

Analisis Strategi Pengembangan Usaha Berbasis Business Model Canvas dan Analisis SWOT (Studi Kasus Café Kopgun Bendasari Kabupaten Bandung)

Rizza Regitha Astiana¹, Hendar Rubedo²

¹Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Bisnis, Universitas Wanita Internasional, Jl. Pasir Kaliki No.179 A, Kota Bandung, Jawa Barat, Indonesia, 40173

²Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Bisnis, Universitas Wanita Internasional, Jl. Pasir Kaliki No.179 A, Kota Bandung, Jawa Barat, Indonesia, 40173

Penulis Korespondensi: rra.zaiza@gmail.com

Abstract. *Café Kopgun Bendasari is a micro, small, and medium enterprise (MSME) in the food and beverage sector located in Bandung Regency. Despite its advantages in distinctive coffee flavor sourced from its own plantation and an attractive natural atmosphere, the café still faces operational challenges, including long serving times, inconsistent product taste, customer queue build-ups, and inconsistent implementation of Standard Operating Procedures (SOP). This study aims to analyze the business model condition of Café Kopgun Bendasari using the Business Model Canvas (BMC) framework and to formulate a proposed improvement of SOP as a business development strategy based on SWOT analysis. This research employs a qualitative descriptive method, with data collected through in-depth interviews, observation, and documentation. Data were analyzed using the Miles and Huberman interactive model and further formulated into the SWOT Matrix, IFAS, and EFAS. The results show that Café Kopgun Bendasari has a strong Value Propositions element, namely its distinctive coffee flavor and authentic natural atmosphere, but shows significant weaknesses in the Key Activities and Key Resources elements due to habitual-based operations. The IFAS-EFAS analysis places the café at coordinates (0.25; 0.04), positioning it in Quadrant I (Strength–Opportunity), which indicates a growth-oriented strategy. The recommended priority strategies include formulating a Service SOP, a Production SOP, and a Promotion SOP to transform operational weaknesses into systemic strengths.*

Keywords: *Business Model Canvas, SWOT Analysis, business development strategy, Standard Operating Procedure, MSMEs.*

Abstrak. Café Kopgun Bendasari merupakan salah satu usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di bidang food and beverage yang berlokasi di Kabupaten Bandung. Meskipun memiliki keunggulan pada cita rasa kopi hasil kebun sendiri dan suasana alam yang menjadi daya tarik utama, kafe ini masih menghadapi kendala operasional, seperti lamanya waktu penyajian, ketidakkonsistenan rasa produk, antrean pelanggan yang menumpuk, serta belum berjalannya Standar Operasional Prosedur (SOP) secara konsisten di lapangan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi model bisnis Café Kopgun Bendasari menggunakan kerangka Business Model Canvas (BMC) dan merumuskan usulan perbaikan SOP sebagai strategi pengembangan usaha berdasarkan hasil analisis SWOT. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan menggunakan model Miles dan Huberman yang kemudian dirumuskan ke dalam Matriks SWOT, IFAS, dan EFAS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Café Kopgun Bendasari memiliki keunggulan pada elemen Value Propositions berupa cita rasa kopi khas dan suasana alam yang otentik, namun mengalami kelemahan signifikan pada elemen Key Activities dan Key Resources akibat operasional yang masih bersifat habitual-based. Hasil analisis IFAS-EFAS menempatkan kafe pada koordinat (0,25 ; 0,04), yang berarti berada pada Kuadran I (Strength–Opportunity), mengindikasikan penerapan strategi pertumbuhan (growth-oriented strategy). Strategi prioritas yang direkomendasikan meliputi perumusan SOP Pelayanan, SOP Produksi, dan SOP Promosi untuk mengubah kelemahan operasional menjadi kekuatan sistemik.

Kata kunci: Business Model Canvas, Analisis SWOT, strategi pengembangan usaha, Standar Operasional Prosedur, UMKM.

1. LATAR BELAKANG

Café Kopgun Bendasari merupakan salah satu usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di bidang food and beverage yang berlokasi di Kabupaten Bandung. Pertumbuhan bisnis kedai kopi yang semakin pesat mendorong setiap pelaku usaha untuk mampu mengelola kegiatan bisnisnya secara efektif agar tetap bertahan di tengah persaingan. Kualitas produk, pelayanan, serta pengalaman yang dirasakan pelanggan menjadi faktor penting dalam membangun daya saing sebuah kafe, sehingga pengelolaan usaha tidak hanya berfokus pada proses produksi, tetapi juga mencakup pengelolaan sumber daya, pelayanan, pemasaran, hingga hubungan dengan pelanggan. Perkembangan industri kopi di Indonesia terus mengalami peningkatan, dengan proyeksi jumlah kedai kopi mencapai lebih dari 10.000 unit dan nilai pasar sekitar Rp80 triliun (Asosiasi Pengusaha Kopi dan Kakao Indonesia, 2025). Peningkatan konsumsi kopi, terutama di kalangan generasi muda, turut mendorong kompetisi antarkedai kopi menjadi semakin dinamis (Toffin Indonesia & MIX MarComm, 2023). Konsumen tidak lagi hanya mempertimbangkan cita rasa, tetapi juga kualitas pelayanan, kecepatan penyajian, kenyamanan tempat, hingga fasilitas penunjang aktivitas bekerja dan belajar. Data kunjungan pelanggan Café Kopgun Bendasari sepanjang tahun 2025 menunjukkan fluktuasi sebagai berikut:

Tabel 1.1 Data Kunjungan Pelanggan Tahun 2025

No	Bulan	Jumlah Pengunjung	Rata Rata Pengunjung
		(orang)	Per Hari
1	Januari	1.400	48
2	Februari	1.300	46
3	Maret	1.600	51
4	April	2.000	66
5	Mei	1.800	58
6	Juni	1.550	51
7	Juli	1.700	54
8	Agustus	1.600	51
9	September	1.400	46
10	Oktober	1.450	46
11	November	1.350	45
12	Desember	1.950	65

Sumber : Data Internal Café Kopgun Bendasari (diolah peneliti, 2026)

Data tersebut menunjukkan bahwa tingkat kunjungan pelanggan Café Kopgun Bendasari sepanjang tahun 2025 masih fluktuatif. Kondisi ini diperkuat oleh temuan pada ulasan pelanggan di Google Maps dan hasil pra-survei terhadap 30 pelanggan, yang mengungkapkan keluhan utama pada lamanya waktu penyajian pesanan (86%), gangguan jaringan internet (76%), ketidakkonsistenan rasa produk (63%), keterbatasan stop kontak (60%), serta sistem antrean yang belum tertata (53%). Temuan ini mengindikasikan bahwa kendala utama bersumber dari lemahnya efektivitas manajemen operasional, yang jika dibiarkan berpotensi merusak hubungan jangka panjang dengan konsumen dan mengancam stabilitas omzet perusahaan.

Dalam perspektif ilmu administrasi bisnis, aktivitas operasional memiliki keterikatan fungsional dengan elemen model bisnis lainnya. Lamanya durasi pelayanan mendegradasi proposisi nilai (*value propositions*) yang dijanjikan kepada pelanggan, sementara kualitas pelayanan staf berkaitan langsung dengan retensi hubungan pelanggan (*customer relationships*). Pendekatan yang relevan untuk memetakan keterkaitan tersebut adalah *Business Model Canvas* (BMC), yang menurut Osterwalder dan Pigneur (2010) terdiri atas sembilan elemen yang saling terhubung: *customer segments*, *value propositions*, *channels*, *customer relationships*, *revenue streams*, *key resources*, *key activities*, *key partnerships*, dan *cost structure*. Melalui observasi mendalam, peneliti mengidentifikasi bahwa titik kelemahan paling krusial pada Café Kopgun Bendasari terkonsentrasi pada elemen *key activities*, khususnya koordinasi pelayanan dan konsistensi produksi menu, akibat belum adanya Standar Operasional Prosedur (SOP) yang baku dan berjalan konsisten di lapangan.

Setelah kondisi model bisnis eksisting dipetakan melalui BMC, analisis dipertajam menggunakan instrumen Analisis SWOT (Rangkuti, 2017) untuk merumuskan formulasi strategi pengembangan usaha yang aplikatif. Kebaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada upaya mengintegrasikan BMC dan SWOT secara simultan, di mana hasil pemetaan sembilan elemen BMC dijadikan landasan penyusunan faktor internal-eksternal SWOT yang kemudian dikonkretkan menjadi output praktis berupa usulan SOP baru. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis kondisi model bisnis Café Kopgun Bendasari berdasarkan kerangka *Business Model Canvas* dan merumuskan

usulan perbaikan Standar Operasional Prosedur sebagai strategi pengembangan usaha berdasarkan hasil analisis SWOT.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus dengan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada pemahaman mendalam terhadap kondisi nyata usaha Café Kopgun Bendasari, khususnya yang berkaitan dengan proses operasional, hambatan pengembangan usaha, serta perumusan strategi berbasis kondisi internal dan eksternal (Sugiyono, 2019).

Subjek penelitian ditentukan melalui teknik purposive sampling, terdiri atas pemilik (owner), pekerja/karyawan sebagai pelaksana teknis operasional, dan pelanggan yang telah berkunjung lebih dari empat kali dalam tiga bulan terakhir sebagai sumber data eksternal. Objek penelitian adalah pemetaan sembilan elemen Business Model Canvas pada operasional Café Kopgun Bendasari yang diintegrasikan dengan analisis SWOT untuk merumuskan draf usulan Standar Operasional Prosedur (SOP).

Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif, bersumber dari data primer berupa wawancara mendalam (in-depth interview) dan observasi langsung terhadap aktivitas operasional harian, serta data sekunder berupa struktur organisasi, ulasan pelanggan di Google Maps, data kunjungan bulanan, daftar menu, dan literatur ilmiah relevan. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi terang-terangan (overt observation), dan dokumentasi, dengan instrumen berupa pedoman wawancara, lembar observasi operasional, kuesioner pembobotan matriks SWOT (IFAS dan EFAS), serta alat perekam dan kamera dokumentasi.

Analisis data menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil pemetaan BMC selanjutnya diintegrasikan ke dalam Matriks SWOT serta Matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary) dan EFAS (External Factor Analysis Summary) untuk menentukan posisi kuadran strategis perusahaan. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu, dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi pada situasi kafe yang berbeda (saat ramai dan saat sepi) guna memastikan konsistensi dan kredibilitas data.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Café Kopgun Bendasari merupakan UMKM di bidang food and beverage yang menawarkan konsep kedai kopi dengan konsep outdoor dan pemandangan alam pegunungan. Kafe ini mengelola perkebunan kopi sendiri dan melakukan proses roasting secara mandiri, sehingga mampu menekan biaya produksi sekaligus menjaga keaslian cita rasa produk. Selain melayani pengunjung harian, area kafe yang luas juga disewakan untuk kebutuhan reservasi kelompok (group booking) seperti rapat, gathering komunitas, hingga acara keluarga.

3.2 Pemetaan Business Model Canvas

Hasil pemetaan sembilan elemen Business Model Canvas menunjukkan bahwa Café Kopgun Bendasari memiliki value propositions yang kuat, yaitu cita rasa kopi khas dari kebun sendiri dan suasana alam terbuka yang otentik. Customer segments kafe terbagi ke dalam beberapa profil, dengan segmen anak muda usia 17–25 tahun sebagai target utama, didukung fasilitas live music untuk menciptakan suasana yang sesuai dengan gaya hidup generasi muda. Pada sisi revenue streams, kafe memperoleh pendapatan dari penjualan menu harian, penjualan kopi kemasan, serta reservasi acara kelompok.

Namun demikian, pemetaan pada elemen key activities dan key resources mengungkap adanya celah signifikan. Operasional harian, mulai dari peracikan minuman hingga pelayanan kasir, masih bersifat habitual-based karena Standar Operasional Prosedur (SOP) yang pernah disusun tidak berjalan secara konsisten di lapangan. Kondisi ini menyebabkan ketidakkonsistenan takaran dan rasa produk, penumpukan antrean saat jam ramai, serta koordinasi yang kurang optimal antara staf kasir dan barista, sebagaimana dikonfirmasi oleh pemilik, karyawan, dan pelanggan melalui wawancara mendalam.

3.3 Analisis SWOT

Berdasarkan analisis melalui observasi lapangan, studi dokumentasi, dan hasil wawancara mendalam, ditemukan beberapa indikator strategis yang memengaruhi operasional usaha, di mana dari faktor internal kafe memiliki kekuatan utama berupa *Value Propositions* berupa cita rasa kopi otentik dari kebun sendiri di Pangalengan, suasana alam terbuka, harga terjangkau, dan pelayanan ramah bernuansa kekeluargaan,

namun dihadapkan pada kelemahan operasional yang masih bersifat *habitual-based* tanpa SOP konsisten yang memicu lamanya waktu penyajian, ketidakkonsistenan rasa, dan penumpukan antrean.

Sementara itu, dari faktor eksternal kafe memiliki peluang besar seiring tren pertumbuhan kedai kopi, minat wisata kuliner alam, luasnya pangsa pasar dari segmen anak muda, pegawai, komunitas, hingga keluarga, serta potensi ekspansi media sosial (*Instagram* dan *TikTok*), di tengah ancaman berupa ketatnya persaingan industri kedai kopi di Kabupaten Bandung dan risiko fluktuasi harga bahan baku (*supply chain*) yang dapat memengaruhi struktur biaya operasional.

Tabel 3.1 Matriks Kombinasi Strategi SWOT

IFAS	STRENGTHS 1. Kepemilikan perkebunan kopi sendiri & <i>roasting</i> mandiri. 2. Konsep bangunan <i>outdoor</i> luas & pemandangan alam/<i>citylight</i>. 3. Harga produk relatif terjangkau bagi semua kalangan. 4. Variasi menu makanan dan minuman yang lengkap. 5. Pelayanan ramah bernuansa kekeluargaan.	WEAKNESSES 1. Aktivitas operasional masih <i>habitual-based</i> tanpa SOP konsisten. 2. Waktu penyajian lama & penumpukan antrean di kasir. 3. Ketidakkonsistenan rasa produk minuman. 4. Kurangnya agenda konten promosi mandiri.
EFAS	STRATEGI-SO 1. Mengoptimalkan cita rasa kopi otentik dari kebun sendiri untuk menarik lebih banyak reservasi kelompok (<i>group booking</i>). 2. Memanfaatkan area terbuka yang luas dan pemandangan alam untuk memperkuat daya tarik wisata keluarga dan komunitas. 3. Memperluas pemasaran produk biji kopi kemasan mandiri seiring tingginya tren konsumsi kopi.	STRATEGI-WO 1. Menyusun dan mengimplementasikan SOP pelayanan serta SOP produksi yang sistematis 2. Memperbaiki alur antrean di kasir untuk mengatasi penumpukan konsumen saat akhir pekan. 3. Menerapkan kontrol takaran resep baku di bar guna menghilangkan masalah ketidakkonsistenan rasa.
	OPPORTUNITIES 1. Tingginya minat masyarakat pada tempat nongkrong bertema alam. 2. Potensi penjualan biji kopi olahan (<i>roasted beans</i>) ke kafe lain. 3. Tingginya permintaan reservasi acara besar (<i>group booking</i>) komunitas dan keluarga. 4. Potensi ekspansi pemasaran digital melalui Instagram dan TikTok.	

THREATS 1. Persaingan ketat dengan kedai kopi sejenis di wilayah Cangkung. 2. Risiko kehilangan pelanggan akibat lambatnya layanan dan fasilitas kurang lengkap. 3. Risiko fluktuasi harga bahan baku terhadap struktur biaya operasional.	STRATEGI-ST 1. Mempertahankan standar kualitas rasa kopi hulu ke hilir dan harga terjangkau sebagai ciri khas kompetitif agar pelanggan tidak beralih ke kafe pesaing baru. 2. Mengoptimalkan kenyamanan fasilitas alam terbuka untuk mempertahankan loyalitas pelanggan setia.	STRATEGI-WT 1. Memperbaiki SOP produksi, SOP Pelayanan, dan meningkatkan SOP Pemasaran untuk menekan risiko pelanggan pindah ke tempat lain akibat kelambatan operasional. 2. Melakukan evaluasi rutin terhadap kinerja staf bar dan kasir agar standar pelayanan tetap terjaga di tengah tekanan persaingan pasar.
--	--	--

3.4 Analisis IFAS dan EFAS

3.4.1 Matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary)

Tabel 3.2 Matrik IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

No	Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor
	Kekuatan (<i>Strengths</i>)			
1.	Café Kopgun Bendasari memiliki cita rasa kopi yang khas karena menggunakan biji kopi dari kebun sendiri	0,24	4	0,97
2.	Harga makanan dan minuman di Café Kopgun Bendasari sesuai dengan kualitas yang diberikan	0,22	4	0,89
Total Strengths		0,48		1,86
No	Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor
	Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)			
1.	SOP di Café Kopgun Bendasari belum diterapkan secara konsisten dalam kegiatan operasional	0,16	3	0,47
2.	Pelayanan sering mengalami antrean panjang ketika jumlah pengunjung meningkat	0,11	3	0,32
3.	Rasa makanan atau minuman yang dipesan terkadang tidak konsisten pada setiap kunjungan	0,16	3	0,47
4.	Promosi melalui media sosial masih belum optimal	0,11	3	0,34
Total Weaknesses		0,52		1,61
Total		1,00		3,47

Hasil analisis Matriks IFAS memperoleh total skor sebesar 3,47, menunjukkan kekuatan internal tinggi pada kebun kopi, meski operasional masih terkendala SOP.

3.5 Matriks EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary)

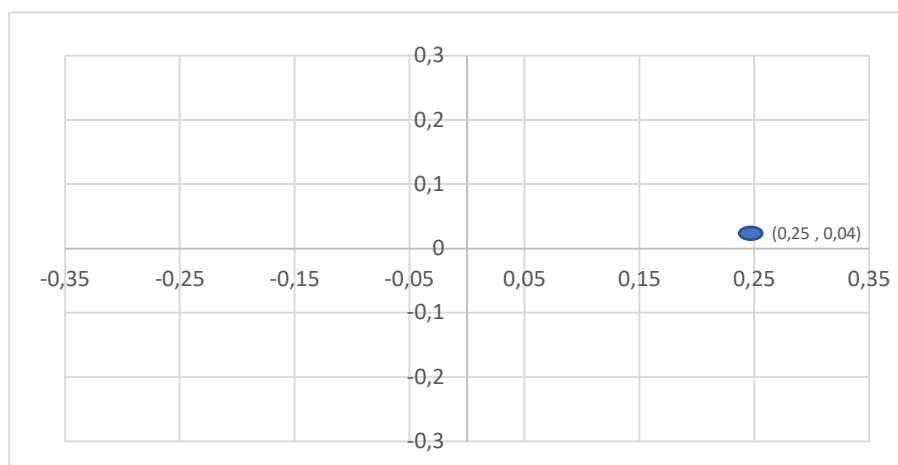
Tabel 3.2 Matriks EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary)

No	Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang (Opportunities)				
1.	Meningkatnya minat masyarakat terhadap café bernuansa alam	0,21	3	0,63
2.	Peluang pemasaran produk kopi olahan ke luar lokasi usaha	0,18	3	0,53
3.	Permintaan reservasi komunitas, keluarga, atau instansi	0,18	4	0,73
Total Opportunities		0,57		1,89
No	Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Ancaman (Threats)				
1.	Semakin banyak café baru di sekitar wilayah Cangkung	0,19	3	0,57
2.	Pelanggan berpotensi beralih ke café lain apabila pelayanan/fasilitas tidak baik	0,24	4	0,96
Total Threats		0,43		1,85
Total		1,00		3,74

Hasil analisis Matriks EFAS memperoleh total skor sebesar 3,74 menunjukkan peluang besar pada wisata alam dan reservasi, namun dihadapkan pada ancaman perpindahan pelanggan.

3.6 Penentuan Posisi Kuadran SWOT

Berdasarkan hasil perhitungan IFAS dan EFAS, diperoleh koordinat posisi strategi Café Kopgun Bendasari yang berada pada Kuadran I (Strength–Opportunity), posisi koordinat SWOT Café Kopgun Bendasari adalah (+0,25 ; +0,04) Kuadran I (SO)



Gambar 3.1 Matriks Kuadran Swot Café Kopgun Bendasari

Posisi Kuadran I menunjukkan bahwa usaha berada pada kondisi yang relatif menguntungkan, karena memiliki kekuatan internal yang dapat dimanfaatkan untuk menangkap peluang pasar. Menurut Rangkuti (2017), posisi ini merekomendasikan penggunaan strategi agresif atau strategi pertumbuhan (*growth-oriented strategy*).

3.7 Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Café Kopgun Bendasari berada pada posisi strategis yang memungkinkan untuk melakukan pengembangan usaha secara bertahap dan terencana. Temuan ini sejalan dengan teori manajemen strategi yang menyatakan bahwa organisasi yang berada pada posisi Strength–Opportunity sebaiknya menerapkan strategi pertumbuhan dengan memanfaatkan seluruh kekuatan internal untuk merebut peluang pasar.

Dari sisi pemetaan bisnis, hasil analisis Business Model Canvas (BMC) menunjukkan bahwa usaha telah memiliki dasar Value Propositions dan hubungan pelanggan yang cukup kuat melalui pengelolaan kebun kopi mandiri dan konsep suasana alam, namun masih perlu penguatan pada aspek aktivitas kunci (*key activities*) dan sistem kerja internal berupa Standar Operasional Prosedur (SOP). Dari sisi manajerial, kelemahan utama usaha terletak pada operasional harian yang masih bersifat *habitual-based*, belum berjalannya SOP secara konsisten, serta kendala penumpukan antrean dan ketidakkonsistenan rasa produk. Dengan demikian, strategi pengembangan yang dirumuskan melalui SWOT, IFAS, EFAS, serta perumusan usulan SOP Pelayanan, Produksi, dan Pemasaran tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga realistis dan aplikatif sesuai dengan kondisi riil usaha.

4. KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

4.1 Kesimpulan

Hasil analisis menggunakan kerangka Business Model Canvas menunjukkan bahwa Café Kopgun Bendasari memiliki keunggulan kompetitif pada elemen *value propositions*, yakni cita rasa kopi khas kebun sendiri dan suasana alam yang menjadi daya tarik utama. Namun, pemetaan sembilan elemen BMC mengungkap adanya celah signifikan pada elemen *key activities* dan *key resources*, karena operasional kafe masih bersifat *habitual-based* dan belum didukung oleh sistem manajerial yang

terstandarisasi. Berdasarkan hasil analisis SWOT yang diperkuat dengan Matriks IFAS dan EFAS, Café Kopgun Bendasari berada pada Kuadran I (Strength–Opportunity) dengan koordinat (0,25 ; 0,04), yang mengindikasikan penerapan strategi pertumbuhan (growth-oriented strategy). Strategi prioritas yang direkomendasikan adalah penyusunan dan penerapan SOP Pelayanan, SOP Produksi, dan SOP Promosi sebagai langkah krusial untuk mentransformasi kelemahan operasional menjadi kekuatan sistemik yang mendukung pertumbuhan usaha secara berkelanjutan.

4.2 Implikasi

Implikasi Praktis. Manajemen Café Kopgun Bendasari perlu melakukan sosialisasi dan pelatihan berkala kepada seluruh staf mengenai SOP Pelayanan, SOP Produksi, dan SOP Promosi agar transisi dari sistem kerja berbasis kebiasaan menuju sistem yang terukur dapat berjalan dengan baik. Pemilik disarankan mempertegas pembagian tanggung jawab (job description) bagi barista, kasir, dan pramusaji, melengkapi peralatan operasional seperti timbangan digital untuk mendukung konsistensi rasa, serta mengimplementasikan SOP Promosi secara bertahap melalui kalender konten media sosial dan paket reservasi kelompok.

Implikasi Akademis. Penelitian ini memperkaya kajian mengenai integrasi Business Model Canvas dan Analisis SWOT dalam merumuskan strategi pengembangan UMKM di sektor food and beverage, khususnya pada usaha yang masih mengandalkan pengelolaan berbasis kebiasaan (habitual-based). Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan pendekatan kuantitatif atau mixed methods untuk mengukur dampak implementasi SOP terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan secara lebih terukur, serta memperluas kajian pada strategi pemasaran digital yang terintegrasi dengan operasional usaha.

DAFTAR REFERENSI

- Asosiasi Pengusaha Kopi dan Kakao Indonesia. (2025). Proyeksi pertumbuhan jumlah kedai kopi dan nilai pasar Indonesia. <https://www.aski.or.id/laporan-2025>
- Databoks Katadata. (2024). Pertumbuhan pesat sektor kuliner, coffee shop, dan café modern pascapandemi. <https://databoks.katadata.co.id/sektor-kuliner-2024>
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers. PT Elex Media Komputindo.

- Rangkuti, F. (2017). Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sailendra, A. (2015). Langkah mudah membuat SOP (Standard Operating Procedure). Trans Idea Publishing.
- Sugiyono. (2019). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Toffin Indonesia & MIX MarComm. (2023). Riset pasar kopi Indonesia: Dinamika kompetisi kedai kopi di kalangan generasi muda. <https://toffin.id/coffeereport2023>
- Hendrawan, A. K., Wachidah, S. F., & Restuningsih, A. (2023). Strategi pengembangan bisnis Kedai Kopi Makosan dengan menggunakan analisis SWOT dan Business Model Canvas (BMC). *Jurnal Optimasi Teknik Industri*, 5(1), 32–37. <https://doi.org/10.30998/joti.v5i1.15623>
- Setiawan, M. L., & Rahardjo, B. (2020). Analisis model bisnis pada Sadajiwa Coffee and Eatery Magelang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen*, 13(2), 71–82. <https://doi.org/10.52657/jiem.v13i2.1871>
- Sumara, R. (2024). Integrating SWOT analysis and Business Model Canvas: A strategic approach for Indonesian coffee shops. *eCo-Buss*, 7(1), 588–598. <https://doi.org/10.32877/eb.v7i1.1530>
- Zahira, D. I., & Rubedo, H. (2026). Analisis SWOT sebagai strategi pengembangan usaha pada UMKM jasa digital printing (Studi kasus Diza Digital Printing di Kecamatan Banjaran). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen (JIEM)*, 4(2), 72–82. <https://doi.org/10.61722/jiem.v4i2.8567>