

Nomor Daftar FPIPS: 5249/UN40.A2. 10/PT/2024

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS DALAM UPAYA
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA
DAHARI CAFÉ & RESTO**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Pariwisata (S. Par)



Oleh:
Trinita Herliana Putri
2008243

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN INDUSTRI KATERING
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

2024

LEMBAR HAK CIPTA

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS DALAM UPAYA
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA
DAHARI CAFÉ & RESTO**

Oleh:

Trinita Herliana Putri

2008243

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pariwisata pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Trinita Herliana Putri

Universitas Pendidikan Indonesia

April 2024

Hak Cipta dilindungi Undang – Undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak
ulang, difotokopi atau cara lainnya tanpa izin penulis.

LEMBAR PENGESAHAN

TRINITA HERLIANA PUTRI

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS DALAM UPAYA
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA
DAHARI CAFÉ & RESTO**

Disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

Pembimbing I


Agus Sudono, S.E., M.M
NIP. 198205082008121002

Pembimbing II


Purna Hindayani, S.PL., M.T
NIP. 929299419890212202

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen Industri Katering


Dr. Woro Priatini, S.Pd., M.Si
NIP. 197103092010122001

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Strategi Pengembangan Bisnis Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Pada Dahari Café & Resto” ini serta seluruh isinya adalah benar-benar karya murni penulis. Penulis tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, penulis siap menanggung risiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klain dari pihak lain terhadap keaslian penelitian ini.

Bandung, 24 Juli 2024

Yang Membuat Pernyataan,

Trinita Herliana Putri

NIM 2008243

PRAKATA

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh,

Puji dan Syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena berkat Rahmat dan hidayah-Nyalah, penulis akhirnya dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Strategi Pengembangan Bisnis Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Pada Dahari Café & Resto” ini dengan lancar dan penuh rasa Syukur. Skripsi ini dibuat dan diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mendapatkan gelar Sarjana Pariwisata pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial di Universitas Pendidikan Indonesia. Penelitian ini membahas mengenai strategi pengembangan bisnis dalam upaya meningkatkan volume penjualan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna akibat keterbatasan ilmu maupun pengalaman yang dimiliki penulis, oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menerima setiap kritik dan saran yang bersifat membangun. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat terutama bagi pembaca dan peneliti berikutnya dengan topik maupun penelitian yang serupa sebagai referensi.

Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Bandung, Juli 2024

Trinita Herliana Putri

NIM. 2008243

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan kali ini, Puji dan Syukur dalam menyusun skripsi penulis banyak mengalami hambatan dan rintangan, namun berkat bantuan, bimbingan, doa, dan kerjasama dari berbagai pihak akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Sehingga dengan penuh kerendahan hati dan rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang selalu memberikan kemudahan, kelancaran, dan memberikan hikmah terbaik serta jalan keluar disetiap kesulitan yang penulis hadapi.
2. Kedua orang tua penulis, terima kasih Mamah dan Bapak yang sangat penulis sayangi selalu memberikan doa, dukungan serta bantuan selama penulis mengerjakan skripsi. Selalu memberikan yang terbaik dengan rasa ikhlas dan penuh kesabaran, juga memberikan pengertian dan kasih sayang tiada henti kepada penulis sejak lahir hingga akhir nanti.
3. Prof. Dr. H. M. Solehudin, M.Pd., selaku rector Universitas Pendidikan Indonesia
4. Prof. Dr. Agus Mulyana, M.Hum., selaku dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia.
5. Dr. Woro Priatini, S.Pd., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Industri Katering Universitas Pendidikan Indonesia
6. Agus Sudono, S.E., M.M selaku dosen pembimbing pertama serta Purna Hindayani, S.PL., M.T selaku dosen pembimbing kedua yang telah berkenan melaungkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan, nasihat kepada penulias dalam penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Industri Katering yang telah memberikan ilmu, arahan, dan bimbingan selama masa studi penulis.
8. Teman-teman yang selalu penulis cintai dan sayangi Adinda, Dimas, Lucky, Risa serta Rizal yang telah membantu memberikan semangat serta dukungan, motivasi, pelajaran, canda, tawa dan segala rasa yang telah kami lewati bersama selama penulis menyelesaikan skripsi. Kemudian kepada Indi, Dina, Anty, Rofi selaku sahabat penulis sejak SMA yang sudah menemani dan selalu memberi dukungan kepada penulis.

9. Seluruh teman-teman MIK angkatan 2020 yang telah berjuang bersama selama masa studi dari awal perkuliahan hingga saat akhir penulis menyelesaikan skripsi ini.
10. Terakhir, terima kasih yang sebesar-besarnya pada diri penulis karena sudah menyelesaikan skripsi ini dengan semua kerja keras, kemampuan serta kesabaran dengan penuh tanggung jawab dalam segala prosesnya. Terima kasih telah mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun prosesnya, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

TRINITA HERLIANA PUTRI, 2008243. “STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS DALAM UPAYA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA DAHARI CAFÉ & RESTO”

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menggambarkan faktor internal dan faktor eksternal yang dapat berpengaruh terhadap penentuan strategi pengembangan bisnis pada Dahari Café & Resto. Metodologi yang digunakan dalam penelitian adalah deskriptif kualitatif dengan menggunakan wawancara kepada pemilik café dan kuesioner kepada karyawan café untuk dianalisis menggunakan analisis SWOT. Berdasarkan hasil analisis SWOT Dahari Café & Resto memiliki 7 kekuatan, 8 kelemahan, 8 peluang dan 7 ancaman. Dianalisis menggunakan Matriks IFAS dengan total skor sebesar 3,54 dan matriks EFAS sebesar 3,48. Posisi Matriks IE pada sel I yaitu *Growth & Build* dan menghasilkan 4 strategi alternative bagi Dahari Café & Resto. Tujuannya untuk mengembangkan bisnis dalam upaya menaikkan volume penjualan maupun daya saing dengan competitor lainnya, terutama pada perusahaan yang bergerak dibidang *food & beverage*.

Kata Kunci: Pengembangan Bisnis, Analisis SWOT, Dahari Café & Resto.

TRINITA HERLIANA PUTRI, 2008243, “*BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGIES IN AN EFFORT TO INCREASE SALES VOLUME AT DAHARI CAFÉ & RESTAURANT*”

ABSTRACT

This research aims to analyze and describe internal factors and external factors that can influence the determination of business development strategies at Dahari Café & Resto. The methodology used in the research is descriptive qualitative using interviews with café owners and questionnaires to café employees to be analyzed using SWOT and. Based on the results of SWOT analysis, Dahari Café & Resto has 7 strengths, 8 weaknesses, 8 opportunities and 7 threats. Analyzed using the IFAS Matrix with a total score of 3.54 and an EFAS matrix of 3.48. The IE Matrix position is in cell I, namely Growth & Build and produces 4 alternative strategies for Dahari Café & Resto. The goal is to develop business in an effort to increase sales volume and competitiveness with other competitors, especially in companies engaged in food & beverage.

Keywords: *Business Development, SWOT Analysis, Dahari Café & Resto.*

DAFTAR ISI

LEMBAR HAK CIPTA.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
PRAKATA	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN TEORITIS DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	10
2.1 Kajian Pustaka.....	10
2.1.1 Pariwisata	10
2.1.2 Wisata Kuliner.....	11
2.1.3 Restoran.....	11
2.1.4 Café/Kafe	13
2.1.5 Standar Pelayanan Dalam Restoran	14
2.1.6 Manajemen Strategi	14
2.1.7 Tujuan Manajemen Strategi.....	15
2.1.8 Manajemen Strategi dalam Strategi Bisnis.....	15
2.1.9 Proses Manajemen Strategi	16
2.1.10 Perencanaan Strategi	17
2.1.11 Manfaat Manajemen Strategi	18

2.1.12 Komponen Strategi Bisnis.....	18
2.1.13 Tahapan Penyusunan Strategi	19
2.1.14 Lingkungan Eksternal	20
2.1.15 Lingkungan Internal	25
2.1.16 Penjualan	26
2.1.17 Analisis SWOT	29
2.2 Pemilihan Alternatif Strategi.....	32
2.3 Peneliti Terdahulu	34
2.4 Kerangka Pemikiran	41
BAB III METODE PENELITIAN	43
3.1 Batasan Penelitian	43
3.2 Desain Penelitian.....	43
3.3 Objek dan Subjek Penelitian	44
3.4 Jenis dan Sumber Data	44
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	45
3.5.1 Populasi	45
3.5.2 Partisipan.....	46
3.5.3 Teknik Sampling	47
3.6 Operasionalisasi Instrumen Penelitian	47
3.7 Teknik Pengumpulan Data	49
3.8 Teknis Analisis Data	50
3.8.1 Matriks IFAS-EFAS.....	51
3.8.2 Matriks Internal Eksternal (IE)	51
3.8.3 Matriks Analisis SWOT	53
3.9 Uji Instrumen Penelitian.....	54
3.9.1 Uji Validitas	54
3.9.2 Uji Reliabilitas.....	55
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	57
4.1.1 Deskripsi Usaha.....	57
4.1.2 Visi dan Misi Dahari Café & Resto	58
4.1.3 Struktur Organisasi.....	58

4.2 Gambaran Umum Responden	60
4.2.1 Karakteristik Responden	60
4.2.2 Pemilik Dahari Café & Resto	60
4.2.3 Karyawan	60
4.2.4 Konsumen Dahari Café & Resto	63
4.3 Analisis Permasalahan Internal dan Eksternal	65
4.3.1 Analisis Lingkungan Internal dari Peluang dan Ancaman Dahari Café & Resto.....	66
4.3.2 Analisis Lingkungan Eksternal dari Kekuatan dan Kelemahan Dahari Café & Resto.....	70
4.4 Gambaran Umum Strategi Bisnis Dahari Café & Resto	76
4.4.1 Pasar & Segmentasi.....	76
4.4.2 Strategi Produk dan Layanan	76
4.4.3 Strategi Pemasaran dan Branding	78
4.4.4 Strategi Operasional dan Manajemen Sumber Daya.....	79
4.4.5 Strategi Keuangan	80
4.5 Identifikasi Formulasi dan Alternatif Strategi.....	80
4.5.1 Pengumpulan Data	80
4.5.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	83
4.5.3 Pengolahan Data.....	89
4.5.4 Analisis Matriks IFAS dan EFAS	94
4.5.5 Diagram Cartesius Analisis SWOT.....	98
4.5.6 Analisis Matriks IE (Internal-Eksternal)	99
4.5.7 Analisis Matriks SWOT	101
4.6 Pembahasan.....	105
4.6.1 Permasalahan Dahari Café & Resto	105
4.6.2 Strategi Bisnis Dahari Café & Resto.....	107
4.6.3 Formulasi dan Alternatif Strategi.....	108
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	110
5.1 Simpulan.....	110
5.2 Saran.....	113
DAFTAR PUSTAKA	115

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Presentase Pertumbuhan Industri Kuliner Tahun 2018-2022.....	2
Tabel 1.2 Kunjungan Bulanan Wisatawan Mancanegara Tahun 2022 dan 2023....	2
Tabel 1.3 Data Jumlah Wisatawan di Kota Bandung periode 2018-2022	3
Tabel 2.1 Standar Usaha Pusat Penjualan Makanan.....	12
Tabel 2.2 Hasil Penelitian Terdahulu	34
Tabel 3.1 Jenis dan Sumber Data	45
Tabel 3.2 Partisipan Penelitian.....	46
Tabel 3.3 Operasionalisasi Instrumen Penelitian Berdasarkan Analisis SWOT	47
Tabel 3.4 Matriks SWOT Faktor-Faktor IFAS dan EFAS	53
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	61
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	61
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Posisi Kerja/Jabatan	62
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Masa Kerja	62
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	63
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	64
Tabel 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Pembelian.....	64
Tabel 4.10 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan	65
Tabel 4.11 Pernyataan Kuesioner Faktor Internal.....	81
Tabel 4.12 Pernyataan Kuesioner Faktor Eksternal	82
Tabel 4.13 Uji Validitas SPSS	83
Tabel 4.14 Rangkuman Hasil Uji Validitas	84
Tabel 4.15 Reliabilitas Statistik	86
Tabel 4.16 Data Hasil Kuesioner dan Pembagian Bobot Dari Faktor Internal.....	86
Tabel 4.17 Data Hasil Kuesioner dan Pemberian Bobot Dari Faktor Eksternal....	88
Tabel 4.18 Perhitungan Bobot Faktor Internal.....	89
Tabel 4.19 Perhitungan Bobot Faktor Eksternal	90

Table 4.20 Data Hasil Kuesioner dan Pembagian Rating dari Faktor Internal	92
Table 4.21 Data Hasil Kuesioner dan Pembagian Rating dari Faktor Eksternal ...	93
Tabel 4.22 Matriks IFAS (Internal Factors Analisis Summary) Dahari Café & Resto	95
Tabel 4.23 Matriks EFAS (Eksternal Factors Analisis Summary) Dahari Café & Resto	96
Tabel 4.24 Matriks IE	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Diagram Volume Penjualan Makanan dan Minuman Di Dahari Café & Resto Periode Januari 2023 – Januari 2024.....	5
Gambar 1.2 Diagram Volume Penjualan Makanan dan Minuman Di Dahari Café & Resto Periode Januari 2023 – Januari 2024.....	6
Gambar 1.3 Diagram Ulasan Konsumen	7
Gambar 2.1 Jumlah Pemakai Internet di Indonesia	24
Gambar 2.2 Diagram Analisis SWOT	30
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	42
<i>Sumber: Data diolah penulis, 2024</i>	42
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Dahari Café & Resto	58
Gambar 4.2 Diagram Pertumbuhan Jumlah Penduduk Kota Cimahi Tahun 2017-2023	73
Gambar 4.3 Diagram Laju Pertumbuhan Ekonomi Kota Cimahi dan Perbandingan dengan Tingkat Nasional (%)	74
Gambar 4.4 Grafik Pengeluaran Makanan dan Minuman tahun 2023.....	75
<i>Sumber: Indeks Harga Konsumen, BPS 2023</i>	75
Gambar 4.5 Menu Dahari Café & Resto	77
Gambar 4.6 Diagram Cartesius SWOT.....	98

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Penelitian.....	122
Lampiran 2. SK Pembimbing.....	123
Lampiran 3. Lembar Pembimbing	126
Lampiran 4. Daftar Wawancara	128
Lampiran 5. Lembar Kuesioner	132
Lampiran 6. Identitas Responden.....	135
Lampiran 8. Dokumentasi.....	138
Lampiran 9. Biodata.....	140

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. (2017). *Bauran Pemasaran*. Bandung: Sari Kuliah, Satu Nusa.
- Alia, L. N., Turgarini, D., & Taufik, H. (2018). Strategi Pengembangan Wisata Kuliner Di Waduk JAtigede Kecamatan Jatigede kabupaten Sumedang. *The Journal Gastronomy Tourism*, 5, 140.
- Alisa, Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina PT. Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA*, 9, 1036-1046.
- Ameraldo, F., Saiful, S., & Husnaini, H. (2019). Islamic Banking Strategies In Rural Area: Developing Halal Tourism and Enhancing The Local Welfare. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 4 (1), 109-136.
- Asyraf, J. A., Melyanti, E. D., Turgarini, D., & Ningsih, C. (2022). Tren Live Streaming Di Platform E-Commerce: Seni Berkomunikasi Dalam Memberi Efek Persuasif Pada Customer. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3, 4746.
- Aviation: Benefits Beyond Borders. (2020). *Tourism enabler*. Retrieved from aviationbenefits.org: <https://aviationbenefits.org/social-development/tourism-enabler/>
- Basuki, N. V., Sembiring, I. B., A, A. v., Andarini, S., & Kusumasari, I. R. (2024). Literature View: Analisis Penerapan Blue Ocean Strategy Dan Red Ocean Strategi Dalam Persaingan Bisnis. *Neraca Manajemen Ekonomi*.
- BINUS UNIVERSITY. (2020, November 11). *Diversified Customer Segmentation*. Retrieved from <https://sis.binus.ac.id/2020/11/11/diversified-customer-segmentation/>
- Byrne, B. M. (2016). *Structural Equation Modeling With AMOS: Basic Concepts, Applications, and Programming, Third Edition*. New York: Routledge.

- Daryanto, & Setyobudi, I. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. (Bintoro, Ed.) Yogyakarta: Gava Media.
- David, F. R., & David, F. R. (2015). *Strategic Management Concepts and Cases*. Pearson.
- David, F. R., & David, F. R. (2016). *Manajemen Strategik: Suatu Pendekatan Keuangan Bersaing*. (T. N. Puspasari, & L. N. Puspitasari, Trans.) Jakarta: Salemba Empat.
- David, F. R., & David, F. R. (2017). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach*. s.l. Pearson.
- David, R. F. (2009). *Manajemen Strategi Konsep*. Jakarta: Salemba empat.
- Dr. Muhammad Ramdhan, S. M. (2021). *Metode Penelitian*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Ekotama, S. (2013). *Cara Mudah Bikin Standard Operating Procedure Agar Bisnis Lebih Praktis*. Jakarta: Media Pressindo.
- Ernawati, F. A., & Ali, H. (2024). Pengaruh Strategi Pemilihan Pasar, Diferensiasi Produk, dan Aliansi Strategis terhadap Keunggulan Bersaing. *Jurnal Siber Muldi Disiplin*, 2, 12.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21, 33.
- Fadly, M., Muryana, D. R., & Priandika, A. T. (2020). Sistem Monitoring Penjualan Bahan Bangunan Menggunakan Pendekatan Key Performance Indicator. *Journal Of Social Sciences And Technology For Community Service (JSSTCS)*, 1, 15-20.
- Faisal, & Anas, M. A. (2020). Pemanfaatan Kode QR Pada Peningkatan Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Pada restoran. *Jurnal Informatika Sains Dan Teknologi*, 5, 111.

- Fefri Y. Roslin, D. S. (2023). Strategi Pengembangan Objek Wisata Buntu Burake Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Tana Toraja. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 51.
- Fred R. David, F. R. (2016). *anajemen Strategik: Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing-Konsep (15th ed.)*. Salemba Empat.
- Hapsari, N. T. (2023). Kompetesi Plat Form E-Commerce Ditinjau Dari Hukum Persaingan Usaha. *Journal of Law*, 1, 11.
- Herlyana, E. (2012). Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda. *Jurnal THAQAFIYYAT*, 13.
- Hidayah, N. (2019). *Pemasaran destinasi Wisata*. Bandung: Alfabeta.
- Hidayat, F., Kushendar, D. H., & Mulawarman, A. (2024). Pengaruh Kompetensi Terhadap Kinerja Pegawai di Lingkungan Inspektorat Kota Cimahi. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 24.
- Kanom, Wibowo, T. A., Rusmawan, P. N., & Wijayanti, D. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Pembelian Ulang Konsumen Di Warung Sego Tempong Mbok Wah Bangywangi. *Jurnal Pariwisata Prima*, 1, 59.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2010). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi ke-12. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). *Principles of Marketing (15th edition ed.)*. United Kingdom: New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2014). *Manajemen Pemasaran, Edisi Ke-13, Jilid 1&2*. (A. B. Sabram, Trans.) Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, & Keller. (2012). *Marketing Management, Millenium Edition 14th ed.* New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Kusumo, R. (2023). Analisis Strategi Peningkatan Kinerja PT Paramount Land dengan Pendekatan SWOT-Balance Scorecard untuk Meningkatkan

- Keunggulan Bersaing. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 725-737.
- Lenaini, I. (2021). Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan Snowball Sampling. *Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 6.
- Lina, L. F., & Setiyanto, A. (2021). Privacy Concerns in Personalized Advertising Effectiveness on Social Media. *SIJDEB*, 5, 147-156.
- Lina, L. f., Novita, D., & Setiawan, A. (2021). Pendampingan Dan Penerapan Strategi Pemasaran Digital Di Garage Awan Carbon Bandar Lampung. *Journal Of Cummunity Empowerment*, 1, 22-25.
- Mochamad Nashrullah, S. O. (2023). *Metodologi Penelitian Pendidikan (Prosedur Penelitian, Subyek Penelitian, dan Pengembangan Teknik Pengumpulan Data)*. Sidoarjo: UMSIDA PRESS.
- Mularsari, A. (2022). Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Di Bidang Jasa Pelayanan Hotel Roosseno Plaza Jakarta Di Masa New Normal Era. 17-30.
- Nindyawati, V., & Iriani, S. S. (2014). Pengaruh Gaya Hidup Dan Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2, 1-13.
- Novita, D., & Husna, N. (2020). The Influence Factors Of Consumer Behavioral Intention Towards Online Food Delivery Service. *International Journal Of Business*, 3, 40-42.
- Novita, D., Husna, N., Azwari, A., Gunawan, A., Trianti, D., & Bella, C. (2020). Behavioral Intention Toward Food Delivery (The Study Of Consumer Behavior During Pandemic Covid-19. 17, 52-59.
- Octavia, N., Hayati, K., & Karim, M. (2020). Pengaruh Kepribadian, Kecerdasan Emosional dan Kecerdasan Spiritual terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 2, 130-144.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Businers Model Canvas*. (e. Clark, Trans.) New Jersey: John wiley & sons, inc.

- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2012). *Business model generation : a handbook for visionaries, game changers, and challengers*. John Wiley & Sons.
- Palupi, S., & Abdillah, F. (2019). *Buku Pedoman Pengembangan Wisata Kuliner*. Jakarta: Kementerian Pariwisata Republik Indonesia.
- Pradana F. A, P. R. (2022). strategi Pengembangan Usaha “Dika Ban Kalasan” dengan Pendekatan Matriks Space. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*, 203-2018.
- Purnamasari, E. P. (2015). *Panduan Menyusun SOP*. Yogyakarta, Indonesia: Komunitas Bisnis.
- Ramdhan, M. (2017). *METODE PENELITIAN*. Cipta Media Nusantara.
- Rangkuti, F. (2006). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2014). *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Pt. Gramedia.
- Rangkuti, F. (2016). *SWOT balanced scorecard: Teknik menyusun strategi korporat yang efektif plus cara mengelola kinerja dan resiko*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2017). *Matriks SWOT alata yang digunakan untuk menyusun faktor - faktor strategis perusahaan*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Riski, D. (2018). Pengaruh Total Pendapatan Daerah Dan Pajak Daerah Terhadap Laju Pertumbuhan Ekonomi Provinsi Lampung. *Technobiz (International Journal of Business)*, 1 (1).
- Riyanto, S. (2018). Analisis pengaruh lingkungan internal dan eksternal terhadap keunggulan bersaing dan kinerja usaha kecil menengah (UKM) di Madiun. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Inovasi*, 5, 159-168.
- Rizaty, M. A. (2023, Februari 3). *Pengguna Internet di Indonesia Sentuh 212 Juta pada 2023*. Retrieved from dataindonesia.id:

<https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-internet-di-indonesia-sentuh-212-juta-pada-2023>

- Rully Adi Prasetyo, A. A. (2021). Proses Pembelajaran Daring Menggunakan Media Aplikasi Google Meet Terhadap Keaktifan Peserta Didik Kelas Iv Sd Negeri 2 Pliken Kembaran Banyumas. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran*, 392.
- Sambo, A., Atmojo, K., Mawarni, S., & Zuhrias, A. (2022). Penerapan Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Di Windofa Apparel. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5, 57-66.
- Saputra, E. B. (2023). Pengaruh Lingkungan Strategis dan Perencanaan Strategis Terhadap Kinerja Pemerintah Kota Padang. *Jurnal Greenation Ilmu Akuntansi*, 1, 14-24.
- Setyawati, M., Angin, R. B., & Jaya, A. I. (2023). Potensi Dan Strategi Edu-Ekowisata Madu Di Duxun Gunung Padang, Desa Karyamukti. *UG Jurnal*, 17, 26.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhardi. (2018). *Pengantar Manajemen dan Aplikasinya* (1st ed.). Yogyakarta: Gava Media.
- Suhendi, Ajizah, N., & Erni, N. N. (2024). Kewajiban Etis Pada Keberlanjutan Bisnis: Sebuah Tinjauan Literatur. *Jurnal Manajemen Modern*, 6, 198.
- Suwandiyanto, M. (2010). *Manajemen Strategi dan Kebijakan Perusahaan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Swastha, B. (2019). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tampubolon, H. (2015). *Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia Dan Perannya Dalam Pengembangan Keunggulan Bersaing*. Jakarta: Papas Sinar Sinanti.

- TIPS BERBISNIS. (2023, 07 06). *Cara Membuat Laporan Keuangan Coffee Shop, Praktis dan Ringkas*. Retrieved from <https://posy.co.id/tpost/1sz0c2rc91-cara-membuat-laporan-keuangan-coffee-sho>
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran, Edisi III*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Gramedia Cawang.
- Widiastuti, E., & Mardiyanto, D. (2024). Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Citra Merek, Dan Strategi Digital Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lab Milk Di Sukoharjo. *Edunomika*, 8, 1-11.
- Widiowati, I., Riany, D. A., & Andrianto, F. (2022). Analisis SWOT Untuk Pengembangan Bisnis Kuliner. *Jurnal Teknik-Logika-Matematika*, 12, 146-156.
- Yunus, E. (2016). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Andi.
- Zebua, D. P., Gea, N. E., & Mendrofa, R. N. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Di Cv. Bintang Keramik Gunungsitoli. *Jurnal EMBA*, 10, 1299-1307.