

SKRIPSI

**STRATEGI PENGEMBANGAN BREAKTIME *COFFEE*
SHOP BANDA ACEH PASCA COVID-19 DALAM
MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN KARYAWAN
DITINJAU DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**



Disusun Oleh:

**ELSA RAMADAYANTI
NIM. 170602154**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2022 M/1443 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Elsa Ramadayanti
NIM : 170602154
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

- 1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.***
- 2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.***
- 3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.***
- 4. Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.***
- 5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini***

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 13 Juni 2022

Yang Menyatakan,



Elsa Ramadayanti

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh
Sebagai Salah Satu Beban Studi
Untuk Menyelesaikan Program Studi Ekonomi Syariah
Dengan Judul:

**Strategi Pengembangan Breaktime Coffe Shop Banda Aceh Pasca
Covid-19 Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Karyawan Ditinjau
Dalam Perspektif Ekonomi Islam**

Disusun Oleh:

Elsa Ramadayanti

NIM . 170602154

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya
telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada
Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I

Dr. Hendra Syahputra, MM

NIP. 197610242009011005

Pembimbing II

Fakhurrrazi Amir, SE., MM

NIP. 197605252003121002

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ekonomi Syariah,

Dr. Nilam Sari, M.Ag

NIP. 197103172008012007

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG HASIL

Elsa Ramadayanti

NIM . 170602154

Dengan Judul:

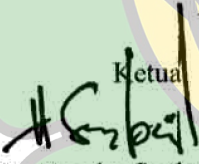
Strategi Pengembangan Breaktime Coffe Shop Banda Aceh Pasca Covid-19 Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Karyawan Ditinjau Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Telah Disidangkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh
dan Dinyatakan Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat
untuk Menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1) dalam
Bidang Ekonomi Syariah


Pada Hari/Tanggal: Jum'at, 23 Desember 2022 M
14 Rabiul Awal 1444 H

Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua


Dr. Hendra Syahputra, MM
NIP. 197610242009011005

Sekretaris


Fakhurrazzaq Amir, SE., MM
NIP. 197605252003121002

Penguji I,


Cut Dian Fitri, SE., M.Si., AK., CA
NIP. 198307092014032002

Penguji II,


Hafidha, SE., M.Si. AK., CA
NIDN.2012108203

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh,


Dr. Hafas Furqani, M.Ec.f
NIP.198006252009011000



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh

Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922

Web: www.library.ar-raniry.ac.id, Email: library@ar-raniry.ac.id

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Elsa Ramadayanti
NIM : 170602154
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
E-mail : elsaramadayanti99@gmail.com

demikian demi pengembangan ilmu pengetahuan, pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah :

Tugas Akhir KKKU Skripsi

yang berjudul (*tulis judul karya ilmiah yang lengkap*):
Strategi Pengembangan Breaktime Coffe Shop Banda Aceh Pasca Covid-19 Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Karyawan Ditinjau Dalam Perspektif Ekonomi Islam
Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain

Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh
Pada tanggal : 1 Maret 2023

Mengetahui,

Penulis,

Elsa Ramadayanti
NIM: 170602154

Pembimbing I,

Dr. Hendra Syahputra,MM
NIP. 197610242009011005

Pembimbing II,

Fakhurrizi Amir,SE,MM
NIP. NIP. 197605252003121002

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Sesungguhnya Allah tidak akan merubah keadaan suatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri” (Q.S Ar-Ra’d : 11)

“Barang siapa yang melapangkan suatu kesusahan dunia dari seorang Mukmin, maka Allah melapangkan darinya suatu kesusahan di Hari Kiamat” (HR. Muslim, no. 2699)

Bismillahirrahmanirrahim,
dengan mengucap puji dan syukur kehadiran Allah SWT. Skripsi ini adalah bagian dari ibadahku kepada Allah SWT karena hanya kepadaNya kami menyembah dan kepadaNya kami mohon pertolongan.

Kupersembahkan karya ini kepada:
Ayahanda dan Ibunda tercinta yang selalu memberikan motivasi dalam hidupku

Abang, Kakak dan adikku tersayang yang telah menjadi lampu penerang dikala diri ini berada dalam kelamnya kegelapan. Tidak lupa pula kepada sahabat-sahabat, terkasih yang telah senantiasa menemani di kala senang maupun dikala susah.

جامعة الرانيري

A R - R A N I R Y

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillahirabbil'alamin segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, nikmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi ini. Tidak lupa shalawat beriring salam Penulis panjatkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW, beserta keluarga, dan para sahabat yang telah memberikan pencerahan bagi kita hingga dapat merasakan nikmatnya iman dalam Islam, serta nikmat dalam ilmu pengetahuan.

Syukur Alhamdulillah, Penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul **“Strategi pengembangan breaktime coffee shop Banda Aceh pasca covid-19 dalam meningkatkan kesejahteraan karyawan ditinjau dalam perspektif ekonomi islam”**. Skripsi ini dengan maksud dan tujuan untuk memenuhi tugas akhir dan melengkapi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa masih banyak terdapat kekurangan baik dalam materi maupun dalam teknik penyusunan. Oleh karena itu, Penulis mengharapkan masukan berupa kritikan dan saran yang bersifat membangun untuk penyempurnaannya. Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis telah banyak menerima bimbingan, arahan, dan bantuan dari

berbagai pihak. Dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr.Hafas Furqani, M.Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Dr. Nilam Sari, M.Ag dan Cut Dian Fitri, SE., M.Si., Ak., CA selaku ketua dan sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
3. Hafiiz Maulana,SP.,S.HI.,ME selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
4. Dr.Hendra Syahputra,MM dan Fakhurrazi Amir, SE., MM selaku pembimbing I dan pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu dan pikiran dalam memberikan masukan-masukan dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Cut Dian Fitri.SE.,M.Si.,AK.,CA selaku penguji I dan Hafidhah.SE.,M.Si.AK.,CA selaku penguji II yang telah memberikan kritik dan saran untuk menyempurnakan skripsi penulis
6. Seri Murni, S.E., M.Si., Ak. selaku dosen Penasehat akademik yang telah membimbing serta memberikan nasehat dan motivasi terbaik untuk penulis selama menempuh pendidikan di program studi strata satu (S1) Ekonomi Syariah.

7. Seluruh dosen dan civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
8. Kedua orang tua tercinta yang selalu memberikan kasih sayang, do'a serta dorongan moril maupun materil yang tak terhingga agar penulis memperoleh yang terbaik dan mampu menyelesaikan studi hingga tahap akhir.
9. Abang, Kakak, Adik dan Teman-teman seperjuangan jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2017 yang turut membantu serta memberi saran-saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang telah banyak memberi dukungan moral maupun materil bagi penulis dalam penyelesaian skripsi ini, serta seluruh teman-teman lainnya yang tidak penulis sebutkan satu per satu.

Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan karunia-Nya dengan balasan Akhir kata penulis ucapkan ribuan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu. Semoga bantuan yang diberikan kepada penulis dibalaskan oleh Allah SWT. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Banda Aceh, 13 Juni 2022

Penulis, ,

Elsa Ramadayanti

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K

Nomor: 158 Tahun1987 –Nomor:0543b/u/1987

1. Konsonan

No.	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	’
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vocal bahasa Indonesia, terdiri dari vocal tunggal atau monofong dan vocal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌َ ي	<i>Fathah</i> dan ya	Ai
◌ِ و	<i>Fathah</i> dan wau	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *hau-la*

3. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
◌َ ا / ي	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau ya	Ā
◌ِ ي	<i>Kasrah</i> dan ya	Ī
◌ُ ي	<i>Dammah</i> dan wau	Ū

Contoh:

قَالَ	:	<i>qāla</i>
رَمَى	:	<i>ramā</i>
قِيلَ	:	<i>qīla</i>
يَقُولُ	:	<i>yaqūlu</i>

4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. Ta *marbutah* (ة) hidup

Ta *marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

b. Ta *marbutah* (ة) mati

Ta *marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

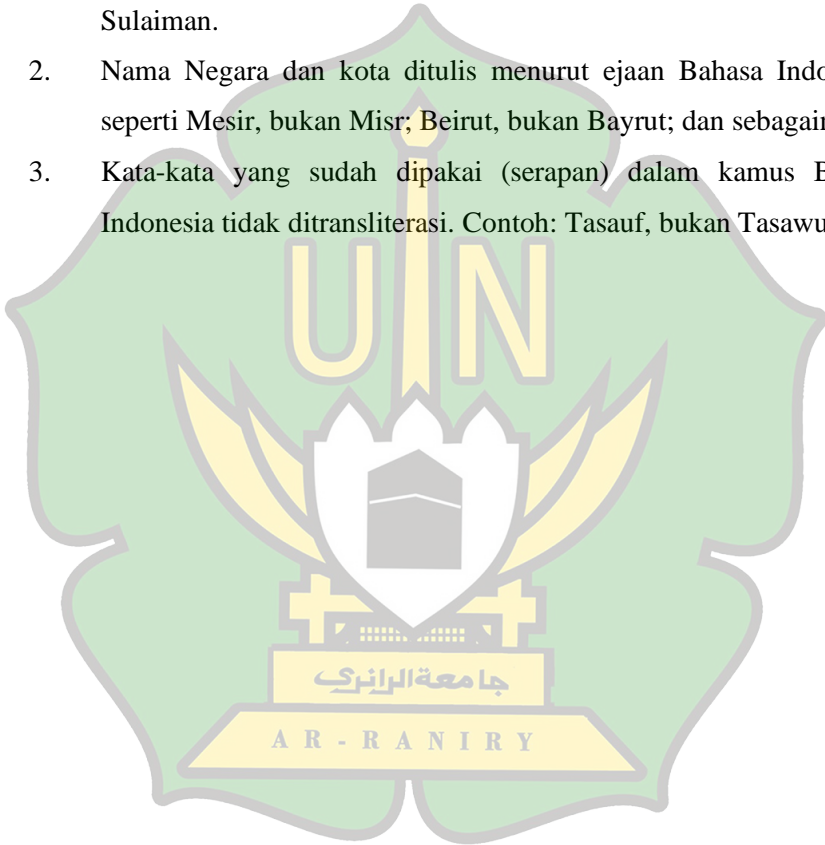
Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	:	<i>raudah al-atfāl/ raudatulatfāl</i>
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ	:	<i>al-Madīnah al-Munawwarah/ al-Madīnatul Munawwarah</i>
طَلْحَةُ	:	<i>Talḥah</i>

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama Negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.



ABSTRAK

Nama : Elsa Ramadayanti
NIM : 170602154
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah
Judul : Strategi pengembangan breaktime coffee shop Banda Aceh dalam meningkatkan kesejahteraan ditinjau dalam ekonomi Islam
Pembimbing I : Dr.Hendra Syahputra,MM
Pembimbing II : Fakhurrzi Amir, SE., MM

Penelitian ini untuk mengetahui Strategi Pengembangan Coffee Shop Pasca Covid-19 Terhadap Kesejahteraan dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Breaktime Coffee Shop Banda Aceh). Data diperoleh berdasarkan hasil wawancara dengan Pemilik/Owner, Manajer, Supervisor dan Karyawan *Breaktime Coffee Shop* Banda Aceh dan Akademisi. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan analisis deskriptif hasil wawancara. Perilaku konsumen pada *Breaktime Coffee Shop* Banda Aceh memiliki karakteristik konsumen dengan memprioritaskan *quality time* untuk berdiskusi dengan *partner* atau rekannya. Pandemi Covid-19 beberapa waktu lalu menyebabkan perubahan karakter konsumen dengan melakukan orderan menggunakan media *gofood* dan *grab food*. Strategi dalam mengembangkan usaha diantaranya: Melakukan pemangkasan menu yang kurang efektif dengan bahan baku yang tidak dapat dipakai sebagai bahan baku untuk beberapa menu lainnya. Memberlakukan jam pelayanan lebih awal dimulai pukul 09:30 WIB hingga 23:00 WIB. Adanya proses pembangunan gedung baru dengan bahan interior yang *instagramable* serta menu makanan dengan kiblat *Starbucks Coffee Shop* serta berorientasi dalam pengembangan menu makanan dengan mempercayakan melalui vendor makanan yang *fresh* dan berkualitas, melakukan promosi melalui media sosial dan memberikan diskon di hari tertentu. Dalam hal memenuhi kebutuhan karyawan owner memberikan ujuh kepada karyawan tepat waktu dan sesuai dengan perjanjian bukan hanya itu karyawan *Breaktime Coffee Shop* juga mendapatkan fasilitas makan dan tempat tinggal bagi perantau dan mahasiswa, sehingga penghasilan dan fasilitas yang diperoleh dapat memenuhi kebutuhan dan meningkatkan kesejahteraan dilingkungan karyawan dan masyarakat.

Kata Kunci: *Strategi, Pengembangan, Breaktime Coffee Shop, Pasca Covid-19, Kesejahteraan, Ekonomi Islam*

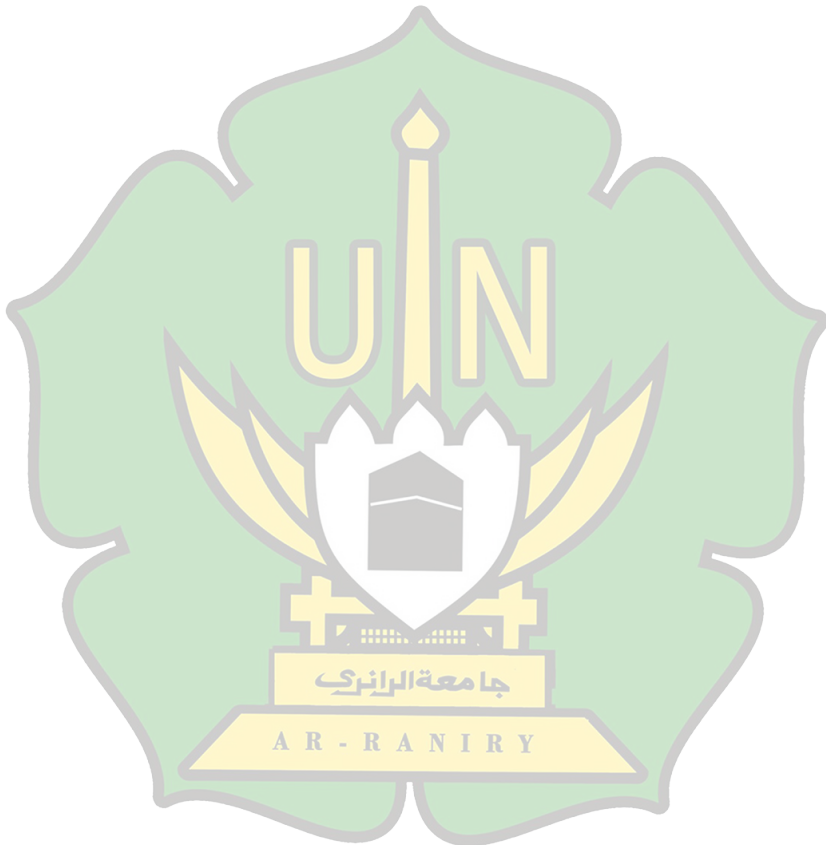
DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN SIDANG HASIL	v
FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI....	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN ...	xi
ABSTRAK.....	xv
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Pembahasan	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
2.1 Strategi Pengembangan <i>Coffee Shop</i>	11
2.1.1 Pengertian Strategi.....	11
2.1.2 Pengertian Strategi Bisnis.....	12
2.1.3 Tahapan Manajemen Strategis.....	12
2.1.4 Tingkatan Strategi.....	13
2.1.5 Jenis Strategi.....	14
2.2 Pengembangan	17
2.2.1 Pengertian Pengembangan.....	17
2.2.2 Proses Pengembangan	18
2.3 <i>Coffee Shop</i>	18
2.4 Era Pasca Pasca Covid-19.....	20
2.5 Kesejahteraan	21
2.5.1 Pengertian Kesejahteraan	21
2.5.2 Kesejahteraan dalam Perspektif Ekonomi Islam ...	22

2.5.3 Pendapatan dalam Perspektif Islam.....	24
2.5.4 Penggolongan Pendapatan.....	25
2.6 Penelitian Terdahulu	26
2.7 Kerangka Pemikiran.....	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Jenis Penelitian.....	37
3.2 Fokus Penelitian.....	37
3.3 Lokasi Penelitian.....	38
3.4 Jenis Data Penelitian	38
3.5 Informan.....	39
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.7 Teknik Pengolahan Data.....	41
3.8 Teknik Analisis Data.....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN	44
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	44
4.2 Karakteristik Informan.....	45
4.3 Analisis Perilaku Konsumen Pasca Pandemi di <i>Breaktime Coffe Shop</i> Kota Banda Aceh.....	47
4.4 Analisis Strategi Yang Dilakukan Oleh <i>Breaktime Coffe</i> <i>Shop</i> Kota Banda Aceh Dalam Meningkatkan Kesejahteraan karyawan Pasca Pandemi Covid-19 Dalam Tinjauan Ekonomi Islam	51
BAB V KESIMPULAN.....	63
5.1 Kesimpulan.....	63
5.2 Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	70
RIWAYAT HIDUP.....	101

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terkait.....	27
Tabel 3.1 Informan	39
Tabel 4.1 Karakteristik Informan dari Wawancara.....	46



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah UMKM Kota Banda Aceh Tahun 2017-2021.....	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	36



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Wawancara dengan Pemilik <i>Breaktime Coffee Shop</i> Banda Aceh	70
Lampiran 2	Wawancara dengan Manager <i>Breaktime Coffee Shop</i> Banda Aceh	75
Lampiran 3	Wawancara dengan Supervisor <i>Breaktime Coffee Shop</i> Banda Aceh.....	77
Lampiran 4	Wawancara dengan Karyawan <i>Breaktime Coffee Shop</i> Banda Aceh.....	79
Lampiran 5	Wawancara dengan Karyawan <i>Breaktime Coffee Shop</i> Banda Aceh.....	81
Lampiran 6	Wawancara dengan Tokoh Ekonomi	84
Lampiran 7	Wawancara dengan Akademisi Ekonomi Syariah.....	86
Lampiran 8	Data UMKM Kota Banda Aceh 2017-2021	94
Lampiran 9	Daftar Dokumentasi Wawancara.....	95
Lampiran 10	Biodata Penulis	101



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Usaha produktif saat ini yang berkembang di Indonesia merupakan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah atau UMKM. UMKM Indonesia memiliki perkembangan mencapai 62,9 juta unit diantaranya berasal dari sektor peternakan, pengolahan, pertanian, perdagangan bahkan juga komunikasi. Pada tahun 2018, UMKM memiliki perkembangan ekonomi sejumlah 64.194.057 dengan jumlah sumber daya yang bekerja sebesar 116.978.631 (Hardilawati, 2020). Pada 2012 UMKM memiliki kontribusi sejumlah 59,08% dan berkembang mencapai 60% pada tahun 2018 (Kerjasama LPPI dengan Bank Indonesia, 2015). UMKM dinilai sebagai agen yang mampu membawa perubahan terhadap masyarakat dalam memajukan, membentuk kreativitas serta meningkatkan keinginan produksi dilingkungan masyarakat (Dhewanto *et al*, 2015).

UMKM di Indonesia juga terdapat faktor penghambat dalam melakukan perkembangan usaha meskipun telah menggunakan teknologi, informasi dan komunikasi secara optimal. Kuncoro dalam Setyanto (2015) menyatakan bahwa faktor penghambat tersebut diantaranya: Kesulitan memperoleh peluang serta pangsa pasar. Sulitnya memperoleh modal, minimnya ilmu organisasi dan manajemen serta sempitnya mitra kerjasama dengan para pengusaha. Tidak hanya itu, persaingan antar pengusaha yang

tidak baik dan kurangnya kepedulian masyarakat terhadap usaha kecil juga menjadi faktor utama.

Pasca Covid-19 perkembangan UMKM sangat berdampak terhadap perputaran ekonomi. Pandemi Covid-19 menyebabkan penyebaran virus ke seluruh penjuru dunia tidak terkecuali Indonesia (Tim detiknews, 2020). *Coronavirus Disease* merupakan penyakit saluran pernapasan manusia dan infeksi paru-paru (Tim Kerja Kementerian Dalam Negeri, 2020). Adanya gejala batuk kering, sesak nafas, diare, sakit kepala serta nyeri pada otot menjadi gejala utama terindikasi Covid-19. Perlu dilakukannya inkubasi pada tubuh manusia berkisar 2 hingga 14 hari untuk mendeteksi munculnya gejala virus tersebut. Pada 24 Juni 2020 terdapat 216 negara positif Covid-19 dengan total 9.071.475. Indonesia juga terdapat 49.009 orang terkena Covid-19.

Kasus positif meningkat cukup signifikan sehingga pemerintah melalui Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2020 tentang COVID-19 atau PSBB sebagai upaya dalam menghentikan rantai penyebaran wabah Covid-19. Pada COVID-19 diterapkan 14 hari sebagai masa inkubasi dan pemberian sanksi bagi yang melanggar serta memberlakukan pembatasan sosial berskala besar pada tempat umum (Detiknews, 2020).

Perekonomian dunia mengalami kontraksi minus sebesar 2,9% (Modjo, 2020). Virus corona memberikan ancaman krisis misalnya pengurangan aktivitas produksi, bursa saham yang mengalami penurunan, hingga tingkat ekonomi masyarakat yang

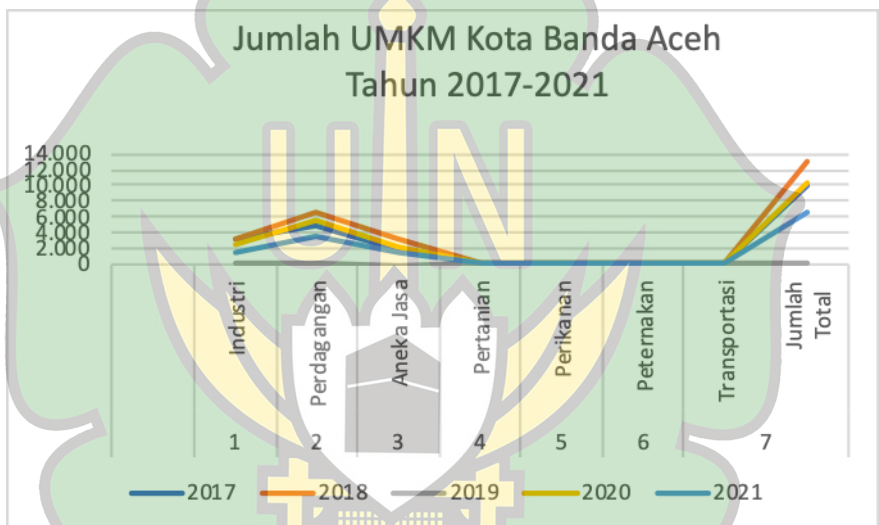
merosot. Penelitian yang dilakukan oleh LIPI (P2E LIPI) berhasil memprediksi 27% masyarakat menyukai kerajinan serta 17, 03% masyarakat produktif. Triwulan 1 tahun 2020 PDB Indonesia hanya berada pada angka 2.97% melambat dibandingkan triwulan 1 tahun 2019 sebesar 5,07, angkat tersebut merupakan pertumbuhan yang paling rendah sejak 2001. Pasca Covid-19 UMKM menjadi sektor usaha yang paling terpuruk dimana 96% mengalami dampak negatif pada usaha yang dijalankannya dan 75% mengalami penurunan penjualan produk yang dipasarkan (Nofianti, 2020).

Adanya Covid-19 menjadi landasan pemerintah membangun kebijakan yang mengarah pada perbaikan perilaku manusia yang disesuaikan dengan protokol kesehatan dengan tetap menjalankan aktivitas normal. UMKM mengalami penurunan *income* yang dapat merubah posisi perputaran bisnis dan cepat dalam memperbaiki keadaan perekonomian Indonesia sehingga masyarakat mampu beraktifitas seperti sebelumnya (Novika, 2020)

UMKM memiliki peranan yang erat terhadap Indonesia khususnya industri pariwisata serta manufaktur. Pada Era Pasca Pasca Covid-19 ini produsen harus memiliki sifat kreatif dan inovatif sehingga mampu berdiri secara unggul dibandingkan dengan pesaing lainnya. Usaha yang diminati dan *trend* saat ini pada bidang ritel khususnya pada sektor *coffee shop*. Fenomena bisnis kedai kopi menjadi daya tarik tersendiri terbukti dengan banyaknya *coffee shop* yang ada di Indonesia. Tingginya minat beli para masyarakat yang tertarik terhadap *coffe* yang kini juga

dijadikan sebagai kebutuhan dan gaya hidup dilingkungan masyarakat. Perkembangan UMKM di Kota Banda Aceh mengalami penurunan yang signifikan selama masa Pandemi Covid-19, berikut ini merupakan data UMKM Kota Banda Aceh Tahun 2017-2021 terlampir dalam gambar 1.1 :

Gambar 1.1
Jumlah UMKM Kota Banda Aceh Tahun 2017-2021



Sumber : BPS Aceh, 2021 جامعة الزاوي

Berdasarkan gambar 1.1 dapat kita ketahui bahwa jumlah UMKM pada bidang Industri, Perdagangan, Aneka Jasa, Pertanian, Perikanan, Peternakan dan Transportasi mengalami penurunan yang sangat signifikan pada tahun 2020 yaitu puncak terjadinya Pandemi Covid-19. Pada 2020 bidang perdagangan berjumlah 5.508 menjadi 3.540 pada tahun 2021, penurunan tersebut disebabkan adanya UMKM yang tidak beroperasi selama masa Pandemi Covid-19 (BPS, 2020). Pemerintah Kota Banda Aceh

melakukan pelatihan melalui BLK Kota Banda Aceh untuk dapat meningkatkan skill dari wirausaha agar tetap dapat bertahan melewati masa sulit tersebut (BPS, 2020). Pemerintah juga eristiwa memberikan bantuan dengan mengadakan pelatihan teknologi, restrukturisasi pinjaman bank, bantuan penyediaan bahan baku, relaksasi kredit, sembako, pembebasan pengurangan tarif listrik, bantuan sosial tunai. bantuan modal, penyuluhan terkait protokol covid-19 dan pelatihan usaha (Bappenas, 2020).

Kota Banda Aceh memiliki banyak *coffee shop* terlebih Aceh dikenal sebagai provinsi dengan seribu kedai kopi atau *coffee shop* karena hampir disetiap jalan sedikitnya terdapat tiga *coffee shop* yang telah menjadi daya tarik bagi masyarakat Aceh. Pemilik *coffee shop* harus memberikan suatu hal atau menerapkan strategi bisnis dengan mengoptimalkan analisis pengembangan dalam menentukan strategi sehingga memiliki planning yang lebih tera kedepan, mudah dalam pengambilan keputusan, memberi nilai tambah serta berbeda antar pesaing. *Coffee shop* yang cukup diminati diantaranya *Breaktime Coffee Shop* yang ada di Ibu Kota Provinsi Aceh, Kota Banda Aceh. *Breaktime Coffe Shop* ini cukup digemari oleh masyarakat ketika berkumpul untuk bersilaturahmi antar masyarakat atau anak muda yang dijadikan sebagai lokasi mereka mengerjakan tugas. Harga di *Breaktime Coffe Shop* sangat terjangkau sehingga konsumen dapat menikmati kopi dengan harga murah. *Breaktime Coffee Shop* pada awalnya terletak di Jalan Teuku Mohammad Hasan, Desa Sukadamai Luengbata. Pada April

2021 Breaktime Coffee Shop melakukan perbaikan toko dan pindah kelokasi baru yang telah diumumkan kepada seluruh pelanggan melalui akun media sosial Instagram ketika mempersiapkan penutupan ruko lama. Saat ini, Breaktime Coffee Shop sedang melakukan pengembangan dengan merenovasi ruko dilokasi yang baru untuk meningkatkan penjualan pada masa Pasca Pandemi Covid-19.

Strategi pengembangan usaha UMKM yang dapat dilakukan oleh manajemen dalam mengembalikan perekonomian, seperti yang diungkapkan oleh Asmini dalam penelitiannya yang mendiskripsikan tentang manajemen siklus bisnis yang penggunaannya sebagai landasan dalam menemukan peluang usaha pasca pandemi hingga akhirnya menemukan strategi yang tepat untuk dapat diaplikasikan oleh masyarakat (Asmini *et al*, 2020, p. 121). Penelitian Hardilawati menyatakan perdagangan elektronik, promosi menggunakan media secara digital, serta menjalin hubungan pemasaran dengan setiap pelanggan merupakan cara untuk menghasilkan pelanggan yang loyal (Hardilawati, 2020, p. 89). Setyanto *et al* (2015) dalam penelitiannya tentang upaya peningkatan perekonomian UMKM sebelum Pandemi Covid-19 menyebutkan strategi pengembangan UMKM Batik Laweyan dalam meningkatkan perekonomian merupakan kegiatan inovasi serta mulai menerapkan modal sosial dalam upaya memperluas jaringan bisnisnya tersebut.

Rukmana dan Sukanta juga menyatakan bahwa strategi usaha yang telah dilakukannya berbentuk mikro dengan memperdagangkan keripik kemasan di kota Bandung agar dapat terus bertahan dengan mengoptimalkan pendekatan Lima Kekuatan Persaingan dari Porter (Rukmana & Sukanta, 2020). Prasetyo (2016) juga menyatakan bahwa strategi pemilik usaha mikro kecil yaitu strength opportunities (SO) atau yang dapat disebut dengan strategi agresif. Penelitian ini memiliki keterkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitriyani *et al* (2020), serta Setiono (2020), Hardilawati (2020) yang membahas mengenai tantangan serta strategi yang dilakukan oleh pelaku UMKM agar dapat mempertahankan bisnisnya. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka peneliti tertarik untuk mengkaji tentang **“Strategi Pengembangan *Breaktime Coffee Shop* Banda Aceh Pasca Covid-19 dalam Meningkatkan Kesejahteraan Karyawan Ditinjau Dalam Perspektif Ekonomi Islam.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah digambarkan sebelumnya, Adapun rumusan masalah diantaranya sebagai berikut:

1. Bagaimanakah perilaku konsumen pasca pandemi Covid-19 pada *Breaktime Coffe Shop* Kota Banda Aceh?

2. Bagaimanakah strategi yang dilakukan oleh *Breaktime Coffe Shop* Kota Banda Aceh dalam meningkatkan kesejahteraan karyawan di Era Pasca Pandemi Covid-19?

1.3 Tujuan Penelitian

Selaras dengan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Perilaku konsumen Pasca Pandemi Covid-19 pada *Breaktime Coffe Shop* Kota Banda Aceh.
2. Strategi yang dilakukan oleh *Breaktime Coffe Shop* Kota Banda Aceh dalam meningkatkan kesejahteraan karyawan di Pasca Covid-19 dalam tinjauan Ekonomi Islam.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini antara lain:

1.4.1 Manfaat Praktis (operasional)

1. Menginformasikan kepada owner/ pemilik ushaa mengenai dampak atau pengaruh Pasca Covid-19 terhadap pengembangan usaha agar dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan kebijakan perusahaan selanjutnya.
2. Menginformasikan kepada pengusaha UMKM terkait strategi pengembangan usaha sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan strategi pengembangan bisnis di *Era Pasca Covid-19*.

3. Untuk memberikan inspirasi bagi para pengusaha dalam bidang kuliner agar dapat mengembangkan bisnis kuliner dengan memanfaatkan konsep syariah dalam memperluas perkembangan dan meningkatkan kesejahteraan karyawan maupun masyarakat.

1.4.2 Manfaat Teoritis (Akademis)

Memberikan pemahaman, gambaran, dan wawasan yang luas dan lebih mendalam sebagai acuan, referensi, bagi pembaca tentang strategi pengembangan bisnis kuliner khususnya dalam bisnis *coffee shop* guna sebagai penambahan wawasan agar lebih memahami bagaimana pengelolaan bisnis.

1.5 Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika dalam penulisan ini adalah sebagai berikut:

Sistematika penulisan dalam penelitian ini disajikan untuk memberikan gambaran keseluruhan isi penelitian.

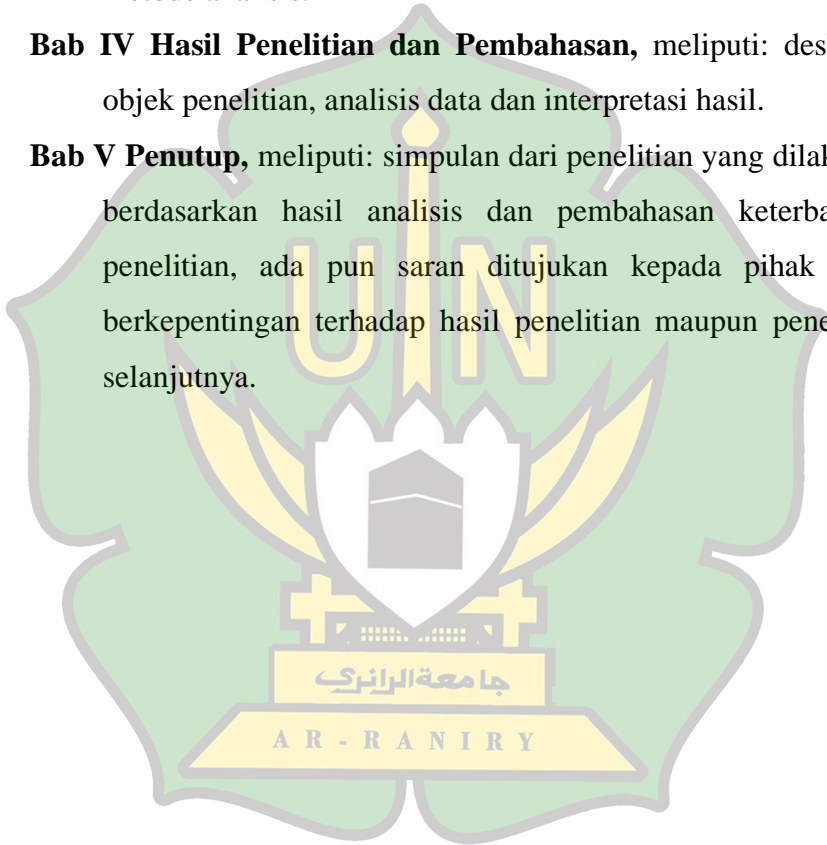
Bab I Pendahuluan, meliputi: latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II Landasan Teori, meliputi: landasan teori, defenisi dan penjelasan yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan dan kerangka berpikir.

Bab III Metode Penelitian, meliputi: desain penelitian, objek penelitian, tempat penelitian, sumber data penelitian, variabel penelitian dan definisi operasional variabel, penentuan sampel, jenis data penelitian, metode pengumpulan data dan metode analisis.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, meliputi: deskripsi objek penelitian, analisis data dan interpretasi hasil.

Bab V Penutup, meliputi: simpulan dari penelitian yang dilakukan berdasarkan hasil analisis dan pembahasan keterbatasan penelitian, ada pun saran ditujukan kepada pihak yang berkepentingan terhadap hasil penelitian maupun penelitian selanjutnya.



BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Strategi Pengembangan *Coffee Shop*

2.1.1 Pengertian Strategi

Strategi perusahaan menjadi hal terpenting dalam mencapai tujuan bisnis yang efektif dan efisien, perusahaan mampu menghadapi masalah internal maupun eksternal. Strategi dapat dimaknai sebagai rencana dalam membubarkan dan mengerahkan pasukan untuk mencapai tujuan tindakan tertentu (Fandy, 2008).

Melakukan merencanakan dan memutuskan arah operasi bisnis skala besar serta memobilisasi semua sumber daya perusahaan yang benar-benar dapat menghasilkan keuntungan dalam bisnis merupakan hal terpenting dalam sebuah strategi. John A. Bryne menyatakan bahwa strategi sebagai pola dasar dalam pengembangan sumber daya (Hasan, 2010).

Strategi merupakan cara memperoleh tujuan jangka panjang (David, 2011). Tjiptono (2006) strategi merupakan seni atau ilmu pengetahuan akan menjadi hal yang lumrah dilingkungan masyarakat. Rencana skala besar berorientasi masa depan yang berinteraksi dengan kondisi persaingan untuk mencapai tujuan organisasi dan dilakukan secara terus menerus menurut keputusan Bersama (Pearce II dan Robinson, 2008). Rangkuti (2013) menyatakan rencana induk komprehensif terkait pencapaian perusahaan atas dasar misi yang telah ditetapkan sebelumnya. Menurut Stoner, Freeman dan Gilbert. Dalam Jr (2005) strategi

didefinisikan sebagai sesuatu yang dilakukan organisasi dan yang tidak ingin dilakukan. Penulis menyimpulkan strategi merupakan apa yang ingin dilakukan perusahaan untuk pengembangan bisnisnya.

2.1.2 Pengertian Strategi Bisnis

Strategi yang harus digunakan sebagai dasar pemikiran utama ketika mengembangkan bisnis sangatlah penting. Menurut Tunggal (2004), strategi memiliki visi dan misi perusahaan, serta sasaran kinerja organisasi. Peningkatan *value* pelanggan menjadi keunggulan kompetitif dalam memeriksa kompetensi inti dari pasar produk tunggal atau produk tertentu sebagai serangkaian komitmen dan tindakan yang terintegrasi dan terkoordinasi (Jatmiko, 2004). Tindakan terpadu dan terkoordinasi yang digunakan sebagai dasar pemikiran utama dalam mengembangkan strategi yang unggul.

2.1.3 Tahapan Manajemen Strategis

Proses manajemen strategis diantaranya terdapat tiga fase: pengembangan, implementasi dan evaluasi strategi (David, 2011),. Fase-fase tersebut, yaitu:

1. Perumusan strategi

Pernyataan strategis meliputi bisnis yang masuk dan keluar, sistem alokasi sumber daya, ekspansi atau diversifikasi bisnis serta berapa banyak akuisisi dari perusahaan. Tidak ada organisasi yang memiliki sumber daya tak terbatas karenanya ahli strategi harus memutuskan alternatif yang menguntungkan terhadap bisnis.

2. Implementasi strategi

Implementasi strategi penting dalam menetapkan tujuan tahunan, menerapkan kebijakan, memberi memotivasi karyawan serta melakukan pengolahan sumber daya dalam mengimplementasikan strategi yang akan dikembangkan. Tahap manajemen sering dipandang memiliki strategis yang paling sulit, penerapan atau penerapan strategi membutuhkan disiplin, dedikasi, dan pengorbanan pribadi. Keberhasilan pelaksanaan suatu strategi menuntut pemimpin untuk dapat memotivasi karyawannya. Ini adalah seni daripada sains. Strategi sudah ada, tetapi tidak ada gunanya jika tidak diterapkan.

3. Tinjauan Strategi Evaluasi

Evaluasi merupakan cara utama untuk mendapatkan jenis informasi ini. Tahap kegiatan tinjauan strategis terdiri dari:

- a. Memiliki pemahaman terhadap yang menjadi dasar strategi
- b. Pengukuran pencapaian karyawan
- c. Mulai prosedur perbaikan strategis diperlukan karena apa yang berjalan saat ini mungkin tidak berhasil di kemudian hari.

2.1.4 Tingkatan Strategi

Big company memiliki tingkat strategi dan tiga strategi manajemen yang berkembang secara beriringan. Strategi Perusahaan mencerminkan arah seluruh perusahaan untuk pertumbuhan seluruh perusahaan dan pengelolaan produk.

Tingkat strategi dikembangkan dan ditentukan manajer yang bertanggung jawab untuk operasi bisnis. Strategi bisnis adalah

fondasi upaya kolaboratif dan berkelanjutan yang bertujuan untuk mencapai tujuan bisnis jangka panjang. Strategi bisnis menentukan pendekatan umum yang komprehensif memandu perilaku utama perusahaan. Strategi bisnis perusahaan menentukan pengambilan keputusan sehingga mengetahui tujuan dan sasaran yang menghasilkan kebijakan dan rencana terbaik.

Strategi korporat layak digunakan untuk perusahaan besar dan kecil sedangkan strategi bisnis berfokus pada saingan perusahaan dalam memposisikan dirinya. *Functional Strategy* memiliki tingkatan diantaranya: Operasi, pemasaran dan keuangan serta SDM.

2.1.5 Jenis Strategi

David (2009) menyatakan bahwa ada berbagai jenis strategi:

1. Strategi Integrasi

- 1) Strategi Integrasi Kedepan mengontrol atau memperkuat kontrol distributor. Dewasa ini produsen memasarkan produk mereka melalui alat yang mengikuti perkembangan zaman. Strategi ini telah menyebabkan kebingungan di banyak industri.
- 2) Integrasi mundur merupakan strategi yang berusaha untuk mendapatkan atau memperkuat kendali produsen. Strategi ini layak digunakan untuk dapat diandalkan dan terlalu mahal pada harga yang ditawarkan. Persaingan yang ketat

menyebabkan tingginya kreativitas dilingkungan pengusaha untuk dapat mempertahankan produknya.

- 3) Integrasi horizontal dilaksanakan dengan mengakuisisi pesaing dalam industri dengan mengembangkan perusahaan dan memperluas pangsa pasar serta perolehan keuntungan yang tinggi.

2. Strategi Intensif

Upaya peningkatan pangsa pasar produk dan jasa melalui kegiatan yang agresif.

- a. Penetrasi pasar melalui peningkatan penjual, peningkatan biaya iklan dan promosi skala besar atau peningkatan aktivitas periklanan.
- b. Pengembangan dengan memperkenalkan produk ke daerah yang belum pernah diperdagangkan sebelumnya.

Pengembangan produk bertujuan untuk menaikkan kuantitas dengan mendesain produk/jasa yang sudah ada. Berikut adalah lima hal yang dapat digunakan sebagai pedoman saat yang terbaik untuk menerapkan strategi pengembangan produk yang efektif:

- a. Jika organisasi memiliki produk Berhasil mencapai tahap kedewasaan siklus hidup. Idenya adalah untuk membuat pelanggan senang menggunakan produk melalui pengalaman baik dalam menggunakannya.
- b. Perkembangan teknologi pesat yang digunakan untuk alat persaingan.
- c. Organisasi bisnis yang mampu bersaing pesat

d. Mempunyai kemampuan R&D

3. Strategi Diversifikasi

Enam pedoman yang dapat digunakan pada distribusi konsentris diantaranya:

- a) Organisasi tidak berkembang pada industri yang buruk.
- b) Peningkatan penjualan melalui penambahan produk.
- c) Penawaran harga yang kompetitif
- d) Produk musiman yang dijual dengan harga fantastis
- e) Terjadinya penurunan siklus penjualan
- f) Memiliki SDM yang kuat

Menambahkan produk baru atau distribusi horizontal memiliki dapat menyebabkan perusahaan harus sudah mengetahui konsumen yang telah ada. Strategi dilakukan melalui akuisisi perusahaan lain dengan merek dan produk yang berbeda (Purwanto, 2008).

4. Strategi Pertahanan

- a. Rasionalisasi biaya

Penghematan biaya yang diperoleh organisasi direstrukturisasi dengan menghemat pendapatan dan pengeluaran, mengoptimalkan penjualan dan menurunkan untung. Rasionalisasi biaya bertujuan untuk meningkatkan keterampilan organisasi.

- b. Penjualan

Upaya ini dilakukan untuk meningkatkan modal dan mengetahui strategi lebih lanjut kedepannya. Penjualan

menentukan modal yang digunakan dalam kuantitas yang besar atau tidak sejalan terhadap aktivitas dalam organisasi.

c. Likuidasi

Penjualan bertahap semua aset perusahaan sejalan dengan nilai nyata dari aset tersebut. Kliring adalah pernyataan kegagalan dan karena itu mendapatkan kesulitan strategi secara emosional.

2.2 Pengembangan

2.2.1 Pengertian Pengembangan

Pengembangan didefinisikan sebagai studi suatu hal yang perlu dikembangkan agar memiliki manfaat yang berguna terhadap konsumen. Tujuan pembangunan adalah agar produk dan jasa yang dihasilkan selalu bermanfaat terhadap masyarakat. Barang atau jasa yang diproduksi selalu dapat meningkatkan penjualan, dan keuntungan perusahaan selalu dapat tumbuh dan meningkat. Peningkatan keuntungan dapat menjamin berkembangnya bisnis (Nasution, 2003).

Pengembangan produk dinilai kegiatan interdisipliner yang membutuhkan masukan dari hampir setiap fitur dalam suatu organisasi, tetapi selalu merupakan tiga fitur terpenting untuk peningkatan kualitas (Cross, 1994).

- a) Pemasaran menjadi intermediasi interaksi antara bisnis dan pelanggan serta memfasilitasi produk dan mendefinisikan segmen pasar, dan mengidentifikasi kebutuhan pelanggan.

- b) Desain sangatlah penting dalam menentukan kualitas sebuah produk dalam mengoptimalkan keinginan pelanggan.

2.2.2 Proses Pengembangan

Menurut buku Ulrich-Epping (Arman, 2003), proses pembangunan meliputi kegiatan-kegiatan sebagai berikut:

1. Merumuskan kebutuhan pelanggan

Proses memahami konsumen dan mengkomunikasikannya secara runtun kepada tim pengembangan yang telah tersusun rapi yang disusun dalam hierarki bobot kepentingan untuk setiap kebutuhan.

2. Tetapkan tujuan

Adanya penjabaran kebutuhan konsumen ke dalam kebutuhan teknis yang berisi daftar spesifikasi target.

3. Tetapkan tujuan

Membuat metrik persyaratan yang diberi peringkat berdasarkan pentingnya persyaratan yang ingin dilakukan dengan gabungan dengan kepuasan pelanggan dengan produk pesaing.

4. Konsep produk mengoptimalkan penggunaan teknologi prinsip kerja serta bentuk produk. Arah identifikasi konsep dengan mengetahui apa saja yang dibutuhkan oleh konsumen.

2.3 Coffee Shop

Secara terminologi, kata cafe merupakan serapan Perancis yang berarti kopi. Kopi merupakan minuman non-alkohol yang

telah dikenal di Indonesia seperti minuman ringan dan makanan ringan lainnya (Fauzi, 2019).

Secara umum, kedai kopi adalah tempat di mana minuman olahan yang terbuat dari biji kopi ditawarkan dan dijual agar masyarakat umum dapat mengkonsumsinya. Kedai kopi bertanggung jawab dalam memfasilitasi kebutuhan produsen dengan menjual minuman dan makanan sebagai media diskusi dengan masyarakat sekitar (Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, 2015).

Coffee Shop menjadi media masyarakat untuk bersantai, diskusi, membaca media cetak karena merasa nyaman dengan fasilitas yang diberikan (Nurazizi, 2013). Animo pengunjung kedai kopi tidak hanya ada karena keunikan rasa dan aroma kopi yang dihidangkan, namun untuk berinteraksi dengan social seperti sesama pengunjung yang menjadikannya sebagai media interaksi antar individu dan kelompok (Fahrizal, 2014).

Marsum dalam bukunya “Restoran dan Beberapa Permasalahannya”, *Coffee shop* dikenal sebagai tempat yang memiliki manajemen terstruktur yang memberikan pelayanan secara komersil kepada pengunjung. Senada dengan definisi kafe yang diutarakan oleh S. Medlik yaitu “*Café is establishment providing food and refreshment for consumption and the premises to general public*” (Elly, 2012).

Berdasarkan paparan di atas, *coffee Shop* didefinisikan sebagai tempat yang menyediakan minuman kopi dan non alkohol

lainnya yang memiliki suasana santai dan nyaman, memiliki desain interior yang istimewa, memiliki wifi, *live music*, televisi serta *service excellent*.

2.4 Era Pasca Pasca Covid-19

Pemerintah Pusat mengumumkan kenormalan baru (pasca covid) dalam konferensi pers dihadiri Menteri Luar Negeri Retno Marsudi dan tim ahli Satgas Pasca-Covid-19 melalui Menteri Luar Negeri. Perencanaan Pembangunan Nasional atau Presiden Bapenas menyetujui penetapan protocol kesehatan. Pemerintah mengumumkan bahwa "Adaptasi PASCA-COVID-19" sedang dalam proses merangkum kriteria dan langkah-langkah dalam pelaksanaan PASCA-COVID-19 dan memutuskan penyesuaian. Namun, implementasi kebijakan adaptasi PASCA-COVID-19 belum diputuskan oleh pemerintah kapan akan diterapkan. Apalagi karena ketidakpastian ini, masyarakat mengabaikan disiplin menjaga kesehatan dan jarak sosial. Panji Hadisoemarto (2020), ahli epidemiologi UNPAD Bandung, dalam artikelnya yang dimuat di Majalah Tempo pada 30 Mei 2020 menyatakan dirinya berisiko mengalami ledakan kasus pasca Covid-19 yang selalu hadir: Diperingatkan. Kasus itu adalah pengirim. Individu yang rentan menjadi sasaran infeksi. Menurut Hadisumarto, risiko setelah terinfeksi Covid-19 meningkat dan tidak berkurang secara signifikan. Kasus pasca-Covid-19 ini dapat dikurangi jika ditemukan vaksin yang digunakan oleh 60% populasi berisiko.

Hadisoemarto menambahkan pemerintah dan WHO setuju tentang perlunya sistem surveilans serta laboratorium penelitian canggih.

2.5 Kesejahteraan

2.5.1 Pengertian Kesejahteraan

Kesejahteraan menjadi indikator memenuhi kebutuhan materi atau spiritual, sosial warga negara yang menjalani kehidupan yang layak serta peka terhadap sosial masyarakat. Penyelenggaraan kesejahteraan sosial dikonsentrasikan melalui keamanan dan perlindungan social yang berkelanjutan (UU Nomor 11 Tahun 2009). Menurut Badan Pusat Statistik Irlandia (2009), publikasi data dan informasi kemiskinan, kesejahteraan mencakup wilayah kehidupan yang sangat luas dan tidak dapat mengukur semua aspeknya. Air minum bersih serta kesempatan pendidikan yang lebih banyak serta kehidupannya dengan status sosial yang baik mengarah pada status sosial yang sama di antara warga negara lainnya (Swasono, 2004). Kesejahteraan diukur melalui ketimpangan pendapatan berdasarkan tingkat pendapatan penduduk setempat yang berbeda. Berikutnya adalah masalah kerentanan. Ini adalah kondisi di mana orang akan menjadi semakin miskin di masa depan karena potensi lokal atau kondisi fisik. Masalah ini sangat serius karena menimbulkan risiko sosial ekonomi yang sulit diperbaiki. Kerentanan juga menjadi aspek penting dalam mengubah perilaku investasi individu, pola produksi, strategi koping dan persepsi sejahtera.

2.5.2 Kesejahteraan dalam Perspektif Ekonomi Islam

Islam mengajarkan kita untuk tidak selalu dicapai dengan memaksimalkan kekayaan dan konsumsi namun memenuhi aspek material dan spiritual manusia secara seimbang. Kebutuhan fisik meliputi sandang dan pangan, perumahan, pendidikan, transportasi serta kehidupan yang layak dan keamanan properti. Kebutuhan mental juga sangatlah penting karena mengutamakan ketenangan pikiran dan kesejahteraan batin, keharmonisan keluarga-masyarakat serta tidak terciptanya kejahatan anomie (Chapra, 2001).

Imam Al-Ghazali memberikan pemahaman bahwa kesejahteraan harus menggunakan pendekatan *maqashid*. Ghazali menyatakan bahwa aspek ekonomi dari fungsi kesejahteraan sosial meliputi *daruriyyat*, *hajiyyat* serta *tahsiniyyat* (Auda, 2015). *Daruriyyat* (Primer) adalah suatu yang mutlak adanya demi terwujudnya kemaslahatan agama dan dunia. *Hajiyyat* (Sekunder) adalah suatu yang sebaiknya ada agar leluasa melakukan sesuatu dan terhindar dari kesulitan. *Tahsiniyyat* yaitu suatu yang sebaiknya ada untuk menyempurnakan kehidupan, namun jika tidak terpenuhi, tidak akan menimbulkan kesulitan. (Tujuan utama syariah diantaranya mendorong kesejahteraan pada pemenuhan *daruriyyat* yang meliputi perlindungan agama (*hifzudiin*), jiwa (*hifzunnafs*), harta benda (*hifzul maal*), akal (*hifzul-aqli*), keturunan (*hifzunnasl*) (Chapra, 2001). Kata “melindungi” dimaksudkan kepada mendorong pengayaan perkara-perkara secara menerus

sehingga keadaan mendekati kepada kondisi ideal dan membantu umat manusia meningkatkan kesejahteraannya (Karim, 2007).

Kunci pemeliharaan dari kelima tujuan dasar tersebut terletak pada penyediaan tingkatan Pertama (*daruriyyat* yang meliputi makanan, perumahan dan pakaian. Ghazali menyadari bahwa kebutuhan sangatlah fleksibel, mengikuti waktu dan tempat serta dapat mencakup kebutuhan sosiopsikologis. Kelompok kebutuhan Kedua (*hajiyyat*) dibutuhkan untuk menghilangkan rintangan dan kesukaran dalam hidup. Kelompok Ketiga (*tahsiniyyat*), kegiatan-kegiatan yang jauh dari sekedar kenyamanan saja yang meliputi hal melengkapi, terangi atau menghiasi hidup manusia.

Di dalam al- Qur'an surat Quraaisy ayat 3-4, dimana dapat melihat bahwa indikator kesejahteraan dibagi menjadi tiga, yaitu menyembah Tuhan (pemilik) Ka'bah, menghilangkan lapar dan menghilangkan rasa takut sehingga terciptanya rasa aman. Kesejahteraan dalam Islam terdapat 4 indikator diantaranya:

- a. Kesejahteraan holistik dan seimbang
Kebahagiaan perlu seimbang antara unsur fisik dan mental seseorang. Manusia juga memiliki kepribadiannya masing-masing yang tidak dapat dipisahkan dari lingkungan sosialnya sehingga harus seimbang dengan lingkungan sosial yang ada.
- b. Kesejahteraan di dunia dan di akhirat
Konsep *Falah* menurut Afzalur Rahman merupakan tujuan akhir kehidupan manusia dimana kehidupan dunia merupakan ladang

bagi pencapaian tujuan akhirat. *Falah* dapat terwujud apabila terpenuhi kebutuhan hidup manusia secara seimbang sehingga tercipta masalah sebagai tujuan mencapai *falah*. Dengan demikian kesejahteraan dalam pandangan Islam merupakan *falah* berupa kemuliaan serta kemenangan dalam hidup.

2.5.3 Pendapatan dalam Perspektif Islam

Pendapatan dikenal sebagai unsur penting dalam perekonomian khususnya pada kegiatan produksi barang dan jasa yang kemudian dilakukannya pemasaran atas hasil produksi yang telah dilakukan hingga memperoleh pendapatan atas usaha yang dihasilkan.

Menurut Reksoprayitno, *definitive income* merupakan perolehan pendapatan masyarakat sebagai imbalan selama periode waktu tertentu (Reksoprayitno, 2004). A. Abdurrahman berpendapat pendapatan merupakan uang, barang dan jasa yang diproduksi yang diterima ukurannya selama jangka waktu tertentu. Perolehan tersebut dihasilkan dari upah, gaji, dividen dan tidak termasuk pendapatan (tidak termasuk keuntungan) dari penjualan atau pertukaran properti (Abdurrahman, 1990).

Dari beberapa uraian penjelasan diatas dapat diterangkan bahwa pendapatan merupakan segala sesuatu yang diperoleh individu atau organisasi fisik ataupun barang sebagai pemberian jasa yang timbul dari usaha yang telah diselesaikan.

2.5.4 Penggolongan Pendapatan

Pendapatan dapat dibagi menjadi tiga kelompok diantaranya sebagai berikut:

a. Gaji dan upah

Gaji dan upah merupakan imbalan yang diterima individu atau kelompok setelah menyelesaikan pekerjaan baik yang diberikan dalam sehari, seminggu atau sebulan.

b. Penghasilan dari aktivitas bisnis

Penjumlahan hasil produksi dikurangi beban yang dikeluarkan baik dari usaha mandiri atau keluarga, tenaga kerja dari keluarga sendiri, nilai sewa modal sendiri dan semua biaya akan diabaikan.

c. Pendapatan dari bisnis lain

Pendapatan tambahan dari aset pinjaman seperti perumahan, ternak dan komoditas lainnya, subsidi dari pihak ketiga, dan pendapatan dari pensiun.

Dalam Al-Qur'an Allah SWT menganjurkan agar kebutuhan sehari-hari yang kita peroleh berdasarkan Al-Qur'an pada surah Al-Jumuah (62):10 yang berbunyi:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ

وَأذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

Artinya:

“Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi, dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.” Q.S (Al-Jumuah [62] : 10).

Berdasarkan tafsir karangan Muhammad Quraish Shihab dikatakan dapat kita ketahui bahwa ketika kaum muslimin menyelesaikan shalatnya, Allah SWT diperintahkan untuk berjihad atas karunia-Nya berupa penghasilan atau penghasilan, ilmu, harta, kesehatan, dll. Saya bisa. Umat Islam harus mengingat Allah SWT di dalam dan di luar doa shalat mereka dan selalu untuk mencapai tujuan baik yang mulia dan dihormati oleh orang-orang di sisinya berdasarkan nilai-nilai Syariah Islam Anda diperintahkan untuk bekerja keras. Jadi di dunia ini dan di paruh kedua akhirat, mereka bisa menjadi orang yang beruntung.

2.6 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang dapat kita tarik kesimpulannya dan penguat dalam penelitian ini adalah sebagai deskripsi diatas:

Tabel 2.1
Penelitian Terkait

No.	Judul Penelitian	Peneliti	Metode Penelitian	Hasil
1.	Analisis Strategi Pengembangan Bisnis UKM Guna Meningkatkan Pendapatan Karyawan Menurut Perspektif Ekonomi Islam	Helen Malinda (2017)	<i>Analisis metode kualitatif</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan yang dilakukan oleh perusahaan Cahaya Bahari adalah dengan menggunakan bauran pemasaran (marketing mix) yang meliputi produk yang halal, harga yang terjangkau, dan promosi yang transparan. Dengan strategi tersebut yang telah dilakukan oleh perusahaan menghasilkan peningkatan omset penjualan dan mampu memperluas area pemasaran hingga keluar provinsi. Meskipun perusahaan memiliki omset yang besar akan tetapi

Tabel 2.1-Lanjutan

No.	Judul Penelitian	Peneliti	Metode Penelitian	Hasil
				<p>perusahaan masih belum bisa memberikan upah yang sesuai dengan yang ditetapkan oleh pemerintah melalui penetapan UMR provinsi Lampung. Karena sistem pemberian upah yang diterapkan oleh perusahaan menggunakan sistem upah berdasarkan kinerja karyawan.</p>
2.	<p>Strategi Pengembangan Usaha dan Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi Karyawan Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada perusahaan Amin roti Bandar Lampung)</p>	<p>Senja Yola Rzki (2017)</p>	<p><i>Metode Analisis Kualitatif</i></p>	<p>Strategi pengembangan usaha di perusahaan amin roti Bandar lampung dilakukan dengan cara memodifikasi bentuk serta spesialisasi produk, strategi penetapan harga pada perusahaan roti amin dengan upaya menetapkan harga yang terjangkau pada konsumen dan strategi promosi penjualan melalui</p>

Tabel 2.1-Lanjutan

No.	Judul Penelitian	Peneliti	Metode Penelitian	Hasil
				<p>penyebaran brosur dan pamflet dan bekerja sama dengan agen pemasok serta kios kios kecil dan pedagang kaki lima. Hubungan pengembangan usaha dan peningkatan kesejahteraan ekonomi karyawan pada perusahaan amin roti dilihat dari segi pendapatan semakin meningkat dikarenakan kinerja karyawan yang baik serta berdampak pada peningkatan gaji yang akhirnya juga meningkatkan kesejahteraan karyawan.</p>
2.	<p>Pengaruh Program Kesejahteraan Karyawan Terhadap Semangat Kerja Karyawan dan Prestasi Kerja Karyawan</p>	<p>Marina, Taher, & Mochammad (2018)</p>	<p><i>Metode kualitatif</i></p>	<p>Analisis strategi SWOT menjadikan kecenderungan pada strategi SO. Beby's Coffee dapat menggunakan atau menerapkan strategi SO diantaranya: a. Tetap</p>

Tabel 2.1-Lanjutan

No.	Judul Penelitian	Peneliti	Metode Penelitian	Hasil
				<p>mempertahankan kualitas produk produk baru yang dibutuhkan konsumen seperti adanya produk Kopi Seliter.</p> <p>b. Mampu mempertahankan harga, memberlakukan promo.</p> <p>c. Menggunakan lokasi kedai yang strategis dan mudah ditemukan masyarakat dan terpenting memiliki lahan parkir yang luas.</p>
3.	<p><i>Review Effective Marketing Strategy For UMKM Coffee Shop In The Face of Pandemi</i></p>	<p>Kurnia Khafidhatur Rafiah (2020)</p>	<p><i>Metode kualitatif analisis deskriptif</i></p>	<p>Penggunaan optimal sosial media advertising, mempererat kolaborasi dengan jasa driver dan perusahaan e-money, serta bersinergi dengan influencer merupakan tiga upaya dalam meningkatkan bisnis kedai kopi hingga mampu bertahan di era pandemi.</p>
4.	<p><i>The effect of Pasca Covid-19 on the economy of Bangka-</i></p>	<p>Reniaty, Reniaty, Muhammad Faisal Akbar, Nur Ahmad</p>	<p><i>Purposive Sampling dengan Uji beda</i></p>	<p>Strategi yang diterapkan oleh UMKM untuk bertahan era Covid 19 antara lain</p>

Tabel 2.1-Lanjutan

No.	Judul Penelitian	Peneliti	Metode Penelitian	Hasil
	<i>Belitung and the performance of MSME and its impact on competitive the Pasca Pasca Covid-19 era</i>	Ricky Rudianto (2020)		<p>penggantian produk dengan yang untuk penanganan COVID 19 seperti masker, hand sanitizer dan lain-lain, melakukan penjualan online, pelanggan dan melakukan call, dan melakukan lebih banyak lagi strategi pemasaran yang agresif untuk menjaga nilai omset tumbuh. Pemerintah memberikan bantuan UMKM berdasarkan klasifikasi yang benar. Kebijakan tertentu tidak dapat menjangkau semua UMKM karena memiliki lini bisnis dan market yang melakukan lebih banyak lagi strategi pemasaran yang agresif untuk menjaga nilai omset tumbuh.</p> <p>melakukan lebih banyak lagi strategi pemasaran yang agresif untuk menjaga nilai omset tumbuh. Pemerintah memberikan bantuan</p>

Tabel 2.1-Lanjutan

No.	Judul Penelitian	Peneliti	Metode Penelitian	Hasil
				UMKM berdasarkan klasifikasi yang benar. Kebijakan tertentu tidak dapat menjangkau semua UMKM karena memiliki lini bisnis dan market yang berbeda.
6.	Strategi UMKM untuk Meningkatkan Perekonomian selama Pandemi Pasca Covid-19 pada saat Pasca Covid-19	Fadilah Nur Azizah, Igo Fadilah Ilham, Liza Putri Aqidah, Safira Aliyani Firdaus, Setyani Agung Dwi Astuti, Imam Buchori (2020)	<i>Metode Kualitatif</i>	Adanya platform online dalam meningkatkan total <i>quality management</i> yang dipengaruhi oleh higienitas, perubahan cara penyusunan pengeluaran agar laporan keuangan tetap positif. Dalam hal ini pemerintah juga turut andil memberikan bantuan sosial dan keringanan pajak, relaksasi kredit, serta memperluas pembiayaan modal bagi UMKM
7.	Kesejahteraan Karyawan Dimasa Pandemic Covid-19 Di	Baihaqi Nawfal (2021)	<i>Kualitatif</i>	Banyaknya karyawan yang terserang PHK massal ataupun

Tabel 2.1-Lanjutan

No.	Judul Penelitian	Peneliti	Metode Penelitian	Hasil
	Wilayah Industri Cikarang			<p>dikeluarkan dengan alibi industri tidak dapat berikan pendapatan kepada karyawan, banyaknya karyawan yang menghadapi penyusutan pendapatan, banyaknya karyawan yang dirubah system kerjanya sehingga membuat karyawan tidak nyaman, banyaknya karyawan yang terpaksa wajib senantiasa work from office (WFO) yang mungkin besarnya dapat tertular virus covid-19 karena perusahaan terpaksa diperlakukannya semacam itu sebab bila tidak perusahaan tersebut hendak Kedua <i>coffee shop</i> ini memiliki letak yang sangat</p>

Tabel 2.1-Lanjutan

No.	Judul Penelitian	Peneliti	Metode Penelitian	Hasil
				<p>strategis sehingga memiliki angka agregatif yang positif terhadap <i>constumer</i>. Hal Kedua <i>coffee shop</i> ini memiliki letak yang sangat</p>
				<p>Kedua <i>coffee shop</i> ini memiliki letak yang sangat strategis sehingga memiliki angka agregatif yang positif terhadap <i>constumer</i>. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai yang menunjukkan angka positif yang menunjukkan arah panah pada kuadran agresif. <i>Coffee Shop</i> tersebut berada dalam posisi yang sangat bagus untuk memanfaatkan berbagai kekuatan yang dimilikinya untuk mengoptimalkan pengunjung yang datang sehingga menghasilkan</p>

Tabel 2.1-Lanjutan

No.	Judul Penelitian	Peneliti	Metode Penelitian	Hasil
				<i>interest</i> perusahaan dilingkungan
				<p>internalnya untuk menarik keuntungan dari peluang-peluang eksternal. Sebuah perusahaan juga harus memecahkan permasalahan internal dan menghindari beragam ancaman eksternal. Adapun cara yang dapat dilakukan untuk menghadapi hal tersebut diantaranya dengan intensif karena Syahaba <i>Coffee</i> masih perlu melakukan berbagai upaya intensif. <i>Coffee Shop</i> juga terhdapat hal yang harus diperhatikan khususnya dalam upaya dari Syahaba <i>Coffee</i> agar lebih baik.</p>

2.7 Kerangka Pemikiran

Adapun kerangka berpikir dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran Penelitian



BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Peneliti menggunakan deskriptif kualitatif karena mengkaji sebuah fenomena dengan turun langsung ke tempat yang ingin diteliti untuk memperoleh data agar peneliti dapat menjadi instrumen penelitian atau lebih dikenal dengan alat pengumpul data. Pengumpulan data lebih fleksibel, peneliti menentukan responden sesuai kriterianya sendiri sehingga menghasilkan data yang dibutuhkan.

Furchan (2004) menyatakan bahwa penelitian deskriptif (*descriptive research*) menggambarkan fenomena pada saat ini atau masa lalu. Peneliti mampu menerangkan secara langsung sebuah peristiwa menjadi pusat perhatian. Variabel yang diteliti dapat tunggal atau lebih dari satu variable.

Penelitian deskriptif pertama dilakukan dengan menentukan sebuah permasalahan yang akan berubah menjadi sajian jenis informasi, pengumpulan data melalui observasi atau pengamatan, melaksanakan pengolahan informasi atau data yang telah diperoleh sebelumnya hingga akhirnya menarik intisari dari penelitian tersebut (Noor, 2015).

3.2 Fokus Penelitian

Terdapat lebih dari dua alternatif dalam menentukan fokus penelitian menurut Sugiyono (2006) diantaranya:

1. Menentukan masalah yang disampaikan informan.
2. Menentukan fokus domain yang telah dipilih.
3. Menentukan fokus nilai temuan dalam meneruskan penelitian.
4. Menentukan masalah yang sesuai dengan landasan *review* terdahulu.

Fokus penelitian ini diantaranya untuk mengetahui dampak perekonomian serta mengetahui strategi yang dilakukan oleh *Breaktime Coffe Shop* Kota Banda Aceh dalam meningkatkan perekonomian akibat Covid-19 di Era Pasca Covid-19 dalam tinjauan Ekonomi Islam.

3.3 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di *Breaktime Coffee Shop* Banda Aceh dan telah dilakukan pada bulan September-November 2021.

3.4 Jenis Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis data primer dan data sekunder. Menurut Sugiyono (2017) data primer merupakan data yang langsung memberikan data kepada peneliti. Pengambilan data primer melalui wawancara langsung dengan para informan diantaranya:

1. Pemilik *Breaktime Coffee Shop* Banda Aceh
2. Manajer *Breaktime Coffee Shop* Banda Aceh
3. Supervisor *Breaktime Coffee Shop* Banda Aceh
4. Karyawan *Breaktime Coffee Shop* Banda Aceh

5. Akademisi dan Tokoh Ekonomi

Data sekunder diperoleh secara tidak langsung seperti melalui orang lain atau dokumen (Sugiyono, 2017). Sumber data sekunder dalam penelitian ini diperoleh berdasarkan dokumen yang berkaitan dengan penelitian, laporan dan arsip resmi yang diperoleh dari *Breaktime Coffe Shop* Banda Aceh.

3.5 Informan

Informan diperoleh menggunakan teknik *purposive sampling* dengan tingkat validitas dan reliabilitas yang tinggi. Purposive sampling ialah teknik pengambilan sampel dengan menentukan kriteria-kriteria tertentu (Sugiono, 2017)

Informan dalam penelitian ini sebagai berikut

Tabel 3.1
Informan

No	INFORMAN	Jumlah
1.	Pemilik Breaktime Coffee Shop Banda Aceh	1 Orang
2	Manajer Breaktime Coffe Shop Banda Aceh	1 Orang
3.	Supervisor Breaktime Coffee Shop Banda Aceh	1 Orang
4.	Karyawan Breaktime Coffee Shop Banda Aceh	8 Orang
	3 orang bagian kasir	
	3 orang bagian dapur	
	4 orang bagian waiters	
5.	Akademisi	2 Orang
TOTAL		13 Orang

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Memperoleh data merupakan persoalan teknik pengumpulan data dengan menggunakan interview, observasi, test

eksperimen, koleksi atau kombinasi dari pada beberapa metode namun memiliki dasar dan alasan (Hadi, 1984). Menurut Fathoni (2011), observasi merupakan teknik pengumpulan pengamatan dan pencatatan terhadap perilaku objek sasaran. Observasi disini merupakan pengamatan langsung ke *Breaktime Coffee Shop* Banda Aceh.

Menurut Fathoni (2011), wawancara merupakan proses tanya jawab lisan *face to face contact* dari pihak yang *interviewer* dan jawaban diberikan oleh peserta. Wawancara dalam hal ini melakukan tanya jawab satu arah kepada informan dengan materi mengenai dampak dari Covid-19 dan strategi yang dilakukan oleh *Breaktime Coffe Shop* Kota Banda Aceh dalam meningkatkan perekonomian akibat pandemi Covid-19 di Era Pasca Covid-19 dalam tinjauan Ekonomi Islam. Indikator Kesejahteraan didefinisikan sebagai suatu keadaan terpenuhinya segala bentuk kebutuhan hidup, khususnya yang bersifat mendasar seperti makanan, pakaian, tempat tinggal, pendapatan, pendidikan dan kesehatan (Bustamam, N. et.al, 2021). *Breaktime Coffe Shop* memenuhi beberapa indikator kesejahteraan para karyawannya diantaranya : tersedia tempat tinggal bagi pegawai yang merantau, pakaian seragam dalam bekerja, makan di tanggung sepenuhnya, kesehatan dibawah tanggung jawab owner *Breaktime Coffee Shop*, serta pendapatan (upah) pegawai diberikan cukup dan tepat waktu.

3.7 Teknik Pengolahan Data

Editing data dan koding data merupakan teknik pengolahan data dalam penelitian ini. Menurut Fathoni (2011) editing data merupakan pemeriksaan kembali hasil penelitian kuisioner untuk mengetahui kelengkapan dan kejelasan isi jawaban, kesesuaian antara jawaban yang satu dengan yang lainnya, relevansi jawaban dengan pertanyaan dan keseragaman data agar terhindar dari kekeliruan dalam proses analisis data.

Koding data memberikan hasil penelitian yang tercantum pada kuisioner dalam arti isian/jawaban yang maksudnya sama walaupun kalimatnya berbeda, diberi kode dengan memberikan jawaban serupa. Penelitian ini melakukan koding data hasil wawancara dan data primer yang diperoleh langsung dari pihak *Breaktime Coffe Shop* Banda Aceh.

3.8 Teknik Analisis Data

Teknik analisa dilakukan ketika pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data dalam waktu tertentu pada akhirnya di analisis di lapangan menggunakan model Miles dan Huberman mencakup data *reduction*, *display* serta *conclusion drawing/ verification* (Sugiono, 2017).

1. Data *Reduction* (Reduksi Data).

Menurut Sugiyono (2016) reduksi data merupakan proses merangkum, memilih hal pokok serta memfokuskan pencarian tema serta polanya. Data yang telah direduksi memberikan

gambaran yang lebih jelas, mempermudah peneliti melakukan pengumpulan data yang kemudian peneliti mencocokkan dengan temuan di lapangan. Tahap mereduksi data merupakan proses berfikir yang memerlukan kecerdasan, keluasan serta kedalaman peneliti.

2. *Data Display* (Penyajian Data)

Penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori (Sugiyono, 2016). Dalam hal ini Miles dan Huberman (1984) menyatakan “*the most frequent form of Display data for qualitative research data in the past has been narrative text*” menyajikan data dalam penelitian kualitatif menggunakan teks naratif. Proses penyajian data dilakukan berdasarkan data terkumpul dari informan yang ditetapkan peneliti. Setelah data terkumpul, peneliti menganalisis untuk mana yang diperlukan.. Setelah data diperoleh maka data tersebut disajikan dalam bentuk informasi dengan dikaitkan dokumen atau kerangka pemikiran yang ada sehingga semua informasi yang ditampilkan memiliki makna dan arti.

3. *Conclusion Drawing/ Verification*

Penarikan kesimpulan atau verifikasi (Nazir, 2009) merupakan tahapan setelah melakukan analisis mendalam pada hasil penelitian. Penarikan kesimpulan dan verifikasi bermanfaat untuk menguji kebenaran, kecocokan informasi secara valid dan jelas. Penarikan kesimpulan menggambarkan banyaknya informasi yang diperoleh serta informasi akhir yang menjadi

tujuan penelitian sebagai evaluasi yang mendalam terhadap dampak Covid-19 dan strategi yang dilakukan oleh *Breaktime Coffe Shop* Kota Banda Aceh dalam meningkatkan perekonomian akibat pandemi di Era Pasca Covid-19 dalam tinjauan Ekonomi Islam.



BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Breaktime Coffee Shop Banda Aceh di Jln. Dr H Teuku Mohammad Hasan Desa No. 10A, Sukadamai, Kec. Lueng Bata, Kota Banda Aceh, Provinsi Aceh. *Breaktime Coffe Shop* merupakan sebuah *coffe shop* yang berawal dari sebuah *street food* di sebuah gerobak pinggir jalan dengan alat bantu berupa memakai mobil sebagai *bar coffee*. *Breaktime Coffe Shop* merupakan *coffee shop* yang diiniasi dengan anak muda dan juga pasangan *owner* yang dulunya masih pacaran sekarang sudah menjadi suami, disaat itu hanya fokus dengan *bland* akan tetapi menu seperti *curos*, *lava cake*, *america risol* sudah ada pada saat itu.

Pergerakan *Breaktime Coffee Shop* terus berinovasi dengan melihat kebutuhan pasar yang semakin ramai pengunjung yang dahulunya hanya sebuah gerai kecil yang kala itu masih menggunakan gerobak dan modal kecil serta usaha harus tutup pada saat gerimis/hujan, dalam hal ini *owner* belajar manajemen keuangan dengan memilah keuangan dari modal, keuntungan dan oprasional. Tidak hanya itu, *owner* juga banyak belajar tentang manajemen stok produk setelah 6 bulan dari jualan *street food* hingga akhirnya pindah ke *Breaktime Coffee Shop* pertama yang terletak di Penayong (depan satematang).

Pada awal mulanya, *Breaktime Coffee Shop* hanya terdiri dari dua pintu toko dan *owner* memberikan konsep yang lebih berbeda dengan menggunakan *espresso* mesin. Hal tersebut menjadikan *owner* pribadi yang berani bersaing dengan warung kopi konven seperti budi kopi dan dapu kupa karena pada saat itu penikmat *cafe* belum banyak seperti saat ini, karena masih hobi di warung kopi konven. Pada awal mula pula, *Breaktime Coffee Shop* tidak menyediakan teh dingin dan menu yang biasa dipesan untuk ngetime lama di *Breaktime Coffee Shop* dan juga tidak menyediakan WIFI saat itu. *Breaktime Coffee Shop* memiliki fokus terhadap konsumen yang duduk dan diskusi dengan menjaga kuantitas sehingga fokus kepada ramainya pengunjung jadi menjual berbagai harga dengan *profit* yang tipis dan harga yang murah. Kemudian barulah *breaktime* pindah ke tempat yang sekarang bahwa pada prinsipnya bisnis *FNB (Food And Beverage)* ini punya masa waktu untuk *decorative* dan hal hal lainnya, jadi perlu *refresh* dan kita pindah dan setiap *decorasi*, menu dan sistem harus *update* seiring berjalannya waktu jadi kita harus *update* dan setiap 5 tahun sekali *trand* itu sudah pasti *out* jadi fokus tetap ikutin *trand* dan kualitas.

4.2 Karakteristik Informan

Karakteristik informan bertujuan menggambarkan keadaan atau kondisi dalam menentukan informasi tambahan hasil penelitian. Informasi dalam penelitian ini didapatkan dari beberapa

sumber. Narasumber yang di wawancarai dalam penelitian ini berjumlah 13 orang, yaitu Pemilik *Breaktime Coffee Shop*, *Manager Breaktime Coffee Shop*, *Supervisor Breaktime Coffee Shop*, 8 Karyawan *Breaktime Coffee Shop*, dan 2 Akademisi Ekonomi. Karakteristik informan memiliki pengetahuan serta pengalaman di bidang kuliner dan *coffee shop* yang memiliki peran penting dalam melakukan koordinasi terhadap potensi pertumbuhan *coffee shop* di Kota Banda Aceh sebagai katalisator pembangunan daerah dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan terhadap masyarakat di daerah tersebut.

Tabel 4.1
Karakteristik Informan dari Wawancara

No	Nama	Usia	Jenis Kelamin	Jabatan
1	Floren Safaurora	31 Tahun	Perempuan	<i>Owner Breaktime Coffee Shop</i>
2	Hasan Aulia	32 Tahun	Laki-Laki	<i>Manager Breaktime Coffee Shop</i>
3	Mauren Auzhiva	23 Tahun	Perempuan	<i>Supervisor Breaktime Coffee Shop</i>
4	Rita Zahara	22 Tahun	Perempuan	<i>Karyawan Breaktime Coffee Shop</i>
5	Rahmat Arief Maulana	18 Tahun	Laki-Laki	<i>Karyawan Breaktime Coffee Shop</i>
6	Nora Huwaini	20 Tahun	Perempuan	<i>Karyawan Breaktime Coffee Shop</i>
7	Musdalifa	22 Tahun	Perempuan	<i>Karyawan Breaktime Coffee Shop</i>
8	Rahmady	22 Tahun	Laki-Laki	<i>Karyawan Breaktime Coffee Shop</i>
9	Iqbal Maula	24 Tahun	Laki-Laki	<i>Karyawan Breaktime Coffee Shop</i>
10	Muhammad Nur	23 Tahun	Laki-Laki	<i>Karyawan Breaktime Coffee Shop</i>

Tabel 4.1-Lanjutan

No	Nama	Usia	Jenis Kelamin	Jabatan
11	Rifa Mutia	22 Tahun	Perempuan	Karyawan <i>Breaktime Coffee Shop</i>
7	Dr. Hafas Furqani M.Ec	48 Tahun	Laki-Laki	Akademisi
8	Dr Nilam Sari M.Ag	42 Tahun	Perempuan	Akademisi

Sumber : Data Olahan Peneliti (2022)

4.3 Analisis Perilaku Konsumen Pasca Pandemi di *Breaktime Coffe Shop* Kota Banda Aceh

Perilaku konsumen menjadikan keinginan bervariasi serta dapat berubah-ubah. Perilaku konsumen dimaknai sebagai tindakan pengambilan keputusan dalam mendapatkan dan menggunakan barang atau jasa ekonomis yang dipengaruhi sosial (Mangkunegara, 2002).

Perilaku konsumen juga dinilai sebagai tindakan yang mengarahkan kepada menilai, memilih, mendapatkan serta menggunakan barang dan jasa yang diinginkan. Perilaku konsumen melakukan kebijakan pemasaran sehingga perusahaan dapat memiliki *customer loyalty*.

Breaktime Coffee Shop Kota Banda Aceh sebagai salah satu bisnis *FNB (Food And Beverage)* dengan nuansa kekinian dan suguhan menu makanan yang selalu *update* dan mengikuti *trand* tentu memiliki perilaku konsumen yang beraneka ragam sehingga terus bergerak dalam menjaga kualitas terbaik. Data yang diperoleh

dari hasil wawancara dengan Ibu Floren Safaurora (31) *Owner Breaktime Coffee Shop* Kota Banda Aceh menyebutkan bahwa:

“Konsumen Breaktime Coffee Shop memiliki karakteristik quality time karena setiap konsumen Breaktime Coffee Shop hanya menghabiskan waktu untuk berdiskusi dan nongkrong. Breaktime Coffee Shop memiliki karakteristik sebagai coffee shop yang tidak menyediakan teh dingin dan menu yang biasa dipesan untuk menghabiskan waktu lama saat nongkrong serta tidak pula menyediakan WIFI sehingga Breaktime Coffee Shop hanya fokus pada pelayanan tempat santai untuk berdiskusi secara quality time dengan orang tersayang namun tetap menjaga kualitas produk dan kuantitas konsumen sehingga dengan ramainya pengunjung Breaktime mampu menjual produk dengan harga murah meskipun memiliki profit yang tipis”.

Data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan Bapak Hasan Aulia (32) *Manager Breaktime Coffee Shop* Kota Banda Aceh menyebutkan bahwa:

Pada masa pandemi beberapa waktu kebelakang karakteristik konsumen Breaktime Coffee Shop Banda Aceh mengalami perubahan yang sangat signifikan dari proses dan hasil penjualan. Dimasa Pandemi Covid-19 tempo dulu penjualan naik turun, naik disaat tanggal merah atau hari libur, akan tetapi disaat hari biasa penjualan menurun drastis. Pada saat Pandemi tersebut konsumen lebih

memilih untuk survive best of gofood, grab food atau media online lainnya. Adanya perilaku konsumen tersebut menyebabkan breaktime ngedrop hingga saat ini 80%.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat kita simpulkan bahwa perilaku konsumen pada *Breaktime Coffee Shop* Banda Aceh memiliki karakteristik konsumen dengan memprioritaskan *quality time* untuk berdiskusi dengan partner atau rekannya. *Breaktime Coffee Shop* tidak menyediakan menu yang terus di *upgrade* kualitasnya sehingga mampu menjaga cita rasa yang baik namun tetap bernuansa kekinian. *Breaktime Coffee Shop* tidak menyediakan menu yang sering dijadikan masyarakat untuk dapat duduk lama seperti teh dingin/panas dan tidak pula menyediakan WIFI. Hal tersebut dilakukan agar konsumen tidak lalai menggunakan *gadget* ketika sedang ada pertemuan di *Breaktime Coffee Shop* sehingga fokus dengan lawan bicara diskusi. Adanya Pandemi Covid-19 beberapa waktu lalu juga menyebabkan perubahan karakter konsumen di *Breaktime Coffee Shop*, konsumen melakukan orderan makanan atau minuman menggunakan media *gofood, grab food atau media online lainnya*. Hal tersebut menyebabkan *Breaktime Coffee Shop* mengalami penurunan omzet penjualan hingga 80% dari sebelum Pandemi Covid-19. Berdasarkan data yang diperoleh dari wawancara dengan Ibu Rita Zahara (22) Karyawan *Breaktime Coffee Shop* Kota Banda Aceh menyebutkan bahwa:

Penjualan pada masa Pandemi Covid-19 mengalami penurunan pengunjung hingga 45%, yang biasanya sehari bisa lebih 70 kali orderan masuk sekarang menurun secara drastis. Karenanya jam layanan dimasa pandemi juga berubah menjadi pukul 09:30 WIB hingga 23:00 WIB.

Berdasarkan data yang diperoleh dari wawancara dengan Bapak Rahmat Arief Maulana (22) Karyawan *Breaktime Coffee Shop* Kota Banda Aceh menyebutkan bahwa:

“Penjualan pada masa Pandemi Covid-19 mengalami penurunan pengunjung menurun hingga drastis, jumlah dibawah 100 orang per harinya”.

Data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan Ibu Floren Safaurora (31) *Owner Breaktime Coffee Shop* Kota Banda Aceh menyebutkan bahwa:

“Penurunan penjualan Breaktime Coffee Shop juga disebabkan karena saat Pandemi Covid-19 ekonomi menurun dan trend breaktime menurun karena udah lost beberapa bulan trend, dan juga muncul coffee baru yang lagi hits dikalangan remaja tapi kalau breaktime itu udah ada masanya jadi adanya penurunan ,awalnya mau ngebust penjualan untuk ngerehab. Cuma karena keadaan breaktime mau pindah dengan konsep baru maka ditunda, disana nanti new konsep, new place dan juga cara penyajian new system tapi namanya tetap breaktime”.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat kita simpulkan bahwa perilaku konsumen di Breaktime Coffee Shop mengalami penurunan yang sangat drastis dalam hal orderan *stayin* di *coffee shop*. Penurunan ini berkisar 45% dengan jumlah rata-rata pengunjung dibawah 100 orang setiap harinya. Adapun cara untuk meminimalisir hal ini, Breaktime Coffee Shop menambah jam pelayanan mulai pukul 09:30 WIB hingga 23:00 WIB sehingga konsumen dapat melakukan pembelian lebih awal dari biasanya. Breaktime Coffee Shop juga terus berbenah dalam hal pengembangan toko yang akan dibangun menggunakan konsep baru dengan *new place and system*.

4.4 Analisis Strategi Yang Dilakukan Oleh Breaktime Coffe Shop Kota Banda Aceh Dalam Meningkatkan Kesejahteraan karyawan Pasca Pandemi Covid-19 Dalam Tinjauan Ekonomi Islam

Pasca Pandemi merupakan tatanan kehidupan baru yang dilakukan masyarakat dalam menjalankan aktivitas hidup setelah Pandemi Covid-19. Pandemi Covid-19 merupakan sesuatu hal yang menular yang mengganggu pernafasan yang menjadi penyebab matinya manusia. Penyakit yang berasal dari Wuhan China dan pernah menyebar ke banyak negara tidak terkecuali Indonesia. Pemerintah menentukan penerapan kehidupan pasca pandemi dalam menjalankan aktivitas biasa di luar rumah namun hal ini berdampak erat terhadap perekonomian terutama yang mengandalkan perekonomian dalam sektor pelayanan publik. *Breaktime Coffee Shop* merupakan salah satu *coffe shop* yang

mengalami dampak karena adanya pandemi covid-19 tersebut. Dalam melakukan upaya pembangunan untuk terus maju, *Breaktime Coffee Shop* juga memiliki strategi dalam mengembangkan usahanya. *Breaktime Coffe Shop* memiliki strategi pemasaran agar terlaksananya hubungan yang baik antara *coffe shop* dengan konsumen. Strategi pemasaran merupakan ujung tombak *coffe shop* yang dapat menentukan kemajuan dari perusahaan itu sendiri. Pelaku bisnis memiliki strategi pemasaran yang dalam mempengaruhi pendapatan perusahaan. Strategi pemasaran menjadi alat utama pengembangan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar (Tjiptono, 2014). Strategi pemasaran menjadi pola pikir dalam mencapai tujuan pemasaran di sebuah perusahaan (Kotler dan Armstrong, 2012). Berdasarkan definisi tersebut maka strategi pemasaran dimaknai sebagai rencana dalam mencapai tujuan pemasaran dan perusahaan demi kelangsungan hidup perusahaan dengan mengoptimalkan penggunaan sumber daya yang dimilikinya.

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan Ibu Floren Safaurora (31) *Owner Breaktime Coffee Shop* Kota Banda Aceh menyebutkan bahwa:

“Breaktime Coffee Shop melakukan pemangkasan menu-menu yang menurut owner gak efektif dan bahan bakunya ga bisa dipakai dibanyak menu dan juga bahan baku sulit didapatkan, dan pangkas system oprasional misal dulu semua minuman rata-rata bland tapi kan ada juga orang yang gak suka minuman di bland, ada yang suka shake dan juga jam oprasional di perpanjang buka dari pukul 10:00

sampai selesai, namun disaat coffee shop sekarang udah pada bayar cash langsung dikasir tapi Breaktime Coffee Shop masih tetap melayani cust menggunakan pelayan, strategi mengurangi oprasional seperti penghematan pemakaian listrik, pengurangan karyawan untuk mengurangi bebas oprasional perusahaan dan juga memanjangkan jam oprasional yang dulunya hanya buka dari pukul 15:00 sekarang buka mulai pukul 09:30 agar menjadi opsi untuk orang-orang yang mau coffe di breaktime sudah bisa dijam yang lebih awal. Kekurangan breaktime dulu saat muncul masih makan dulu lalu bayar, kalau bayar dulu baru makan itu cuma kfc dulunya, breaktime belum berani ambil system bayar dulu lalu makan itu kekurangannya, dan juga breaktime tidak focus ke penjualan online makan dari sini breaktime terpukul habis hingga turun 80% karena apa-apa sekarang system online tapi breaktime tidak mengutamakan”.

Data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan Bapak Hasan Aulia (32) Manager *Breaktime Coffee Shop* Banda Aceh menyebutkan bahwa:

Strategi ditempat baru benar-benar dirubah konsep dari interior yang bakal jadi instgramable, dan menu makanan yang bakal ada pilihan langsung dipilihan panutan owner starbuck dan juga ada menu kitchen, system bayar dulu baru makan. Menu packaging yang terbaru lebih kecil dan

harga juga lebih murah cocok dikalangan kantong mahasiswa seperti dulu lagi, dan focus ke beberapa vendor makanan yang mau masuk missal isi etalase yang fresh.

Data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan Ibu Maureen Auzhiva (23) Supervisor *Breaktime Coffee Shop* Banda Aceh menyebutkan bahwa:

Breaktime Coffee Shop akan melakukan promosi melalui media sosial, memberikan diskon di hari besar seperti 17 agustus dan tahun baru. Memberikan diskon kepada konsumen atau harga paket murah seperti harga normal biasanya 35.000 , tapi untuk siang mulai pukul 13:00-16:00 menjadi 23.000.

Berdasarkan data tersebut dapat kita simpulkan bahwa dalam meningkatkan perekonomian melalui penjualan *Breaktime Coffee Shop* memiliki beberapa strategi dalam mengembangkan usaha diantaranya: Melakukan pemangkasan menu yang kurang efektif dengan bahan baku yang tidak dapat dipakai sebagai bahan baku beberapa menu lainnya.

Breaktime Coffee Shop terus menjaga kualitas pelayanan kepada konsumen dengan tetap melayani konsumen misalnya dalam hal pembayaran. Disaat *coffe shop* lainya telah menggunakan metode *self service* namun *Breaktime Coffee Shop* masih menerima pembayaran secara manual sehingga masih memberikan pelayanan prima kepada konsumen. Pasca pandemi *Breaktime Coffee Shop* telah memberlakukan jam pelayanan lebih

awal dibandingkan saat pandemi beberapa waktu lalu dengan tujuan agar konsumen dapat menikmati *coffee* lebih pagi yang dimulai pukul 09:30 WIB hingga 23:00 WIB. Adanya proses pembangunan gedung baru juga menjadi strategi penting dalam mengembangkan usaha *Breaktime Coffee Shop* dimana di gedung baru nantinya memiliki konsep dengan bahan interior yang *instagramable* serta menu makanan dengan kiblat *Sturbuck Coffee Shop*.

Menu *packaging* yang terbaru lebih kecil dengan harga yang lebih murah sehingga cocok dikalangan target mahasiswa seperti yang pernah dilakukan beberapa tahun sebelumnya. Tidak hanya itu, *Breaktime Coffee Shop* juga akan berorientasi dalam pengembangan menu makanan dengan mempercayakan melalui vendor makanan yang *fresh* dan berkualitas. *Breaktime Coffee Shop* juga akan melakukan promosi melalui media sosial, memberkan diskon di hari besar seperti 17 Agustus dan tahun baru, memberikan diskon kepada konsumen atau harga paket murah pada siang hari sejak pukul 13:00 hingga 23.000.

Pelaku industri memanfaatkan penggunaan internet dan media sosial dalam menjual produk. Pemasaran yang dilakukan melalui media sosial dapat berupa iklan, *endorsement* dan *paid promote*. Menurut Hariyanti & Wirapraja (2018) strategi yang sangat layak dilakukan di industri saat ini melalui penggunaan jasa *influencer* yang berada di industri publik media sosial. *Influencer* dikenal sebagai sosok individu yang memiliki banyak penggemar

dan memiliki jumlah pengikut yang dapat mempengaruhi atau merespon perilaku pengikutnya. *Influencer* sangat efektif apabila dijadikan sebuah alternatif dalam mempromosikan brand atau usaha dibandingkan dengan media konvensional terlebih dalam hal penghematan biaya. Penggunaan media sosial dan *influencer* sebagai salah satu media promosi dan iklan hanya membutuhkan *cost* promosi yang cukup rendah yaitu sekitar 10% dibandingkan dengan biaya produksi iklan yang ada di TV. Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian dari GetCRAFT menyatakan bahwa dengan adanya penggunaan platform instagram sebanyak 37.290 views misalnya, individu dapat mengeluarkan biaya sekitar Rp. 590 per view (Zaenudin, A., April 22 2019). Disisi lain, penggunaan jasa *influencer* pada sosial media juga tidak selamanya optimal untuk mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli barang dan jasa. Hasil penelitian Amalia, dkk (2019) menunjukkan bahwa *influencer* media sosial hanya berpengaruh paling tinggi terhadap *brand awareness* sebesar 43%, *brand association* 33%, dan *perceived quality* sebesar 23%. Hal tersebut menyatakan bahwa keberadaan *influencer* cukup berpengaruh namun tidak sepenuhnya tanpa memperhatikan faktor yang lainnya (Amalia, dkk ; 2019).

Data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan Ibu Dr. Nilam Sari, M.Ag (42) Akademisi Ekonomi Syariah Banda Aceh menyebutkan bahwa:

Strategi penjualan pasca pandemi harus tetap menggunakan hal dengan aman, cuci tangan, jaga jarak,

pedagang pakai masker, yang penting harus mempertahankan kualitas rasa makanan dan memberikan dist kepada konsumen dan kemudahan seperti gofood dan lainnya sangat berpengaruh soalnya karena sekarang sudah sistem online.

Data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan Bapak Hafas Furqani Tokoh Ekonomi Kota Banda Aceh menyebutkan bahwa:

Starateginya di antaranya adalah coffee shop memberikan pelayanan dengan mengembangkan system on site (ditempat), juga harus mengembangkan sistem dimana menunya harus di masukan ke dalam online seperti grab food atau media online lainnya dan juga coffee shop harus ber inovasi seperti itu sehingga jumlah konsumen akan meningkat.

Berdasarkan data tersebut dapat kita simpulkan bahwa penjualan pasca pandemi juga harus tetap memperhatikan nilai keamanan dimana setiap penjual harus tetap cuci tangan, jaga jarak, memakai pakai masker agar kualitas rasa makanan mampu dipertahankan sehingga mampu memberikan pelayanan prima terhadap konsumen *Breaktime Coffee Shop* juga akan fokus kepada penjualan melalui media sehingga tidak hanya fokus memberikan pelayanan menggunakan *system on site* (ditempat), namun juga harus mengembangkan sistem dimana menunya harus di masukan ke dalam online seperti *grab food* atau media *online* lainnya

sehingga jumlah konsumen akan meningkat. Menurut Andriani (2020) peningkatan kepercayaan konsumen harus memperhatikan total *quality management* terhadap konsumen dan stakeholder terkait higienitas sehingga mencegah penyebaran virus dengan tetap menjaga kenyamanan konsumen melalui penggunaan masker, hand sanitizer dan menjaga kebersihan di lingkungan sekitar.

Data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan Bapak Hafas Furqani Tokoh Ekonomi Kota Banda Aceh menyebutkan bahwa:

“Adanya dukungan masyarakat seperti belanja di coffee shop akan meningkatkan penghasilan yang semakin tinggi diterima oleh coffee shop. Kalau masyarakat tidak mau mendukung maka penghasilannya berkurang maka dari itu sangat penting dukungan masyarakat Adanya pembatasan pengunjung pasca pandemi juga mengurangi pengunjung di coffee shop dengan dia membatasi diri jadi rumit aturan, mempengaruhi pendapatan coffee shop tersebut jadi agak kurang”.

Data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan Ibu Dr. Nilam Sari, M.Ag (42) Akademisi Ekonomi Syariah Banda Aceh menyebutkan bahwa:

Dukungan masyarakat, terutama saat masa pasca pandemic perlu diperhatikan sama-sama baik masyarakat, pemerintah, dan pedagang sendiri dibidang coffee shop

yang namanya protokol kesehatan yang akan dijalankan, yang ditanyakan sejauh ini perlu mendukung.

Berdasarkan data tersebut dapat kita simpulkan bahwa dukungan masyarakat menjadi modal utama dalam pengembangan usaha pasca pandemi agar dapat meningkatkan kesejahteraan lingkungan karyawan dan masyarakat. Menurut Swasono (2004) kesejahteraan merupakan kehidupan sesuai standar kelayakan hidup yang dipersepsi masyarakat seperti kehidupan sosial, material dan psikologis tertentu. Kesejahteraan masyarakat merupakan kondisi terpenuhinya kebutuhan material, spiritual dan sosial warga negara agar dapat hidup layak dan mampu mengembangkan diri, sehingga dapat melaksanakan fungsi sosialnya (Undang-undang No. 11 Tahun 2009). Beberapa indikator kesejahteraan telah terpenuhi di *Breaktime Coffe Shop* Seperti disediakan tempat tinggal dan makan bagi pegawai yang merantau, bukan hanya itu untuk kesehatan para karyawan juga sangat di perhatikan mulai dari pemberian obat dan biaya rumah sakit. Data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan Ibu Rita Zahara (22) Karyawan *Breaktime Coffee Shop* Banda Aceh menyebutkan bahwa:

Kerja di Breaktime Coffee Shop sangat memenuhi kebutuhan terutama seperti mahasiswa dan perantau disediakan tempat tinggal dan makan ditanggung sepenuhnya, sangat cukup untuk karyawan. Pembayaran upah pun dilakukan melalui debit dimana fulltime diberikan

upah sebesar Rp 40.000/hari dan partime sebesar Rp 25.000/hari. Saya sebagai karyawan merasa sangat senang dan tidak merasa keberatan dikarenakan bekerja di Breaktime Coffee Shop difasilitasi tempat istirahat dan makan.

Data tersebut juga didukung oleh data dari hasil wawancara dengan Ibu Nora Huwaini (22) dan Bapak Rahmat Arief Maulana (22) yang menyatakan bahwa:

Bekerja di Breaktime Coffee Shop sangat memenuhi kebutuhan khususnya seperti mahasiswa dan perantau disediakan tempat tinggal dan makan ditanggung sepenuhnya, sangat cukup untuk karyawan. Karyawan merasakan hal yang senang dan tidak merasa keberatan dikarenakan bekerja di breaktime difasilitasi tempat istirahat dan makan meskipun penjualan menurun dimasa pandemi lalu.

Berdasarkan data tersebut dapat kita simpulkan bahwa *Breaktime Coffee Shop* memiliki lingkungan kerja yang baik dalam hal memenuhi kebutuhan karyawan dimana memberikan ujroh kepada karyawan tepat waktu dan sesuai dengan perjanjian dimana pekerja fulltime mendapatkan ujroh sebesar Rp 40.000/hari dan partime sebesar Rp 25.000/hari. Karyawan *Breaktime Coffee Shop* juga mendapatkan fasilitas makan dan tempat tinggal bagi perantau dan mahasiswa sehingga para karyawan man dan nyaman dalam bekerja. Penghasilan dan fasilitas yang diperoleh juga dapat

memenuhi kebutuhan dan meningkatkan kesejahteraan dilingkungan karyawan dan masyarakat karena dapat memenuhi kebutuhan. Pada masa perbaikan ruko dengan pindah ke lokasi yang baru, seluruh karyawan dirumahkan dengan tidak mendapatkan gaji pada saat tidak bekerja namun diberikan kebebasan untuk dapat bekerja ditempat lain sembari lokasi yang baru selesai dan diberi kemudahan untuk dapat bekerja kembali nantinya.

Menurut Chapra (2001) kesejahteraan dalam Islam tidak semata diwujudkan dengan mengunggulkan kekayaan dan konsumsi namun mempertimbangkan spiritual diri manusia secara seimbang. Kebutuhan materi mencakup sandang, pangan, papan, pendidikan, transportasi, jaminan kehidupan serta harta benda yang memadai dan semua barang dan jasa yang memberikan kenyamanan dan kesejahteraan riil. Kebutuhan spiritual diantaranya ketakwaan kepada Allah, kedamaian, kebahagiaan batin, keharmonisan keluarga serta masyarakat dan tiadanya kejahatan. Allah SWT menganjurkan manusia agar memenuhi kebutuhan dengan mencari penghasilan berupa pendapatan sebagaimana pada surah Al-Jumuah (62):10:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ
وَأذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

Artinya: “Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi, dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.” Q.S (Al –Jumuah [62] : 10).

Berdasarkan Tafsir Al-Qur’an karangan Muhammad Quraish Shihab apabila seorang muslim telah selesai menunaikan shalatnya maka dapat melanjutkan usaha bekerja agar memperoleh karuniaNya berupa penghasilan ataupun pendapatan, ilmu pengetahuan, harta benda atau kesehatan. Muslim juga diperintahkan senantiasa mengingat Allah SWT didalam maupun diluar ibadah shalatnya dan selalu berikhtiar dengan giat untuk mencapai tujuan yang baik, mulia disisi Nya dan terhormat dipandang manusia dengan landasan nilai syariah islam sehingga menjadi orang yang beruntung didunia dan diakhirat.



BAB V KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

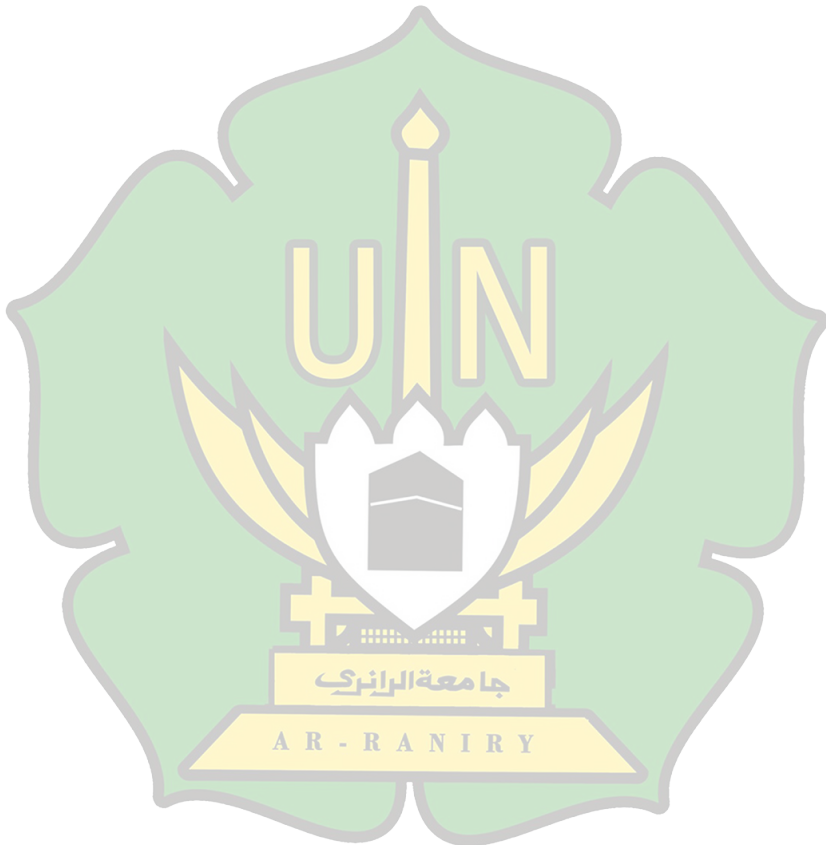
1. Perilaku konsumen pada *Breaktime Coffee Shop* Banda Aceh memiliki karakteristik konsumen dengan memprioritaskan *quality time* untuk berdiskusi dengan *partner* atau rekannya. *Breaktime Coffee Shop* menyediakan menu yang terus di *upgrade* kualitasnya sehingga mampu menjaga cita rasa yang baik namun tetap bernuansa kekinian. *Breaktime Coffee Shop* tidak menyediakan menu yang sering dijadikan masyarakat untuk dapat duduk lama seperti teh dingin/panas dan tidak pula menyediakan WIFI. Hal tersebut dilakukan agar konsumen tidak lalai menggunakan *gadget* ketika sedang ada pertemuan di *Breaktime Coffee Shop* sehingga fokus dengan lawan bicara diskusi. Adanya Pandemi Covid-19 beberapa waktu lalu juga menyebabkan perubahan karakter konsumen di *Breaktime Coffee Shop*, konsumen melakukan orderan makanan atau minuman menggunakan media *gofood*, *grab food* atau media online lainnya. Hal tersebut menyebabkan *Breaktime Coffee Shop* mengalami penurunan omzet penjualan hingga 80% dari sebelum Pandemi Covid-19.
2. *Breaktime Coffee Shop* memiliki beberapa strategi dalam mengembangkan usaha diantaranya: Melakukan pemangkasan menu yang kurang efektif, menjaga kualitas pelayanan kepada konsumen, pemberlakuan jam operasional dimulai pukul 09:30

WIB hingga 23:00 WIB dan pembangunan gedung baru dengan konsep bahan interior yang *instagramable* serta menu makanan dengan kiblat *Sturbuck Coffee Shop Breaktime Coffee Shop*. Dalam hal memenuhi kebutuhan karyawan owner memberikan ujroh kepada karyawan tepat waktu dan sesuai dengan perjanjian bukan hanya itu karyawan *Breaktime Coffee Shop* juga mendapatkan fasilitas makan dan tempat tinggal bagi perantau dan mahasiswa, sehingga penghasilan dan fasilitas yang diperoleh dapat memenuhi kebutuhan dan meningkatkan kesejahteraan dilingkungan karyawan dan masyarakat.

5.2 Saran

1. Diharapkan *Breaktime Coffee Shop* dapat menjadi sebuah *coffee shop* yang terus memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen dengan meningkatkan kualitas dan terus berorientasi maju mengikuti perkembangan zaman dan kebutuhan konsumen sehingga akan terus tetap *exis* di masa pasca pandemi saat ini.
2. *Breaktime Coffee Shop* Banda Aceh diharapkan menjadi kiblat *coffee shop* lain di Kota Banda Aceh yang dapat memotivasi untuk kedepannya agar menjadi lebih maju dan sukses di Era *Pasca Covid-19* serta selalu menunjukkan hasil kerja nyata untuk konsumen Kota Banda Aceh dengan tetap menyajikan menu terbaik, modern dan profesional tanpa menghilangkan

nilai kearifan lokal dan terus menjunjung syariat yang ada di Kota Banda Aceh.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman. (1990). *Ekonomi Keuangan Perdagangan Cet ke-4*. Jakarta: Pradaya Paramita
- Arman, H. 2003, *Perencanaan dan Pengendalian Produksi*. Yogyakarta: Graha Ilmu Cetakan Pertama.
- Auda, J (2015). *Maqasid Shariah as Philosophy of Islamic Law: A System Approach, alih bahasa Rosidin dan 'Ali 'Abd el-Mun'im, Cet. 1*. Bandung: Mizan Pustaka
- Azhari (2016). *Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi*. Medan: Febi UIN-SU Press
- Asmini, Sutama, I. N., Haryadi, W., & Rachman, R. (2020). Manajemen Business Cycle Sebagai Basis Peluang Usaha Pasca Pasca Covid-19: suatu Strategi Pemulihan Ekonomi Masyarakat. Indonesian. *Journal of Social Sciences and Humanities*, 1(2), 121-129.
- Basu, S. (2008). *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: Penerbit BPFE Yogyakarta
- Bustamam, N., et.al. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Indikator Kesejahteraan Masyarakat Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi*, 32 (1), 85-92.
- Chapra, U. (2001). *The Future of Economics: An Islamic Perspective, alih bahasa Ikhwan Abidin Basri, Masa Depan Ilmu Ekonomi Sebuah Tinjauan Islam, Cet. 1*. Jakarta: Gema Insani Press
- Cross, N. (1994). *Engineering Design Methods: Strategies for Product Design*. Inggris: John Wiley & Sons Ltd.
- David, Fred R. (2011). *Strategic Management*. Jakarta: Buku 1. Edisi 12
- Dhewanto, J. P. J. & Vermeulen P. M. (2015). Determinants of product innovation in small firms. *International Small Business Journal*, 24(6), 587-609.

- Elly, H (2012). *Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda*” dalam Jurnal *Thaqafiyat* Vol. 13, No. 01, Juni 2012, 190
- Fahrizal dan Fadhil. 2014. Kajian Fisiko Kimia dan Daya Terima Organoleptik Selai Nenas yang Menggunakan Pektin dari Limbah Kulit Kakao. *Jurnal Teknologi dan Industri Pertanian Indonesia*. Vol. (6) No. 3, 2014. Universitas Syiah Kuala. Brunei Darussalam.
- Fathoni, A. (2011). *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Fauzi, F., Dencik, Abdul Basyith., Asiati, Diah Isnaini. 2019.” *Metodologi Penelitian Untuk Manajemen Dan Akuntansi*.” Salemba Empat.
- Fitriyani, I., Sudiarti, N., & Fietroh, M. (2020, Mei). Strategi Manajemen Bisnis Pasca Pandemi Pasca Covid-19. *Indonesian Journal of Social Sciences and Humanities*, 1(2), 87-95.
- Fandy,T. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Furchan, A. (2004). *Pengantar Penelitian Deskriptif*. Yogyakarta: Pustaka Belajar
- Hardilawati, W. L. (2020, Juni). Strategi Bertaan UMKM di Tengah Pandemi Pasca Covid-19. *Jurnal Akuntansi & Ekonomika*, 10(1), 90-98.
- Hasan, A. (2010). *Marketing*. Yogyakarta: Media Presindo.
- Jatmiko, RD (2004). *Manajemen Strategi*. Yogyakarta: BPFE.
- Karim, A (2007). *Ekonomi Makro Islami (Edisi 3)*. Jakarta: Rajagrafindo Persada
- Nawfal, B. (2021). Kesejahteraan Karyawan Dimasa Pandemic Covid-19 Di Wilayah Industri Cikarang. *Jurnal JDM*, 4(1).

- Nasution. (2003). *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung: Tarsito.
- Noor, Juliansyah. 2015. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : Prenada Group.
- Novika, S. (2020, Mei 28). Bakal Ada Pasca Pasca Covid-19, UMKM: Manimak Goyangan Ekonomi Muncul. Diambil kembali dari Detik Finance: <https://m.detik.com/>
- Nurazizi, RD. (2013). Kedai Kopi Dan Gaya Hidup Konsumen. [http://brawijaya.academia.edu/RezaDwiyanaNurazizi/Papers\(Online\)](http://brawijaya.academia.edu/RezaDwiyanaNurazizi/Papers(Online)) diakses 9 September 2016.
- Pearce II, John A. dan Robinson Richard B.Jr. (2008). *Manajemen Strategis 10*. Salemba Empat : Jakarta
- Pratiwi, K.A. et. al. (2019). Pengaruh Program Kesejahteraan Karyawan dan Disiplin terhadap Peningkatan Produktivitas Kerja Karyawan RSUP Sanglah Denpasar-Bali. *Jurnal Prospek*, 1(2).
- Rahmadani, M., et.al. (2013) Program Pengaruh Kesejahteraan Karyawan Terhadap Semangat Kerja Karyawan dan Prestasi Kerja Karyawan (Studi pada Karyawan Tetap Kompartemn SDM PT. Petrokimia Gresik). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(2).
- Rangkuti. (2013). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Reksoprayitno. (2004). *Sistem Ekonomi dan Demokrasi Ekonomi*. Jakarta: Bina Grafika
- Rukmana, A. Y., & Sukanta, T. A. (2020, Mei 1). Analisis Strategi Bersaing dan Strategi Bertahan pada Industri Mikro dan Kecil Panganan Keripik Kemasan di Kecamatan Coblong Kota Bandung Jawa Barat Tahun 2020 Ditengah Situasi Sulit Penyebaran Pandemi PASCA COVID-19. *Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi*, 12(1), 37-53.

- Setyanto, A. R., Samodra, N. R., & Pratama, Y. P. (2015, Oktober). Kajian Strategi Pemberdayaan UMKM dalam Menghadapi Perdagangan Bebas Kawasan ASEAN (Studi Kasus Kampung Batik Laweyan). *Etikonomi*, 14(2), 205-220.
- Shidiyyah (2016). *Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Indonesia Isu-Isu Penting*. Jakarta: LP3ES
- Stoner, James A.F; Freeman, R. Edward; Gilbert JR, Daniel. R (2005). *Manajemen*, Jilid I, PT Bhuana Ilmu Populer.
- Sugiyono. (2006). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, F. (2006). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset
- Tunggal, A. (2004). *Tanya Jawab Perilaku Konsumen dan Pemasaran Strategik*, Jakarta: Harvarindo.
- Wheelen, H and J. David Hunger. (2008). *Strategic Management and Business Policy*, Prentice Hall International, New Jersey.



LAMPIRAN

Lampiran 1 Wawancara dengan Pemilik *Breaktime Coffee Shop* Banda Aceh

Wawancara dengan Pemilik *Breaktime Coffee Shop* Banda Aceh tentang “Strategi Pengembangan *Coffee Shop* Di Era New Normal Terhadap Kesejahteraan Dalam Perspektif Ekonomi Islam”.

Identitas Informan:

Nama : Floren Safaurora
Umur : 31 Tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Jabatan : Pemilik Coffee Shop

Daftar Pertanyaan dan Jawaban:

1. Bagaimanakah latar belakang berdirinya usaha *Breaktime Coffe Shop* Banda Aceh?

Jawab : Sejarah *Breaktime Coffe Shop* adalah berupa *street food* yang awalnya hanya di gerobak pinggir jalan dan memakai mobil untuk berjualan diinisiasi dengan anak muda dan juga pasangan *owner* yang dulunya masih pacaran sekarang sudah menjadi suami, disaat itu hanya fokus dengan *bland* akan tetapi menu seperti *curos*, *lava cake*, *america risol* sudah ada pada saat itu, *owner* melihat apasih yang belum ada dengan orang lain jadi bukalah sebuah gerai kecil sehingga saat itu masih menggunakan gerobak dan modal masih kecil yang mana usahanya pada saat gerimis/hujan harus bubar tetapi disitulah *owner* belajar managemen, memilah keuangan dari modal,keuntungan dan oprasional yang harus dipilah

dan belajar manajemen stok banyak hal yang dipelajari dan juga setelah 6 bulan dari jualan *street food* lalu pindah ke *Breaktime Coffee Shop* pertama yang terletak di Penayong (depan satematang), awalnya hanya buka dua pintu toko dan *owner* memberikan konsep yang lebih berbeda dengan menggunakan *espresso* mesin disitu *owner* berani karena hanya bersaing dengan budi kopi, dapo kupa dan dengan warung kopi konven karena pada saat itu penikmat *cafe* belum banyak seperti sekarang jadi masih hobi nongkrong di warung kopi konves, dan suatu tantangan bagi *owner* adalah *open store* dalam keadaan tidak menyediakan teh dingin dan menu yang biasa dipesan untuk ngetime lama di *Breaktime Coffee Shop* dan juga tidak menyediakan WIFI saat itu, Fokus nya untuk nongkrong dan ngobrol dan *owner* emang menjaga kuantitas sehingga fokus kepada ramainya pengunjung jadi menjual berbagai harga dengan *profit* yang tipis dan harga yang murah, Kemudian barulah *breaktime* pindah ke tempat yang sekarang bahwa pada prinsipnya bisnis *FNB (Food And Beverage)* ini punya masa waktu untuk *decorative* dan hal hal lainnya, jadi perlu *refresh* dan kita pindah dan setiap decorasi, menu dan sistem harus *update* seiring berjalannya waktu jadi kita harus update dan setiap 5 tahun sekali *trand* itu sudah pasti *out* jadi fokus tetap ikutin *trand* dan kualitas.

2. Bagaimanakah keadaan jumlah penjualan usaha *Breaktime Coffe Shop* dimasa pandemi hingga keadaan *New Normal* saat ini?

Jawab : Disaat pandemi turun hingga 80% karena *best* awal Breaktime Coffee Shop yaitu orang datang, duduk, nongkrong dan makan. Cuma sewaktu pandemi orang yang *survive best of gofood, grab food* atau *online*, makannya *breaktime ngedrop* sampai 80% tapi setelah itu pandemi naik kembali tapi tidak normal lagi karena karena ekonomi menurun dan *trand breaktime* menurun karena udah *lost* beberapa bulan trend, dan juga muncul *coffee* baru yang lagi hits dikalangan remaja tapi kalau breaktime itu udah ada masanya jadi adanya penurunan ,awalnya mau ngebust penjualan untuk ngerehab. Cuma karena keadaan *breaktime* mau pindah dengan konsep baru maka ditunda, disana nanti *new* konsep, *new place* dan juga cara penyajian *new system* tapi namanya tetap *breaktime*.

3. Apa kelebihan dan kekurangan usaha *Breaktime Coffe Shop* dimasa *New Normal* saat ini?

Jawab : Kelebihan disaat *coffee shop* sekarang udah pada bayar *cash* langsung dikasir tapi *Breaktime Coffee Shop* masih tetap melayani *cust* menggunakan pelayan, strategi mengurangi oprasional seperti penghematan pemakaian listrik, pengurangan karyawan untuk mengurangi bebas oprasional perusahaan dan juga memanjangkan jam oprasional yang dulunya hanya buka dari pukul 15:00 sekarang buka mulai pukul 09:30 agar menjadi opsi untuk orang orang yang mau coffe di breaktime sudah bisa dijam yang lebih awal. Kekurangan *breaktime* dulu saat muncul masih makan dulu lalu bayar, kalau bayar dulu baru makan itu cuma kfc dulunya,

breaktime belum berani ambil system bayar dulu lalu makan itu kekurangannya, dan juga breaktime tidak focus ke penjualan online makan dari sini breaktime terpukul habis hingga turun 80% karena apa apa sekarang system online tapi breaktime tidak mengutamakan.

4. Usaha dan upaya apa sajakah yang dilakukan *Breaktime Coffe Shop* dimasa *New Normal* saat ini?

Jawab : Usaha nya mengeluarkan new produk, pangkas karyawan dan juga pangkas menu menu yang menurut owner gak efektif dan bahan bakunya ga bisa dipakai dibanyak menu dan juga bahan baku sulit didapatkan, dan pangkas system oprasional missal dulu semua minuman rata-rata bland tapi kan ada juga orang yang gak suka minuman di bland , ada yang suka shake , dan juga jam oprasionak di perpanjang buka dari pukul 10:00 sampai selesai.

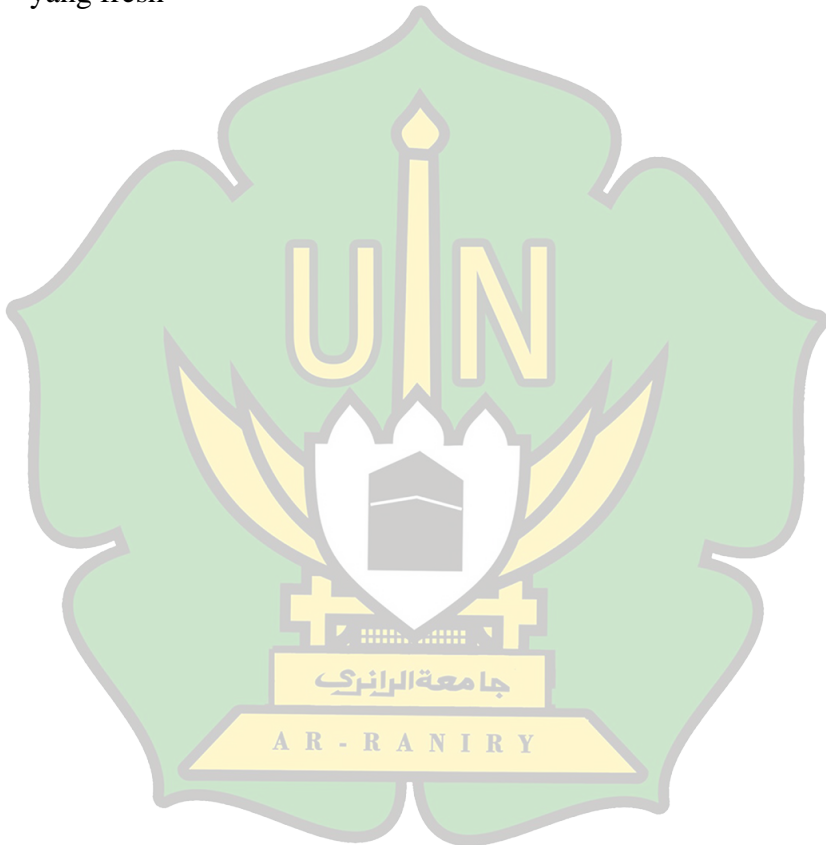
5. Bagaimana strategi pengembangan yang sudah dilakukan oleh *Breaktime Coffe Shop* dimasa *New Normal* saat ini?

Jawab : Yang sudah dilakukan yaitu pangkas menu dan bertahan menu yang sudah ada, karena belum bisa bikin apa apa dan juga breaktime mau pindah, bulan maret ini terakhir breaktime buka dan kembali dibulan juni.

6. Bagaimana strategi pengembangan yang akan dilakukan oleh *Breaktime Coffe Shop* dimasa *New Normal* saat ini?

Jawab : Strategi ditempat baru bener bener dirubah konsep dari interior yang bakal jadi instgramable, dan menu makanan yang bakal ada pilihan langsung dipilihan panutan owner starbuck dan

juga ada menu kitchen, system bayar dulu baru makan. Menu packaging yang terbaru lebih kecil dan harga juga lebih murah cocok dikalangan kantong mahasiswa seperti dulu lagi, dan focus ke beberapa vendor makanan yang mau masuk missal isi etalase yang fresh



Lampiran 2 Wawancara dengan Manager *Breaktime Coffee Shop* Banda Aceh

Wawancara dengan Manager *Breaktime Coffee Shop* Banda Aceh tentang “Strategi Pengembangan *Coffee Shop* Di Era New Normal Terhadap Kesejahteraan Dalam Perspektif Ekonomi Islam”.

Identitas Informan:

Nama : Hasan Aulia
Umur : 32 Tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki
Jabatan : Manager *Coffee Shop*

Daftar Pertanyaan dan Jawaban:

1. Bagaimanakah keadaan penjualan *Breaktime Coffe Shop* dimasa *New Normal* saat ini?

Jawab : Dimasa covid penjualan naik turun, naik disaat tanggal merah atau hari libur , akan tetapi disaat biasa penjualan seperti biasa

2. Apa sajakah kekuatan dan kelemahan *Breaktime Coffe Shop* dalam menghadapi penjualan di masa *New Normal* saat ini?

Jawab : kelemahan kekurangan karyawan & konsumen sedikit, kekuata produk seperti biasa harga dan rasa tidak tergantikan

3. Apa sajakah peluang dan tantangan *Breaktime Coffe Shop* dimasa *New Normal* saat ini?

Jawab : customer berkurang drastic hingga 45% dimasa covid, dan banya karyawan yang harus dirumahkan

4. Bagaimanakah cara mengatur keadaan penjualan *Breaktime Coffe Shop* agar tetap memenuhi target penjualan dimasa *New Normal* saat ini?

Jawab : Dengan cara mengatur penjualan,omset



Lampiran 3 Wawancara dengan Supervisor *Breaktime Coffee Shop* Banda Aceh

Wawancara dengan Supervisor *Breaktime Coffee Shop* Banda Aceh tentang “Strategi Pengembangan *Coffee Shop* Di Era New Normal Terhadap Kesejahteraan Dalam Perspektif Ekonomi Islam”.

Identitas Informan:

Nama : Maureen Auzhiva
Umur : 23 Tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Jabatan : *Supervisor* Coffee Shop

Daftar Pertanyaan dan Jawaban:

1. Apa sajakah visi dan misi *Breaktime Coffee Shop* di Era New Normal saat ini?

Jawab : visi dan misi sama seperti dengan yang lain, yang mana menyediakan makanan yang layak yang pastinya halal untuk konsumen *breaktime coffee shop*, Misi membantu orang untuk mendapatkan pekerjaan atau lowongan bagi yang membutuhkan.

2. Bagaimanakah cara *supervisor* dalam mengontrol penjualan dan memotivasi pekerja dalam mencapai target di di Era New Normal saat ini?

Jawab : dengan memberikan semangat kepada pekerja dan juga di masa new normal sebulan sekali mengadakan liburan/jalan jalan Bersama karyawan ke laut.

3. Bagaimanakah strategi pengembangan yang dilakukan oleh *Breaktime Coffee Shop* dalam meningkatkan penjualan dan pendapatan di Era New Normal saat ini?

Jawab : Mempromosikan melalui media sosial, memberkan diskon di hari besar seperti 17 agustus dan tahun baru.

4. Apa sajakah bentuk promosi yang dilakukan oleh *Breaktime Coffee Shop* dalam meningkatkan jumlah penjualan di masa *New Normal* saat ini?

Jawab : Memberikan diskon kepada konsumen atau harga paket murah seperti harga normal biasanya 35.000 , tapi untuk siang mulai pukul 13:00-16:00 menjadi 23.000



Lampiran 4 Wawancara dengan Karyawan *Breaktime Coffee Shop* Banda Aceh

Wawancara dengan Karyawan *Breaktime Coffee Shop* Banda Aceh tentang “Strategi Pengembangan *Coffee Shop* Di Era New Normal Terhadap Kesejahteraan Dalam Perspektif Ekonomi Islam”.

Identitas Informan:

Nama : Rita Zahara
Umur : 22 Tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Jabatan : Karyawan

Daftar Pertanyaan dan Jawaban:

1. Berapakah jumlah rata-rata pengunjung *Breaktime Coffee Shop* di Era New Normal saat ini?

Jawab : menurun hingga 45% pengunjung, yang biasanya sehari bisa lebih 70x orderan masuk sekarang drastic

2. Bagaimanakah penerapan jam operasional kerja yang diberlakukan di *Breaktime Coffee Shop* di Era New Normal saat ini?

Jawab : dimasa pandemic mulai pukul 09:30 hingga 23:00

3. Apakah upah/ujrah yang diberikan dapat memenuhi kebutuhan pekerja *Breaktime Coffee Shop*?

Jawab : sangat memenuhi seperti mahasiswa dan perantau disediakan tempat tinggal dan makan ditanggung sepenuhnya , sangat cukup untuk karyawan

4. Bagaimanakah sistem pemberian upah yang diberlakukan di *Breaktime Coffee Shop*?

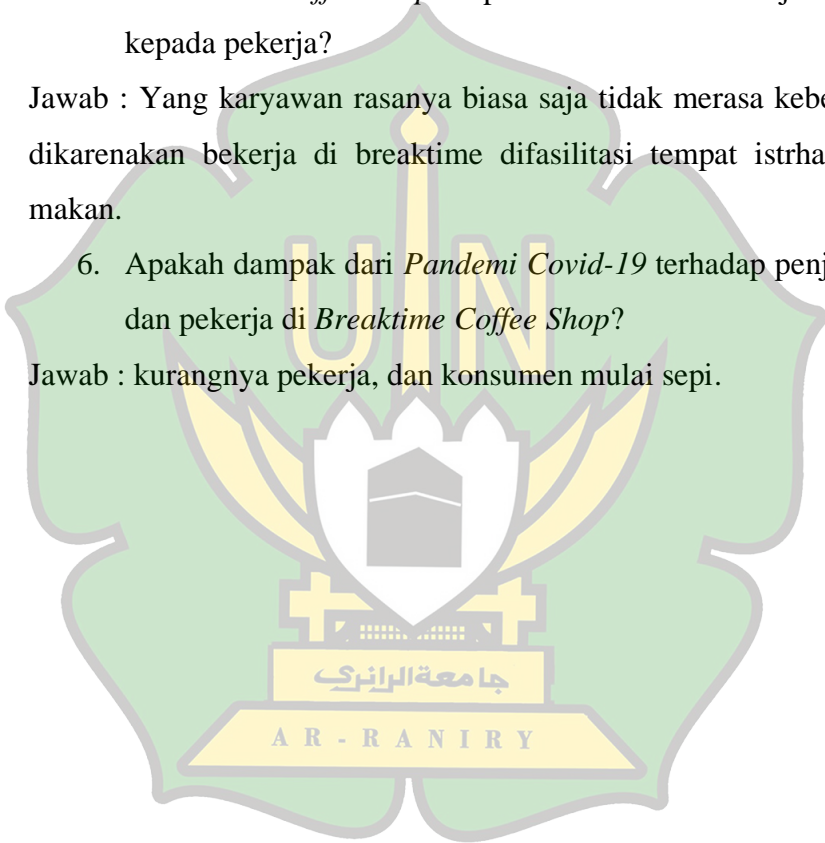
Jawab : Melalui debit, fulltime 40.000/hari & partime 25.000/hari

5. Apakah jam operasional dan ujah yang diberikan *Breaktime Coffe Shop* dapat memberikan kesejahteraan kepada pekerja?

Jawab : Yang karyawan rasanya biasa saja tidak merasa keberatan dikarenakan bekerja di breaktime difasilitasi tempat istirahat dan makan.

6. Apakah dampak dari *Pandemi Covid-19* terhadap penjualan dan pekerja di *Breaktime Coffee Shop*?

Jawab : kurangnya pekerja, dan konsumen mulai sepi.



Lampiran 5 Wawancara dengan Karyawan *Breaktime Coffee Shop* Banda Aceh

Wawancara dengan Karyawan *Breaktime Coffee Shop* Banda Aceh tentang “Strategi Pengembangan *Coffee Shop* Di Era New Normal Terhadap Kesejahteraan Dalam Perspektif Ekonomi Islam”.

Identitas Informan:

Nama : Rahmat Arief Maulana

Umur : 22 Tahun

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Jabatan : Karyawan

Daftar Pertanyaan dan Jawaban:

1. Berapakah jumlah rata-rata pengunjung *Breaktime Coffee Shop* di *Era New Normal* saat ini?

Jawab : menurun hingga drastis, jumlah pengunjung hanya mencapai rata-rata 45 orang per harinya.

2. Bagaimanakah penerapan jam operasional kerja yang diberlakukan di *Breaktime Coffee Shop* di *Era New Normal* saat ini?

Jawab : dimasa pandemic mulai pukul 09:30 hingga 23:00

3. Apakah upah/ujrah yang diberikan dapat memenuhi kebutuhan pekerja *Breaktime Coffee Shop*?

Jawab : sangat memenuhi seperti mahasiswa dan perantau disediakan tempat tinggal dan makan ditanggung sepenuhnya, sangat cukup untuk karyawan

4. Bagaimanakah sistem pemberian upah yang diberlakukan di *Breaktime Coffee Shop*?

Jawab : Melalui debit, fulltime 40.000/hari & partime 25.000/hari

5. Apakah jam operasional dan ujah yang diberikan *Breaktime Coffe Shop* dapat memberikan kesejahteraan kepada pekerja?

Jawab : Yang karyawan rasanya biasa saja tidak merasa keberatan dikarenakan bekerja di breaktime difasilitasi tempat istirahat dan makan.

6. Apakah dampak dari *Pandemi Covid-19* terhadap penjualan dan pekerja di *Breaktime Coffee Shop*?

Jawab : penjualan menurun dan tentunya adanya pemangkasan karyawan karena beban kompensasi yang terlalu besar.

Identitas Informan:

Nama : Nora Huwaini
Umur : 20 Tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Jabatan : Karyawan

Daftar Pertanyaan dan Jawaban:

1. Berapakah jumlah rata-rata pengunjung *Breaktime Coffee Shop* di *Era New Normal* saat ini?

Jawab : menurun hingga drastis, jumlah dibawah 100 orang per harinya.

2. Bagaimanakah penerapan jam operasional kerja yang diberlakukan di *Breaktime Coffee Shop* di *Era New Normal* saat ini?

Jawab : dimasa pandemic mulai pukul 09:30 hingga 23:00

3. Apakah upah/ujrah yang diberikan dapat memenuhi kebutuhan pekerja *Breaktime Coffee Shop*?

Jawab : Memenuhi karena karyawan yang bekerja disini kebanyakan mahasiswa jadi kebutuhannya masih belum terlalu banyak seperti orang yang sudah berkeluarga

4. Bagaimanakah sistem pemberian upah yang diberlakukan di *Breaktime Coffee Shop*?

Jawab : Melalui debit, fulltime 40.000/hari & partime 25.000/hari

5. Apakah jam operasional dan ujarah yang diberikan *Breaktime Coffee Shop* dapat memberikan kesejahteraan kepada pekerja?

Jawab : Yang karyawan rasanya biasa saja tidak merasa keberatan dikarenakan bekerja di *breaktime* difasilitasi tempat istirahat dan makan.

6. Apakah dampak dari *Pandemi Covid-19* terhadap penjualan dan pekerja di *Breaktime Coffee Shop*?

Jawab : penjualan menurun dan tentunya adanya pemangkasan karyawan karena beban kompensasi yang terlalu besar.

Lampiran 6 Wawancara dengan Tokoh Ekonomi

Wawancara dengan Tokoh Ekonomi tentang “Strategi Pengembangan *Coffee Shop* Di Era New Normal Terhadap Kesejahteraan Dalam Perspektif Ekonomi Islam”.

Identitas Informan:

Nama : Dr. Hafas Furqani M.Ec

Umur : 48 Tahun

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Jabatan : Dekan I FEBI UIN Ar-Raniry

Daftar Pertanyaan dan Jawaban:

1. Menurut bapak, apakah dukungan masyarakat penting dalam pengembangan *Coffee Shop* di *Era New Normal* saat ini?

Jawab : Sangat penting dukungan masyarakat, karena masyarakat adalah salah satu pendukung seperti belanja di coffee shop tersebut semakin banyak masyarakat yang datang ke coffee shop maka penghasilannya semakin tinggi penghasilan yang diterima oleh coffee shop. Kalau masyarakat tidak mau mendukung maka penghasilannya berkurang maka dari itu sangat penting dukungan masyarakat

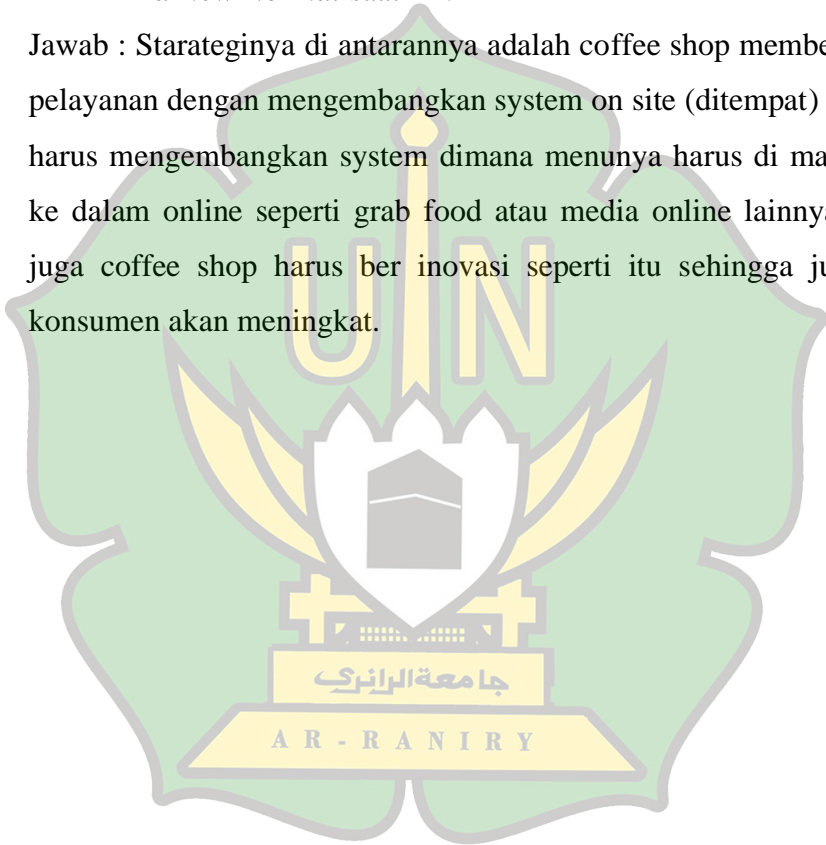
2. Menurut bapak, bagaimana dampak PSBB terhadap usaha *Coffee Shop* yang ada di Kota Banda Aceh?

Jawab : PSBB adalah pembatasan, maka kalau di batasi jumpa pengunjung juga bakal di terbatas karena psbb mengurangi pengunjung di coffee shop dengan dia membatasi diri jadi rumit

aturan, mempengaruhi pendapatan coffee shop tersebut jadi agak kurang

3. Menurut bapak, strategi apakah yang harus diterapkan oleh pengusaha *Coffee Shop* dalam mengembangkan usahanya di *Era New Normal* saat ini?

Jawab : Starateginya di antaranya adalah coffee shop memberikan pelayanan dengan mengembangkan system on site (ditempat) , juga harus mengembangkan system dimana menunya harus di masukan ke dalam online seperti grab food atau media online lainnya dan juga coffee shop harus ber inovasi seperti itu sehingga jumlah konsumen akan meningkat.



Lampiran 7 Wawancara dengan Akademisi Ekonomi Syariah

Wawancara dengan Akademisi Ekonomi Syariah tentang “Strategi Pengembangan Coffee Shop Di Era New Normal Terhadap Kesejahteraan Dalam Perspektif Ekonomi Islam”.

Identitas Informan:

Nama : Dr. Nilam Sari, M.Ag

Umur : 42 Tahun

Jenis Kelamin : Perempuan

Jabatan : Ketua Prodi Ekonomi Syariah

Daftar Pertanyaan dan Jawaban:

1. Menurut ibu, apakah dukungan masyarakat penting dalam pengembangan *Coffee Shop* di *Era New Normal* saat ini?

Jawab : Walaupun tidak new normal menurut saya selaga bentuk usaha baik coffee shop atau yang lain dari coffee shop sangat penting dukungan msyarakat, terutama saat masa pandemic akan tetapi perlu diperhatikan sama sama baik masyarakat , pemerintah, dan pedagang sendiri dibidang coffe shop yang Namanya prodcash yang akan dijalan, yang ditanyakan sejauh ini perlu,mendukung.

2. Menurut Ibu, bagaimana dampak PSBB terhadap usaha *Coffee Shop* yang ada di Kota Banda Aceh?

Jawab : Sampai sekarang yang saya lihat sudah mulai rame dimana mana coffe shop yang ada di banda aceh, kalau kita merhatikan untuk skrg tidak mulai terdampak hanya beberapa saat saja waktu PSBB diperketat.

3. Menurut ibu, strategi apakah yang harus diterapkan oleh pengusaha *Coffee Shop* dalam mengembangkan usahanya di *Era New Normal* saat ini?

Jawab : Harus aman, cuci tangan, jaga jarak, pedagang pakai masker, yang penting harus mempertahankan kualitas rasa makanan dan memberikan dist kepada konsumen dan kemudahan seperti gofood dll, sangat berpengaruh soalnya karena skrg sudah system online.

Identitas Informan:

Nama : Musdalifa
Umur : 22 Tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Jabatan : Karyawan

Daftar Pertanyaan dan Jawaban:

1. Berapakah jumlah rata-rata pengunjung *Breaktime Coffee Shop* di *Era New Normal* saat ini?

Jawab : Jumlah pengunjung *Breaktime* menurun dibawah 50% kami sepi dimasa psbb, akan tetapi terbantu sedikit dipenjualan gojek dan grabfood pada saat itu.

2. Bagaimanakah penerapan jam operasional kerja yang diberlakukan di *Breaktime Coffee Shop* di *Era New Normal* saat ini?

Jawab : dimasa pandemic muai pukul 09:30 hingga 23:00

3. Apakah upah/ujrah yang diberikan dapat memenuhi kebutuhan pekerja *Breaktime Coffee Shop*?

Jawab : Yang kami rasakan pada saat itu dapat memenuhi kebutuhan dikarenakan bekerja di breaktime bukan hanya mendapatkan gaji akan tetapi kami mendapatkan tempat tinggal, makan, dan juga sampai ke perlengkapan mandi.

4. Bagaimanakah sistem pemberian upah yang diberlakukan di *Breaktime Coffee Shop*?

Jawab : Melalui debit, wajib memiliki atm karena system debit tidak diberikan secara langsung.

5. Apakah jam operasional dan ujah yang diberikan *Breaktime Coffe Shop* dapat memberikan kesejahteraan kepada pekerja?

Jawab : Menurut saya pada saat bekerja dulu sangat memberikan kesejahteraan apa lagi untuk kami para anak rantau yang sambilan kuliah, kami diberikan Partime dan difasilitaskan lengkap.

6. Apakah dampak dari *Pandemi Covid-19* terhadap penjualan dan pekerja di *Breaktime Coffee Shop*?

Jawab : berkurangnya pengunjung yang datang, sepinya orderan

7. Apakah dampak dari *Pandemi Covid-19* terhadap penjualan dan pekerja di *Breaktime Coffee Shop*?

Jawab : berkurangnya pengunjung yang datang, sepinya orderan

Identitas Informan:

Nama : Rahmady

Umur : 22 Tahun

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Jabatan : Karyawan

Daftar Pertanyaan dan Jawaban:

1. Berapakah jumlah rata-rata pengunjung Breaktime Coffee Shop di Era New Normal saat ini?

Jawab: Dimasa new normal pengunjung masih menurun akan tetapi lebih banyak dari pada masa awal covid bisa dikatakan lebih dari 35xorderan perhari

2. Bagaimanakah penerapan jam operasional kerja yang diberlakukan di Breaktime Coffee Shop di Era New Normal saat ini?

Jawab: buka pukul 09:30 sampai dengan 23:00 malam

3. Apakah upah/ujrah yang diberikan dapat memenuhi kebutuhan pekerja Breaktime Coffee Shop?

Jawab: upahnya cukup karena kami tidur disini dan kami dapat makan disini sehari 3-4x dan kami sudah dapat alat mandi, jadi untuk upah sedemikian sangat cukup untuk kami. Tidak banyak pengeluaran yang Inti karena sudah dapat dari sini

4. Bagaimanakah sistem pemberian upah yang diberlakukan di Breaktime Coffee Shop?

Jawab : Upah di transfer seluruhnya

5. Apakah jam operasional dan ujrhan yang diberikan Breaktime Coffe Shop dapat memberikan kesejahteraan kepada pekerja?

Jawab: memberikan kesejahteraan karena owner memanusiakan pegawainya, seperti tempat tinggal yang layak, makan yang layak, dan kami sakit ditanggung atau di peristirahatkan.

6. Apakah dampak dari Pandemi Covid-19 terhadap penjualan dan pekerja di Breaktime Coffee Shop?

Jawab: Menjadikan Breaktime coffe shop sepi pengunjung walaupun masih ada yang datang akan tetapi sepi tidak seperti biasanya.

7. Tempat lama breaktime & berapa lama jarak pindah ketempat yang baru ?

Jawab: Tempat lama Breaktime terletak Di jalan teuku mohammad hasan desa sukadamai luengbata, pindah ke tempat yang baru pada bulan Juni. Akan tetapi pengumuman di sosmed sudah di umumkan dari bulan April, sambil mempersiapkan penutupan ruko lama.

Identitas Informan:

Nama : Iqbal Maula

Umur : 24 Tahun

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Jabatan : Karyawan

Daftar Pertanyaan dan Jawaban:

1. Berapakah jumlah rata-rata pengunjung Breaktime Coffee Shop di Era New Normal saat ini?

Jawab: Jumlah pengunjung menurun drastis, tidak seperti biasanya

2. Bagaimanakah penerapan jam operasional kerja yang diberlakukan di Breaktime Coffee Shop di Era New Normal saat ini?

Jawab: buka pukul 09:30 sampai dengan 23:00

3. Apakah upah/ujrah yang diberikan dapat memenuhi kebutuhan pekerja Breaktime Coffee Shop?

Jawab: Memenuhi iya karena upah dan pekerjaan sangat sesuai

4. Bagaimanakah sistem pemberian upah yang diberlakukan di Breaktime Coffee Shop?

Jawab: gaji kami di transfer oleh manager.

5. Apakah jam operasional dan ujrhan yang diberikan Breaktime Coffe Shop dapat memberikan kesejahteraan kepada pekerja?

Jawab: memberikan kesejahteraan apalagi untuk kami yang sambal kuliah jadi allhamdulillah ada tempat tinggal jadi tidak perlu ngekos lagi dan kami yang kuliah ngambil partime.

6. Apakah dampak dari Pandemi Covid-19 terhadap penjualan dan pekerja di Breaktime Coffee Shop?

Jawab: Dampaknya pengunjung sepi akan tetapi kami ada system gojek/gofood jadi lumayan ada orderan dari online terbantuan

7.Tempat lama breaktime & berapa lama jarak pindah ketempat yang baru ?

Jawab: Tempat lama Breaktime terletak Di jalan teuku mohammad hasan desa sukadamai luengbata, pindah ke tempat yang baru pada bulan Juni. Akan tetapi pengumuman di sosmed sudah di umumkan dari bulan April, sambil mempersiapkan penutupan ruko lama.

Identitas Informan:

Nama : Muhammad Nur

Umur : 23 Tahun

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Jabatan : Karyawan

Daftar Pertanyaan dan Jawaban:

1. Berapakah jumlah rata-rata pengunjung Breaktime Coffee Shop di Era New Normal saat ini?

Jawab: Jumlah pengunjung menurun drastis, tidak seperti biasanya

2. Bagaimanakah penerapan jam operasional kerja yang diberlakukan di Breaktime Coffee Shop di Era New Normal saat ini?

Jawab: buka pukul 09:30 sampai dengan 23:00

3. Apakah upah/ujrah yang diberikan dapat memenuhi kebutuhan pekerja Breaktime Coffee Shop?

Jawab: Memenuhi iya karena upah dan pekerjaan sangat sesuai

4. Bagaimanakah sistem pemberian upah yang diberlakukan di Breaktime Coffee Shop?

Jawab: gaji kami di transfer oleh manager melalui Bank BSI.

5. Apakah jam operasional dan ujrhan yang diberikan Breaktime Coffe Shop dapat memberikan kesejahteraan kepada pekerja?

Jawab: Pada saat itu sangat sejahtera karena boleh sambil kuliah dan pendapatannya cukup untuk memenuhi kebutuhan anak kos.

6. Apakah dampak dari Pandemi Covid-19 terhadap penjualan dan pekerja di Breaktime Coffee Shop?

Jawab: Sepi namun ada peningkatan melalui grabfood.

7. Tempat lama breaktime & berapa lama jarak pindah ketempat yang baru ?

Jawab: Tempat lama Breaktime terletak Di jalan teuku mohammad hasan desa sukadamai luengbata, pindah ke tempat yang baru pada bulan Juni. Akan tetapi pengumuman di sosmed sudah di umumkan dari bulan April, sambil mempersiapkan penutupan ruko lama.

Identitas Informan:

Nama : Rifa Mutia

Umur : 22 Tahun

Jenis Kelamin : Perempuan

Jabatan : Karyawan

Daftar Pertanyaan dan Jawaban:

1. Berapakah jumlah rata-rata pengunjung Breaktime Coffee Shop di Era New Normal saat ini?

Jawab: jumlah pengunjung perhari menurun yang biasanya lebih 80x order saat masa covid hanya 20-35x

2. Bagaimanakah penerapan jam operasional kerja yang diberlakukan di Breaktime Coffee Shop di Era New Normal saat ini?

Jawab: buka pukul 09:30 sampai dengan 23:00\

3. Apakah upah/ujrah yang diberikan dapat memenuhi kebutuhan pekerja Breaktime Coffee Shop?

Jawab: upahnya cukup untuk yang seperti saya fulltime, karena disini juga kami udah dapat makan, tempat tinggal, dan juga sabun shampoo dan lainnya.

4. Bagaimanakah sistem pemberian upah yang diberlakukan di Breaktime Coffee Shop?

Jawab: melalui debit kepada karyawan, jadi kami disini harus ada atm

5. Apakah jam operasional dan ujrang yang diberikan Breaktime Coffe Shop dapat memberikan kesejahteraan kepada pekerja?

Jawab: dapat, karena ada jam istirahat untuk makan nya ketika sedang bekerja, dan kami pekerja sewaktu tidak ada pelanggan bisa sambil duduk istirahat, sesuai dengan upahnya pekerjaan kami ini.

6. Apakah dampak dari Pandemi Covid-19 terhadap penjualan dan pekerja di Breaktime Coffee Shop?

Jawab: dampak besarnya jadi sepi , yang biasanya dapat pelanggan dan orderan full masa covid jadi dibawah setandar.

7. Tempat lama breaktime & berapa lama jarak pindah ketempat yang baru ?

Jawab: Tempat lama Breaktime terletak Di jalan teuku mohammad hasan desa sukadamai luembata, pindah ke tempat yang baru pada bulan Juni. Akan tetapi pengumuman di sosmed sudah di umumkan dari bulan April, sambil mempersiapkan penutupan ruko lama.

Lampiran 8 Data UMKM Kota Banda Aceh 2017-2021

No.	Sektor UKM <i>Small Industry Sector</i>	2017	2018	2019	2020	2021
1	Industri	3.178	3.178	70	2.640	1650
2	Perdagangan	4.817	6.507	8	5.508	3540
3	Aneka Jasa	1.829	3.208	5	2.156	1432
4	Pertanian	10	10	10	10	7
5	Perikanan	20	20	20	23	14
6	Peternakan	6	6	6	6	4
7	Transportasi	41	41	41	41	37
	Jumlah Total	9.901	12.970	160	10.384	6684



Lampiran 9 Daftar Dokumentasi Wawancara



Gambar 1. (Rita Zahara, 20 November 2021)



Gambar 2. (Rahmat Arief Maulana, 20 November 2021)



Gambar 3. (Mauren Auzhiva, 22 November 2021)



Gambar 4. (Dr Nilam Sari M.Ag, 22 November 2021)



Gambar 5. (Dr. Hafas Furqani, M.Ec, 24 November 2021)



Gambar 6. (Floren Safaurora, 10 Oktober 2021)



Gambar 7. (Musdalifa, 2 November 2022)



Gambar 8. (Rahmadi, 2 November 2022)



Gambar 9. (Iqbal Maula, 5 November 2022)



Gambar 10. (Muhammad Nur, 8 November 2022)



Gambar 11. (Rifa Mutia, 11 November 2022)

