

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan maka disimpulkan bahwa *coffee shop* kopisiologi memiliki berbagai kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan dimana kekuatan yang paling menonjol adalah pelayanan yang diberikan perusahaan sudah baik berdasarkan dari pendapat konsumen yang dimiliki perusahaan, sedangkan untuk kelemahan yang ada pada perusahaan adalah kualitas produk makanan yang masih kurang baik, kurangnya peralatan untuk menunjang peningkatan kualitas produk perusahaan.

Berdasarkan dari strategi-strategi yang digunakan perusahaan seperti promosi produk secara *offline* sudah cukup baik. Strategi promosi secara *offline* dimana dengan adanya strategi seperti *loyalty card* perusahaan mendapatkan keuntungan yang lebih besar, menurut pemilik dengan adanya strategi ini omset bulanan perusahaan pun meningkat. Berdasarkan hasil dari matriks QSPM perusahaan yang diisi CEO perusahaan sendiri lebih tertarik untuk melakukan strategi *product development* didasari dari kemampuan

perusahaan saat ini , dimana perusahaan dapat meningkatkan nilai produk yang dimiliki perusahaan yang didapatkan dari *product development* sehingga produk yang ditawarkan perusahaan lebih unggul dalam hal kualitas, rasa, *packaging*, maupun pelayanan dan dapat bersaing dalam pasar.

4.2. Rekomendasi

Dari hasil dan temuan penelitian terhadap perusahaan *coffee shop* kopisiologi ada beberapa rekomendasi yang dapat digunakan perusahaan. Rekomendasi strategi yang diusulkan dari hasil matriks QSPM adalah strategi pengembangan produk dimana strategi pengembangan produk memiliki beberapa strategi yang dapat digunakan antara lain, strategi pengembangan kualitas produk perusahaan, diversifikasi produk atau menambah jenis produk, dan strategi produk baru (Nailuvary et al., 2020, 187), oleh karena itu maka rekomendasi yang dapat diberikan berdasarkan hasil dari matriks QSPM terhadap perusahaan Kopisiologi adalah :

1. Meningkatkan kualitas produk makanan yang sudah ada dengan meningkatkan rasa dan penyajian produk makanan dikarenakan menurut beberapa konsumen produk makanan yang disediakan oleh perusahaan masih kurang baik kualitasnya dan kurang menarik.

2. Menciptakan menu spesial seperti menu paket atau menu kopi susu 1 liter yang dapat dijual secara *online* atau untuk *take away* bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pasar dari perilaku masyarakat yang baru.
3. Menyediakan peralatan kopi seperti mesin pembuat *espresso* untuk meningkatkan kecepatan penyajian dan kualitas *espresso* yang dihasilkan perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas produk perusahaan.
4. Meningkatkan kualitas, kecepatan dan ketepatan pelayanan kepada konsumen yang dimiliki perusahaan melalui SOP pegawai.
5. Mengembangkan kualitas dan keberagaman biji kopi yang digunakan perusahaan

Sedangkan ada juga rekomendasi strategi dari matriks SWOT, yaitu :

1. Memaksimalkan fasilitas *outdoor* yang dimiliki perusahaan karena beberapa konsumen mengatakan bahwa fasilitas *outdoor* yang disediakan kurang nyaman.
2. Meningkatkan promosi produk perusahaan secara *online* melalui Google ads, facebook ads dan lainnya untuk mencakup pasar yang lebih luas dan dapat menghadirkan konsumen baru.

3. Menjalinkan kerja sama dengan berbagai pemasok bahan baku yang dibutuhkan perusahaan guna mendapatkan harga serendah mungkin.
4. Memberikan promo diskon untuk produk *take away* untuk meningkatkan penjualan perusahaan mengetahui konsumen lebih banyak menghabiskan waktunya di rumah.
5. Memanfaatkan platform *E-Commerce* untuk meningkatkan penjualan produk perusahaan seperti *shopee food*.

4.3. Implikasi

4.3.1. Implikasi Visi Dan Misi Perusahaan

Dari hasil dan temuan penelitian yang dilakukan kepada *Coffee shop* Kopisiologi ada beberapa implikasi atau dampak pada setiap fungsi bisnis perusahaan dari visi dan misi yang perusahaan miliki saat ini, yaitu :

1. Implikasi setiap fungsi bisnis untuk visi perusahaan

- Fungsi Keuangan

Dengan visi perusahaan untuk menjadi *coffee shop* retail terbaik dan terus berinovasi maka secara fungsi keuangan perusahaan harus memiliki modal yang besar untuk melakukan inovasi berkelanjutan.

- Fungsi Sumber Daya manusia

Dalam pencapaian visi perusahaan maka dibutuhkan sumber daya manusia yang berkualitas yang dapat menunjang pencapaian visi perusahaan, dalam perusahaan kopisiologi, perusahaan harus dapat merekrut dan mengembangkan sumber daya manusia yang berkualitas dalam setiap posisi dalam perusahaan.

- Fungsi operasional

Dari visi yang ingin dicapai perusahaan maka dari fungsi operasional perusahaan, perusahaan harus menjaga dan terus meningkatkan kualitas produk yang dimiliki dalam hal bahan baku dan harus memiliki kualitas pelayanan terhadap konsumen yang baik untuk mencapai visi perusahaan.

- Fungsi Marketing

Dalam pencapaian visi perusahaan maka dibutuhkan marketing yang baik dan terus menerus mengembangkan pasar yang dimiliki perusahaan, karena tujuan perusahaan adalah menjadi *market leader* oleh karena itu baik dari kualitas produk,

berikut dengan harga dan cara memasarkan serta kelengkapan fasilitas yang dimiliki perusahaan harus diperhatikan dengan baik agar visi perusahaan tercapai.

2. Implikasi setiap fungsi bisnis untuk misi perusahaan

- Fungsi Keuangan

Salah satu misi perusahaan adalah perusahaan harus memiliki sistem yang baik hal ini mencakup juga sistem keuangan perusahaan yang baik, oleh karena itu, fungsi keuangan perusahaan harus mampu membuat sistem keuangan perusahaan yang baik dalam hal pencatatan keuangan dan lainnya.

- Fungsi Sumber Daya Manusia

Di dalam misi perusahaan terdapat menyediakan pelayanan yang maksimal dan menjaga kualitas produk yang dihasilkan, dengan begitu fungsi sumber daya manusia harus berkualitas dan harus diberikan pelatihan yang baik agar perusahaan dapat memberikan pelayanan yang maksimal

- Fungsi operasional

Dalam menjaga kualitas produk dan pelayanan yang dimiliki perusahaan maka perusahaan harus setidaknya memiliki sistem operasional sehari-hari yang baik dan memadai baik dalam peralatan dan perlengkapan pendukung dalam pencapaian misi perusahaan

4.3.2. Implikasi Dari Rekomendasi Yang Diberikan

Ada juga implikasi atau dampak pada setiap fungsi bisnis perusahaan dari setiap rekomendasi yang diberikan dari matriks QSPM dan dari matriks SWOT, yaitu,

Berikut adalah Implikasi dari rekomendasi strategi yang dihasilkan matriks QSPM :

1. Rekomendasi mengembangkan kualitas produk makanan perusahaan baik rasa dan penyajiannya.

- Fungsi Keuangan

Dengan perusahaan mengembangkan produk yang dimilikinya maka akan ada beban yang terjadi, beban tersebut yang digunakan untuk mengembangkan produk. Dampak yang akan terjadi dari fungsi

keuangan adalah bertambahnya pengeluaran *research and development* yang dimiliki perusahaan.

- Fungsi Sumber Daya Manusia

Dari fungsi SDM dengan adanya pengembangan produk makanan, fungsi SDM perusahaan harus mengadakan pelatihan untuk karyawan khususnya mereka yang memiliki pekerjaan di dapur perusahaan atau mengganti *chef* yang dimiliki perusahaan, hal ini akan menimbulkan pengeluaran untuk perusahaan.

- Fungsi operasional

Dari fungsi operasional adanya pengembangan produk makanan, maka akan ada peningkatan penggunaan bahan baku untuk *research and development*, namun jika hasil yang diberikan baik maka perusahaan akan semakin baik mengelola bahan bakunya jika menu yang dikembangkan dapat memaksimalkan penggunaan bahan baku.

- Fungsi Marketing

Dengan adanya pengembangan pada produk makanan maka fungsi marketing pun akan berkembang untuk memasarkan produk makanan yang sudah dikembangkan oleh perusahaan, hal ini dapat memberikan dampak yang positif pada fungsi marketing, karena kualitas produk yang dipasarkan sudah baik.

2. Menciptakan menu baru seperti menu paket atau menu kopi susu 1 liter yang dapat dijual secara *online* atau untuk *take away*.

- Fungsi Keuangan

Dalam menciptakan menu baru pastinya perusahaan membutuhkan dana yang cukup untuk melakukan *research and development* agar menghasilkan menu baru yang baik kualitasnya, sehingga dalam keuangan membutuhkan dana yang harus dipersiapkan untuk mengembangkan produk baru yang diinginkan.

- Fungsi Sumber Daya Manusia

Tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap fungsi sumber daya manusia dalam

membuat menu baru perusahaan, hal yang harus diperhatikan adalah bahwa para pegawai harus diberikan pelatihan baru untuk membuat menu baru tersebut.

- Fungsi Operasional

Dengan adanya menu baru yang diciptakan maka ada kemungkinan bertambahnya bahan baku yang digunakan perusahaan seperti *packaging* baru atau kemungkinan adanya bahan baku yang harus ditambah untuk memenuhi kebutuhan produksi menu baru tersebut.

- Fungsi Marketing

Dapat diketahui bahwa promosi yang dilakukan perusahaan secara *online* masih kurang baik, karena menu baru ini dibuat untuk memenuhi perilaku pasar yang lebih banyak beraktivitas di rumah maka dalam mempromosikan produk baru ini perusahaan harus memaksimalkan promosinya secara *online*.

3. Rekomendasi menyediakan peralatan yang lebih baik seperti mesin *espresso* untuk menjaga dan meningkatkan kualitas minuman perusahaan.

- Fungsi Keuangan

Dalam penyediaan peralatan yang lebih baik maka perusahaan harus siap menyediakan budget untuk membeli peralatan tersebut. diketahui bahwa beberapa peralatan *coffee shop* yang baik memiliki harga yang cukup besar , jika perusahaan ingin mengambil kredit untuk membeli peralatan maka hal yang harus dipertimbangkan perusahaan adalah kemampuan perusahaan membayar kewajibannya dan kewajiban apa yang dimiliki perusahaan saat ini.

- Fungsi Sumber Daya Manusia

Dengan adanya peralatan yang lebih baik dalam artinya lebih canggih maka perlu adanya pelatihan lagi untuk beberapa pegawai untuk melatih menggunakan peralatan baru yang disediakan perusahaan.

- Fungsi operasional

Dengan adanya peralatan yang lebih baik dan canggih maka penggunaan bahan baku perusahaan akan lebih efektif dan efisien dibantu dengan peralatan yang lebih memadai maka perusahaan dapat menekan bahan baku yang digunakan.

- Fungsi Marketing

Dalam menambah peralatan untuk menunjang kualitas produk perusahaan maka fungsi marketing perusahaan akan semakin baik dalam hal kualitas produk yang ditawarkan perusahaan yang membantu memudahkan perusahaan dalam meyakinkan konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Selain itu dalam fungsi marketing dengan adanya peningkatan kualitas produk yang dihasilkan perusahaan dapat membuat reputasi perusahaan meningkat.

4. Meningkatkan kualitas, kecepatan dan ketepatan pelayanan kepada konsumen yang dimiliki perusahaan melalui SOP pegawai.

- Fungsi Sumber daya manusia

Dibutuhkannya pelatihan sumber daya manusia demi mencapai kualitas pelayanan yang diinginkan dan sesuai dengan SOP yang sudah ditetapkan perusahaan. Oleh karena itu, fungsi sumber daya manusia perusahaan harus mengadakan program pelatihan yang baik dan mendalam mengenai SOP dan juga merancang agar pegawai yang bekerja sudah memberikan pelayanan yang maksimal dari konsumen.

- Fungsi operasional

Fungsi operasional harus dapat merancang SOP bersamaan dengan fungsi sumber daya manusia yang dimana SOP (*Standard operating procedure*) ini bertujuan untuk memberikan pelayanan yang maksimal untuk konsumen.

- Fungsi marketing

Fungsi marketing dalam meningkatkan kualitas pelayanan adalah melakukan riset baik dari konsumen yang dimiliki perusahaan maupun kompetitor perusahaan untuk mendapatkan kualitas pelayanan yang

diinginkan oleh konsumen dan apa saja yang harus ditambah dan dikembangkan dari pelayanan yang ada di perusahaan saat ini.

5. Mengembangkan kualitas dan keberagaman biji kopi yang digunakan perusahaan.

- Fungsi Keuangan

Dengan adanya pengembangan dari kualitas dan keberagaman biji kopi maka fungsi keuangan harus mengatur pengeluaran karena untuk melakukan pengembangan ini dibutuhkan biaya dalam melakukan *research* demi mengetahui biji-biji kopi mana saja yang bisa digunakan perusahaan.

- Fungsi Sumber daya manusia

Pada fungsi sumber daya manusia dibutuhkan adanya pelatihan dan penambahan wawasan khususnya pada *barista* perusahaan mengenai jenis biji kopi dengan rasa, manfaat dan kandungan yang terdapat dari jenis-jenis kopi yang berbeda hal ini bertujuan agar setiap pegawai yang ada di perusahaan memahami betul jenis-

jenis biji kopi sehingga dapat memberikan penyampaian deskripsi mengenai produk.

- Fungsi operasional

Dengan adanya perkembangan jenis biji kopi yang akan digunakan maka fungsi operasional harus dapat menyediakan tempat penyimpanan yang baik untuk jenis-jenis kopi ini dan harus memperhatikan kebutuhan dari setiap jenis kopi yang berbeda-beda sehingga penggunaannya dapat optimal dalam meningkatkan penjualan.

- Fungsi marketing

Dengan adanya pengembangan jenis biji kopi dan kualitasnya maka hal yang akan berdampak ada fungsi marketing adalah fungsi marketing harus dapat menentukan biji kopi mana saja yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pasar oleh karena itu fungsi marketing harus melakukan riset pasar untuk mengetahui minat konsumen agar tepat sasaran.

Berikut adalah Implikasi dari rekomendasi strategi yang dihasilkan matriks SWOT :

1. Rekomendasi memaksimalkan fasilitas outdoor yang dimiliki perusahaan.

Fungsi Keuangan

Dengan adanya pengembangan pada fasilitas yang dimiliki perusahaan maka akan adanya pengeluaran yang harus dikeluarkan perusahaan, baik memperbaiki fasilitas *outdoor* yang dimiliki atau menambah fasilitas yang dimiliki perusahaan oleh karena itu perusahaan harus menyiapkan sejumlah dana untuk melakukan hal ini.

- Fungsi Sumber Daya Manusia

Dengan adanya penambahan fasilitas maka fungsi SDM dalam pelaksanaan kegiatan berusaha harus lebih baik untuk menjaga fasilitas yang sudah dibeli agar tidak mudah rusak, hal ini akan mempengaruhi KPI yang diberikan perusahaan untuk melakukan penilaian terhadap pegawai.

- Fungsi Marketing

Dengan adanya penambahan fasilitas atau perbaikan membuat fungsi marketing perusahaan akan semakin membaik dan dapat

menarik pasar lebih baik, dengan ketersediaan fasilitas *outdoor* yang dimiliki perusahaan, fungsi marketing perusahaan akan semakin lengkap.

2. Rekomendasi meningkatkan promosi secara online.

- Fungsi Keuangan

Dengan meningkatkan promosi produk perusahaan secara *online* maka perusahaan harus menyediakan budget tambahan untuk kegiatan *marketing* secara *online* , dikarenakan dalam melakukan kegiatan pemasaran secara *online* membutuhkan dana yang cukup.

- Fungsi Sumber Daya Manusia

Adanya kemungkinan perusahaan menambah pegawai yang ahli dalam bidang *digital marketing* dalam mengatur promosi *online* yang dilakukan perusahaan sehingga menambah beban gaji, perusahaan dapat juga melakukan pelatihan untuk pegawai yang sudah ada namun hasil yang diberikan tidak akan langsung terasa karena pegawai tersebut masih dalam masa pelatihan.

- Fungsi Marketing

Dengan adanya peningkatan pada promosi online yang dilakukan perusahaan maka perusahaan memiliki tambahan promosi yang dapat dilakukan perusahaan sehingga membuat fungsi marketing perusahaan semakin efektif dan dapat menghadirkan konsumen baru.

3. Menjalinkan kerja sama dengan berbagai pemasok bahan baku yang dibutuhkan perusahaan guna mendapatkan harga serendah mungkin.

- Fungsi Keuangan

Perusahaan perlu memperhatikan kelancaran aliran kas perusahaan ketika melakukan kontrak kerjasama dengan pemasok seperti memastikan apakah besarnya biaya yang harus dibayarkan per 1x transaksi dengan pemasok sesuai dengan pendapatan perusahaan. Kemampuan keuangan perusahaan jika pembelian bahan baku dalam kerja sama dengan pemasok dapat dijadikan kewajiban, dalam hal ini

fungsi keuangan perusahaan harus dapat mengukur kemampuan perusahaan membayar.

- Fungsi Sumber daya manusia

Tidak ada pengaruh signifikan terhadap fungsi sumber daya manusia perusahaan. Namun, hal yang harus diperhatikan adalah kemampuan sumber daya manusia dalam hal menjalin hubungan yang baik dengan pemasok seperti kemampuan negosiasi.

- Fungsi operasional

Hal yang berdampak pada fungsi operasional adalah besaran kuantitas pemesanan yang harus diseimbangkan dengan kebutuhan operasional perusahaan, diketahui bahwa rata-rata jika ingin menjalin kerja sama dengan pemasok demi mendapatkan harga yang murah atau diskon dari pemasok membutuhkan pembelian dalam jumlah yang cukup besar, oleh karena itu perusahaan akan lebih baik jika menjalin kerja sama dengan pemasok yang

menyediakan bahan baku yang perusahaan butuhkan dalam jumlah besar.

4. Memberikan promo diskon untuk produk take away atau pesan antar untuk meningkatkan penjualan perusahaan.

- Fungsi Keuangan

Dengan adanya pemberian diskon maka ada baiknya jika fungsi keuangan menghitung jumlah besaran diskon yang dapat diberikan kepada konsumen dan target penjualan yang harus dicapai sehingga tidak menyebabkan kerugian pada pemberian promo tersebut.

- Fungsi operasional

Dengan adanya pemberian diskon terhadap produk yang dijual, maka fungsi operasional perusahaan harus dapat mengelola bahan baku dengan baik sehingga dapat meminimalkan *waste* yang terjadi. Dapat diketahui bahwa ketika pemberian diskon maka akan adanya penurunan persentase keuntungan dari produk, oleh karena itu ada lebih baiknya operasional

perusahaan memaksimalkan penggunaan bahan baku.

- Fungsi marketing

Fungsi marketing dalam rangka pemberian promosi harus memastikan agar promosi ini tepat sasaran dan sampai ke konsumen dengan baik agar target penjualan dari pemberian promosi ini tercapai.

5. Memanfaatkan platform *E-Commerce* untuk meningkatkan penjualan produk perusahaan.

- Fungsi Keuangan

Dengan penggunaan platform *E-Commerce* hal yang harus diperhatikan adalah sistem pembayaran yang disediakan agar transaksi dapat terjadi pada setiap platform *E-Commerce* yang digunakan perusahaan serta biaya apa saja yang harus dikeluarkan untuk menjual produk perusahaan pada platform *E-Commerce*.

- Fungsi Sumber daya manusia

Fungsi sumber daya manusia harus memberikan pelatihan kepada pegawai khususnya kasir tentang bagaimana melayani

pembayaran dan pemesanan produk perusahaan melalui platform *E-Commerce* yang digunakan agar terjaganya kualitas pelayanan.

- Fungsi operasional

Dalam fungsi operasional maka dampak yang terjadi adalah dimana fungsi operasional harus menyediakan perlengkapan dan bahan baku yang dibutuhkan seperti *box take away* dan lainnya.

- Fungsi marketing

Dibutuhkannya fungsi marketing untuk memberikan informasi yang baik dan benar mengenai ketersediaan produk di setiap platform *E-Commerce* yang digunakan agar konsumen perusahaan dapat mengetahui keberadaan produk dengan mudah.

DAFTAR PUSTAKA

Agora. (2015). *ANALISIS STRATEGI PADA PERUSAHAAN PLASTIK DENGAN PORTER FIVE FORCES*, 3(1), 737.

Badan Pusat Statistik. (2021, Februari 5). Ekonomi Indonesia 2020 Turun sebesar 2,07 Persen (c-to-c). *Berita Resmi Statistik*.

<https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/02/05/1811/ekonomi-indonesia-2020-turun-sebesar-2-07-persen--c-to-c-.html>

Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa barat. (2018). *Jumlah Rumah Makan, Restoran dan Cafe Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Barat, 2018*. Badan Pusat statistik Provinsi Jawa Barat. Retrieved maret 29, 2021, from <https://jabar.bps.go.id/dynamictable/2020/05/13/402/jumlah-rumah-makan-restoran-dan-cafe-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-jawa-barat-2018.html>

Basoni, S. (2018, oktober 20). Mau Buka Coffee Shop Sendiri? Perhatikan Dulu 7 Hal Penting Ini. *Detikfood*. <https://food.detik.com/cooking-event/d-4265434/mau-buka-coffee-shop-sendiri-perhatikan-dulu-7-hal-penting-ini>

Clearesta, V., & Hongdiyanto, C. (2018, Februari). PERANCANGAN STRATEGI MARKETING MELALUI SOSIAL MEDIA MENGGUNAKAN METODE QSPM PADA PERUSAHAAN PRISMATIC PHOTOGRAPHY. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 2(6), 772-781.

Dinilhaq, A. (2021, januari 20). *Industri makanan dan minuman masih menjadi andalan di 2021*. wartaekonomi.co.id. Retrieved maret 29, 2021, from

<https://www.wartaekonomi.co.id/read323825/industri-makanan-minuman-masih-jadi-andalan-di-2021>

Fauzia, M. (2020, Desember 15). Pengeluaran Per Kapita Susut, Pertumbuhan Indeks Pembangunan Manusia RI Melambat Artikel ini telah tayang di Kompas.com dengan judul "Pengeluaran Per Kapita Susut, Pertumbuhan Indeks Pembangunan Manusia RI Melambat", Klik untuk baca:

<https://money.kompas.com>. *Kompas.com*.

<https://money.kompas.com/read/2020/12/15/161953126/pengeluaran-per-kapita-susut-pertumbuhan-indeks-pembangunan-manusia-ri#:~:text=BPS%20mencatat%2C%20pengeluaran%20per%20kapita,sebesar%20Rp%2011%2C3%20juta>.

Gunawan, D. S., Alhabsji, T., & Rahardjo, K. (2018). ANALISIS LINGKUNGAN EKSTERNAL DAN INTERNAL DALAM MENYUSUN STRATEGI PERUSAHAAN (Studi Perencanaan Strategi Komoditi Kelapa Sawit Pada PT. Perkebunan Nusantara III (Persero)). 22-33.

Gunawan, J. (2013). ANALISA MANAJEMEN DAN STRATEGI BISNIS PADA UD. CAHAYA ABADI INDAH DI SURABAYA. *AGORA*, 1(3), 1-6.

Hadi N. (2017, Maret). Pengaruh Kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada cafe Kyotown A Coffee shop station Bandung. *Pengaruh Kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada cafe Kyotown A Coffee shop station Bandung*, 01(01), 10.

<https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/9081/Bab%201.pdf?sequence=8&isAllowed=y>

Handi. (2021, Januari 8). *Tujuh kota dengan jumlah populasi terbanyak di Indonesia*. Beritadaerah.co.id. Retrieved Maret 29, 2021, from <https://www.beritadaerah.co.id/2021/01/08/wow-ini-tujuh-kota-dengan-jumlah-penduduk-terbanyak-di-indonesia/#:~:text=Yang%20pertama%20adalah%20Jakarta%20Timur,jumlah%20penduduk%202.805.906%20jiwa>.

Ibnussina. (2015, september). *Strategi pengembangan signature coffee shop dengan pendekatan model bisnis kanvas*, 1.

<http://repository.sb.ipb.ac.id/2395/5/R48-05-Ibnussina-Pendahuluan.pdf>

Ikhsan, N. (2017, Des 27). *Lezatnya Data Warung Makan dan Cafe e-Commerce di Era Digital*. Direktorat jendral pajak.

<https://www.pajak.go.id/id/artikel/lezatnya-data-warung-makan-dan-cafe-e-commerce-di-era-digital>

Irvani, D., & Mujani, S. (2021, Mei 14). *Optimisme Publik Menatap Indonesia 2021* Sumber: <https://mediaindonesia.com/kolompakar/373711/optimisme-publik-menatap-indonesia-2021>.

<https://mediaindonesia.com/kolompakar/373711/optimisme-publik-menatap-indonesia-2021>. *Media*

Indonesia. <https://mediaindonesia.com/kolompakar/373711/optimisme-publik-menatap-indonesia-2021>

Januarwati, R., & Poernomo, E. (2014, oktober). *Jurnal Bisnis Indonesia*.

ANALISIS STRATEGI BISNIS USAHA MIKRO KECIL MENENGAH

TOKO BUNGA "CINDY" DI JL. KAYOON UTARA NO.12

GENTENGKALI – SURABAYA, 5(2), 164.

Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Principles of Marketing* (14th ed.). Prentice Hall.

Mahardika, L. (2019, April 30). Kurangi Sampah Plastik, Kafe Ini Gunakan Bahan Unik yang Ramah Lingkungan untuk Sedotan. *Liputan 6*.
<https://hot.liputan6.com/read/3953541/kurangi-sampah-plastik-kafe-ini-gunakan-bahan-unik-yang-ramah-lingkungan-untuk-sedotan>

Maliki, A. B., Jahdin, M. E., Kamarulzaman, N. B., Ali, N. M., Azhar, N. B., & Chew, B. C. (2012). PESTLE Analysis on Bieichi Technology - Technology Which Turns Plastic Waste into Fuels. *IC-TMT*, 1-12.

Mayawati, H. (2019, Juni). Stabilitas Emosi Tokoh Sri Ningsih Dalam Novel Tentang Kamu Karya Tere Liye (Kajian Psikologi Sastra). *Jurnal Ilmiah Bahasa, Sastra, dan Pembelajarannya*, 3(1), 12-19. <http://e-journal.unipma.ac.id/index.php/linguista/article/view/4540>

Meftahudin, Purtanto, A., & Wijayanti, R. (2018, Agustus 1). Penerapan Analisis SWOT dan Five Forces Porter Sebagai Landasan untuk Merumuskan Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Laba Perusahaan (Studi Pada Tin Panda Collection di Kabupaten Magelang). *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology (JEMATech)*, 1(1), 22-30.

Monicasef. (2019, oktober 25). Kedai Kopi, Bisnis Masa Kini, Menjanjikan di Masa Depan. *Suara.com*.

<https://yoursay.suara.com/lifestyle/2019/10/25/065000/kedai-kopi-bisnis-masa-kini-menjanjikan-di-masa-depan?page=1>

Muhardi. (2004, Juni). *ASPEK-ASPEK KEUNGGULAN BERSAING PERGURUAN TINGGI*, XX(2), 179-193.

Nailuvary, S., Ani, H. M., & Sukidin. (2020). Strategi Pengembangan Produk pada Handicraft Citra Mandiri di Desa tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosial*, 14(1), 185-193. 1907-9990.
10.19184/jpe.v14i1.11872

oetomo, H. W., & Ardini, L. (2012, Agustus 2). SWOT ANALYSIS IN STRATEGIC MANAGEMENT: A CASE STUDY AT PURABAYA BUS STATION. *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura*, 15(2), 171 - 186.

Pamungkas, w. W. (2020, Agustus 5). Pak Ridwan Kamil, Ekonomi Jabar Triwulan II 2020 Minus 5,98 Persen Artikel ini telah tayang di Bisnis.com dengan judul "Pak Ridwan Kamil, Ekonomi Jabar Triwulan II 2020 Minus 5,98 Persen", Klik selengkapnya di sini:
<https://bandung.bisnis.com/read/2020080.> *Bisnis.com.*
<https://bandung.bisnis.com/read/20200805/550/1275335/pak-ridwan-kamil-ekonomi-jabar-triwulan-ii-2020-minus-598-persen>

Paramadita, S., Umar, A., & Kurniawan, J. Y. (2020). ANALISA PESTEL TERHADAP PENETRASI GOJEK DI INDONESIA PESTEL Analysis Towards GOJEK's Penetration in Indonesia. *Jurnal Pengabdian dan*

- Kewirausahaan*, 4(1), 37-49. Retrieved 4 26, 2021, from [https://journal.ubm.ac.id/index.php/pengabdian -dan-kewirausahaan](https://journal.ubm.ac.id/index.php/pengabdian-dan-kewirausahaan)
- Porter, M. E. (1998). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.
- Rahman, A. R. (2020, November 18). Menyikapi Perubahan Pola Konsumsi Masyarakat di Masa Pandemi COVID-19. *Viva.com*.
<https://www.viva.co.id/vstory/opini-vstory/1323242-menyikapi-perubahan-pola-konsumsi-masyarakat-di-masa-pandemi-covid-19>
- Rahmawati, W. T. (2020, Juni 21). *Ini penyebab tingkat konsumsi rumah tangga melemah di kuartal kedua 2020*. Makroe Ekonomi. Retrieved April 09, 2021, from <https://nasional.kontan.co.id/news/ini-penyebab-tingkat-konsumsi-rumah-tanggal-melemah-di-kuartal-kedua-2020>
- Rifai, M., Sasongko, T., & Indrihastuti, P. (2019, maret). MENINGKATKAN KEUNGGULAN BERSAING PRODUK MELALUI INOVASI DAN ORIENTASI PASAR PADA USAHA SEKTOR INDUSTRI KREATIF DI KOTA MALANG. *Jurnal EKBIS*, XX(1), 1194 - 1205.
- Riyanto, G. P. (2021, Februari 23). Jumlah Pengguna Internet Indonesia 2021 Tembus 202 Juta Artikel ini telah tayang di Kompas.com dengan judul "Jumlah Pengguna Internet Indonesia 2021 Tembus 202 Juta ", Klik untuk baca: <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/16100057/jumlah-pengguna-inte>. *Kompas.com*.
<https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/16100057/jumlah-pengguna-internet-indonesia-2021-tembus-202->

- Team FME. (2013). *PESTLE Analysis*. <https://free-management-ebooks.tradepub.com/?pt=main&page=home.ebookspg>
- Toffin. (2019, Desember 18). *Kedai kopi di Indonesia hampir mencapai 3000 gerai*. Voi.id. Retrieved maret 29, 2021, from <https://voi.id/berita/925/kedai-kopi-di-indonesia-hampir-mencapai-3-000-gerai#:~:text=Hasil%20riset%20TOFFIN%2C%20perusahaan%20penyedia,2016%20yang%20hanya%20sekitar%201.000.>
- Widyasari, D. (2014). ANALISIS INDUSTRI ALAS KAKI DI DKI JAKARTA TAHUN 2014 DENGAN MODEL 'PORTER'S FIVE FORCES'. 205-221.
- Yasmin, P. (2020, desember 06). Populasi Indonesia 2020 Lengkap Data per Provinsi. *News Detik*. <https://news.detik.com/berita/d-5284032/populasi-indonesia-2020-lengkap-data-per-provinsi>
- Yulianti, D. (2020, April 02). ANALISIS LINGKUNGAN INTERNAL DAN EKSTERNAL DALAM PENCAPAIAN TUJUAN PERUSAHAAN (Studi Kasus di PT. Perkebunan Nusantara VII Lampung). *Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal Dalam Pencapaian Tujuan Perusahaan*, 16(2), 103-114.