

No. Daftar FPIPS : 2661/UN40.F2.10/PT/2021

**STRATEGI PENINGKATAN PENJUALAN DI BAKERY
HOTEL CIPUTRA CABANG MAL CIPUTRA JAKARTA
PASCA PANDEMI COVID-19**

SKRIPSI

*Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana
Pariwisata (S.Par)*



Disusun oleh :
Ilyas Wijaya Putra
1702407

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN INDUSTRI KATERING
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2021**

LEMBAR HAK CIPTA

STRATEGI PENINGKATAN PENJUALAN DI BAKERY HOTEL CIPUTRA CABANG MAL CIPUTRA JAKARTA PASCA PANDEMI COVID-19

Oleh:

Ilyas Wijaya Putra

**Sebuah Skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana Pariwisata pada Fakultas Pendidikan Ilmu
Pengetahuan Sosial**

**©Ilyas Wijaya Putra 2021
Universitas Pendidikan Indonesia**

Agustus 2021

Hak Cipta dilindungi Undang Undang

**Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian dengan dicetak
ulang, difotokopi atau cara lainnya tanpa seizin penuh dari penulis**

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

ILYAS WIJAYA PUTRA

**STRATEGI PENINGKATAN PENJUALAN DI BAKERY
HOTEL CIPUTRA CABANG MAL CIPUTRA JAKARTA
PASCA PANDEMI COVID-19**

Disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I



Agus Sudono, SE.,MM.
NIP. 195906051985031004

Pembimbing II



Ilmiati Tsaniah., MM.Par

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen Industri Katering



Dr. Dewi Turgarini, S.S., MM.Par.

NIP.19700320.200812.2.001

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan dibuatnya lembar ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Strategi Peningkatan Penjualan di Bakery Hotel Ciputra Cabang Mal Ciputra Jakarta Pasca Pandemi Covid-19” ini sepenuhnya adalah karya saya sendiri. Tidak ada bagian di dalamnya yang merupakan plagiat dari karya orang lain. Saya juga tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara – cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini saya siap menanggung resiko atau sanksi yang apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Tangerang, Agustus 2021

Yang membuat pernyataan,



Ilyas Wijaya Putra

1702407

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti bisa menyelesaikan karya ilmiah yang berjudul “Strategi Peningkatan Penjualan di Bakery Hotel Ciputra Cabang Mal Ciputra Jakarta Pasca Pandemi Covid-19” dengan cukup lancar walaupun tetap terdapat berbagai hambatan yang peneliti alami. Penyusunan skripsi ini diajukan dalam usaha memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Pariwisata di Universitas Pendidikan Indonesia dan juga bertujuan mengetahui strategi peningkatan penjualan yang tepat bagi Bakery Hotel Ciputra untuk diaplikasikan pasca Pandemi COVID-19.

Peneliti sadar bahwa terdapat banyak kekurangan dikarenakan keterbatasan pengetahuan peneliti dalam menyusun skripsi, maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna membuat sebuah karya tulis ilmiah yang lebih baik kedepannya. Peneliti mengharapkan dengan ditulisnya skripsi ini dapat membantu banyak pihak termasuk bagi pihak Bakery Hotel Ciputra dan juga pihak-pihak lainnya.

Tangerang, Agustus 2021

Yang membuat pernyataan,



Ilyas Wijaya Putra

1702407

ABSTRAK

STRATEGI PENINGKATAN PENJUALAN DI BAKERY HOTEL CIPUTRA CABANG MAL CIPUTRA JAKARTA PASCA PANDEMI COVID-19

Ilyas Wijaya Putra (1702407)

Bakery Hotel Ciputra adalah salah satu toko roti & patiseri yang berlokasi di Jakarta dan mempunyai berbagai cabang. Bakery Hotel Ciputra mengalami penurunan omzet penjualan pada masa pandemi COVID-19. Hal tersebut menjadi perhatian penting bagaimana merumuskan strategi yang tepat dalam meningkatkan penjualan pasca pandemi COVID-19. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah : (1) menganalisis faktor internal yang dilihat dari kekuatan dan kelemahan di Bakery Hotel Ciputra, (2) menganalisis faktor eksternal yang dilihat dari peluang dan ancaman di Bakery Hotel Ciputra, dan (3) untuk mengetahui pemilihan strategi yang sesuai untuk meningkatkan penjualan di Bakery Hotel Ciputra pasca Pandemi Covid-19. Metodologi yang digunakan dalam penelitian adalah deskriptif kualitatif dengan dilakukannya wawancara kepada manajer dan kuesioner terhadap konsumen Bakery Hotel Ciputra. Analisis data menggunakan matriks IFAS, matriks EFAS, matriks IE, matriks SWOT dan QSPM. Berdasarkan hasil analisis SWOT, kondisi internal Bakery Hotel Ciputra mempunyai 6 kekuatan dan 2 kelemahan dan hasil matriks IFAS sebesar 2,84. Sedangkan, kondisi eksternal mempunyai 5 peluang dan 3 ancaman dan hasil matriks EFAS sebesar 2,6. Strategi yang cocok diterapkan adalah Penggunaan teknologi dalam memasarkan produk-produk BHC melalui media sosial agar lebih menjangkau lebih banyak orang. Strategi ini mendapatkan TAS sebesar 6,49.

Kata Kunci : Analisis SWOT; COVID-19; Strategi; Penjualan; Bakery Hotel Ciputra

ABSTRACT

SELLING INCREASE STRATEGIES IN BAKERY HOTEL CIPUTRA MALL CIPUTRA OUTLET AFTER THE COVID-19 PANDEMIC

Ilyas Wijaya Putra (1702407)

Bakery Hotel Ciputra is a bakery and pastry shop located in Jakarta and has many other outlets. Bakery Hotel Ciputra experienced a decline in sales turnover during the COVID-19 pandemic. It becomes an important concern how to formulate the right strategy in increasing sales after the COVID-19 Pandemic. The purposes of this research are : (1) analyze internal factors seen from the strengths and weaknesses of Bakery Hotel Ciputra, (2) analyze external factors seen from the opportunities and threats, and (3) to find out the selection of an appropriate strategy to increase sales at the Bakery Hotel Ciputra after the COVID-19 pandemic. Method that used in this research is descriptive qualitative, by giving a structured interview and questionnaire to the Bakery Hotel Ciputra's customers. Data analysis using the IFAS matrix, EFAS matrix, IE matriks, SWOT diagram ,and QSPM matrix. Based on the results of the SWOT analysis, the internal condition of the Ciputra Bakery Hotel has 6 strengths and 2 weaknesses and the IFAS matrix result is 2.99. Meanwhile, external conditions have 5 opportunities and 3 threats and the result of the EFAS matrix is 2.6. The strategy that is suitable to be applied is to use the technology in marketing BHC products through social media to reach more people.. This strategy gets a TAS of 6,49..

Keyword : SWOT analysis; COVID-19; strategy; sales; Bakery Hotel Ciputra

DAFTAR ISI

<u>LEMBAR HAK CIPTA</u>	i
<u>LEMBAR PENGESAHAN</u>	ii
<u>LEMBAR PERNYATAAN</u>	iii
<u>KATA PENGANTAR</u>	iv
<u>ABSTRACT</u>	v
<u>DAFTAR ISI</u>	vii
<u>DAFTAR TABEL</u>	x
<u>DAFTAR GAMBAR</u>	xi
<u>BAB I PENDAHULUAN</u>	1
<u>1.1 Latar Belakang Masalah</u>	1
<u>1.2 Rumusan Masalah</u>	5
<u>1.3 Tujuan Penelitian</u>	5
<u>1.4 Manfaat Penelitian</u>	6
<u>BAB II KAJIAN TEORI</u>	7
<u>2.1 Pariwisata</u>	7
<u>2.1.1 Definisi Pariwisata</u>	7
<u>2.1.2 Bentuk Pariwisata</u>	7
<u>2.2 Wisata Kuliner</u>	8
<u>2.2.1 Pengertian Wisata Kuliner</u>	8
<u>2.3 Manajemen Strategis</u>	9
<u>2.3.1 Pengertian Manajemen Strategis</u>	9
<u>2.3.2 Pengertian Strategi</u>	9
<u>2.3.3 Jenis Strategi</u>	10
<u>2.3.4 Dimensi Manajemen Strategis</u>	14
<u>2.3.5 Proses Manajemen Strategis</u>	15
<u>2.4 Konsep Penjualan</u>	16
<u>2.5 Konsep Strategi Penjualan</u>	16
<u>2.6 Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal</u>	17
<u>2.6.1 Lingkungan Internal</u>	17
<u>2.6.2 Lingkungan Eksternal</u>	17
<u>2.7 Internal Strategic Factor Analysis Summary (IFAS) dan Eksternal Strategic Factor Analysis Summary (EFAS)</u>	21

<u>2.8 Analisis SWOT</u>	21
<u>2.9 Cara Pembuatan Analisis SWOT</u>	22
<u>2.10 Matriks QSPM (<i>Quantitative Strategic Planning Matriks</i>)</u>	23
<u>2.11 Penelitian Terdahulu</u>	24
<u>2.12 Kerangka Pemikiran</u>	27
<u>BAB III METODE PENELITIAN</u>	30
<u>3.1 Objek dan Subjek Penelitian</u>	30
<u>3.2 Metode Penelitian</u>	30
<u>3.3 Konsep Penelitian</u>	31
<u>3.4 Jenis dan Sumber Data</u>	33
<u>3.5 Populasi dan Sampel</u>	33
<u>3.5.1 Populasi</u>	33
<u>3.5.2 Sampel</u>	34
<u>3.6 Teknik Penarikan Sampling</u>	35
<u>3.7 Teknik Pengumpulan Data</u>	36
<u>3.8 Teknik Analisis Data</u>	37
<u>3.8.1 Tahap Masukan (<i>Input Stage</i>)</u>	37
<u>3.8.2 Tahap Penyesuaian (<i>Matching Stage</i>)</u>	40
<u>3.8.3 Tahap Pengambilan Keputusan</u>	42
<u>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</u>	45
<u>4.1 Gambaran Umum Variabel</u>	45
<u>4.2 Faktor Internal Bakery Hotel Ciputra</u>	45
<u>4.2.1 Karakteristik Narasumber</u>	45
<u>4.2.2 Pemasaran</u>	48
<u>4.2.3 Produksi/Operasi</u>	55
<u>4.2.4 Sumber Daya Manusia</u>	56
<u>4.2.5 Variabel Sistem Informasi</u>	59
<u>4.3 Faktor Eksternal Bakery Hotel Ciputra</u>	61
<u>4.3.1 Politik/Hukum</u>	61
<u>4.3.2 Teknologi</u>	61
<u>4.3.3 Sosial</u>	62
<u>4.3.4 Ekonomi</u>	63
<u>4.4 Analisis SWOT</u>	66
<u>4.5 Internal Factor Analysis Summary (IFAS)</u>	74

<u>4.6 Eksternal Factor Analysis Summary (EFAS)</u>	76
<u>4.7 Matriks Internal-Eksternal (IE)</u>	78
<u>4.8 Matriks SWOT</u>	80
<u>4.9 Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)</u>	85
<u>BAB V KESIMPULAN</u>	90
<u>5.1 Kesimpulan</u>	90
<u>5.2 Saran</u>	91
<u>DAFTAR PUSTAKA</u>	93
<u>LAMPIRAN</u>	98

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kunjungan Wisatawan Mancanegara Provinsi DKI	2
Tabel 1.2 Daftar Outlet Bakery Hotel Ciputra	3
Tabel 1.3 Data Penjualan Bakery Hotel Ciputra Cabang Mal Ciputra	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1 Konsep Penelitian	47
Tabel 3. 2 Jenis dan Sumber Data	49
Tabel 3.3 Matriks IFAS	53
Tabel 3.4 Matriks EFAS	55
Tabel 3.5 Model untuk Strategi Korporat	56
Tabel 3.6 Matriks SWOT	57
Tabel 3.7 Matriks QSPM	58
Tabel 4.1 Gambaran Karakteristik Narasumber Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Tabel 4.2 Gambaran Karakteristik Narasumber Berdasarkan Usia	61
Tabel 4.3 Gambaran Karakteristik Narasumber Berdasarkan Asal Daerah	61
Tabel 4. 4 Gambaran Karakteristik Narasumber Berdasarkan Pekerjaan	62
Tabel 4. 5 Gambaran Karakteristik Narasumber Berdasarkan Penghasilan	63
Tabel 4.6 Gambaran Karakteristik Narasumber Berdasarkan Pendidikan Terakhir	63
Tabel 4.7 Cita Rasa Produk Bakery dan Pastry	64
Tabel 4.8 Tampilan Produk Bakery dan Pastry	65
Tabel 4.9 Pilihan Produk Bakery dan Pastry	66
Tabel 4.10 Kesegaran Produk Bakery dan Pastry	66
Tabel 4.11 Kesesuaian Harga yang Ditawarkan	68
Tabel 4.12 Keterjangkauan Harga	69
Tabel 4.13 Pemberian Potongan Harga 50%	69
Tabel 4.14 Kesesuaian Penetapan Harga Produk BHC	70
Tabel 4.15 Kemaksimalan Promosi BHC	71
Tabel 4.16 Proses Pemesanan dan Pembelian	72
Tabel 4.17 Pemesanan Online Produk BHC	72
Tabel 4.18 Keramahtamahan Karyawan BHC	72
Tabel 4.19 Karyawan BHC Cepat dan Tanggap	74
Tabel 4.20 Kepatuhan Karyawan Menjalani Protokol Kesehatan	75
Tabel 4.21 Kehandalan Sumber Daya Manusia BHC	76
Tabel 4.22 Pemahaman Visi dan Misi Bakery Hotel Ciputra	77
Tabel 4.23 Pengetahuan Strategi Penjualan Bakery Hotel Ciputra	77
Tabel 4.24 Produk BHC Mengikuti Tren yang Viral	79
Tabel 4.25 Motivasi Pembelian Produk Bakery Hotel Ciputra	80
Tabel 4.26 Customer Repeater	82
Tabel 4.27 Bakery Hotel Ciputra Dapat Bersaing dengan Toko Lainnya	83
Tabel 4.28 Rekapitulasi Skor Hasil Kuesioner Konsumen	84
Tabel 4.29 Hasil Survei Konsumen	87
Tabel 4.30 Matriks <i>Internal Factor Analysis Summary</i> (IFAS)	94
Tabel 4.31 Matriks <i>External Factor Analysis Summary</i> (EFAS)	96
Tabel 4.32 Matriks Internal-Eksternal (IE)	97
Tabel 4.33 Matriks SWOT	99
Tabel 4.34 Matriks <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> (QSPM)	10

DAFTAR GAMBAR

<u>Gambar 1.1 Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara</u>	2
<u>Gambar 2.1 Proses Manajemen Strategis</u>	15
<u>Gambar 2.2 Analisis Swot</u>	22
<u>Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran</u>	27
<u>Gambar 4.1 Kuadran SWOT</u>	98

DAFTAR PUSTAKA

- Angel, P. (2013). Penataan Dan Peningkatan Infrastruktur Sebagai Salah Satu Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kota Batam Dalam Visit Batam. *Jurnal Charta Humanika*, 1(1), 1–25.
- Anggraeni, N., Turgarini, D., & Miftah, R. (2017). Strategi Peningkatan Penjualan Di Suis Butcher Cabang Setiabudi. *Gastronomy Tourism Journal*, 3(2), 27–36.
- Anjani, A. D., Ningsih, C., & Fajri, I. (2018). Strategi Pengembangan Bisnis Rumah Makan Ganbatte Suki, Bbq & Steak Bandung. *Gastronomy Tourism Journal*, 4(2), 8–21.
- Anwar, M. C., & Utami, M. C. (2012). Analisis SWOT pada Strategi Bisnis dalam Kompetisi Pasar (Studi Kasus: Toko Pojok Madura). *Studia Informatika: Jurnal Sistem Informasi*, 5(1), 1–9.
- Asraf, Lubis, M. S., & Erdawati. (2017). Religiosity Moderation On The Effect Of Sharia Label Equity In. *Journal of Social and Economics Research*, 2(1), 72–84.
- Besra, E. (2012). Potensi Wisata Kuliner Dalam Mendukung Pariwisata Di Kota Padang. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 12(1), 74–101.
- BPS. (2021). Jumlah kunjungan wisman ke Indonesia bulan November 2020 mencapai 175,31 ribu kunjungan. Bps.Go.Id. <https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/01/04/1795/jumlah-kunjungan-wisman-ke-indonesia-bulan-november-2020-mencapai-175-31-ribu-kunjungan-.html>
- CNN Indonesia. (2021). Kasus Covid-19 Indonesia Tembus 1 Juta. [www.cnnindonesia.com.https://www.cnnindonesia.com/nasional/20210126142245-20-598542/kasus-covid-19-indonesia-tembus-1-juta](http://www.cnnindonesia.com/nasional/20210126142245-20-598542/kasus-covid-19-indonesia-tembus-1-juta)
- Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2020). Data Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara Tahun 2020. Data.Jakarta.Go.Id.
- Erisman, A., & Azhar, A. (2015). *Manajemen Strategi*. Deepublish.
- Fadli, R. (2020). Timeline Virus Corona, Dari Desember 2019 Hingga Kini. Halodoc.Com. <https://www.halodoc.com/artikel/timeline-virus-corona-dari-desember-2019-hingga-kini>
- Fajri, I. (2018). Strategi Peningkatan Penjualan Makanan Tradisional Sunda Melalui Daya Tarik Produk Wisata Kuliner di The Jayakarta Bandung Suite

Hotel Spa. *Tourism and Hospitality Essentials (THE) Journal*, 8(1), 45–56.
<https://doi.org/10.17509/thej.v8i1.11689>

Fatimah, F. N. D. (2016). *Teknik Analisis SWOT*. Anak Hebat Indonesia.

FRETES, R., Santoso, P., Soenoko, R., & Astuti, M. (2013). Strategi Perencanaan Dan Pengembangan Industri Pariwisata Dengan Menggunakan Metode Swot Dan Qspm (Studi Kasus Kecamatan Leitimur Selatan Kota Ambon). *Rekayasa Mesin*. <https://doi.org/10.21776/ub.jrm>

Ginting, A. (2006). Perumusan Strategi Perusahaan PT X menggunakan Matriks Evaluasi Faktor. *Jurnal Sistem Teknik Industri*, 7(1), 1–5.

Hajar, H. I. (2019). *Manajemen Strategik - Konsep Keunggulan Bersaing* (R. Indra (ed.)). Penerbit ANDI.

Hanafi, I., Hubeis, A. V. S., & Raharja, S. (2018). Strategi Peningkatan Daya Saing Produk Suku Cadang Otomotif dan Elektronik Berbahan Karet di PT BesQ Sarana Abadi. *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 13(2), 167–174.
<https://doi.org/10.29244/mikm.13.2.167-174>

Haryanto, T. (2020). Editorial: Covid-19 Pandemic and International Tourism Demand. *Journal of Developing Economies*, 5(1), 1–5.
<https://doi.org/10.20473/jde.v5i1.19767>

Hefniy, & Fairus, R. N. (2019). Manajemen Strategi Dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Kepegawaian. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 3(1), 169–197.
<https://doi.org/10.33650/al-tanzim.v3i1.517>

Ismayanti. (2010). *Pengantar Pariwisata*. Gramedia Widiasarana Indonesia (Grasindo).

Kartajaya, H. (2007). *Hermawan Kartajaya on Selling* (3rd ed.). Mizan Pustaka.

Khori, A. (2016). Manajemen Strategik dan Mutu Pendidikan Islam. *MANAGERIA: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 1(1), 75–99.
<https://doi.org/10.14421/manageria.2016.11-05>

Long, L. M. (2013). *Culinary Tourism*. University Press of Kentucky.

Maharisi, S., Machfud, & Maulana, A. (2014). Manajemen Strategi Pengembangan Pertanian Kota (Urban Agriculture) di Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Aplikasi Manajemen - Journal of Applied Management*, 12(3), 351–361.

Miharja, K. (2018). Analisa SWOT Dalam Menentukan Strategi Bisnis Susu Murni Q-Milk. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 2(1), 30–38. <https://doi.org/10.31311/jeco.v2i1.2252>

Ilyas Wijaya Putra, 2021

**STRATEGI PENINGKATAN PENJUALAN DI BAKERY HOTEL CIPUTRA CABANG MAL CIPUTRA
JAKARTA PASCA PANDEMI COVID-19**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Muliani, L. (2019). Potensi Bubur Ase Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner Jakarta. *Destinesia : Jurnal Hospitaliti Dan Pariwisata*, 1(1), 50–56. <https://doi.org/10.31334/jd.v1i1.485>
- Novianto, E. (2019). *Manajemen Strategis*. Deepublish.
- Palupi, S., & Fitri, A. (2019). *Pedoman Pengembangan Wisata Kuliner*. Kementerian Pariwisata. <https://disbudparpora.ponorogo.go.id/wisata-kuliner/>
- Pendit, N. S. (2006). *Ilmu pariwisata: sebuah pengantar perdana*. Pradnya Paramita.
- Purwanti, A. (2016). Penataan Objek Wisata Sebagai Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam Kegiatan Visit Batam 2010. *Jurnal Komunikasi*. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v10i1.1834>
- Rachmawati, R. (2011). Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran). *Jurnal Kompetensi Teknik*, 2(2), 143–150.
- Ramadhan, A., & Sofiyah, F. R. (2013). Analisis SWOT sebagai landasan dalam menentukan strategi pemasaran (studi McDonald's Ring Road). *Jurnal Media Informasi Manajemen*, 1(4), 1–10.
- Rangkuti, F. (2016). *Teknik Membedakan Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Kompas Gramedia.
- Revida, E., Gaspersz, S., Uktolseja, L. J., Nasrullah, N., Warella, S. Y., Nurmiati, N., Alwi, M. H., Simarmata, H. M. P., Manurung, T., & Purba, R. A. (2020). *Pengantar Pariwisata (J. Simarmata (ed.))*. Yayasan Kita Menulis.
- Riswandi, A., Thahir, H., & Santi, I. N. (2016). ANALISIS STRATEGI BERSAING RUMAH MAKAN (Studi Pada Rumah Makan Darisa Cafe Campus). *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*, 2(3), 293–304.
- 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(3), 159–168. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v5i3.21707>
- Sedjati, R. S. (2015). *Manajemen Strategis*. Deepublish.
- Setyorini, H., Effendi, M., & Santoso, I. (2016). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM (Studi Kasus: Restoran WS Soekarno Hatta Malang). *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Agroindustri*, 5(1), 46–53.

- Simanjuntak, B. A., Tanjung, F., & Nasution, R. (2017). *SEJARAH PARIWISATA: Menuju Perkembangan Pariwisata Indonesia*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *DASAR METODOLOGI PENELITIAN* (Ayup (ed.); 1st ed.). Literasi Media Publishing.
- Sugihamretha, I. D. G. (2020). Respon Kebijakan: Mitigasi Dampak Wabah Covid-19 Pada Sektor Pariwisata. *Jurnal Perencanaan Pembangunan: The Indonesian Journal of Development Planning*, 4(2), 191–206. <https://doi.org/10.36574/jpp.v4i2.113>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA, cv.
- Suryana. (2010). *Metode Penelitian Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. UPI.
- Susanthi, P. R. (2017). Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal Dalam Mencapai Tujuan Perusahaan (Studi Kasus Stie Galileo Batam). *Jurnal Elektronik REKAMAN (Riset Ekonomi Bidang Manajemen dan Akuntansi)*, 1(1), 30–42.
- Umar, H. (2010). *Strategic Management in Action*. Gramedia Pustaka Utama.
- Utama, I. G. B. R. (2017). *Pemasaran Wisata*. Penerbit ANDI.
- Wallakula, Y. B. (2020). Analisis Eksistensi Pariwisata Indonesia di Tengah Situasi Pandemi Corona Virus Disease (Covid19). *Ilmu Sosial Keagamaan*, 1(1), 47–52.
- Widharta, W. P., & Sugiharto, S. (2013). Penyusunan Strategi dan Sistem Penjualan Dalam Rangka Meningkatkan Penjualan Toko Damai. *Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–15.
- Wijayati, D. T. (2010). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Manajemen Strategik pada Organisasi Non Profit (Studi Manajemen Strategik pada Dinas Propinsi Jawa Timur). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 12(1), 24–32. <https://doi.org/10.9744/jmk.12.1.pp.24-32>
- Wulandari, D. H., Priatini, W., & Ryana, H. (2015). ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PADA SOERABI PA'IS BANDUNG. *Gastronomy Tourism Journal*, 1(2), 99–106.
- Yogaswara, E. D., Sudono, A., & Meilani, S. (2015). STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA GAMA CATERING DI KOTA BANDUNG. *Gastronomy Tourism Journal*, 1(2), 108–116.

- Yudiaris, I. G. (2015). Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Pada CV. Puri Lautan Muriara. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI UNDIKSHA*, 5(1), 1–10. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.23887/jjpe.v5i1.5190>
- Yulianti, D. (2014). Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal dalam Pencapaian Tujuan Perusahaan (Studi Kasus di PT. Perkebunan Nusantara VII Lampung). *Jurnal Sosiologi*, 16(2), 103–114.
- Yunus, E. (2016). *Manajemen Strategis*. Penerbit ANDI.
- Zhafirin, G. N., Siswhara, G., & Waluya, B. (2019). Primadeva Utama Catering Makassar's Business Development Strategy. *Gastronomy Tourism Journal*, 6(1), 68–82.