

STRATEGI KELANGSUNGAN USAHA KEDAI KOPI DI SURAKARTA PADA MASA PANDEMI COVID-19

Muhamad Khoirul Fajri¹⁾, Wahyu Budi Nugroho²⁾, I Gusti Ngurah Agung Krisna Aditya³⁾

^{1,2,3)} Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana

Email: fajrikhoirul123@gmail.com ¹, wahyubudinug@yahoo.com ², krisnaditya25@unud.ac.id ³

ABSTRACT

A coffee shop is a place that provides various types of processed coffee. The sustainability of the coffee shop experienced a few obstacles when facing the current state of the covid-19 pandemic. This study uses a qualitative approach with a descriptive-explanative type of research. The theory used in this research is James S. Coleman's rational choice theory. This study examines the strategy for the sustainability of coffee shops in Surakarta City during the COVID-19 pandemic. Based on the results of this study, an appropriate strategy is needed to maintain the sustainability of coffee shops during the current pandemic. Some of the strategies used by coffee shops in Surakarta City and considered cost-effective, such as discount promos and bundling packages, implementing employee work shifts, adding new menus and coffee education through social media to consumers. This study also explains the impact of the COVID-19 pandemic on the sustainability of coffee shops.

Keywords: Coffee Shop, Strategy, Covid-19, Rational Choice

1. PENDAHULUAN

Kota Surakarta merupakan salah satu kota di Provinsi Jawa Tengah yang sebelumnya merupakan bagian dari Karesidenan Surakarta. Kota ini dihuni sekitar 521.077 jiwa, jumlah penduduk yang tergolong kecil (BPS, 2019). Kota yang menjadi tempat kelahiran Presiden Indonesia saat ini, terkenal dengan budaya Jawa yang sangat kental melekat pada masyarakatnya, bahkan Surakarta dapat dikatakan sebagai kota pusat dari berkembangnya berbagai budaya dan tradisi di Jawa. Hal tersebut mempengaruhi berkembangnya karya sastra Jawa, beragam kuliner yang khas, *fashion*, beragam bangunan, dan berbagai tradisi

dan budaya lainnya (pariwisatasolo.surakarta, 2019).

Selain khas dengan budaya Jawa yang kental, Kota Surakarta juga terbuka dengan adanya perubahan dari berbagai sektor, seperti teknologi, pendidikan, ekonomi, maupun dari perkembangan kuliner. Keterbukaan Kota Surakarta dalam menerima perubahan dari berbagai sektor kehidupan tentunya diharapkan mampu memberikan pengaruh positif bagi produktivitas dan kreativitas masyarakat Surakarta itu sendiri. Salah satu perkembangan dari sektor kuliner dan UMKM adalah kedai kopi atau *coffee shop*. Kedai kopi adalah tempat yang

menyediakan berbagai jenis kopi, minuman non alkohol dan beberapa makanan ringan hingga berat dengan suasana santai dan tempat yang nyaman dengan berbagai fasilitas yang kekinian (Herlyana, 2012:190). Pengembangan dari sebuah tempat kopi sederhana yang kemudian disesuaikan dengan kondisi saat ini dimana bukan hanya sebagai tempat untuk menikmati kopi saja, namun menjadi tempat berkumpul, bercengkrama, rapat dan bahkan mengerjakan tugas bagi pelajar dan mahasiswa/i. Kedai kopi saat ini bahkan sudah menjadi institusi sosial baru yang mempertemukan berbagai lapisan masyarakat untuk berbicara, berdiskusi, mendengarkan puisi dan musik (kompasiana, 2018).

Akhir tahun 2019, muncul sebuah varian virus baru yang berhasil menggemparkan dunia, virus tersebut termasuk dalam kelompok *coronavirus* yaitu Covid-19 yang memiliki gejala umum seperti demam, batuk kering, dan rasa lelah. Kota Surakarta menjadi salah satu kota yang menerima dampak dengan adanya pandemi Covid-19. Adanya pandemi Covid-19 ini tidak hanya berdampak pada sektor kesehatan saja, namun juga sektor lain seperti ekonomi. Selama adanya pandemi Covid-19 kondisi perekonomian yang sedikit-sedikit mulai menurun hingga bahan-bahan pangan yang mengalami kenaikan harga menjadi permasalahan bagi para pelaku usaha tak terkecuali kedai kopi. Keadaan semakin sulit dengan adanya peraturan baru yang dituangkan melalui PP Nomor 21 tahun 2020 tentang pembatasan sosial berskala

besar dengan maksud membatasi pergerakan orang dan barang. Menghimbau masyarakat agar tetap berada dirumah dan tidak berkumpul atau membuat kerumunan hingga pembatasan jam malam dengan tetap penerapan protokol kesehatan.

Independent coffee yang mendominasi kedai kopi di Surakarta tentunya sangat terdampak keberlangsungannya, karena jenis kedai kopi ini menawarkan tempat yang *instagramable* sebagai salah satu keunggulannya. Jika tetap dipaksakan terus beroperasi dengan membiarkan pengunjung tetap menikmati kopi di tempat akan mengakibatkan sebuah kerumunan yang dapat menjadi *cluster* baru penyebaran Covid-19. Hal tersebut tentunya sangat berdampak terhadap keberlangsungan kedai kopi sebagai pelaku usaha karena terbatasnya operasional bahkan kemungkinan terburuknya dapat menutup sementara waktu. Perlu adanya sebuah strategi untuk tetap mempertahankan keberlangsungan operasional kedai kopi di tengah terjangan pandemi Covid-19. Hal tersebut menarik bagi peneliti untuk melakukan penelitian lebih dalam lagi untuk mengetahui strategi yang dilakukan para pelaku usaha kedai kopi dalam mempertahankan keberlangsungan selama pandemi Covid-19 di Kota Surakarta, dalam penelitian yang berjudul **“Strategi Kelangsungan Usaha Kedai Kopi di Surakarta pada Masa Pandemi Covid-19”**.

2. KAJIAN PUSTAKA

Berikut adalah penelitian-penelitian terdahulu dengan fenomena yang sama sebagai kajian pustaka yang digunakan peneliti. Penelitian yang pertama dari Wan Laura Hardilawati (2020) dengan judul penelitian *Strategi Bertahan Hidup UMKM di Tengah Pandemi Covid-19*. Penelitian ini memberikan sedikit penjelasan bahwa pandemi Covid-19 yang terjadi berdampak pada ketidakstabilan dalam perekonomian terutama UMKM. Salah satu dampak yang dirasakan yaitu penurunan omset penjualan dikarenakan adanya himbuan dan penerapan PSBB oleh pemerintah. PSBB yang mengharuskan masyarakat untuk tetap berada di rumah membuat sebagian besar pelaku UMKM berhenti beroperasi untuk sementara waktu.

Penelitian ini menyajikan strategi bertahan yang dapat dilakukan UMKM selama pandemi Covid-19 berlangsung diantaranya yaitu, melakukan penjualan melalui *e-commerce*. Melakukan pemasaran produk melalui *digital marketing* untuk menjangkau lebih banyak konsumen. Melakukan perbaikan kualitas produk dan juga layanan.

Penelitian kedua dari Suryadi, A Humam Hamid & Agussabti (2013) yang berjudul *Strategi Bertahan Hidup Petani Kopi Pasca Konflik (Studi kasus di Kecamatan Kute Panang kabupaten Aceh Tengah)*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi bertahan hidup yang digunakan petani kopi di Kabupaten Kute Panang pasca konflik Aceh Tengah dan faktor yang dominan terhadap strategi yang digunakan oleh petani. Petani kopi bertahan hidup menggunakan strategi

produksi, strategi patronase, strategi solidaritas vertikal, strategi berhutang, strategi akumulasi, strategi serabutan, strategi manipulasi komoditas dan strategi migrasi temporer. Faktor internal dan faktor eksternal menjadi dua faktor yang membuat para petani tetap bertahan hidup dengan beberapa strategi. Faktor internal nya yaitu adanya kesadaran tanaman produksi bersifat musiman, terbatasnya lapangan pekerjaan dan rendahnya jumlah pendapatan juga pengeluaran untuk kebutuhan. Faktor eksternalnya sendiri berasal dari dukungan keluarga dan tetangga.

Penelitian ketiga dari Lalu Hendra Maniza, Rishan Adha & Sulhan Hadi (2019) yang berjudul *Strategi Adaptasi Klaster Usaha Pariwisata di Desa Padak Guar Pasca Gempa Pulau Lombok 2018*. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pola usaha wisata dan strategi adaptasi klaster usaha pariwisata Desa Padak Guar pasca musibah gempa di Pulau Lombok tahun 2018. Pola usaha yang ada di Klaster Usaha Wisata Padak Guar secara umum dilihat dari unsur-unsur pembentuknya dapat dikatakan cukup lengkap. Unsur-unsur yang dimaksud bukan hanya pemasar dan pemasok, melainkan juga kelembagaan antar pelaku usaha yang ada di Padak Guar dalam bentuk Pokdarwis. Lembaga yang dimaksud seperti Lembaga Keuangan berupa koperasi simpan pinjam dan Lembaga Pendidikan sebagai lembaga pelatihan. Penelitian keempat dari Rintan Saragih & Duma Megaria Elisabeth (2020) yang berjudul *Kewirausahaan Sosial Dibalik*

Pandemi Covid-19: Penelusuran Profil dan Strategi Bertahan. Penelitian ini menyebutkan bahwa fungsi wirausaha sosial sebagai salah satu solusi terhadap masalah sosial mengalami tekanan akibat pandemi Covid-19 yang berakibat pada penurunan omzet yang diperkirakan mencapai 70%. Adanya penurunan omzet akibat pandemi Covid-19 pada wirausaha ini mengakibatkan dirumahnya masyarakat yang terlibat. Perlunya dukungan pemerintah terhadap keberlangsungan wirausaha sosial akibat ketidakpastian sampai kapan pandemi Covid-19 ada. Selain dukungan pemerintah, strategi alternatif sangat diperlukan untuk menjaga wirausaha sosial tetap bertahan di tengah-tengah pandemi Covid-19.

Penelitian-penelitian tersebut merupakan sedikit dari banyaknya penelitian terdahulu yang sesuai dengan fenomena yang saat ini sedang diteliti. Keempat penelitian di atas memiliki kajian permasalahan yang serupa dengan penelitian saat ini yaitu strategi bertahan hidup ditengah bencana atau konflik yang sama-sama mengakibatkan pembatasan aktivitas. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian Suryadi, A Humam Hamid & Agussabti (2013) adalah, Suryadi dkk melakukan penelitian terhadap strategi bertahan petani sedangkan pada penelitian ini pada pelaku usaha.

Teori Pilihan Rasional dari James S. Coleman menjadi pilihan untuk menganalisis fenomena penelitian ini. Fokus dari teori pilihan rasional adalah para aktor yang dimana dilihat mempunyai

tujuan, atau mempunyai intensionalitas (Ritzer, 2012: 709). Yakni, para aktor mempunyai tujuan-tujuan yang ditunjukkan sebagai sebuah tindakan. Tindakan ini dilakukan guna mencapai tujuan secara konsisten dengan kuasa pilihan seorang aktor sehingga menjadi yang terpenting dalam teori pilihan rasional.

Menurut Coleman (dalam Ritzer, 2014: 369) gagasan dasar dalam teori pilihan rasional sejatinya sudah sangat jelas yaitu, "tindakan perseorangan mengarah kepada sesuatu tujuan dan tujuan itu (juga tindakan) ditentukan oleh nilai atau pilihan (prefensi)". Teori pilihan rasional Coleman memiliki dua unsur utama, yakni aktor dan sumber daya. Sumber daya yang dimaksud dalam teori ini adalah sesuatu yang menarik dan dapat dikontrol oleh aktor juga sudah menjadi sebuah satu kesatuan.

3. METODELOGI PENELITIAN

Metode yang penulis gunakan adalah metode penelitian kualitatif deskriptif-eksplanatif. Lokasi penelitian di Kota Surakarta dipilih karena kentalnya budaya yang melekat di Kota Surakarta tidak menghalangi antusias masyarakat khususnya remaja terhadap keberadaan inovasi yang dibawa kedai kopi hingga tumbuh dan berkembang.

Penelitian ini menggunakan data kualitatif dan data kuantitatif. Sumber data yang digunakan dalam proses penelitian ini yaitu sumber data primer dan data sekunder. Informan yang penelitian ini dikelompokkan menjadi tiga yaitu informan kunci, informan utama, dan informan

pelengkap. Peneliti dibantu dengan pedoman wawancara, alat perekam dan buku catatan sebagai instrumen dalam penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Selanjutnya, untuk teknik analisis data akan melalui empat teknik, yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Perkembangan Kedai Kopi di Surakarta

Kopi kini merupakan salah satu minuman yang menjadi favorit bagi masyarakat hampir diseluruh Dunia. Budaya meminum kopi saat ini sudah menjadi gaya hidup tersendiri bahkan melekat di masyarakat. Meminum kopi bahkan dapat menjadi sebuah rutinitas sebagian masyarakat. Sejarah mencatat awal penyajian kopi dimulai pada tahun 1475. Constatinopel, Turki (sekarang Istanbul) menjadi kota pertama berdirinya kedai kopi di Dunia. (Yuliandri,2015).

Kopi pertama kali ada di Indonesia sejak tahun 1696 ditandai ketika India mengirimkan bibit biji kopi yemen atau arabica kepada Pemerintah Belanda di Batavia. Impor biji kopi tersebut dilakukan pemerintah Belanda dengan tujuan untuk membudidayakan di Indonesia. Gaya hidup meminum kopi yang makin meluas hingga ke Indonesia berdampak pada produksi dan konsumsi kopi itu sendiri. Produksi kopi di Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya. Tingginya tingkat produksi dan

konsumsi kopi ini dipicu munculnya kedai-kedai kopi di Indonesia.

Kedai kopi di Indonesia saat ini mudah dijumpai disetiap sudut kota hampir diseluruh daerah. Riset TOFFIN sebagai perusahaan penyedia solusi bisnis hotel, restoran dan kafe (HOREKA) menyebutkan di Indonesia jumlah kedai kopi pada 2019 mencapai 2.950 gerai. Angka tersebut hampir tiga kali lipat sejak tahun 2016 yang hanya 1.000 gerai. Jumlah tersebut masih dapat bertambah dikarenakan hasil riset belum mencakup kedai-kedai independen di daerah baik yang modern maupun tradisional (Kurniawan, 2019).

Masuknya starbucks sangat mempengaruhi munculnya kedai kopi modern lainnya hingga ke daerah-daerah di Indonesia. Kehadiran starbucks ini tidak hanya membawa bentuk sajian baru dari kopi, namun juga sebuah tren juga gaya hidup baru bagi masyarakat. starbucks membawa konsep modern pada kedai kopi yang kemudian menjadi contoh bagi kedai kopi independent di daerah (Sari, 2018).

Kedai kopi di Kota Surakarta mengalami perkembangan dari tahun ke tahun. Seperti halnya perkembangan kedai kopi di Indonesia, kedai kopi di Surakarta diawali dengan berdirinya kedai kopi kecil yang sederhana oleh masyarakat lokal. Masuknya globalisasi tentunya membawa perubahan dalam kehidupan masyarakat, tidak terkecuali dalam bisnis kopi. Mulai masuk nya kedai-kedai kopi modern di Kota Surakarta menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat, terkhusus para pemikmat kopi. Masuknya kedai kopi jaringan Amerika Serikat seperti Starbuck di Indonesia

menjadi alasan lahirnya kedai kopi lokal dengan konsep kedai modern. Berkiblat dengan dengan kedai kopi lokal yang sudah dulu berdiri di kota-kota besar di Indoneisa. Kedai kopi dengan konsep modern mulai menjamur di Kota Surakarta.

Pada tahun 2019, kedai kopi di Kota Surakarta dalam penyebarannya pada 5 Kecamatan berjumlah 113 kedai (Trianingsih, 2021). Pertumbuhan kedai kopi di Kota Surakarta ini memiliki berbagai latar belakang berbeda yang menjadi alasan berdirinya kedai kopi. Satu yang menjadi kesamaan pendiri kedai kopi di kota ini yaitu kecintaannya akan kopi. Banyaknya kedai kopi di Kota Surakarta ini tentu membuat konsumen memiliki pilihan yang melimpah dalam menentukan kedai kopi. Kedai kopi berlomba-lomba memanjakan konsumen baik melalui sajian menu maupun kenyamanan tempat dan fasilitas yang diberikan. Setiap kedai memiliki keunggulannya masing-masing yang belum tentu dapat dinikmati di kedai kopi lain.

4.2 Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Keberlangsungan Kedai Kopi

Dampak yang dirasakan adanya pandemi covid-19 ini tentunya sangat beragam bagi para pelaku usaha. Namun, yang menjadi kesamaan dampak terhadap pelaku usaha pastinya menurunnya jumlah konsumen. Bagi pelaku usaha konsumen menjadi sebuah hal sangat penting, karena tanpa adanya konsumen usaha tidak akan jalan. Seperti diawal pandemi dimana mobilitas dan kegiatan masyarakat masih

sangat dibatasi. Hal tersebut tentu mempengaruhi kedai kopi baik dari segi penjualan maupun keberlangsungannya.

Jumlah penjualan menjadi dampak utama selama adanya pandemi covid-19 karena mempengaruhi keberlangsungan kedai kopi. Penjualan yang mengalami penurunan, terutama di awal pandemi membuat beberapa kedai kopi merasa cemas akan keberlangsungan kedainya. Banyak penjualan kedai kopi jauh menurun jika dibandingkan ketika konsidi normal. Karena tanpa adanya penjualan kedai kopi tidak akan dapat bertahan terus menerus.

Kedai kopi yang sejatinya merupakan salah satu tempat untuk menikmati kopi dan berkumpul atau sekedar berdiskusi, kini semenjak adanya PP No 21 tahun 2020 tentang pembatasan sosial berskala besar dengan maksud membatasi pergerakan orang dan barang, pengunjung mulai berkurang karena larangan adanya kerumunan oleh pemerintah. Oleh sebab itu beberapa kedai kopi memilih menutup gerai mereka. Kedai kopi yang tetap beroperasi selama pandemi, kini diharuskan menerapkan protokol kesehatan sesuai himbauan pemerintah untuk mencegah penyebaran virus covid-19. Protokol kesehatan yang harus diterapkan seperti karyawan dan pengunjung diwajibkan memakai masker, menyediakan tempat cuci tangan atau hand sanitizer juga pemberian tanda silang pada tempat duduk dengan tujuan menjaga jarak antar pengunjung. Hal tersebut merupakan salah satu bentuk dukungan kedai kopi untuk meminimalisir penularan virus covid-19 ini. Dengan menerapkan protokol kesehatan di

tempat umum seperti kedai kopi selain memberikan rasa aman kepada pengunjung, juga mencegah penyebaran virus covid-19 ini dengan harapan pandemi segera berakhir dan kondisi kembali normal.

Selain penurunan penjualan adanya pandemi tentunya sangat berdampak terhadap penurunan pengunjung terutama bagi mereka yang menjadikan kedai kopi sebagai pilihan *working space* seperti halnya mahasiswa. Banyak kedai kopi kehilangan konsumen mereka yang datang ke kedai selama pandemi. Penurunan jumlah pengunjung jelas nampak karena saat itu masyarakat masih takut untuk keluar atau bersosialisasi dengan orang lain. Peraturan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) oleh pemerintah menambah makin menurunnya jumlah pengunjung, bahkan hingga tidak ada pengunjung sama sekali dalam sehari di beberapa kedai.

Dampak berkurangnya jumlah pengunjung kedai juga disebabkan karena adanya pembatasan jumlah pengunjung yang datang ke kedai dan berkurangnya jam operasional. Banyak kedai kopi di Surakarta sebelum adanya pandemi jam operasionalnya hingga pukul 12 malam bahkan hingga dini hari dengan dimulai jam operasional yang berbeda-beda. Namun, selama pandemi beberapa kedai coba merubah jam operasional menjadi lebih awal buka dan tutup.

Pemilihan jam operasional kedai kopi selama pandemi ini dapat menjadi sebuah kunci bagi keberlangsungan kedai kopi. Jumlah pengunjung kedai juga dapat dilihat

berdasarkan jam operasionalnya. Tidak semua konsumen memiliki waktu yang sama dalam menikmati kopi atau sekedar datang ke kedai kopi. Kebanyakan orang akan memilih menikmati kopi atau datang ke kedai kopi pada malam hari setelah mereka melakukan aktivitas seharian. Tidak menutup kemungkinan kedai kopi yang buka dari pagi hari tidak memiliki pelanggan. Tidak sedikit masyarakat yang memilih menikmati kopi dipagi hari atau sekedar datang ke kedai kopi untuk take away segelas kopi.

Pemilihan jam operasional kedai kopi sangatlah penting, apalagi ditengah kondisi pandemi seperti ini. Namun pemilik dalam menentukan jam operasional tidak dapat asal-asalan, karena harus berdasarkan target konsumen masing-masing kedai. Pemilihan jam operasional yang tidak tepat akan berdampak pada pengeluaran biaya operasional kedai yang lebih besar dibandingkan penerimaan. Jika hal tersebut terus terjadi akan mengakibatkan kedai tidak dapat bertahan dan kemungkinan terburuk kedai dapat berhenti beroperasi.

4.3 Straregi yang Dilakukan Para Pelaku Usaha Kedai Kopi di Kota Surakarta untuk Bisa Bertahan Selama Pandemi Covid-19

Pandemi covid-19 yang dimulai sejak akhir tahun 2019 masih belum diketahui kapan akan berakhir. Banyaknya lini usaha masyarakat yang mengalami dampak akan adanya pandemi ini harus memutar otak untuk tetap bisa bertahan hidup. Perlu adanya sebuah strategi tersendiri untuk

menghadapai kondisi-kondisi tertentu. strategi adalah sebuah cara yang digunakan suatu kelompok untuk mencapai tujuan dengan memperhitungkan ancaman baik dari internal maupun eksternal dengan mempertimbangkan sumber daya untuk waktu yang panjang.

Mentukan sebuah strategi yang tepat bukanlah yang mudah, bahkan perlu membutuhkan waktu untuk melakukan sebuah riset guna mengetahui apa yang sedang menjadi tren di pasar saat itu juga minat konsumen. Selain melalui sebuah riset, dalam menentukan sebuah strategi perlu juga adanya penyesuaian dari apa yang ada dalam internal maupun eksternal suatu kelompok dalam hal ini kedai kopi. Peran dari faktor internal dan eksternal sangat lah penting dalam menentukan sebuah strategi. Faktor internal ini yaitu apapun yang menjadi bagian atas keberadaan kedai kopi. Sedangkan faktor eksternal dalam hal ini adalah kondisi yang muncul bukan atas kehendak kita.

Belum diketahuinya kapan pandemi ini akan berakhir mau tidak mau membuat kedai kopi harus menyiapkan strategi baru atau khusus untuk bisa bertahan selama pandemi. Karena strategi bertahan dalam kondisi normal belum tentu akan cocok digunakan ketika kondisi pandemi seperti ini, dimana mobilitas masyarakat dibatasi. Berikut ini beberapa strategi yang digunakan oleh kedai kopi di Kota Surakarta di masa pandemi covid-19:

1. Kedai kopi HOS, memilih memberlakukan sistem kerja shift selama pandemi guna menekan cost pengeluaran kedai juga memberikan

promo diskon melalui mitra kerja pihak ketiga.

2. Kedai kopi Sang Ngoro, lebih memilih menggencarkan edukasi tentang kopi kepada masyarakat melalui media sosial. Menurutnya dengan edukasi melalui media sosial akan mempermudah menyampaikan ke masyarakat tentang keberadaan kedai kopi Sang Ngoro. Melalui edukasi di media sosial ini diharapkan, masyarakat khususnya penikmat kopi di Kota Surakarta mengetahui keberadaan kedai kopi Sang Ngoro sehingga memiliki keinginan untuk datang atau sekedar menikmati kopi sajiannya. Karena saat ini media sosial menjadi wadah promosi yang efektif digunakan untuk menarik minat masyarakat.

3. Kedai kopi Yubunt, memiliki strategi yang cukup berbeda dibandingkan beberapa kedai kopi lainnya. Salah satu yaitu mencoba menarik konsumen untuk datang langsung ke kedai dengan mengadakan event sebagai daya tarik kepada konsumen. Strategi yang digunakan kedai kopi Yubunt sebenarnya dinilai sangat beresiko menimbulkan kerumunan. Namun kedai kopi Yubunt mampu mengatasi hal tersebut dengan mengatur jarak kursi dan membatasi jumlah pengunjungnya.

4. Kedai Kopi Dua Lantai, mencoba menarik konsumen untuk datang ke kedai mereka dengan menambahkan menu dan varian baru. Selain itu promo dan bundling menjadi strategi kedai kopi ini untuk menarik konsumen melalui mitra kerja.

5. Kedai Kopi Sebait, selama pandemi ini lebih memilih menggencarkan promo diskon dan paket bundling.

Jika dilihat dari beberapa kedai kopi di Kota Surakarta sebelumnya, mereka memiliki sebuah strategi tersendiri yang membedakan dengan kedai kopi lain. Alasannya sama, yaitu menyesuaikan dengan kondisi kedai kopi dan target konsumen mereka. Namun, satu strategi yang hampir diterapkan disemua kedai kopi di Kota Surakarta yaitu pemberian promo diskon dan paket bundling. Pembatasan jumlah pengunjung yang dianjurkan pemerintah menjadi salah satu alasan kedai kopi memilih menggencarkan promo diskon dan paket bundling untuk menarik konsumen. Begitu juga dengan konsumen yang sangat suka akan adanya promo diskon juga paket bundling yang diberikan oleh kedai kopi. Menarik tidaknya promo diskon dan paket bundling untuk konsumen tentu menjadi salah satu kelemahan strategi ini. Namun, strategi ini dinilai lebih tepat digunakan dalam kondisi saat ini.

Sebelum menentukan pilihan strategi, aktor dalam hal ini pemegang kendali atas kedai kopi memerlukan beberapa tahap. Hal ini selaras dengan teori pilihan rasional, aktor ketika menentukan pilihan secara rasional akan melewati beberapa tahapan. *Pertama*, menentukan prioritas yang akan dijalankan oleh sang aktor. *Kedua*, mempertimbangkan kondisi sumber daya yang dimiliki sebagai salah satu unsur dipilihnya tindakan. *Ketiga*, aktor akan lebih dulu memilah pilihan yang tersedia untuk memungkinkan terjadi sebuah tindakan.

Keempat, memperkirakan tingkat keberhasilan tindakan. *Kelima*, melakukan pertukaran sumber daya yang dimiliki dengan pihak lain (Poloma, 2007:361-362).

Menggunakan pilihan secara rasional merupakan sebuah tindakan yang harus dilakukan dalam menghadapi dampak dari adanya kondisi yang tidak diharapkan dan akan mempengaruhi keberlangsungan kedai kopi kedepannya. Adanya pandemi covid-19 ini pemilik kedai dituntut untuk menentukan sebuah pilihan yang akan berpengaruh terhadap masa depan kedai kopi mereka. Sebagaimana diawal pandemi kedai kopi dihapuskan dalam dua pilihan yaitu tetap beroperasi atau menghentikan operasional. Bagi kedai kopi memilih tetap beroperasi akan kembali dihadapkan pada pilihan strategi-strategi yang digunakan untuk tetap bertahan selama pandemi.

5. KESIMPULAN

Awal pandemi Covid-19 masyarakat masih takut untuk keluar atau berinteraksi dengan orang lain dan lebih memilih berdiam diri di rumah. Keadaan sedikit berubah dengan ditandai masyarakat yang mulai beraktifitas diluar rumah. Pandemi covid-19 yang berkepanjangan ini membawa dampak terhadap para pelaku usaha, salah satunya kedai kopi. Dampak yang diakibatkan adanya pandemi covid-19 terhadap keberlangsungan kedai kopi di Kota Surakarta sangat terlihat jelas. Banyak dampak yang dirasakan oleh kedai kopi di Kota Surakarta seperti pembatasan jumlah

pengunjung, pembatasan jam operasional dan yang pasti penurunan penjualan.

Dampak yang dirasakan selama pandemi covid-19 tentunya membuat kedai kopi di Kota Surakarta harus menyiapkan sebuah strategi yang sesuai dengan kondisi baik internal maupun eksternal. Beragam strategi disiapkan oleh kedai kopi di Kota Surakarta untuk tetap beroperasi selama pandemi covid-19 ini. Strategi yang dipilih tentunya sudah melalui tahap-tahap sesuai dengan rasionalitas keadaan saat ini. Beberapa strategi yang digunakan kedai kopi di Kota Surakarta seperti penerapan shift kerja pada karyawan, penambahan menu baru untuk menarik konsumen baru, pengadaan event di kedai kopi untuk menarik kembali konsumen datang ke kedai kopi, dan pemberian diskon juga paket bundling yang hampir digunakan sebagian besar kedai kopi di Kota Surakarta. Beberapa strategi dinilai mampu mengurangi beban kedai kopi saat pandemi yang dirasa terlampau berat jika dibandingkan kondisi normal.

6. DAFTAR PUSTAKA

Buku;

- Poloma, Margaret M. 2007. Sosiologi Kontemporer. Edisi ke 7. Diterjemahkan oleh: Yasogama. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Ritzer, George. 2012. Teori Sosiologi: Dari Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Terakhir Posmodern. Edisi ke 8. Diterjemahkan oleh: Saud

Pasaribu dkk. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- _____. 2014. Teori Sosiologi Modern. Edisi ke 7. Diterjemahkan oleh: Triwibowo B.S. Jakarta: Prenadamedia Group.

Internet;

- Kurniawan, Didi. 2019. Kedai Kopi di Indonesia Hampir Mencapai 3.000 Gerai diakses melalui <https://voi.id/berita/925/kedai-kopi-di-indonesia-hampir-mencapai-3-000-gerai>.
- Yuliandri, Mustika Treisna. 2015. Evolusi Kedai Kopi diakses melalui <https://majalah.ottencoffee.co.id/evolusi-kedai-kopi/>.

Jurnal;

- Trianingsih, Wahyu., Yasin Yusup., Rahning Utomowati. 2021. Studi Keruangan Kedai Kopi dan Ekonomi Kognitif-Budaya di Kota Surakarta Tahun 2019. Geadidaktika, 1(1). 39-49.

Skripsi;

- Sari, Nilam. 2018. Narasi Strategi Komunikasi Pemasaran Coffee Shop "Filosofi Kopi". Skripsi. Serang: Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.