering diingatkan untuk tidak lupa menggunakan masker kecuali pada saat makan atau minum.

---

<sup>66</sup> Dr. HM. Noer Soetjipto, SP., SE., MM. 2020. Ketahanan UMKM Jawa Timur Melintasi Pandemi COVID-19. Yogyakarta: K-Media. Hlm.78

<sup>67</sup> Kementerian Dalam Negeri. 2020. Pedoman Umum Menghadapi Pandemi COVID-19 Bagi Pemerintah Daerah. Jakarta: Kementerian Dalam Negeri. Hlm.62

Selain memaksimalkan penggunaan masker untuk menjaga dari penyebaran virus COVID-19, beberapa pemilik cafe juga tidak ragu untuk memberikan karyawannya suplemen untuk meningkatkan sistem kekebalan imun pada tubuh seluruh karyawan cafe. Suplemen kesehatan yang mengandung vitamin dapat melengkapi kebutuhan dan memperbaiki kekurangan vitamin tersebut dalam suatu kondisi tertentu, sehingga sistem imun dapat berfungsi optimal dalam kondisi tersebut<sup>68</sup>. Memiliki daya tahan tubuh yang baik adalah suatu upaya dalam menghadapi pandemi, ketika sistem imun atau daya tubuh tidak berfungsi dengan baik maka tubuh akan mengalami suatu penyakit hingga dapat menyebabkan kematian yang mungkin disebabkan karena terpapar virus COVID-19. Adapun upaya penting yang tidak boleh dilupakan dalam memutus rantai penyebaran virus COVID-19 ialah dengan melaksanakan protokol kesehatan secara ketat yaitu rutin mencuci tangan dengan sabun dan air mengalir atau menggunakan *handsanitizer* berbasis alkohol, kemudian melaksanakan *social/physical distancing* (jaga jarak) dan yang paling penting ketika sedang berpergian menggunakan masker.

Terakhir ialah dengan melakukan strategi jemput bola yaitu dengan cara cafe yang mendatangi pelanggan ditempat-tempat yang ramai pengunjung, sehingganya pelanggan dapat merasakan produk cafe tanpa harus datang ke cafe tersebut. Hal tersebut telah sesuai dengan penjelasan dalam jurnal Hendri Triandini yang berjudul Pengaruh Layanan Jemput Bola Produk Funding

---

<sup>68</sup> Badan Pengawas Obat dan Makanan. 2020. Buku Saku Suplemen Kesehatan Untuk Memelihara Daya Tahan Tubuh Dalam Menghadapi COVID-19. Jakarta: Badan Pengawas Obat dan Makanan. Hlm.2

Terhadap DPK dan Jumlah Nasabah yaitu strategi jemput bola sebagai salah satu strategi promosi yang berupaya mendekati diri kepada masyarakat dengan cara mempermudah pelanggan untuk mendapatkan suatu produk<sup>69</sup>. Seperti halnya defenisi dari Peluang Usaha itu sendiri ialah suatu keadaan yang dapat ditemukan dikehidupan sehari-hari yang kemudian peluang tersebut dimanfaatkan untuk melakukan atau membangun suatu usaha, jadi dari pemilik cafe ada yang membuka cabang kecil dengan meggunakan *booth* kecil ditempat ramai pengunjung seperti tempat umum olahraga, begitu juga dengan pemilik cafe lain dengan inovasi masing-masing untuk membuka cabang tidak hanya menggunakan *booth* kecil melainkan seperti hanya menggunakan motor modifikasi menjadi cafe kecil berjalan dan inovasi-inovasi lainnya.

---

<sup>69</sup> Triandini, Hendri. 2013. Pengaruh Laayanan Jemput Bola Produk Funding Terhadap DPK Dan Jumlah Nasabah. Vol.12 No.2. Hlm. 132