

## Analisis Faktor-Faktor Kebertahanan Pengusaha *Coffee Shop* di Banda Aceh Karena Dampak Bencana Hidrometeorologi

Ainul Ridha, Zenitha Maulida, Intan Novia Astuti\*, Nurbismi

<sup>1 3</sup> Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sabang (STIES) Banda Aceh

<sup>24</sup> Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sabang (STIES) Banda Aceh

[\\*intannovia.sties@gmail.com](mailto:intannovia.sties@gmail.com)

### Abstrak

Minum Kopi adalah sebuah tradisi yang cukup kuat bagi masyarakat Aceh Khususnya Banda Aceh. Warung kopi menjadi roda penggerak ekonomi lokal dan membuka lapangan pekerjaan. Di Banda Aceh sendiri yang telah dikenal dengan julukan “seribu satu warung kopi”, hal ini dikarenakan jumlah warung kopi bertebaran dimana-mana. Banda Aceh sendiri memiliki setidaknya ratusan warung kopi mulai yang tradisional hingga modern. Terdata pada tahun 2025 sebanyak 854 *coffee shop* yang berada dalam kawasan Banda Aceh. Perkembangan *coffee shop* ini cukup signifikan, tahun 2024 jumlah *coffee shop* hanya 568, artinya di tahun 2025 mengalami jumlah kenaikan cukup banyak. Penelitian ini mempunyai tujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kebertahanan pengusaha *coffee shop* karena dampak bencana hidrometeorologi di Banda Aceh dengan menjadikan 50 pengusaha *coffee shop* sebagai sampel. Hasil penelitian diperoleh bahwa terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kebertahanan pengusaha *coffee shop* di Banda Aceh karena dampak bencana hidrometeorologi, faktor pertama adalah faktor internal yaitu ketersediaan modal usaha, lokasi usaha dan pendapatan usaha dan kedua adalah faktor eksternal yaitu keberadaan pesaing, harga bahan pokok dan daya beli masyarakat. Dari faktor internal yang paling dominan adalah faktor pendapatan usaha. faktor eksternal yang paling dominan adalah daya beli masyarakat. Kedua faktor yang paling dominan ini adalah faktor yang mempunyai pengaruh cukup besar terhadap kebertahanan para pengusaha *coffee shop* di Banda Aceh.

Kata kunci: Pengusaha, *Coffee Shop*, Kebertahanan, Daya Beli.

### 1. Latar Belakang

Provinsi Aceh dikenal sebagai salah satu penghasil kopi terbaik dunia. Selain karena penghasil kopi terbaik, minum kopi merupakan tradisi yang kuat bagi masyarakat Aceh Khususnya Banda Aceh, bukan hanya untuk sekedar minum kopi, *coffee shop* dalam arti modern atau warung kopi dalam artian tradisional adalah sebagai tempat diskusi dan sosialisasi serta transaksi bisnis lainnya. *Coffee shop* menjadi roda penggerak ekonomi setempat, menyediakan dan memperluas lapangan pekerjaan serta sebagai wadah/outlet bagi UMKM. Di Banda Aceh sendiri yang telah dikenal dengan julukan “seribu satu warung kopi”, hal ini dikarenakan jumlah warung kopi bertebaran dimana-mana. Banda Aceh sendiri memiliki setidaknya ratusan warung kopi mulai yang tradisional hingga modern. Tercatat sebanyak 854 *coffee shop* yang ada di Banda Aceh (Kota Banda Aceh dalam Angka, 2025). Perkembangan *coffee shop* ini cukup signifikan, tahun 2024 jumlah *coffee shop* hanya 568, artinya di tahun 2025 mengalami hampir 50% kenaikan jumlah *coffee shop*. Kenaikan ini merupakan salah satu tanda bahwa daya beli dan minat masyarakat masih cukup tinggi.

Menurut Rasmikayanti et.al (2017) bisnis warung kopi pada masa sekarang merupakan salah satu usaha yang menjanjikan. Sementara Fadhil, dkk (2022) menyatakan bahwa fungsional warung kopi di Kota Banda Aceh seolah-olah sudah menjadi hal kebudayaan di dalam masyarakat, terutama dikalangan muda, seperti dijadikan tempat perkumpulan sesama teman, media pertemuan bisnis dan faktor lain sebagainya. Tingkat persaingan usaha yang tinggi antar pelaku usaha warung kopi di Banda Aceh mewajibkan setiap warung kopi untuk memiliki strategi yang tepat untuk menghadapi kompetitornya. Seperti menetapkan strategi pemasaran

yang baik, menawarkan produk unggulan, dan menjual suasana dan tempat yang kekinian. Menurut Fadhil, dkk yang merujuk pada Jannah (2023), umumnya kegagalan suatu usaha warung kopi itu disebabkan oleh kegagalan usaha tersebut dalam memenuhi selera konsumen sehingga usaha yang dibangun tidak mampu untuk mempertahankan pelanggan agar tetap setia pada warungkopinya. Dalam menghadapi tingkat persaingan yang ada, pelaku usaha warung kopi perlu mempelajari dan menguasai informasi serta mengevaluasi indikator persoalan apa saja yang menjadi bahan pertimbangan konsumen dalam memilih mengunjungi suatu warung kopi sehingga pelaku usaha tersebut dapat mengambil suatu tindakan konkret dalam menerapkan strategi yang tepat untuk mempertahankan konsumen agar tidak beralih ke warung kopi yang lainnya sehingga perolehan pendapatan usaha terus menerus ada secara berkesinambungan.

Bukan hanya faktor pesaing yang menjadi kendala perkembangan warung kopi, terdapat faktor lain yang menjadi penghambat bertahannya warung kopi yang tidak dapat diprediksi misalnya bencana. Pada bulan November 2025, terjadi bencana hidrometeorologi di sejumlah Kabupaten dan Kota yang ada di Provinsi Aceh. Tercatat disekelompok titik bencana terjadi di Kabupaten dan Kota di Provinsi Aceh, namun Kota Banda Aceh sendiri tidak mengalami bencana namun hanya merasakan dampak dari bencana tersebut yaitu terputusnya aliran listrik karena terdapat tiang listrik yang terbawa arus banjir di Kabupaten Aceh Utara, terputusnya akses masuknya bahan pokok dan lainnya karena terdapat beberapa titik bencana yaitu Kabupaten Aceh Tamiang, Aceh Timur, Kota Langsa dan putusnya jembatan penghubung di Kutablang, Kabupaten Bireun. Dampak dari terjadinya bencana ini turut dirasakan oleh masyarakat Kota Banda Aceh khususnya bagi pelaku usaha termasuk usaha *coffee shop*.

Pada saat bencana ini terjadi, di Kota Banda Aceh yang merasakan dampak paling krusial yaitu mengalami putusnya arus listrik sehari-hari. masyarakat harus pergi ke warung kopi bukan hanya sekedar untuk minum kopi, namun untuk melakukan pengisian daya ke *handphone*, senter ataupun barang elektronik lainnya. Hal ini membuat pelaku usaha warung kopi harus mengeluarkan sejumlah biaya untuk membeli generator set (genset) untuk tersambung arus listrik, membeli bahan bakar genset dan bahan baku untuk usaha yang pasokannya terbatas. Hal ini dilakukan agar konsumen tetap memilih untuk duduk pada warung kopi. Daya beli masyarakat pada saat bencana dapat dikatakan masih cukup tinggi. Identifikasi awal didapatkan bahwa tidak semua pelaku usaha warung kopi yang sanggup membeli genset padahal banyak masyarakat yang akan duduk lama di warung kopi, artinya hal ini berkenaan dengan modal usaha, pada saat bencana permintaan genset mengalami peningkatan yang menyebabkan harga genset pada saat bencana mengalami peningkatan cukup signifikan. Penelitian ini belum pernah dilakukan untuk warung kopi di Banda Aceh terutama pada masa pasca bencana.

Masalah dalam penelitian ini adalah faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keberlanjutan pengusaha *coffee shop* di Banda Aceh karena dampak bencana hidrometeorologi.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keberlanjutan pengusaha *coffee shop* di Banda Aceh karena dampak bencana hidrometeorologi.

## 2. Metode Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan pada *coffee shop* Banda Aceh sebanyak 50 *coffee shop*, sedangkan yang menjadi objek penelitian ini adalah faktor-faktor Keberlanjutan pengusaha *coffee shop* di Banda Aceh.

Peneliti mencatat, menganalisis dan membuat kesimpulan tentang perilaku narasumber terkait dengan objek penelitian. Dalam penelitian ini populasi pengusaha *coffee shop* di Banda Aceh yang tercatat sebanyak 854 pengusaha. Sampel yang diambil menggunakan teknik penarikan sampel yaitu metode non probability sampling yaitu *purposive sampling* yaitu memilih sampel berdasarkan kriteria atau tujuan penelitian tertentu. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 50 pengusaha *coffee shop* yang berada di Banda Aceh. Berikut daftar-daftar 50 *coffee shop* yang menjadi sampel dalam penelitian ini, disajikan dalam tabel 1 dibawah ini :

Tabel 1. Daftar *coffee shop* di Banda Aceh

	Nama Coffee Shop	Alamat
1	SMEA Premium Kupa	Jln. T. Nyak Arief Lamgugob
2	Kopi Solong	Lamglumpang, Ulee Kareng
3	Solong Premium	Beurawe, Banda Aceh
4	Toko Kopi Kiri	Lamteh, Banda Aceh
5	AR Kupa	Lamgugob, Banda Aceh
6	Megah Kopi	Jl. Prada Utama, Lamgugob, Banda Aceh

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i4.5507>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

7	Kopi Tambo	Jl. Prada Utama, Peurada, Banda Aceh
8	3 in 1 coffee	Jl.T.Panglima Nyak Makam, Banda Aceh
9	Amala coffee	Jl.T.Iskandar, Lambhuk, Banda Aceh
10	Hoco coffee	Lambhuk, Banda Aceh
11	Cut Nun Kopi	Pango, Banda Aceh
12	Kopi Dari Hati	Lamnyong, Banda Aceh
13	Kopi Lain Hati	Jl. Pocut Baren, Kuta Alam, Banda Aceh
14	DaphuKupi	Sukadamai, Banda Aceh
15	Zakir Kopi	Jl. T. Nyak Arief, Banda Aceh
16	Captain Jack Cofee	Lamteh, Banda Aceh
17	Moorden Coffe	Beurawe, Banda Aceh
18	Moorden Coffee	Pango, Banda Aceh
19	VOZ coffee	Lampaseh, Banda Aceh
20	Quantum Coffee & Brasserie	Ie Masen Kayee Adang, Banda Aceh
21	Tower Coffee	Simpang Lima, Banda Aceh
22	Harvies Coffee	Lampineung, Banda Aceh
23	Leuser Coffee	Jl.T.Panglima Nyak Makam, Lampineung, B. Aceh
24	DKupi Aceh	Keudah, Banda Aceh
25	Ali kopi	Lampaseh, Banda Aceh
26	Forester Coffee	Lamdingin, Banda Aceh
27	Chek Yukee	Jl. Tepi Kali, Banda Aceh
28	Budi Warkop	Bathoh, Banda Aceh
29	ATA Kopi	Keudah, Banda Aceh
30	Area Coffee Space	Jl.T.Daud Beureueh, Banda Aceh
31	Universitas Kopi	Prada, Banda Aceh
32	Costa Coffee	Jl. Stadion Dimurthala, Banda Aceh
33	Kuta Alam Roastery	Beurawe, Kuta Alam, Banda Aceh
34	Kuta Alam Roastery	Jl.T.M Daud Bereueh, Banda Aceh
35	Put and Key Coffee and Eatery	Lampriet, Banda Aceh
36	Kopi Suko	Jl. Hasan Dek, Beurawe Banda Aceh
37	Adi Warkop 24	Kuta Alam, Banda Aceh
38	Polem Coffee premium	Peunayong, Banda Aceh
39	SMEA Premium Ulee Lheu	Ulee Lheu, Banda Aceh
40	SOBA	Jl. T.Abu Lam U, Banda Aceh
41	Cut Banyak Coffee	Jl.T.Abdullah Ujong Rimba, Banda Aceh
42	Taman Sari 36 Cofee	Jl.T. Abdullah Ujong Rimba, Banda Aceh
43	Coffe and Grill by Simpang Lima	Jl.T. Abdullah Ujong Rimba, Banda Aceh
44	Rumoe Mirah Coffee	Peuniti, Banda Aceh
45	Kopi Khop	Jl.AMD Manunggal, Batoh, Banda Aceh
46	Om Tom	Luengbata, Banda Aceh
47	Sentra Kupi	Batoh, Banda Aceh
48	Hanakata Coffee	Jl. T.Imuem Lueng Bata, Banda Aceh
49	AMD Coffee	Cot Mesjid, Banda Aceh
50	SMEA Kupi	Lampineung, Banda Aceh

Peneliti memiliki kebebasan untuk mendapatkan unit sampel menurut keinginan peneliti sehingga dapat dilakukan secara acak kepada pengusaha *coffee shop* tersebut. Mengikuti Sugiyono (2012:90) menyatakan bahwa ukuran sampel yang sering digunakan dalam penelitian sains sosial adalah lebih besar dari 30 dan kurang dari 500.

Untuk memperoleh data yang akurat dalam penelitian ini, maka penulis mengadakan serangkaian pengumpulan data dengan cara :

- a) Observasi  
Peneliti mengamati serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh pengusaha *coffee shop* di Banda Aceh.
- b) Wawancara  
Teknik pengumpulan data menggunakan daftar pertanyaan tertentu yang kemudian langsung diambil kepada narasumber dengan tujuan mendapat informasi yang akurat pada sumber yang tepat.
- c) Dokumentasi  
Teknik pengumpulan data dengan menggunakan berbagai referensi seperti buku-buku, jurnal-jurnal dan literatur lainnya yang memberikan data dan informasi yang berhubungan dengan masalah yang sedang dibahas dalam penelitian ini.

Data yang telah diperoleh akan dianalisis secara kualitatif serta diuraikan dalam bentuk deskriptif. Analisis data adalah “proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori dan uraian dasar”. Definisi tersebut memberikan gambaran tentang betapa pentingnya kedudukan analisis data dilihat dari segi tujuan penelitian. Prinsip pokok penelitian kualitatif adalah menemukan teori dari data.

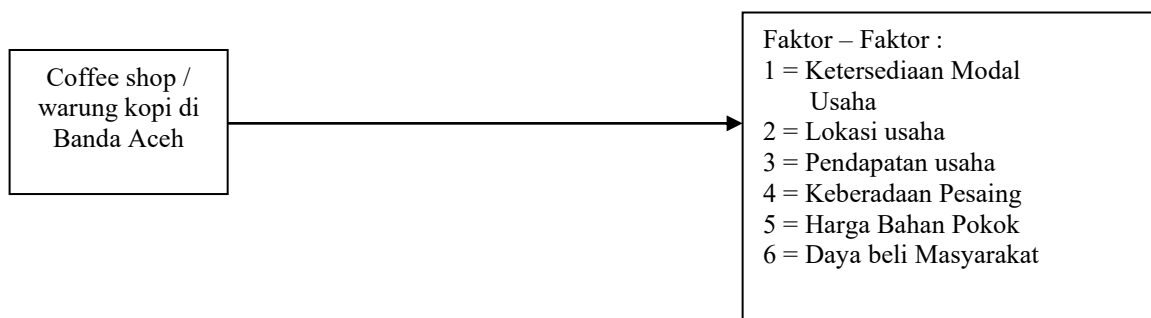
### 3. Hasil dan Diskusi

#### Hasil Analisis Data

Dengan berkembangnya teknologi dan globalisasi, kondisi sosial ekonomi masyarakat terus mengalami perubahan, baik dari pola kebutuhan, keinginan dan permintaan masyarakat. Pola perubahan tersebut dimulai dari perubahan kebutuhan. Pemenuhan kebutuhan tersebut salah satunya dengan tersedianya berbagai *coffee shop* di Banda Aceh, yang sebagaimana diketahui minum kopi bagi masyarakat kota Banda Aceh merupakan hal yang sangat sering dilakukan sebagai sarana wadah perkumpulan dan silaturahmi serta pertemuan bisnis.

*Coffe shop* merupakan tempat yang paling banyak dan sering dikunjungi oleh masyarakat Kota Banda Aceh. Ditengah gempuran usaha sejenis yang sedang merebak di era seperti sekarang ini, ternyata masih banyak usaha-usaha yang ada didalamnya berkembang sangat pesat, bahkan pada saat terjadi musibah / bencana yang melanda di sejumlah titik di Provinsi Aceh, Banda Aceh yang hanya merasakan dampak bencana tersebut, usaha warung kopi terbilang cukup banyak kunjungannya.

Namun, tak lepas dari itu banyak juga pengusaha yang gulung tikar dan terpaksa menutup usahanya karena tak mampu bertahan karena dampak bencana tersebut. Identifikasi awal menyebutkan, didapati faktor-faktor yang mempengaruhi para pengusaha yang mampu bertahan yang dapat dijelaskan dalam bagan sebagai berikut :

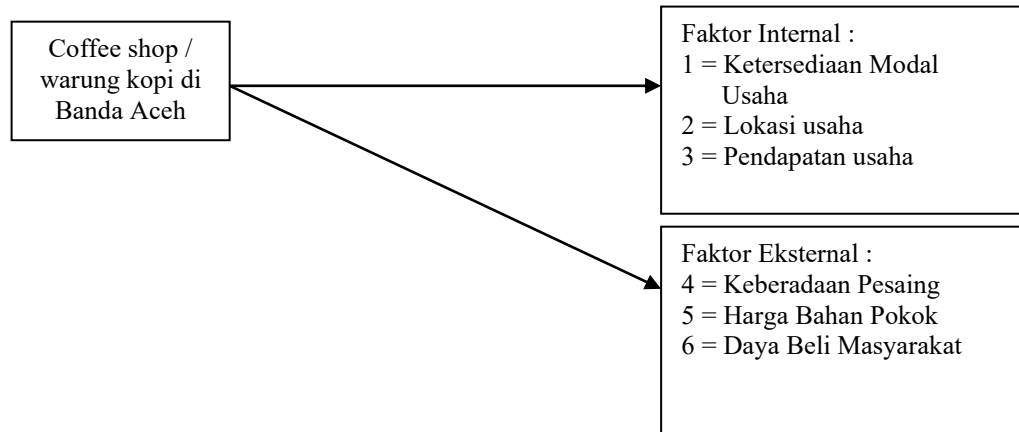


**Gambar 2**  
**Faktor-faktor kebertahanan usaha *coffee shop* di Banda Aceh**

Faktor-faktor dalam bagan diatas adalah faktor-faktor yang rata-rata jawaban dari responden bahwa hal-hal tersebut yang menyebabkan para pengusaha *coffee shop* bertahan karena dampak bencana.

Faktor-faktor tersebut perlu dibagi agar jelas faktor-faktor apa saja yang sangat dominan berpengaruh terhadap kebertahanan pengusaha *coffee shop* di Banda Aceh.

Berikut adalah faktor-faktor yang telah peneliti bagi kedalam dua faktor utama berdasarkan jawaban dari responden, dapat dilihat dari bagan sebagai berikut :



**Gambar 3**  
**Faktor-Faktor Internal dan Eksternal**

Berdasarkan hasil identifikasi yang telah dilakukan dengan mewawancarai 50 pelaku usaha *coffee shop* yang tersebar di Kota Banda Aceh dapat diketahui bahwa ada enam faktor yang menjadi penentu bertahannya pelaku usaha *coffee shop* di Banda Aceh yaitu 1. Faktor Ketersediaan Modal usaha; 2. Faktor Lokasi usaha; 3. Faktor pendapatan usaha; 4. Faktor keberadaan Pesaing; 5. Faktor harga bahan pokok; 6. Faktor Daya Beli Masyarakat.

Hasil dari wawancara yang dilaksanakan oleh peneliti diperoleh informasi bahwa 50 pengusaha *coffee shop* yang telah di wawancara dengan pertanyaan strategis yang telah dirancang di dapat hasil yaitu dari enam faktor yang mempengaruhi bertahannya pengusaha *coffee shop* di Banda Aceh, dibagi kedalam 2 faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal dapat dibagi menjadi tiga faktor yang terdiri dari faktor ketersediaan modal usaha, faktor lokasi usaha, faktor pendapatan usaha. Sedangkan faktor eksternal dibagi menjadi tiga juga yaitu faktor keberadaan pesaing, harga bahan pokok, dan daya beli masyarakat.

Faktor internal yang pertama adalah faktor ketersediaan modal usaha. Hasil wawancara ke 50 pengusaha *coffee shop* di Kota Banda Aceh dapat ditarik kesimpulan bahwa 80% pedagang menjawab bahwa ada campur tangan pihak ketiga (salah satunya pihak perbankan) dalam ketersediaan modal sebagai awal membuka usaha. Modal awal untuk membuka usaha warung kopi modern lebih banyak menghabiskan modal daripada yang tradisional. Faktor internal kedua adalah lokasi usaha.

Faktor lokasi usaha ikut mempengaruhi bertahannya para pengusaha *coffee shop* ini. Ke 50 pedagang menjawab lokasi yang strategis membuat konsumen berdatangan dari segala penjuru. Lokasi yang bagus dan strategis serta luas juga menentukan jumlah pendapatan usaha. Namun, ada kendala lain dari lokasi usaha ini, 50% pedagang mengeluhkan tentang mahalnya harga sewa toko, Tetapi tetap dijalankan karena lokasi usaha turut mempengaruhi pendapatan usaha, mudah dijangkau dari segala penjuru kota Banda Aceh, maka pedagang memilih bertahan untuk tetap menjalankan usaha di lokasi yang telah dipilih. Selanjutnya faktor internal ketiga yaitu pendapatan usaha. Faktor ini merupakan faktor yang paling diharapkan oleh pedagang dan merupakan faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap kebertahanan pengusaha *coffee shop* di Kota Banda Aceh. Omzet yang menjanjikan terbilang cukup untuk operasional usaha dan lainnya. Dikarenakan pendapatan yang cukup menjanjikan pada saat-saat tertentu, 85% pedagang merasa perlu untuk tetap bertahan menjalankan usaha *coffee shop* di Banda Aceh.

Pada saat bencana hidrometeorologi terjadi di Provinsi Aceh, Kota Banda Aceh merasakan dampak yang cukup krusial, matinya arus listrik membuat masyarakat berbondong-bondong menuju *coffee shop* untuk sekedar

minum kopi, makan atau bahkan lebih dari itu, mengisi daya berbagai perangkat misalnya *handphone* atau perangkat elektronik lainnya untuk digunakan di rumah. Hal ini membuat *coffee shop* penuh, dan menjadikan pendapatan usaha meningkat, walaupun para pengusaha harus membeli genset beserta bahan bakar sebagai alat bantu penyuplai listrik. Berdasarkan hasil wawancara terhadap 50 pengusaha tersebut, 70% para pengusaha harus mengeluarkan modal usaha untuk membeli genset, tetapi sebanding dengan pendapatan usaha yang didapatkan.

Faktor eksternal (luar) yang mempengaruhi keberterapan pengusaha warung kopi di Kota Banda Aceh adalah keberadaan pesaing. Dari pertanyaan yang telah diajukan, rata-rata pengusaha menjawab bahwa persaingan yang cukup ketat tak menyulutkan niat untuk tetap bertahan menjalankan usaha warung kopi di Banda Aceh.

Hampir semua pengusaha memiliki corak penjualan yang homogen, artinya hampir rata-rata *coffee shop* di Banda Aceh menyediakan menu yang mirip yang lazimnya ada di *coffee shop*. Hal ini bagi sebagian pengusaha tidak menjadi persoalan, para pengusaha mampu bersaing secara kompetitif. Faktor eksternal kedua adalah harga bahan pokok. Harga bahan pokok mengalami peningkatan akibat dampak bencana hidrometeorologi ini.

Hal ini disebabkan karena putus nya akses masuk barang karena putusnya jembatan penghubung antar kabupaten dan kota. Sampai saat ini, menurut hasil wawancara dengan 50 orang pengusaha *coffee shop*, ke 50 orang responden menjawab kenaikan harga bahan pokok berdampak terhadap kenaikan harga pada menu-menu yang disediakan oleh *coffee shop*. Pengusaha *coffee shop* menuturkan tidak ada komplain dari para konsumen atau pun pelanggan. Artinya pelanggan masih bersedia membayar sejumlah kenaikan harga tersebut. Hal ini membuktikan bahwa daya beli konsumen masih dikatakan cukup tinggi. Faktor eksternal yang terakhir adalah daya beli masyarakat. Dari hasil wawancara didapat hasil bahwa masyarakat memenuhi *coffee shop* tidak hanya pada saathari-hari biasa, bahkan saat terjadi bencana *coffee shop* sangat padat. Maka puncak frekuensi kunjungan terjadi karena dampak bencana hidrometeorologi tersebut adalah dari sore hingga tengah malam. Pada saat momen puncak tersebut para pengusaha meraup omzet berkisar puluhan juta rupiah. Hal inilah yang membuat para pengusaha *coffee shop* bertahan hingga saat ini.

Berdasarkan hasil analisis terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi keberterapan pengusaha *coffee shop* di Banda Aceh karena dampak bencana hidrometeorologi yaitu faktor pertama adalah faktor internal yaitu ketersediaan modal usaha, lokasi usaha dan pendapatan usaha dan kedua adalah faktor eksternal yaitu keberadaan pesaing, harga bahan pokok dan daya beli masyarakat. Dari faktor internal yang paling dominan adalah faktor pendapatan usaha dan dari faktor eksternal yang paling dominan adalah daya beli masyarakat. Kedua faktor yang paling dominan ini adalah faktor yang mempunyai pengaruh cukup besar terhadap keberterapan pengusaha *coffee shop* di Banda Aceh karena dampak bencana hidrometeorologi.

## Pembahasan

### Implikasi Manajerial :Pengembangan Strategi

Kota Banda Aceh yang merupakan negeri seribu satu warung kopi dengan tradisi minum kopi yang sudah ada sejak zaman dahulu. Hal ini tentu nya memberikan pengaruh yang positif terhadap peningkatan perekonomian masyarakat Aceh umumnya dan Banda Aceh khususnya. Kondisi seperti sekarang ini tak lepas pula dari manajemen strategi pengelolaan. Strategi pengelolaan harus bisa menyesuaikan dengan situasi dan kondisi yang terjadi termasuk bencana.

Selaras dengan perkembangan konsep strategi, manajemen strategi juga semakin berkembang seiring dengan perjalanan sejarahnya, baik di lingkungan organisasi profit dan non profit. Salah satunya mengatakan bahwa manajemen strategi adalah “proses atau rangkaian kegiatan pengambilan keputusan yang bersifat mendasar dan menyeluruh, disertai penetapan cara melaksanakannya, yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran di dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuannya”.

Dalam upaya pengembangan sektor perekonomian, hendaknya dapat dilakukan dengan beberapa penerapan strategi pengembangan sebagai berikut :

#### 1. Strategi pengembangan layanan

Untuk menarik konsumen, salah satunya adalah dengan cara memberikan pelayanan yang paling maksimal. Salah satu pengembangan layanan dengan digitalisasi layanan misalnya dengan aplikasi kasir digital, sistem pembayaran QRIS dan layanan pesan antar yang aktif selama *coffee shop* buka. Pada saat bencana hidrometeorologi terjadi dampak untuk layanan digital adalah akses internet sangat terbatas. Maka perlu inovasi yang baik untuk penggunaan akses internet ketika terjadi keterbatasan terjadi.

#### 2. Strategi pengembangan inovasi

Strategi inovasi sangat diperlukan bagi *coffee shop* saat ini adalah pengembangan inovasi seperti inovasi menu, kemitraan lokal dengan UMKM, kegiatan komunitas misalnya seperti penggalangan dana untuk bencana, serta program loyalty untuk tetap menarik daya tarik agar konsumen tetap terpuaskan.

### 3. Strategi pengembangan fasilitas

Pengusaha *coffee shop* hendaknya memberikan fasilitas yang memadai agar para pengunjung merasa puas. Dengan adanya perkembangan dan perbaikan secara berkesinambungan juga akan berdampak pada pertambahan jumlah pengunjung. Saat ini fasilitas yang tersedia seperti toilet umum, parkir, sistem keamanan, fasilitas kebersihan sudah tergolong cukup baik, namun perlu pemeliharaan yang baik dan benar agar pengunjung tetap merasa nyaman dan aman. Pada saat bencana hidrometeorologi, fasilitas tambahan yang perlu adalah penyediaan generator set dan bahan bakar yang cukup, hal ini dilakukan agar tanggap terhadap situasi dan kondisi yang terjadi.

Strategi – strategi di atas diharapkan dapat di implementasikan lebih baik lagi sebagai dasar strategi pengelolaan usaha untuk menjawab tantangan pengembangan perekonomian dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan segenap masyarakat.

### 4. Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi keberlanjutan pengusaha *coffee shop* di Banda Aceh yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal terdiri dari modal usaha, lokasi usaha dan pendapatan usaha sedangkan faktor eksternal terdiri dari pesaing, harga bahan pokok dan daya beli masyarakat. Dari faktor internal yang paling dominan yang mempengaruhi keberlanjutan pengusaha *coffee shop* di Banda Aceh adalah pendapatan usaha sedangkan faktor yang paling dominan dari eksternal faktor adalah daya beli masyarakat. Saran-saran yang diberikan dalam penelitian ini adalah kepada pengusaha *coffee shop* hendaknya menerapkan strategi yang handal untuk menghadapi berbagai hal termasuk adanya bencana, dan kepada pemerintah setempat seyogyanya lebih mendukung keberadaan para pengusaha *coffee shop* di Banda Aceh misalnya dengan kebijakan stabilitas harga bahan pokok, bantuan promosi yang gencar maupun pelatihan bisnis yang cukup agar usaha nya tetap berdiri walaupun banyak faktor penghambat termasuk adanya faktor diluar prediksi seperti bencana.

### Referensi

1. Arikunto, S. (2019). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
2. Fadhil, Rahmat, Sayed Mahdi, Fachruddin, Putra Bahrumi (2023). Analisis Minat Konsumen Pada Warung kopi di Banda Aceh. *Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia (JIPI)*, 28 (1), 103-113. <http://journal.ipb.ac.id/index.php/JIPI> DOI: 10.18343/jipi.28.1.103
3. Maulida, Zenitha, Dewi Rosa Indah. (2018). Analysis of Factors Influencing The Existence of Culinary Vendors on The Beach Area After 13 Years of Tsunami (Study case : Lampuuk Beach, Aceh), *Economic and Accounting Journal*, UNPAM, 1(2), 129-137. <https://doi.org/10.32493/eaj.v1i2.y2018.p129-137>
4. Maulida, Zenitha, Dewi Rosa Indah, T. Andi Roza. (2023). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberlanjutan Pedagang Pasar Atjeh Shopping Center Banda Aceh di Era Ekonomi Digital. *Jurnal SiMen*, 5 (7). <https://jurnal.stiesabang.ac.id>
5. Maulida, Zenitha, Nurbismi, Ainul Ridha. (2025). Mengupas Peran Daya Beli Masyarakat dan Teknologidalam Keberlanjutan Pedagang Pasar Atjeh Shopping Center di Era Digital. *Future Academia : The Journal of Multidisciplinary Research on Scientific and Advanced*, 3(2), 1003-1007. DOI: <https://doi.org/10.61579/future.v3i2.533>
6. Maulida, Zenitha, Nurbismi, Ainul Ridha. (2025). Mengupas Peran Daya Beli Masyarakat dan Teknologidalam Keberlanjutan Pedagang Pasar Atjeh Shopping Center di Era Digital. *Future Academia : The Journal of Multidisciplinary Research on Scientific and Advanced*, 3(2), 1003-1007. DOI: <https://doi.org/10.61579/future.v3i2.533>
7. Mustika, Made Dwi Setyadhi dan Apriliani, Putu Desy. (2013). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberlanjutan Pedagang Kuliner Tradisional di Kabupaten Klungkung. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, 6(2), 119-127. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/jekt/article/view/744>
8. Rasmikayati E, Pardian, Hapsari H, Ikhsan RM, Saefudin BR. (2017). Kajian Sikap dan Perilaku Konsumen dalam Pembelian Kopi serta Pendapatnya terhadap Varian Produk dan Potensi Kedayanya. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*. 3(2): 117–133. <https://doi.org/10.25157/ma.v3i2.563>
9. Sugiyono. (2012). *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
10. Sugiyono. (2019). *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.