

ANALISIS PENGEMBANGAN STRATEGI USAHA COFFE BOX BENGKULU
ANALYSIS OF COFFE BOX BENGKULU BUSINESS STRATEGY DEVELOPMENT

Selvin Marsa Hutabarat

Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Bengkulu

selvinmarsa22@gmail.com

Received: 20-12-2025

Revised: 10-01-2025

Approved: 25-01-2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan usaha Coffee Box Bengkulu melalui pendekatan kualitatif. Metode yang digunakan mencakup observasi langsung, wawancara mendalam dengan pemilik dan karyawan, serta pengumpulan dokumentasi relevan guna memahami strategi bisnis yang diterapkan. Analisis data dilakukan melalui tahap pengumpulan, reduksi, penyajian data, dan penarikan kesimpulan untuk mengorganisir informasi secara sistematis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan analisis SWOT, Coffee Box memiliki beberapa kekuatan utama, seperti kualitas produk yang tinggi, harga kompetitif, dan lokasi strategis. Namun, terdapat beberapa kelemahan yang perlu diperhatikan, seperti kapasitas tempat terbatas, infrastruktur parkir yang kurang memadai, dan tantangan dalam pengelolaan sumber daya manusia. Peluang yang dapat dimanfaatkan meliputi tren meningkatnya konsumsi kopi, pertumbuhan pasar kopi di Indonesia, serta potensi kolaborasi dengan bisnis lokal. Di sisi lain, Coffee Box juga menghadapi ancaman berupa persaingan ketat dengan kedai kopi besar, perubahan preferensi konsumen, serta tantangan ekonomi dan kebijakan pemerintah. Strategi yang disarankan meliputi diversifikasi produk dengan menghadirkan menu inovatif, memperkuat pemasaran digital untuk meningkatkan visibilitas merek, menjalin kemitraan dengan bisnis lokal, serta meningkatkan kualitas layanan pelanggan. Dengan pendekatan adaptif dan inovatif, Coffee Box berpotensi untuk bertahan dan berkembang dalam industri kafe yang semakin kompetitif.

Kata Kunci: *Coffee Box, Strategi Pengembangan, Analisis SWOT, Bisnis Kafe, Pemasaran Digital*

Pendahuluan

Di Indonesia, khususnya, peningkatan tren gaya hidup modern telah mengubah cara orang berinteraksi dengan kafe. Masyarakat urban kini lebih memilih kafe sebagai tempat untuk bertemu, bekerja, atau sekadar bersantai. Hal ini menciptakan peluang bagi pelaku usaha di sektor ini untuk berinovasi dan menawarkan produk yang sesuai dengan preferensi lokal. Laporan oleh Euromonitor International menunjukkan bahwa sektor kopi Indonesia diperkirakan akan tumbuh seiring dengan meningkatnya kesadaran akan kualitas dan keberagaman produk kopi (Kuncorosidi, Firmansyah, and Jojo 2025). Namun, industri ini juga menghadapi tantangan, seperti persaingan yang semakin ketat dengan munculnya banyak pemain baru, serta perubahan preferensi konsumen yang cepat. Selain itu, tantangan dalam menjaga kualitas dan keberlanjutan sumber bahan baku juga menjadi perhatian penting. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam tentang dinamika pasar, perilaku konsumen, dan strategi bisnis yang adaptif sangat penting bagi keberhasilan usaha kafe di tingkat global maupun lokal.

Penelitian ini berfokus pada analisis pengembangan strategi usaha Coffee Box di Bengkulu, bertujuan untuk memahami dan mengoptimalkan strategi bisnis yang diterapkan oleh kafe ini. Dalam beberapa tahun terakhir, industri kafe di Indonesia, termasuk Bengkulu, telah mengalami pertumbuhan yang pesat, seiring dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap gaya hidup modern yang melibatkan budaya nongkrong dan konsumsi kopi (Fauzi 2021). Saat ini, masyarakat tidak hanya mencari tempat untuk menikmati kopi, tetapi juga untuk bersosialisasi dan berinteraksi, menjadikan kafe sebagai bagian integral dari kehidupan sehari-hari.

Menurut Amelia and Yudhistira (2025) tren ini menunjukkan perubahan dalam perilaku konsumen yang lebih mengedepankan pengalaman sosial, yang berpengaruh pada strategi pemasaran yang diterapkan oleh pelaku usaha di sektor ini.

Persaingan dalam industri kafe semakin ketat, dengan banyak pelaku usaha baru yang bermunculan (Soelaiman and Liusca 2022). Hal ini membuat Coffee Box perlu beradaptasi dan berinovasi dalam strategi bisnisnya agar tetap relevan dan kompetitif (Rahayu 2023). Oleh karena itu, penting bagi Coffee Box untuk mengevaluasi dan merancang strategi pengembangan usaha yang komprehensif, mencakup berbagai aspek seperti pemasaran, pelayanan, manajemen operasional, dan pengelolaan sumber daya manusia. Analisis terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (analisis SWOT) menjadi langkah yang krusial dalam membantu Coffee Box memahami posisinya di pasar dan merumuskan langkah-langkah strategis yang efektif. Evaluasi SWOT dapat memberikan panduan bagi usaha kecil dan menengah dalam merumuskan strategi yang adaptif dan responsif terhadap perubahan pasar (Cholistiana 2024).

Faktor eksternal, seperti tren konsumen yang berubah dan kondisi ekonomi regional, juga memiliki dampak signifikan terhadap kesuksesan usaha kafe (Dzaki et al. 2025). Penelitian ini menekankan pentingnya pengembangan strategi bisnis yang adaptif dan proaktif untuk mempertahankan loyalitas pelanggan serta menarik segmen baru. Melalui analisis yang tepat, Coffee Box dapat merumuskan strategi yang tidak hanya meningkatkan pendapatan tetapi juga memperkuat posisinya sebagai kafe pilihan di Bengkulu. Dengan pendekatan yang sistematis dan berbasis data, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga mengenai strategi pengembangan usaha yang efektif dan berkelanjutan, serta mendukung pertumbuhan Coffee Box dalam jangka panjang di pasar yang kompetitif ini.

Industri kopi di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat seiring dengan meningkatnya budaya konsumsi kopi di kalangan Masyarakat (Nuryanti et al. 2023). Bengkulu, sebagai salah satu daerah penghasil kopi robusta berkualitas, memiliki peluang besar dalam mengembangkan industri ini. Coffee Box Bengkulu hadir sebagai salah satu pelaku usaha yang mengusung konsep kedai kopi modern dengan mengutamakan cita rasa kopi lokal dan kenyamanan bagi pelanggan. Namun, persaingan yang semakin ketat dengan munculnya berbagai kedai kopi baru menuntut adanya strategi pengembangan usaha yang tepat agar tetap bertahan dan berkembang. Dalam menghadapi persaingan bisnis, Coffee Box Bengkulu harus mampu beradaptasi dengan tren pasar yang terus berubah. Perubahan pola konsumsi, preferensi pelanggan terhadap produk berbasis kopi, serta meningkatnya penggunaan teknologi dalam pemasaran menjadi tantangan sekaligus peluang bagi bisnis ini (Kamilawati et al. 2021). Oleh karena itu, strategi yang tepat diperlukan agar Coffee Box Bengkulu dapat meningkatkan daya saingnya, baik melalui diferensiasi produk, inovasi layanan, maupun optimalisasi pemasaran digital.

KAJIAN TEORI

Pengembangan usaha didefinisikan sebagai serangkaian upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperkuat daya saing, meningkatkan kapasitas, serta memperluas pangsa pasar guna mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan (Irawan 2020). Strategi pengembangan usaha mencakup inovasi produk, pengembangan pasar, dan peningkatan kualitas layanan. Pengembangan usaha mencakup proses perencanaan dan implementasi strategi bisnis yang bertujuan untuk meningkatkan

efisiensi operasional dan mengoptimalkan sumber daya perusahaan guna mencapai hasil yang lebih baik (Nurhikmahyanti 2024). Pengembangan usaha juga melibatkan evaluasi peluang bisnis baru dan adaptasi terhadap perubahan pasar. Pengembangan usaha adalah proses yang mencakup pengelolaan aspek-aspek internal dan eksternal organisasi untuk mendorong pertumbuhan yang berkelanjutan. Ini melibatkan diversifikasi produk, peningkatan layanan, serta strategi pemasaran yang efektif untuk mempertahankan dan menarik pelanggan. Pengembangan usaha sebagai kegiatan yang melibatkan perencanaan strategis jangka panjang dan penerapan inisiatif yang bertujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Pengembangan usaha juga fokus pada eksplorasi peluang pasar baru dan peningkatan kapasitas organisasi untuk bersaing di pasar global. Pengembangan usaha adalah proses inovatif yang berfokus pada pertumbuhan perusahaan melalui penyesuaian strategi bisnis terhadap perubahan kebutuhan konsumen dan tren industri. Hal ini mencakup inovasi dalam produk dan layanan serta pengoptimalan strategi pemasaran. Pengembangan usaha sebagai upaya yang melibatkan identifikasi peluang pertumbuhan, penguatan struktur organisasi, dan kolaborasi strategis untuk memaksimalkan potensi bisnis. (Suryani, 2008) Pengembangan usaha mencakup penggunaan data dan analitik untuk mendukung pengambilan keputusan yang lebih baik. Analisis SWOT dapat digunakan dalam berbagai konteks, termasuk perencanaan pemasaran dan pengembangan produk (Widowati and Andrianto 2022). Dengan menganalisis faktor-faktor ini, perusahaan dapat mengidentifikasi strategi yang lebih efektif dalam menghadapi perubahan pasar dan persaingan. Putri et al. (2024) menekankan pentingnya analisis SWOT dalam proses pengambilan keputusan, di mana hasil analisis ini dapat menjadi dasar untuk merumuskan langkah-langkah strategis yang mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis. Analisis swot dapat merumuskan strategi yang lebih baik untuk memanfaatkan kekuatan dan peluang, serta mengatasi kelemahan dan ancaman yang ada di pasar (Zainuri and Budi Setiadi 2023). Analisis SWOT adalah alat yang digunakan untuk membantu organisasi memahami kekuatan dan kelemahan internal mereka serta peluang dan ancaman yang ada di lingkungan eksternal (Sulistiani 2018). Proses ini memungkinkan perusahaan untuk merumuskan strategi yang memaksimalkan kekuatan dan peluang, serta meminimalkan kelemahan dan ancaman. Berikut adalah indikator untuk mengukur analisis SWOT secara singkat:

Kekuatan (Strengths) :

- Kualitas Produk: Tingkat kepuasan pelanggan.
- Reputasi Merek: Persepsi positif dari konsumen.
- Lokasi Usaha: Aksesibilitas dan visibilitas.

Kelemahan (Weaknesses) :

- Kapasitas Produksi: Jumlah pelanggan yang dapat dilayani.
- Sumber Daya Manusia: Keterampilan dan pelatihan karyawan.
- Infrastruktur: Kualitas fasilitas dan kenyamanan.

Peluang (Opportunities) :

- Tren Pasar: Pertumbuhan permintaan produk.
- Kemitraan Strategis: Potensi kolaborasi dengan bisnis lain.
- Inovasi Produk: Kemampuan memperkenalkan produk baru.

Ancaman (Threats) :

- Tingkat Persaingan: Jumlah dan kualitas pesaing.
- Perubahan Regulasi: Kebijakan pemerintah yang memengaruhi usaha.
- Perubahan Preferensi Konsumen: Perubahan dalam perilaku pembelian.

METODE PENELITIAN

Sugiyono, (2017) menjelaskan metode kualitatif memungkinkan peneliti untuk mendalami fenomena sosial yang kompleks melalui pengumpulan data yang bersifat deskriptif. Dalam konteks ini, teknik pengumpulan data yang dapat diterapkan mencakup observasi langsung, wawancara mendalam dengan pemilik dan karyawan Coffee Box, serta pengumpulan dokumentasi yang relevan untuk memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai strategi bisnis yang diterapkan. Dalam penelitian serupa, (Nasution, 2023) menjelaskan bahwa analisis data dilakukan melalui beberapa tahap: pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Proses ini sangat penting untuk mengorganisir informasi yang diperoleh agar dapat dianalisis secara sistematis dan efektif. Reduksi data bertujuan untuk menyaring informasi yang tidak relevan dan fokus pada data yang signifikan bagi pengembangan strategi, sedangkan penyajian data memfasilitasi pemahaman yang lebih baik tentang temuan penelitian.

Lebih lanjut, Mardawani, (2020) menekankan bahwa analisis ini bertujuan untuk mengevaluasi strategi pengembangan dengan mempertimbangkan faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja bisnis saat ini, serta tantangan yang dihadapi. Dengan demikian, pendekatan ini membantu Coffee Box untuk merumuskan langkah strategis yang dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha dalam industri kafe yang semakin kompetitif. Melalui kombinasi observasi, wawancara, dan analisis data yang mendalam, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang relevan bagi pengembangan strategi bisnis Coffee Box, sekaligus membantu mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan untuk mencapai tujuan jangka panjang Perusahaan

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Untuk analisis SWOT terkait strategi pengembangan usaha Coffee Box di Bengkulu, biasanya dilakukan evaluasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) untuk menyusun strategi bisnis yang tepat. Berikut Hasil Analisis SWOT Coffee Box Bengkulu yaitu :

Kekuatan (Strengths):

- **Produk Berkualitas Tinggi:** Coffee Box menawarkan beragam pilihan menu kopi yang berkualitas, yang dapat menarik pelanggan yang menghargai cita rasa dan pengalaman kopi premium.
- **Harga yang Kompetitif:** Dengan penetapan harga yang menarik, Coffee Box mampu bersaing dengan kedai kopi lainnya, menjadikannya pilihan yang ekonomis bagi konsumen.
- **Lokasi Strategis:** Terletak dekat dengan pusat aktivitas masyarakat, seperti sekolah, perkantoran, atau area perbelanjaan, memudahkan akses bagi pelanggan dan meningkatkan peluang kunjungan.

Kelemahan (Weaknesses):

- **Kapasitas Tempat Terbatas:** Ruang yang kecil dapat membatasi jumlah pelanggan yang dapat dilayani, terutama saat jam sibuk, yang dapat berdampak pada pengalaman pelanggan.
- **Infrastruktur Parkir yang Kurang Memadai:** Kurangnya fasilitas parkir yang memadai dapat menjadi kendala bagi pelanggan yang membawa kendaraan

- pribadi, sehingga dapat mengurangi jumlah pengunjung.
- Pengelolaan Sumber Daya Manusia: Keterbatasan dalam pengelolaan staf, baik dalam pelatihan maupun motivasi, dapat memengaruhi kualitas layanan yang diberikan.

Peluang (Opportunities):

- Tren Meningkatnya Konsumsi Kopi: Dengan semakin banyaknya orang yang mencari pengalaman berkumpul di kafe, Coffee Box memiliki kesempatan untuk menarik pelanggan baru.
- Pertumbuhan Konsumsi Kopi di Indonesia: Peningkatan kesadaran akan kopi berkualitas memberikan peluang bagi bisnis kopi untuk tumbuh, terutama di kalangan generasi muda.
- Potensi Kolaborasi dengan Bisnis Lokal: Kerjasama dengan usaha lokal, seperti pabrik roti atau penjual makanan ringan, dapat menciptakan sinergi dan menarik lebih banyak pelanggan.

Ancaman (Threats):

- Persaingan Ketat dengan Kedai Kopi Besar: Kehadiran merek besar dan waralaba dapat menjadi ancaman serius bagi Coffee Box, terutama dalam hal harga dan pemasaran.
- Perubahan Preferensi Konsumen: Peralihan minat konsumen menuju minuman alternatif seperti teh atau minuman sehat lainnya dapat memengaruhi penjualan kopi.
- Tantangan Ekonomi dan Kebijakan Pemerintah: Fluktuasi ekonomi dan kebijakan pemerintah yang berubah, seperti pajak atau regulasi bisnis, dapat berdampak pada operasional dan profitabilitas Coffee Box.

Dengan menggunakan analisis SWOT, Coffee Box dapat secara strategis memanfaatkan kekuatan internalnya untuk memperluas pangsa pasar dan meningkatkan penawaran produk. Kekuatan yang dimiliki, seperti produk berkualitas tinggi dan lokasi strategis yang dekat dengan pusat aktivitas masyarakat, memberikan keunggulan kompetitif yang signifikan. Dalam menghadapi peluang yang ada, seperti peningkatan tren konsumsi kopi di kalangan masyarakat dan potensi kolaborasi dengan bisnis lokal lainnya, Coffee Box dapat merancang strategi yang berfokus pada inovasi produk dan peningkatan pengalaman pelanggan. Namun, Coffee Box juga perlu secara proaktif mengelola kelemahan, seperti keterbatasan kapasitas fisik yang dapat membatasi jumlah pelanggan yang dilayani. Menerapkan solusi inovatif, seperti pengembangan layanan online untuk pemesanan dan pengantaran, serta meningkatkan kenyamanan pelanggan di tempat, dapat membantu menarik lebih banyak konsumen dan memenuhi permintaan pasar yang terus meningkat. Di tengah persaingan yang ketat, diversifikasi produk menjadi langkah penting Coffee Box bisa mempertimbangkan untuk memperkenalkan menu baru yang sesuai dengan selera pasar dan tren terkini, seperti pilihan kopi spesialti atau minuman berbasis kopi yang sedang populer. Selain itu, memperkuat pemasaran digital melalui kampanye media sosial yang efektif akan meningkatkan visibilitas merek dan menarik pelanggan baru.

Perbaikan layanan juga sangat penting agar pelanggan merasa dihargai dan mendapatkan pengalaman yang memuaskan. Melalui pelatihan staf dan penerapan sistem umpan balik pelanggan, Coffee Box dapat meningkatkan kualitas layanan yang diberikan. Penyesuaian strategi berdasarkan hasil analisis SWOT ini diharapkan dapat membantu Coffee Box tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang dalam pasar yang

dinamis dan kompetitif saat ini. Dalam konteks ini, penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pengembangan strategi bisnis yang adaptif dan responsif terhadap perubahan pasar sangat penting untuk keberlanjutan usaha ((Kotler, 2016); (Trenggono et al., 2018); (Primadona & Rafiqi, 2019). Dengan menerapkan langkah-langkah strategis yang tepat, Coffee Box memiliki potensi besar untuk meraih kesuksesan di industri kafe yang semakin berkembang.

Berdasarkan analisis yang dilakukan dalam penelitian ini, beberapa saran untuk pengembangan usaha Coffee Box di Bengkulu adalah sebagai berikut:

- 1) **Diversifikasi Produk:** Coffee Box disarankan untuk mengembangkan variasi produk dengan memperkenalkan menu baru yang sesuai dengan tren saat ini, seperti kopi spesialti, minuman non-kopi, serta makanan ringan yang cocok untuk menemani waktu bersantai di kafe. Hal ini dapat menarik lebih banyak pelanggan dan memenuhi kebutuhan pasar yang beragam (Kotler, 2016).
- 2) **Pemasaran Digital:** Memperkuat pemasaran digital melalui penggunaan media sosial dan kampanye online yang kreatif sangat penting untuk meningkatkan visibilitas merek. Coffee Box dapat memanfaatkan platform seperti Instagram dan Facebook untuk mempromosikan produk baru, menjalin interaksi dengan pelanggan, dan membagikan konten yang menarik untuk menarik perhatian audiens (Primadona & Rafiqi, 2019).
- 3) **Kemitraan Lokal:** Membangun kemitraan dengan bisnis lokal lain, seperti petani kopi, pengrajin makanan, atau komunitas kreatif di Bengkulu dapat meningkatkan citra merek Coffee Box. Kolaborasi ini tidak hanya akan memperluas jaringan, tetapi juga menciptakan nilai tambah bagi pelanggan melalui produk yang lebih unik dan berkualitas (Trenggono et al., 2018).
- 4) **Peningkatan Layanan Pelanggan:** Peningkatan kualitas pelayanan harus menjadi prioritas. Coffee Box perlu melatih karyawan untuk memberikan pengalaman pelanggan yang memuaskan, termasuk responsif terhadap kebutuhan pelanggan dan memberikan layanan yang ramah. Umpan balik dari pelanggan juga perlu dikumpulkan secara rutin untuk memahami area yang perlu diperbaiki.
- 5) **Analisis dan Penyesuaian Strategi:** Coffee Box harus melakukan analisis secara berkala terhadap strategi yang diterapkan dengan memperhatikan perubahan tren dan preferensi konsumen. Dengan demikian, kafe ini dapat tetap relevan dan adaptif terhadap kondisi pasar yang dinamis, serta memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan di masa depan.

Dengan menerapkan saran-saran ini, Coffee Box diharapkan dapat memperkuat posisinya di pasar dan meraih kesuksesan yang lebih besar dalam industri kafe yang kompetitif.

KESIMPULAN

Bahwa kekuatan utama yang dimiliki adalah kualitas produk yang tinggi dan lokasi strategis yang mendukung aksesibilitas bagi pelanggan. Kualitas produk yang konsisten serta inovasi dalam penawaran menu menjadi modal penting dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di industri kafe. Namun, kelemahan yang ada, seperti keterbatasan kapasitas fisik dan tantangan dalam pengelolaan sumber daya manusia, perlu mendapatkan perhatian serius agar dapat diatasi dengan efektif. Tanpa perbaikan di area ini, Coffee Box mungkin akan kesulitan untuk

memaksimalkan potensi yang ada. Untuk memanfaatkan peluang yang tersedia, seperti meningkatnya tren konsumsi kopi dan minat masyarakat terhadap pengalaman nongkrong di kafe, disarankan agar Coffee Box mengembangkan variasi produk yang lebih beragam, termasuk menu musiman dan minuman inovatif yang menarik bagi pelanggan. Memperkuat pemasaran digital juga menjadi langkah krusial, di mana kampanye media sosial yang kreatif dan efektif dapat meningkatkan visibilitas merek dan menjangkau audiens yang lebih luas. Selain itu, menjalin kemitraan dengan bisnis lokal, seperti penyedia bahan baku dan komunitas kreatif, dapat membantu meningkatkan citra merek dan menarik lebih banyak pelanggan. Dengan menerapkan strategi yang berfokus pada pemanfaatan kekuatan, pengelolaan kelemahan, dan respons terhadap peluang serta ancaman, Coffee Box diharapkan dapat tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang dalam pasar yang kompetitif. Penelitian ini menyarankan agar manajemen Coffee Box melakukan evaluasi secara berkala terhadap strategi yang diterapkan, serta responsif terhadap perubahan tren dan preferensi pelanggan. Dengan pendekatan yang adaptif dan inovatif, Coffee Box memiliki potensi besar untuk menjadi salah satu kafe terkemuka di Bengkulu dan menciptakan pengalaman pelanggan yang memuaskan dan berkesan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, Nabila Syifa, and Nurfian Yudhistira. 2025. "Optimalisasi Strategi Komunikasi Pemasaran Perusahaan Startup PT . Tala Bumi Group Dalam Bisnis Franchise Food and Beverages." *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi (JIMIK)* 6(1):81–93.
- Cholistiana, Nurma. 2024. "Peran Analisis Swot Dalam Perumusan Strategi Bisnis Untuk Ukm Dalam Menghadapi Persaingan Global." *Jurnal Inovasi Global* 2(3):543–51.
- Dzaki, Muhammad Rahadian, Zakia Fr, Farin Armedha, and Muhammad Chandra Apirandi. 2025. "Analisis Penerapan Manajemen Rantai Pasok Pada Umkm F & B (Studi Kasus : Kuliner Ayam Bakar Rengganis)." *Jati (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)* 9(1):1279–83.
- Fauzi, Agus Machfud. 2021. *Potret PPKM Dalam Kehidupan Masyarakat Indonesia*.
- Irawan, Dandan. 2020. "Peningkatan Daya Saing Usaha Micro Kecil Dan Menengah Melalui Jaringan Usaha." *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen* X1(2):103–16.
- Kamilawati, Annisa, Angga Syaputra, Raihan Ahmad Wn, and Anas Malik. 2021. "Analisis Strategi Pemasaran PT Ilmu Inspirasi Indonesia Dalam Memperluas Pasar Di Indonesia." *JICN: Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara* 10049–60.
- Kuncorosidi, Rizky Sidik Firmansyah, and Jojo. 2025. "Factor Analysis of Sustainability and Halal Practices in the Coffee Industry : A Study of Kenangan Coffee Chains." *Islamic Economic, Accounting, and Management Journal (Tsarwatica)* 06:64–99.
- Nurhikmahyanti, Desi. 2024. "Strategi Pengembangan Sumber Daya Pengadaan Barang Dan Jasa Untuk Meningkatkan Daya Saing Indonesia : Tinjauan Terhadap Kebijakan Dan Implementasi Manajemen." *Jurnal Pengadaan Barang/Jasa (JPBJ)* 3(1):46–57.
- Nuryanti, Nuryanti, M. Halim Fawazi, Hery Basuki, and Juanda Angkasa Wati. 2023. "Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan* 12(1):299–310. doi: 10.47668/pkwu.v12i1.1111.
- Putri, Arum Maesaroh, Yeny Fitriyani, Fuad Yanuar A.R, and Purwanto. 2024. "Mutanaqishah : Journal of Islamic Banking Product Development Strategy for Increasing." *Mutanaqishah: Journal of Islamic Banking* 4(1):24–35.

- Rahayu, Serli Agustin. 2023. "Analisis Turn Around PT Kereta Api Indonesia Sebagai Respons Terhadap Tantangan Bisnis Digital." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 7(2):11–25.
- Soelaiman, Lydiawati, and Cynthia Liusca. 2022. "Penyusunan Rencana Bisnis Sebagai Langkah Pengembangan Usaha Coffee Shop." *Madani: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 8(2):45–55. doi: 10.53834/mdn.v8i2.4883.
- Sulistiani, Dwi. 2018. "Analisis SWOT Dalam Memenangkan Persaingan Bisnis." *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. 6(11):1–10.
- Widowati, Mas, and Ferdi Andrianto. 2022. "Analisis Swot Untuk Pengembangan Bisnis." *Jurnal Teknologika (Jurnal Teknik-Logika-Matematika)* 21.
- Zainuri, Rachmad, and Pompong Budi Setiadi. 2023. "Tinjauan Literatur Sistematis: Analisis Swot Dalam Manajemen Keuangan Perusahaan." *Jurnal Maneksi* 12(1):22–28. doi: 10.31959/jm.v12i1.1364.