

## **STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KOPI BUBUK CAP BUKIT ASAM DI KABUPATEN MUARA ENIM, SUMATERA SELATAN**

**Dinda Purwati<sup>1</sup>, Garist Sekar Tanjung<sup>2</sup>, R. Achmad Djazuli<sup>3</sup>**

<sup>1-2-3</sup>Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Gresik

*e-mail:* <sup>1</sup>dindapurwati.03@gmail.com

### **ABSTRAK**

Minum kopi sudah menjadi budaya masyarakat Indonesia, baik kalangan orang tua maupun anak muda. Kondisi itu mendorong munculnya banyak pelaku usaha produksi kopi bubuk. Salah satunya Kopi Bubuk Cap Bukit Asam yang berada di Tanjung Enim, Kabupaten Muara Enim, Sumatera Selatan. Tujuan penelitian ini untuk menganalisa tren perkembangan produksi dan penjualan Kopi Bubuk Cap Bukit Asam selama 5 tahun terakhir, mengetahui pengaruh faktor internal dan eksternal perusahaan serta merumuskan alternatif strategi pengembangan usaha. Teknik penelitian menggunakan analisa tren dan analisa SWOT. Hasil penelitian menunjukkan, tren perkembangan produksi dan penjualan Kopi Bubuk Cap Bukit Asam selama 5 tahun terakhir cenderung mengalami kenaikan. Strategi yang tepat untuk pengembangan usaha ini yaitu menggunakan strategi agresif dengan beberapa alternatif, yaitu memperluas serta memperkuat jaringan pasar, menerapkan strategi promosi, perbaikan dan peningkatan sistem pemasaran dan memperkuat promosi, mencari modal tambahan, melakukan penerapan standar mutu produk, memperkuat produk yang dihasilkan dengan legalitas usaha, memanfaatkan perkembangan teknologi untuk mengatasi promosi, dan menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan agar tercipta loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Analisis SWOT, Strategi Pengembangan Usaha, Usaha Kopi

### **ABSTRACT**

*Drinking coffee has become a culture of Indonesian society, both among old people and young people. This condition has encouraged the emergence of many ground coffee production businesses. One of them is Bukit Asam Cap Coffee Powder which is located in Tanjung Enim, Muara Enim Regency, South Sumatra. The aim of this research is to analyze the development trends in production and sales of Bukit Asam Cap Coffee Powder over the last 5 years, determine the influence of internal and external factors on the company and formulate alternative business development strategies. The research technique used trend analysis and SWOT analysis. The research results show that the development trend of production and sales of Cap Bukit Asam Ground Coffee over the last 5 years has tended to increase. The right strategy for developing this business is to use an aggressive strategy with several alternatives, namely expanding and strengthening the market network, implementing promotional strategies, improving and upgrading the marketing system and strengthening promotions, seeking additional capital, implementing product quality standards, strengthening the products produced by business legality, utilizing technological developments to handle promotions, and establishing good relationships with customers to create customer loyalty.*

*Keywords: SWOT Analysis, Business Development Strategy, Coffee Business*

## **I. PENDAHULUAN**

Kopi merupakan salah satu komoditas perkebunan unggulan di Indonesia dan menjadi negara penghasil kopi terbesar ke-3 di dunia pada 2022, setelah Brazil dan Vietnam. Banyak daerah di Indonesia yang menghasilkan kopi, mulai dari Sumatera, Jawa, Sulawesi,

Kalimantan, Bali dan Papua. Namun Sumatera merupakan daerah penghasil kopi terbesar dan juga memiliki perkebunan kopi terluas di Indonesia, salah satunya yaitu Provinsi Sumatera Selatan. Provinsi Sumatera Selatan merupakan provinsi dengan areal kopi yang terluas di Indonesia yaitu sekitar 267 ribu hektar.

Melihat besarnya potensi kopi di Indonesia, tidak sedikit pelaku usaha yang mengambil peluang tersebut dengan membuka usaha kopi. Kopi merupakan salah satu minuman yang populer di Indonesia dan sudah menjadi budaya masyarakat Indonesia, baik dari kalangan orang tua maupun anak muda. Setiap tahun konsumsi kopi di Indonesia selalu mengalami kenaikan, dalam artian setiap tahunnya masyarakat Indonesia semakin tertarik dan suka dengan minuman kopi. Hal inilah yang membuat banyak bermunculan pelaku usaha kopi di Indonesia.

Salah satu usaha kopi yang banyak terdapat di Indonesia yaitu usaha kopi bubuk. Salah satu usaha kopi yang banyak terdapat di Indonesia yaitu usaha kopi bubuk. Usaha kopi bubuk merupakan bisnis yang bergerak di bidang pengolahan dan penjualan kopi bubuk. Bubuk kopi merupakan bahan utama yang digunakan dalam pembuatan minuman kopi, maka dari itu usaha kopi bubuk memiliki peluang serta pasar yang sangat luas. Kopi bubuk tidak hanya bisa dijual dalam bentuk kopi bubuk kemasan tetapi bisa juga diolah terlebih dahulu menjadi produk minuman kopi. Salah satu usaha kopi bubuk yaitu Kopi Bubuk Cap Bukit Asam yang terletak di daerah Tanjung Enim, Kabupaten Muara Enim, Sumatera Selatan.

Namun semakin banyaknya pelaku usaha kopi bubuk di Indonesia, membuat timbulnya tantangan-tantangan yang harus dihadapi oleh para pelaku bisnis, tantangan yang timbul bisa didapat dari faktor *eksternal* perusahaan bahkan dari faktor *internal*. Tantangan yang berasal dari faktor *eksternal* yaitu seperti persaingan yang semakin ketat, fluktuasi harga kopi, dan permintaan konsumen yang berubah-ubah, sedangkan tantangan yang berasal dari faktor internal yaitu seperti kesulitan terhadap modal, terbatasnya sumber tenaga kerja dan manajemen perusahaan yang belum berjalan dengan baik. Oleh karena itu, para pengusaha kopi perlu mencari strategi yang tepat untuk mengembangkan usaha mereka agar tetap dapat bersaing dan memenuhi kebutuhan pasar. Strategi didefinisikan sebagai suatu seni dan ilmu memformulasikan, mengimplementasikan dan mengevaluasi keputusan-keputusan antar fungsi (*crossfunctional*) yang membuat organisasi dapat mencapai tujuan-tujuannya (Sudiantini, 2022).

Kopi Bubuk Cap Bukit Asam sudah berdiri sejak tahun 2015, namun hingga saat ini masih belum banyak yang mengenal usaha kopi ini. Seiring berjalannya waktu, semakin banyak bermunculan pelaku usaha kopi bubuk dengan berbagai inovasi yang membuat persaingan semakin ketat dan dapat mengancam keberadaan usaha Kopi Bubuk Cap Bukit Asam. Sehingga diperlukan strategi pengembangan usaha yang tepat dengan menganalisa faktor-faktor *internal* dan *eksternal* yang mempengaruhi pengembangan usaha agar Kopi Bubuk Cap Bukit Asam dapat bersaing dengan pelaku usaha kopi bubuk lainnya. Melihat permasalahan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian skripsi dengan judul strategi pengembangan usaha Kopi Bubuk Cap Bukit Asam di Kabupaten Muara Enim, Sumatera Selatan.

## II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Agustus sampai dengan bulan Oktober tahun 2023 dan dilakukan pada usaha Kopi Bubuk Cap Bukit Asam yang terletak di daerah Tanjung Enim, Kabupaten Muara Enim Provinsi Sumatera Selatan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengambilan data pada penelitian ini yaitu melalui wawancara, observasi, dan penggunaan dokumen atau

dokumentasi (Sugiyono, 2015). Jenis data yang digunakan yaitu menggunakan data primer yaitu dengan melakukan wawancara kepada pegawai Kopi Bubuk Cap Bukit Asam dan penyebaran kuesioner kepada seluruh pegawai Kopi Bubuk Cap Bukit Asam serta menggunakan data sekunder yang berisikan data produksi dan penjualan Kopi Bubuk Cap Bukit Asam selama 5 tahun terakhir. Analisis yang digunakan untuk mengolah data dalam penelitian ini menggunakan dua metode pendekatan yaitu analisis tren dan analisis SWOT.

Analisis tren digunakan untuk mengetahui bagaimana tren perkembangan produksi dan penjualan Kopi Bubuk Cap Bukit Asam dalam 5 tahun terakhir 2018-2022. Fungsi tren yang akan digunakan adalah tren linier yaitu:

$$Y=a+bX$$

Keterangan:

Y: Penjualan

X: Indeks Tahun

a: Nilai Konstanta

b: Kemiringan atau perubahan nilai Y dari waktu ke waktu

Analisis SWOT merupakan sebuah teknik analisis dengan mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi sebuah perusahaan. Analisis SWOT didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), dengan meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*) (Rangkuti, 2005).

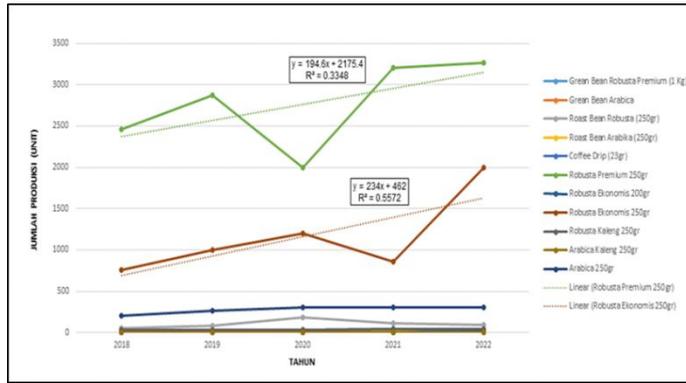
Faktor internal perusahaan terdiri dari Kekuatan (*Strengths*) dan juga kelemahan (*Weaknesses*) yang dimiliki oleh perusahaan itu sendiri. Sedangkan faktor eksternal merupakan faktor yang muncul dari luar perusahaan, yang terdiri dari peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*). Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal dan faktor internal yang ada pada perusahaan. Dengan membandingkan antara faktor internal dan eksternal perusahaan, maka mudah untuk menentukan strategi yang tepat bagi perusahaan.

Setelah mengidentifikasi faktor-faktor *internal* dan *eksternal* perusahaan langkah selanjutnya yaitu melakukan pengklasifikasian dan analisis terhadap data dengan metode IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*) dan EFAS (*Eksternal Strategic Factors Analysis Summary*). Kemudian dilanjutkan dengan membuat diagram analisis SWOT yang terdiri dari 4 kuadran, dengan masing-masing kuadran memiliki strategi yang berbeda. Pada diagram analisis SWOT dapat dilihat dengan mudah strategi apa yang tepat untuk digunakan oleh perusahaan. Tahap terakhir yaitu menyusun faktor-faktor strategi perusahaan dengan menggunakan matrik SWOT. Matrik ini dapat menghasilkan empat kemungkinan alternatif strategi yang merupakan kombinasi interaksi antara strategi SO, WO, ST dan WT.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Tren Perkembangan Jumlah Produksi Kopi Bubuk Cap Bukit Asam

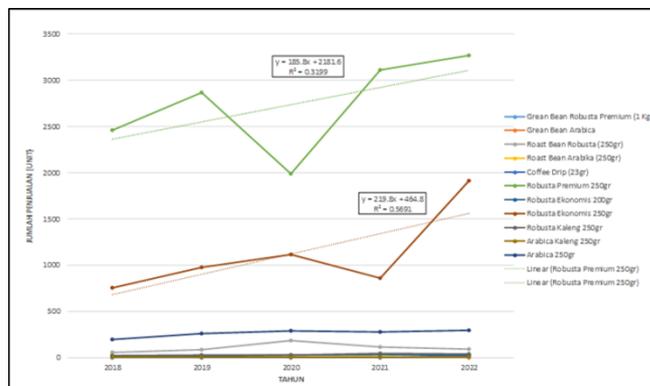
Kopi Bubuk Cap Bukit Asam tidak melakukan proses produksi setiap hari, hanya pada saat bahan baku datang atau pada saat menerima pesanan saja. Setiap produk juga memiliki jumlah produksi yang berbeda-beda, tergantung dengan tingginya minat beli konsumen terhadap masing-masing produk. Jumlah Produksi produk Kopi Bubuk Cap Bukit Asam setiap tahunnya cenderung mengalami kenaikan, terdapat dua produk yang memiliki jumlah produksi paling banyak, yaitu produk Kopi Robusta Premium dan Kopi Robusta Ekonomis, seperti yang terlihat pada Gambar 1 di bawah ini:



Gambar 1. Trend Perkembangan Jumlah Produksi Kopi Bubuk Cap Bukit Asam Tahun 2018-2022

### Tren Perkembangan Jumlah Penjualan Kopi Bubuk Cap Bukit Asam

Jumlah penjualan Kopi Bubuk Cap Bukit Asam setiap tahunnya masih terbilang rendah, hanya beberapa produk unggulan yang mulai mengalami peningkatan dalam penjualan di setiap tahunnya, yaitu produk kopi dengan jenis Robusta, disusul dengan kopi jenis Arabika. Produk kopi jenis Robusta ini lebih umum dikonsumsi oleh masyarakat sekitar perusahaan, dikarenakan harga jualnya yang tidak terlalu tinggi dan juga kopi jenis ini memiliki rasa yang cenderung kuat dan pahit, hal inilah yang membuat penjualan Kopi Bubuk Cap Bukit Asam jenis Robusta lebih mengalami peningkatan dalam penjualan dibandingkan dengan kopi jenis lainnya. Hasil analisis ini didukung oleh penelitian Dilasari *et al* (2022), cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Tren perkembangan jumlah penjualan terlihat pada Gambar 2 di bawah ini:



Gambar 2. Trend Perkembangan Jumlah Produksi Kopi Bubuk Cap Bukit Asam Tahun 2018-2022

### Faktor Internal dan Eksternal Perusahaan

Pada analisis SWOT, kinerja perusahaan dapat ditentukan dengan kombinasi faktor internal dan faktor eksternal perusahaan. Setelah dilakukan analisis terdapat beberapa faktor internal dan eksternal yang ada pada usaha Kopi Bubuk Cap Bukit Asam yaitu:

#### 1. Faktor Internal Perusahaan (Kekuatan dan Kelemahan)

##### Kekuatan (*Strengths*)

Setelah dilakukan analisis, kekuatan (*Strengths*) yang dimiliki oleh Kopi Bubuk Cap Bukit Asam memiliki 10 faktor, dengan penjelasan setiap faktornya sebagai berikut:

- a. Produk Kopi Bubuk Cap Bukit Asam memiliki banyak varian (Robusta, Arabika, Liberika)

Kopi Bubuk Cap Bukit Asam memiliki banyak varian pada produk kopi bubuknya. Mulai dari jenis kopi robusta yang memiliki rasa cenderung pahit, lalu jenis kopi arabika yang memiliki rasa pahit cenderung asam dan juga terdapat kopi jenis liberika yang memiliki cita rasa pahit. Selain dalam bentuk bubuk, Kopi Bubuk Cap Bukit Asam juga menjual kopi dalam bentuk green bean dan roast bean. Dengan varian produk yang beragam menjadikan konsumen bebas untuk memilih produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhan masing-masing konsumen dan menjadikan para konsumen tertarik untuk membeli ulang produk. Mustika et al (2023) menjelaskan pada penelitiannya bahwa variasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang produk, yang mana semakin banyak variasi produk yang dimiliki, maka semakin meningkat pula minat beli ulang konsumen.

**b. Produk Kopi Bubuk Cap Bukit Asam memiliki kualitas yang baik**

Kopi Bubuk Cap Bukit Asam merupakan produk kopi bubuk dengan kandungan 100% kopi asli tanpa campuran bahan jagung atau padi-padian. Kualitas kopi yang baik juga dipengaruhi oleh tingkat kematangan kopi saat proses pengorengan dan tingkat kehalusan kopi saat proses penggilingan. Cynthia & Arifiansyah (2023) juga menjelaskan hal yang sama pada penelitiannya bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, pelanggan akan merasa puas jika mendapatkan kualitas produk yang sesuai dengan harapan mereka.

**c. Produk Kopi Bubuk Cap Bukit Asam memiliki kelengkapan izin produksi**

Kopi Bubuk Cap Bukit Asam telah memenuhi standar keamanan pangan dengan mendapatkan P-IRT (Pangan Industri Rumah Tangga). Kopi Bubuk Cap Bukit Asam juga sudah memiliki sertifikasi halal produk sejak tahun 2017 yaitu, HALAL NO 22.12.000545.10.17. Dengan adanya kelengkapan izin produksi seperti izin P-IRT dan sertifikasi halal akan membuat para konsumen merasa aman percaya pada saat membeli produk Kopi Bubuk Cap Bukit Asam. Hasil analisis ini didukung oleh penelitian Adeliانا & Suprapti (2016), kelengkapan izin produksi berupa label halal dan izin P-IRT dapat mempengaruhi sikap konsumen secara positif dan signifikan dalam keputusan pembelian produk makanan berlabel halal, artinya kedua variabel tersebut mampu meyakinkan konsumen untuk melakukan pembelian produk makanan dengan label halal.

**d. Kopi Bubuk Cap Bukit Asam memiliki kemasan yang menarik**

Kemasan bukan hanya sekadar wadah untuk produk, tetapi juga berfungsi sebagai alat pemasaran yang dapat menarik perhatian konsumen dan menciptakan kesan positif. Kemasan pada Kopi Bubuk Cap Bukit Asam memiliki beberapa aspek yang menjadikannya menarik, mulai dari desain grafis yang kreatif dan penggunaan warna yang ideal, lalu terdapat informasi yang jelas seperti nama merk, jenis kopi dan ukuran kopi yang dapat memudahkan konsumen. Seperti yang dijelaskan oleh Foster (2019), seluruh kegiatan penginderaan manusia, 80% adalah penginderaan melalui penglihatan dan kasatmata (visual), karena itulah unsur-unsur grafis dari kemasan antara lain : warna, bentuk, merek, ilustrasi, huruf dan tata letak merupakan unsur visual yang mempunyai peran terbesar dalam proses penyampaian pesan secara kasatmata (visual communication).

**e. Kemasan Kopi Bubuk Cap Bukit Asam memiliki banyak bentuk dan variasi**

Kemasan kopi bubuk yang beragam dan bervariasi dapat menjadi elemen penting dalam menarik perhatian konsumen dan memenuhi kebutuhan pasar yang beraneka ragam. Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Ramadhina & Mugiono (2022) yaitu kemasan yang sesuai dengan fungsi dan bermanfaat untuk konsumen dan dapat meningkatkan minat beli konsumen. Bentuk kemasan pada Kopi Bubuk Cap Bukit Asam, memiliki banyak bentuk dan variasi, mulai dari kemasan ekonomis dan premium. Kemasan ekonomis pada produk Kopi Bubuk Cap Bukit Asam menggunakan kemasan plastik,

sedangkan untuk kemasan premium menggunakan kemasan *standing pouch*. Selain itu terdapat juga kemasan yang berbentuk kaleng, yang dapat memudahkan penyimpanan.

**f. Harga produk Kopi Bubuk Cap Bukit Asam bersaing**

Agar bisa tetap bertahan dan terus berkembang, Kopi Bubuk Cap Bukit Asam menjadikan produk Kopi Bubuk Cap Bukit Asam memiliki daya saing, terutama dalam harga produknya. Dengan banyaknya varian yang dimiliki oleh Kopi Bubuk Cap Bukit Asam, menjadikan harga yang ditawarkan kepada konsumen bervariasi, mulai dari harga Rp. 7.000 untuk varian coffee drip, untuk varian kopi robusta mulai dari harga Rp. 12.000 sampai Rp.50.000, untuk varian arabika harga mulai dari Rp. 50.000 sampai dengan Rp. 75.000.

**g. Kopi Bubuk Cap Bukit Asam memiliki pegawai yang terampil**

Kopi Bubuk Cap Bukit Asam sendiri memiliki total 10 anggota, namun walaupun hanya memiliki 10 anggota tidak menjadikan Kopi Bubuk Cap Bukit Asam kekurangan Sumber Daya Manusia. Anggota Kopi Bubuk Cap Bukit Asam berkontribusi untuk menciptakan dan mengembangkan produk yang dimiliki oleh perusahaan. Selain itu, Kopi Bubuk Cap Bukit Asam juga mendukung para anggotanya dalam mengikuti kegiatan seminar atau pelatihan yang bermanfaat untuk kemajuan perusahaan dan dapat meningkatkan kredibilitas para anggota serta membuktikan tingkat keterampilan yang dimiliki.

**h. Kopi Bubuk Cap Bukit Asam memiliki pegawai yang disiplin**

Kedisiplinan pegawai juga memiliki pengaruh yang sangat penting untuk keberlangsungan kerja perusahaan. Pegawai yang disiplin dapat meningkatkan efisiensi operasional, menjaga standar kinerja, dan menciptakan lingkungan kerja yang stabil. Kopi Bubuk Cap Bukit Asam tidak melakukan proses produksi setiap hari, namun hanya pada saat terdapat pesanan, atau pada saat penjualan di acara tertentu dan juga pada saat biji kopi datang saja. Beberapa anggota Kopi Bubuk Cap Bukit Asam juga memiliki pekerjaan di bidang lain, namun pada saat proses produksi kopi bubuk, para anggota selalu datang tepat waktu.

**i. Manajemen perusahaan Kopi Bubuk Cap Bukit Asam sudah berjalan dengan baik**

Manajemen perusahaan yang baik adalah fondasi kuat yang mendukung berbagai aspek operasional dan strategis sebuah organisasi. Ini melibatkan proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian sumber daya dan aktivitas untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

**j. Harga produk Kopi Bubuk Cap Bukit Asam relatif stabil**

Harga produk yang stabil menciptakan kepercayaan konsumen. Konsumen cenderung lebih nyaman dan merasa terjamin ketika mereka dapat mengandalkan harga yang konsisten, sehingga dapat membangun loyalitas pelanggan. Kopi Bubuk Cap Bukit Asam memiliki harga jual yang stabil, walaupun harga bahan baku biji kopi sering mengalami kenaikan.

**Kelemahan (Weaknesses)**

Setelah dilakukan analisis, kelemahan (Weaknesses) yang dimiliki oleh Kopi Bubuk Cap Bukit Asam memiliki 6 faktor, dengan penjelasan setiap faktornya sebagai berikut:

**a. Promosi yang dilakukan masih belum optimal**

Promosi memiliki peranan yang sangat penting di dalam sebuah usaha, karena dengan promosi dapat memperkenalkan suatu produk baik bahan mentah maupun bahan setengah jadi atau barang jadi untuk dipasarkan. Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Dengan adanya promosi maka suatu produk akan lebih dikenal dan membuat volume penjualan menjadi meningkat, seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Tores (2020) menunjukkan bahwa promosi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap peningkatan volume penjualan. Kopi Bubuk Cap Bukit Asam melakukan promosi Kopi Bubuk Cap Bukit Asam secara online, melalui media sosial yang

dimiliki dan terkadang melakukan promosi secara langsung dengan mengikuti acara-acara tertentu. Namun promosi yang dilakukan oleh Kopi Bubuk Cap Bukit Asam masih dikatakan minim dan tidak dilakukan setiap hari. Promosi yang dilakukan belum bisa menarik perhatian para calon konsumen untuk membeli produk Kopi Bubuk Cap Bukit Asam.

**b. Jumlah penjualan belum mencapai target**

Hal ini dapat disebabkan oleh faktor yang telah diungkapkan sebelumnya, yaitu promosi dan pemasaran yang tidak efektif dapat menyebabkan konsumen tidak mengetahui keberadaan produk kopi bubuk cap bukit asam. Hal ini tentu saja akan berdampak pada penurunan penjualan, sehingga perusahaan perlu meningkatkan efektivitas promosi dan pemasaran kopi bubuk cap bukit asam.

**c. Perusahaan kesulitan terhadap modal usaha**

Kesulitan modal usaha dapat menjadi hambatan serius bagi pertumbuhan dan keberlanjutan perusahaan. Keterbatasan modal usaha dapat menghambat kelancaran operasional, mengakibatkan gangguan produksi, atau bahkan memberikan tekanan pada hubungan dengan pemasok dan karyawan. Perusahaan yang tidak kesulitan dalam modal usaha pastinya tidak akan terkendala dalam proses produksi sehingga pendapatan akan meningkat, hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Aji & Listyaningrum (2021) yaitu pengaruh modal usaha memiliki nilai positif dan mampu memberikan pengaruh kepada UMKM yang mana semakin banyak modal usaha maka semakin banyak juga pendapatan yang akan diperoleh. Kopi Bubuk Cap Bukit Asam terkadang terhambat dikarenakan kekurangan modal untuk membeli bahan baku, hal inilah yang membuat proses produksi di Kopi Bubuk Cap Bukit Asam tidak dilakukan setiap hari.

**d. Kapasitas mesin produksi yang dimiliki masih rendah**

Kapasitas mesin produksi yang dimiliki perusahaan belum memadai untuk memenuhi permintaan konsumen yang terus meningkat. Hal ini menyebabkan perusahaan tidak dapat memproduksi kopi bubuk dalam jumlah yang besar dalam waktu yang singkat. Kondisi tersebut merupakan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan Kopi Bubuk Cap Bukit Asam, sehingga untuk bisa mengembangkan pasar yang lebih luas akan terkendala.

**e. Fasilitas di lokasi produksi belum terlalu memadai**

Fasilitas yang didapatkan oleh Kopi Bubuk Cap Bukit Asam sebagai UMKM binaan terdiri dari, rumah produksi, mesin roasting kopi, mesin grinder kopi, mesin sealer dan beberapa alat lainnya yang berhubungan dengan proses produksi. Namun untuk rumah produksi Kopi Bubuk Cap Bukit Asam bisa dikatakan belum memadai, dikarenakan bahan rumah produksi yang masih menggunakan kayu, walaupun memiliki desain yang unik. Rumah produksi yang menggunakan kayu dapat membahayakan karena akan mudah terbakar. Kopi Bubuk Cap Bukit Asam juga tidak memiliki gudang untuk tempat penyimpanan alat dan bahan produksi, sehingga untuk semua proses produksi dilakukan di satu tempat, mulai dari proses pemanggangan biji kopi, penggilingan, pengemasan dan bahkan tempat untuk penyimpanan produk yang sudah jadi, semua dilakukan di satu rumah produksi yang sama.

**f. Jarak antara lokasi bahan baku dan lokasi produksi jauh**

Kopi Bubuk Cap Bukit Asam sering mengalami kendala produksi dikarenakan kurangnya bahan baku biji kopi, hal ini disebabkan karena jarak antara lokasi bahan baku biji kopi dengan lokasi produksi kopi bubuk lumayan jauh. Walaupun masih dalam satu Kabupaten yang sama tapi memerlukan waktu setidaknya 3 – 4 jam perjalanan dengan jarak sejauh kurang lebih 100 Km dari lokasi bahan baku biji kopi, ke lokasi produksi kopi bubuk, karena jarak yang cukup jauh ini membuat proses produksi Kopi Bubuk Cap Bukit Asam seringkali terhambat.

## 2. Faktor Eksternal Perusahaan (Peluang dan Ancaman)

Pada analisis faktor-faktor internal ini terdiri dari dua bagian yaitu peluang (Opportunities) dan ancaman (Threats) yang ada pada eksternal pengembangan usaha kopi bubuk cap bukit asam di Kabupaten Muara Enim, Sumatera Selatan dengan uraian sebagai berikut:

### **Peluang (*Opportunities*)**

Setelah dilakukan analisis, Peluang (Opportunities) yang dihadapi oleh Kopi Bubuk Cap Bukit Asam memiliki 4 faktor, dengan penjelasan setiap faktornya sebagai berikut:

#### **a. Potensi komoditas kopi di Provinsi Sumatera Selatan tinggi**

Sumatera Selatan merupakan provinsi yang memiliki keunggulan dalam sektor perkebunan. Banyak jenis tanaman yang terdapat di provinsi Sumatera Selatan, salah satunya tanaman kopi. Komoditas kopi termasuk salah satu komoditas unggulan yang terdapat di Indonesia, setelah kelapa sawit, kakao, cengkeh dan karet. Provinsi Sumatera Selatan memiliki total luas dan produksi kopi paling tinggi di Indonesia. Menurut Badan Pusat Statistik (2023) luas lahan kopi yang terdapat di Provinsi Sumatera Selatan seluas 269.545 Ha dengan total produksi sebanyak 212.612 ton.

#### **b. Tren minum kopi di masyarakat semakin berkembang**

Kopi merupakan salah satu bahan minuman yang pada tingkat tertentu dapat memberikan perubahan suasana psikologis bagi meminumnya. Racikan kopi yang terdiri dari bubuk kopi, air dan gula tidak semata-mata menghilangkan rasa mengantuk karena dalam kondisi segar pun kopi sering diminum. Pola hidup dalam mengkonsumsi minuman kopi sudah merupakan bagian budaya dari masyarakat secara luas yang dihidangkan baik di rumah sebagai minuman sehari-hari, dikantor sebagai minuman sela di waktu kerja maupun sebagai hidangan tamu, disetiap pertemuan-pertemuan juga minuman kopi merupakan salah satu hidangan yang sering kali muncul. Huda *et al* (2024) menjelaskan dalam penelitiannya yaitu budaya minum kopi bukan hanya sekedar budaya yang melekat dari bagian kehidupan generasi milenial, namun bergeser menjadi konsumsi yang wajib terpenuhi.

#### **c. Memiliki Kerjasama dan kesepakatan dengan pemasok bahan baku**

Memiliki kerjasama dan kesepakatan yang baik dengan pemasok bahan baku dapat memberikan sejumlah keuntungan signifikan bagi sebuah perusahaan. Kopi Bubuk Cap Bukit Asam melakukan kerjasama dengan para petani kopi dan Kopi Bubuk Cap Bukit Asam tidak hanya bekerja sama dengan satu petani saja, namun dengan beberapa petani kopi lainnya, untuk meminimalisir terjadinya resiko kekurangan bahan baku biji kopi.

#### **d. Peluang penjualan produk kopi sangat luas**

Peluang penjualan produk kopi sangat luas di Indonesia, apalagi jika dilihat dari potensi sumber daya alam tanaman kopi yang sangat besar di Indonesia, khususnya di Provinsi Sumatera Selatan. Tren minum kopi di masyarakat yang semakin berkembang juga menjadikan peluang penjualan kopi sangat luas. Alfirahmi (2019) menjelaskan pada penelitiannya bahwa peluang penjualan produk kopi semakin dikenal dan mewabah di Indonesia, didukung juga oleh hadirnya perkembangan teknologi seperti metode aplikasi pengantaran yang dipesan secara online, serta pembayaran yang bisa dilakukan secara elektronik.

### **Ancaman (*Threats*)**

Setelah dilakukan analisis, Peluang (Opportunities) yang dihadapi oleh Kopi Bubuk Cap Bukit Asam memiliki 4 faktor, dengan penjelasan setiap faktornya sebagai berikut:

**a. Terdapat persaingan antara usaha sejenis di daerah sekitar perusahaan**

Persaingan akan selalu muncul apabila usaha yang dilakukan mempunyai prospek dalam perolehan keuntungan yang cukup besar. Apalagi jika diketahui bahwa Kabupaten Muara Enim merupakan salah satu penghasil kopi terbanyak di Provinsi Sumatera Selatan, maka akan semakin banyak pelaku usaha yang mencoba untuk melakukan usaha pada industri Kopi. Tantangan Kopi Bubuk Cap Bukit Asam tidak hanya datang dari para pelaku usaha kopi yang baru bermunculan, tetapi juga para pelaku usaha yang sudah ada sejak lama, sebelum produk Kopi Bubuk Cap Bukit Asam muncul.

**b. Harga bahan baku yang tidak stabil**

Ketidakstabilan harga bahan baku dapat menciptakan sejumlah tantangan dan dampak signifikan bagi perusahaan. Ini dapat mempengaruhi biaya produksi, laba, dan strategi bisnis perusahaan secara keseluruhan. Biji kopi yang merupakan bahan baku utama dalam pembuatan kopi bubuk sering mengalami fluktuasi harga. Walaupun harga biji kopi tidak selalu naik, namun perusahaan harus tetap mengatur manajemen keuangan perusahaan agar tetap mendapatkan keuntungan.

**c. Kurangnya pengetahuan konsumen tentang perbedaan dan kualitas kopi**

Kurangnya pengetahuan konsumen tentang perbedaan dan kualitas kopi dapat menjadi tantangan bagi industri kopi. Beberapa dampak dari kurangnya pengetahuan ini melibatkan pemahaman yang terbatas tentang jenis kopi, metode penyeduhan, dan faktor-faktor lain yang mempengaruhi kualitas rasa. Bagi konsumen yang kurang mengathui tentang kopi, memilih produk kopi bisa menjadi tugas yang membingungkan. Konsumen mungkin cenderung mengandalkan merek atau harga daripada mempertimbangkan faktor-faktor seperti asal-usul biji kopi, metode pemrosesan, atau karakteristik rasa yang dihasilkan. Hal ini menjadikan pelaku usaha baru, seperti Kopi Bubuk Cap Bukit Asam akan sulit mendapatkan konsumen.

**d. Banyaknya produk kopi palsu di pasaran**

Banyaknya produk kopi palsu di pasaran menciptakan sejumlah dampak yang signifikan, baik bagi konsumen maupun industri kopi secara keseluruhan. Pada saat ini mulai banyak bermunculan produk Kopi yang tidak menggunakan biji kopi murni, yaitu dengan menggunakan campuran plastik atau jagung, serta padi-padian. Dengan mulai bermunculannya produk kopi palsu, maka membuat para konsumen menjadi ragu untuk membeli, apalagi Kopi Bubuk Cap Bukit Asam merupakan pendatang baru di industri kopi, sehingga masih banyak masyarakat yang belum tau dan ragu untuk mencoba.

**Alternatif Strategi Pengembangan Usaha Kopi Bubuk Cap Bukit Asam**

Dalam menentukan alternatif strategi pengembangan usaha diperlukan beberapa tahapan agar nantinya dapat menemukan alternatif strategi yang tepat untuk digunakan dalam pengembangan usaha Kopi Bubuk Cap Bukit Asam. Tahapan yang dilakukan untuk menemukan alternatif strategi pengembangan usaha adalah sebagai berikut:

**1. Perumusan Matrik IFAS (Internal Factors Analysis Summary)**

Pada perumusan matrik IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*) terdiri dari dua bagian yaitu kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) yang ada pada Kopi Bubuk Cap Bukit Asam. Dari hasil kuesioner yang telah diperoleh, dapat dilihat bobot dan rating yang tertinggi diantara faktor kekuatan dan kelemahan. Setelah diadakan penilaian terhadap kondisi internal pada pengembangan usaha Kopi Bubuk Cap Bukit Asam yang dapat dilihat pada Tabel 1, maka diperoleh total nilai faktor kekuatan sebesar 1,570 dan nilai faktor kelemahan 0,954 dengan selisih antara faktor kekuatan dan kelemahan yaitu 0,616. Jadi

usaha Kopi Bubuk Cap Bukit Asam di Kabupaten Muara Enim, Sumatera Selatan mempunyai kekuatan dalam pengembangan usaha.

Tabel 1. Tabel IFAS Pengembangan Usaha Kopi Bubuk Cap Bukit Asam

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
<b>KEKUATAN</b>				
1	Produk Kopi Bubuk Cap Bukit Asam memiliki banyak varian (Robusta, Arabika, Liberika)	0,074	4	0,297
2	Produk Kopi Bubuk Cap Bukit Asam memiliki kualitas yang baik	0,070	4	0,281
3	Produk Kopi Bubuk Cap Bukit Asam memiliki kelengkapan izin produksi	0,067	3	0,200
4	Kopi Bubuk Cap Bukit Asam memiliki kemasan yang menarik	0,074	4	0,297
5	Kemasan Kopi Bubuk Cap Bukit Asam memiliki banyak bentuk dan variasi	0,074	4	0,297
6	Harga produk Kopi Bubuk Cap Bukit Asam bersaing	0,068	3	0,200
7	Kopi Bubuk Cap Bukit Asam memiliki pegawai yang disiplin	0,067	3	0,205
8	Kopi Bubuk Cap Bukit Asam memiliki pegawai yang disiplin	0,067	3	0,200
9	Manajemen perusahaan Kopi Bubuk Cap Bukit Asam sudah berjalan dengan baik	0,048	2	0,095
10	Harga produk Kopi Bubuk Cap Bukit Asam relatif stabil	0,072	4	0,289
<b>Jumlah</b>				<b>1,570</b>
<b>KELEMAHAN</b>				
1	Promosi yang dilakukan masih belum optimal	0,067	4	0,266
2	Jumlah penjualan belum mencapai target	0,036	2	0,072
3	Perusahaan kesulitan terhadap modal usaha	0,061	3	0,183
4	Kapasitas mesin produksi yang dimiliki masih rendah	0,034	2	0,068
5	Fasilitas di lokasi produksi belum terlalu memadai	0,065	3	0,194
6	Jarak antara lokasi bahan baku dan lokasi produksi jauh	0,057	3	0,171
<b>Jumlah</b>				<b>0,954</b>

Sumber: Data diolah,2023

## 2. Perumusan Matrik EFAS (Eksternal Factors Analysis Summary)

Pada perumusan matrik EFAS (*Eksternal Factors Analysis Summary*) ini juga terdapat dua bagian yaitu terdiri dari faktor peluang dan ancaman yang dihadapi oleh usaha Kopi Bubuk Cap Bukit Asam. Setelah diadakan penilaian terhadap kondisi eksternal pada pengembangan usaha Kopi Bubuk Cap Bukit Asam di Kabupaten Muara Enim, Sumatera Selatan yang dapat dilihat pada Tabel 2, maka diperoleh total nilai faktor peluang yaitu sebesar 1,541 dan total nilai faktor ancaman yaitu sebesar 1,341 dengan selisih diantara faktor peluang dan ancaman yaitu sebesar 0,2. Jadi usaha Kopi Bubuk Cap Bukit Asam di Kabupaten Muara Enim, Sumatera Selatan mempunyai peluang dalam pengembangan usaha walaupun dengan nilai selisih yang tidak terlalu jauh.

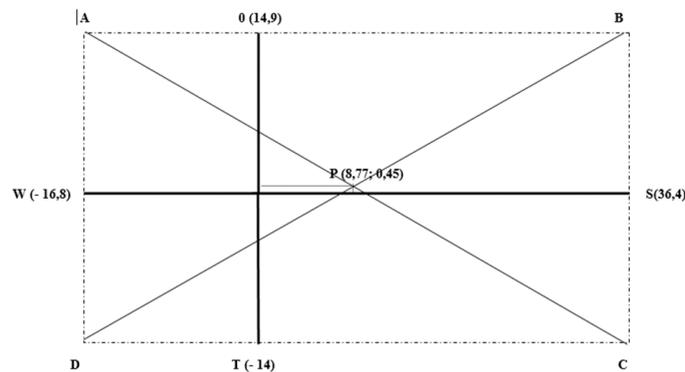
Tabel 2. Tabel EFAS Pengembangan Usaha Kopi Bubuk Cap Bukit Asam

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
<b>PELUANG</b>				
1	Potensi komoditas kopi di Provinsi Sumatera Selatan tinggi	0.131	3	0.393
2	Tren minum kopi di masyarakat semakin berkembang	0.128	3	0.383
3	Memiliki Kerjasama dan kesepakatan dengan pemasok bahan baku	0.128	3	0.383
4	Peluang penjualan produk kopi sangat luas	0.128	3	0.383
<b>Jumlah</b>				<b>1.541</b>
<b>ANCAMAN</b>				
1	Terdapat persaingan antara usaha sejenis di daerah sekitar perusahaan	0.121	3	0.362
2	Harga bahan baku yang tidak stabil	0.128	3	0.383
3	Kurangnya pengetahuan konsumen tentang perbedaan dan kualitas kopi	0.117	2	0.234
4	Banyaknya produk kopi palsu di pasaran	0.121	3	0.362
<b>Jumlah</b>				<b>1.341</b>

Sumber: Data diolah, 2023

### 3. Diagram Analisis SWOT

Peneliti melakukan analisis strategi dalam melihat peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) perusahaan, dengan perbandingan kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weaknesses*) untuk melihat posisi kemampuan perusahaan dalam meningkatkan pendapatan, dapat ditunjukkan dengan menggunakan diagram SWOT yang mengindikasikan posisi usaha dalam 4 sel. Pada Gambar 3 menunjukkan bahwa posisi pengembangan usaha Kopi Bubuk Cap Bukit Asam terletak pada kuadran I atau strategi yang dibuat dengan menggunakan seluruh kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang dimiliki. Strategi yang tepat untuk digunakan pada pengembangan usaha Kopi Bubuk Cap Bukit Asam yaitu strategi agresif. Strategi agresif yang digunakan berdasarkan faktor kekuatan yang merupakan faktor internal dan faktor peluang yang merupakan faktor eksternal pengembangan usaha Kopi Bubuk Cap Bukit Asam.



Gambar 3. Posisi Pengembangan Usaha Kopi Bubuk Cap Bukit Asam

**4. Matrik SWOT**

Matrik SWOT berisi tentang alternatif strategi yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan. Matriks SWOT terdiri dari alternatif strategi yang merupakan kombinasi antar faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman, sehingga menghasilkan strategi SO, WO, ST dan WT. Alternatif Strategi yang dapat digunakan oleh Kopi Bubuk Cap Bukit Asam berdasarkan analisis matrik SWOT seperti yang terlihat pada Tabel 3 yaitu:

Tabel 3. Matriks SWOT

<b>EFAS</b>	<b>IFAS</b>	<b>STRENGTH (S)</b>	<b>WEAKNESSES (W)</b>
		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produk Kopi Bubuk Cap Bukit Asam memiliki banyak varian (Robusta, Arabika, Liberika).</li> <li>2. Produk Kopi Bubuk Cap Bukit Asam memiliki kualitas yang baik.</li> <li>3. Produk Kopi Bubuk Cap Bukit Asam memiliki kelengkapan izin produksi.</li> <li>4. Kopi Bubuk Cap Bukit Asam memiliki kemasan yang menarik.</li> <li>5. Kemasan Kopi Bubuk Cap Bukit Asam memiliki banyak bentuk dan variasi.</li> <li>6. Harga produk Kopi Bubuk Cap Bukit Asam bersaing.</li> <li>7. Kopi Bubuk Cap Bukit Asam memiliki pegawai yang terampil.</li> <li>8. Kopi Bubuk Cap Bukit Asam memiliki pegawai yang disiplin.</li> <li>9. Manajemen perusahaan Kopi Bubuk Cap Bukit Asam sudah berjalan dengan baik.</li> <li>10. Harga produk Kopi Bubuk Cap Bukit Asam relatif stabil.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Promosi yang dilakukan masih belum optimal.</li> <li>2. Jumlah penjualan belum mencapai target.</li> <li>3. Perusahaan kesulitan terhadap modal usaha.</li> <li>4. Kapasitas mesin produksi yang dimiliki masih rendah.</li> <li>5. Fasilitas di lokasi produksi belum terlalu memadai.</li> <li>6. Jarak antara lokasi bahan baku dan lokasi produksi jauh.</li> </ol>
	<b>OPPORTUNITIES (O)</b>	<b>Strategi S-O</b>	<b>Strategi W-O</b>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Potensi komoditas kopi di Provinsi Sumatera Selatan tinggi.</li> <li>2. Tren minum kopi di masyarakat semakin berkembang.</li> <li>3. Memiliki Kerjasama dan kesepakatan dengan pemasok bahan baku.</li> <li>4. Peluang penjualan produk kopi sangat luas.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memperluas serta memperkuat jaringan pasar.</li> <li>2. Menerapkan strategi promosi penjualan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perbaiki dan peningkatan sistem pemasaran dan memperkuat promosi.</li> <li>2. Mencari modal tambahan.</li> </ol>
	<b>THREATS (T)</b>	<b>Strategi S-T</b>	<b>Strategi W-T</b>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Terdapat persaingan antara usaha sejenis di daerah sekitar perusahaan.</li> <li>2. Harga bahan baku yang tidak stabil.</li> <li>3. Kurangnya pengetahuan konsumen tentang perbedaan dan kualitas kopi.</li> <li>4. Banyaknya produk kopi palsu di pasaran.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melakukan penerapan standar mutu produk.</li> <li>2. Memperkuat produk yang dihasilkan dengan legalitas usaha</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memanfaatkan perkembangan teknologi untuk mengatasi bidang promosi.</li> <li>2. Menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan agar tercipta loyalitas pelanggan.</li> </ol>

Sumber: Data diolah,2023

## IV. PENUTUP

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisis penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti maka kesimpulannya sebagai berikut:

1. Tren perkembangan jumlah produksi Kopi Bubuk Cap Bukit Asam dalam 5 tahun terakhir 2018-2022 cenderung mengalami kenaikan.
2. Tren perkembangan jumlah penjualan Kopi Bubuk Cap Bukit Asam dalam 5 tahun terakhir cenderung mengalami kenaikan.
3. Pada faktor kekuatan terdapat 3 kekuatan yang memiliki nilai paling tinggi yaitu, produk Kopi Bubuk Cap Bukit Asam memiliki banyak varian (Robusta, Arabika, Liberika), Kopi Bubuk Cap Bukit Asam memiliki kemasan yang menarik dan kemasan Kopi Bubuk Cap Bukit Asam memiliki banyak bentuk dan variasi. Sedangkan faktor kelemahan yang memiliki nilai paling tinggi adalah promosi yang dilakukan masih belum optimal. Faktor peluang tertinggi yaitu potensi komoditas kopi di Provinsi Sumatera Selatan yang tinggi. Sedangkan untuk tingkat ancaman tertinggi yaitu pada harga bahan baku yang tidak stabil.
4. Posisi pengembangan usaha Kopi Bubuk Cap Bukit Asam terdapat pada kuadran I yaitu menggunakan strategi agresif, dengan beberapa alternatif strategi yang dapat digunakan yaitu memperluas serta memperkuat jaringan pasar, menerapkan strategi promosi penjualan, perbaikan dan peningkatan sistem pemasaran dan memperkuat promosi, mencari modal tambahan, melakukan penerapan standar mutu produk, memperkuat produk yang dihasilkan dengan legalitas usaha, memanfaatkan perkembangan teknologi untuk mengatasi promosi, dan menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan agar tercipta loyalitas pelanggan.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, peneliti memberikan saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat dan dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi pihak-pihak yang berkepentingan, yaitu:

#### 1. Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat mempertimbangkan penerapan alternatif strategi yang dihasilkan dalam penelitian ini untuk pengembangan usaha kedepannya.

#### 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya, peneliti menyarankan agar dilakukan penelitian mengenai topik strategi pemasaran yang ada pada Kopi Bubuk Cap Bukit Asam.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adeliana, A. A., & Suprapti, I. (2016). Pengaruh Produk Berlabel Halal Dalam Keputusan Pembelian. *Jurnal Pertanian Cemara*, 20(2022), 1–23. <https://www.ejournalwiraraja.com/index.php/FP/article/view/2545%0Ahttps://www.ejournalwiraraja.com/index.php/FP/article/view/2545/1650>
- Aji, A. W., & Listyaningrum, S. P. (2021). Pengaruh Modal Usaha, Lokasi Usaha, Dan Teknologi Informasi Terhadap Pendapatan Umkm Di Kabupaten Bantul. *JIAI (Jurnal Ilmiah Akuntansi Indonesia)*, 6(1), 87–102. <https://doi.org/10.32528/jiai.v6i1.5067>
- Alfirahmi, A. (2019). FENOMENA KOPI KEKINIAN DI ERA 4.0 Ditinjau dari Marketing 4.0 dan Teori Uses and Effect. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 3(1), 24–32. <https://doi.org/10.31334/ljk.v3i1.410>
- BPS. 2023. Statistik Kopi Indonesia Tahun 2022. Badan Pusat Statistik.

- Cynthia, V., & Arifiansyah, R. (2023). Pengaruh Brand Image , Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di Kopi Tuku Grand Galaxy Bekasi. *Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 2(3), 712–721.
- Dilasari, E. M., Yosita, G., & Sanjaya, V. F. (2022). Pengaruh Cita Rasa Dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kopi Janji Jiwa Bandar Lampung. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 3(1), 25–42. <https://doi.org/10.24042/revenue.v3i1.10448>
- Foster, B. (2019). *Manajemen Label & Kemasan*. Bitread Publishing.
- Huda, F. N., Kusuma, P., Putri, D., & Milenial, G. (2024). *Eksistensi budaya minum pada generasi millennial kopi*. 7, 3958–3962.
- Mustika, M. A. C., Suwarni, E., & Anggarini, D. R. (2023). Pengaruh Customer Experience dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Ulang Produk Mixue Ice Cream And Tea di Kota Bandar Lampung. *Journal Strategy of Management and Accounting Through Research and Technology (SMART)*, 2(2)(2), 35-46.
- Rangkuti, F. (2005). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Ramadhina, A., & Mugiono, M. (2022). Pengaruh Desain Kemasan, Variasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran dan ...*, 01(1), 59–67. <https://jmppk.ub.ac.id/index.php/jmppk/article/view/21>
- Sudiantini, D. (2022). *Manajemen Strategi*. CV. Pena Persada.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Alfabeta.
- Tores, R. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada Alfa Studio Sekayu. *Jurnal Manajemen Kompeten*. 3(1), 52-65. <https://doi.org/10.51877/mnjm.v3i1%20Juni.144>