

**PENGOLAHAN CIRENG TRADISIONAL MENJADI LAYAK
BERSANDING DENGAN PRODUK IMPOR**

RINGKASAN LAPORAN PROYEK KEWIRAUSAHAAN

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana



Disusun Oleh:

NURUL SITI AWALIYAH

1117 29741

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA

YOGYAKARTA

JANUARI 2023

**PENGOLAHAN CIRENG TRADISIONAL MENJADI LAYAK
BERSANDING DENGAN PRODUK IMPOR**

RINGKASAN LAPORAN PROYEK KEWIRAUSAHAAN

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana



Disusun Oleh:

NURUL SITI AWALIYAH

1117 29741

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA

YOGYAKARTA

JANUARI 2023

TUGAS AKHIR

LAPORAN PROYEK KEWIRAUSAHAAN: PENGOLAHAN CIRENG TRADISIONAL MENJADI LAYAK BERSANDING DENGAN PRODUK IMPOR

Dipersiapkan dan disusun oleh:

NURUL SITI AWALIYAH

Nomor Induk Mahasiswa: 111729741

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada tanggal 5 Januari 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana Akuntansi (S.Ak.)

Susunan Tim Penguji:



Pembimbing

Deranika Ratna Kristiana. S.E., M.Si., Ak., CA.

Penguji

Atika Jauharia Hatta, Dr., M.Si., Ak., CA.

Yogyakarta, 5 Januari 2023
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
Ketua



Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRAK

Laporan kewirausahaan ini dibuat untuk menjelaskan kegiatan kewirausahaan yang dijalankan oleh penulis selama 3 bulan, yang dimulai dari bulan September sampai November di Alfamidi RSUD Wirosaban Yogyakarta. Penulis telah mempertimbangkan untuk memilih melaksanakan kewirausahaan dikarenakan penulis ingin mengembangkan jiwa kewirausahaan di bisnisnya. Selama menjalankan kegiatan kewirausahaan penulis melakukan seluruh kegiatan operasional bisnis, saat menjalankan operasional penulis mengalami beberapa kesulitan dari kegiatan operasional. Beberapa kesulitan yang dihadapi penulis di bagian operasional yaitu membagi waktu ketika penjualan di outlet. Penulis menjalankan kegiatan kewirausahaan juga dapat membantu menjadi pribadi yang unggul dan dapat memecahkan masalah yang ada, serta bisa melatih mental agar lebih bisa mandiri dan bertanggung jawab. Penulis juga dapat menerapkan ilmu-ilmu yang dipelajari saat perkuliahan serta penulis bisa mendapatkan relasi baru dan bisa belajar banyak tentang dunia kerja yang sesungguhnya

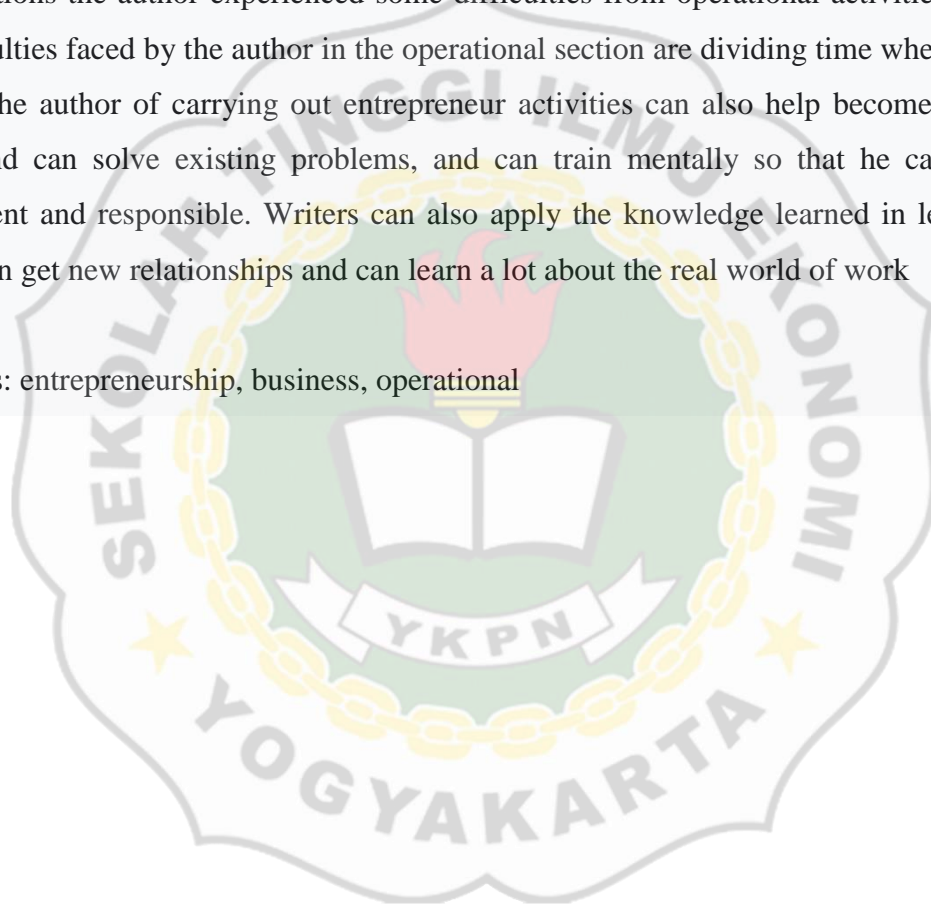
Kata kunci: kewirausahaan, bisnis, operasional

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRACT

This entrepreneurship report was created to explain the entrepreneur activities carried out by the author for 3 months, which started from September to November at Alfamidi RSUD Wirosaban Yogyakarta. The author has considered choosing to carry out entrepreneurship because the author wants to develop an entrepreneur spirit in his business. While carrying out entrepreneur activities the author carried out all business operational activities, while carrying out operations the author experienced some difficulties from operational activities. Some of the difficulties faced by the author in the operational section are dividing time when selling at outlets. The author of carrying out entrepreneur activities can also help become a superior person and can solve existing problems, and can train mentally so that he can be more independent and responsible. Writers can also apply the knowledge learned in lectures and writers can get new relationships and can learn a lot about the real world of work

Keywords: entrepreneurship, business, operational



PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

1.1 Latar Belakang

Industri *Food & Beverage* merupakan salah satu bisnis yang berprospek cerah saat ini dan masa depan. Sejak awal tahun 2020, dunia dikejutkan dengan munculnya wabah virus COVID-19 yang berasal dari China. Pandemi COVID-19 berimbas pada sektor kesehatan, sektor ekonomi, sektor bisnis, sektor pariwisata dan sektor industri. Tidak hanya sektor kesehatan, bisnis, pariwisata dan industri akan tetapi berimbas kepada sektor ekonomi terutama di industri *food & beverage*. Kasus virus COVID-19 tersebut mengakibatkan industri *Food and Beverage* didorong untuk tidak hanya beradaptasi, tetapi memikirkan langkah maju untuk lebih kreatif dan berinovatif.

Saat ini bisnis ini dilakukan secara *online* dan *offline*. Ketika pandemik berbagai perusahaan *food & beverage* mengalami tantangan terutama penjualan *offline* mengalami banyak kendala, karena pemerintah menganjurkan *take away* atau pemesanan via *online*, sehingga peningkatan *traffic online* adalah salah satu peluang untuk mempertahankan *customer*, sekaligus menarik *customer* baru di waktu yang bersamaan. (Sari, t.t.)

Semakin pesatnya usaha *food & beverage* di Indonesia semakin lama semakin menonjol akan perubahan dan persaingan. Kondisi ini akan menimbulkan persaingan yang sangat tajam antar pebisnis, baik itu karena pesaing yang semakin banyak, maupun perkembangan teknologi yang semakin berkembang. Perubahan tersebut disebabkan oleh pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat dan sumber daya alam yang semakin menurun, tidak jarang ada beberapa perusahaan industri *food & beverage* mencoba untuk bersaing didalam dunia usaha mengalami kegagalan dari mempertahankan persaingan usaha yang sangat ketat. Untuk dapat mempertahankan usaha, sebuah perusahaan harus mampu mengolah dengan baik kompetisi yang ada. Mengelola kompetisi untuk mempertahankan dan memenangkan sebuah persaingan sebagaimana perusahaan harus mempunyai daya saing yang unggul dan inovatif. Dengan itu perusahaan harus memosisikan keunggulan dan kelemahan yang dimiliki dengan tepat, sehingga mampu menonjolkan kelebihanannya sebagai kekuatan bahwa hal tersebut dapat mengantisipasi perusahaan jika ada ancaman yang akan terjadi.

Tidak semua bisnis *food & beverage* berhasil dalam memenangkan persaingan tersebut. Banyak para pelaku usaha di industri *food and beverage* yang telah menutup usahanya karena tidak siap dengan perubahan. Suatu perusahaan perlu

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

memahami perubahan akibat kasus COVID-19 tersebut, sehingga perusahaan harus memiliki kompetensi inti. Kompetensi inti adalah kemampuan atau keunggulan yang membedakan suatu perusahaan dari pesaingnya. Oleh karena itu, kompetensi inti adalah unik bagi suatu perusahaan dan menghadirkan suatu keunggulan yang kompetitif. Strategi bisnis sangat penting sebagai alat untuk mencapai tujuan jangka panjang suatu perusahaan di masa yang akan datang untuk mencapai suatu keunggulan dalam bersaing.

Meningkatnya persaingan secara Global, maka perusahaan dituntut untuk selalu memperhatikan keadaan pasar dan bersaing lebih kompetitif dalam menentukan strategi. Strategi kompetitif. Menurut Porter (1990) setiap usaha harus mempunyai keunggulan kompetitif, agar dapat bertahan dan berjalan dengan baik. Strategi kompetitif merupakan salah satu cara untuk mengetahui daya saingnya disetiap kekuatan. Sebagai formulasi strategi bisnis yang tepat memerlukan suatu alat yang tepat, salah satu diantaranya menggunakan analisis SWOT. Penggunaan analisis SWOT yang efektif dapat memegang peranan penting dalam menentukan strategi kompetitif, agar dapat mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi oleh suatu perusahaan dalam kelangsungan hidup suatu perusahaan. Menurut Freddy (2013), analisis SWOT adalah analisa yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Dengan itu, perencana strategis (*Strategic Planner*) harus menganalisis factor-faktor strategis perusahaan dalam kondisi saat ini. (Nisak, 2013)

Semakin sengitnya persaingan terhadap harga dan selera masyarakat akan makanan, belum lagi competitor kecil namun justru berpengaruh dalam dunia industri *food & baverage*. Dengan adanya persaingan tersebut dapat mengakibatkan tingkat penjualan turun sehingga menuntut suatu perusahaan untuk lebih inovasi terhadap produk cireng tetapi tidak keluar dari ciri khas yaitu rasanya yang gurih, cireng ngingintil selalu menjaga kualitas cireng dari bahan baku sampai penyajian hidangan. Cireng ngingintil gerobaknya didesain lebih menarik dan berbeda dengan yang lainnya. Faktor 4P (*produc, price, place, dan promotion*) terhadap pemasaran produk cireng memberikan pengaruh terhadap perusahaan. Strategi dan kualitas produk mampu dipertahankan perusahaan tersebut untuk memenuhi kebutuhan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

konsumen. Standar dan kualitas produk perlu dipertahankan oleh perusahaan untuk terus memenuhi kebutuhan konsumen. Namun banyak usaha di bidang yang sama perusahaan harus tetap memperhatikan lingkungan yang dapat mempengaruhi perusahaan, agar perusahaan dapat mengetahui strategi pemasaran seperti apa dan bagaimana yang harus diterapkan dalam perusahaan. Ngingintilfood.yk atau cireng ngingintil harus tetap mendapat kepercayaan penuh dari pelanggan dengan mengedepankan pelayanan yang maksimal terhadap pelanggan demi kelangsungan hidup perusahaan.

Dalam mempertahankan pangsa pasar perusahaan perlu melakukan penyesuaian dan memikirkan cara yang tepat dan efisien dalam merumuskan strategi bisnis. Dalam merumuskan strategi bisnis, perusahaan harus memiliki gambaran dasar pemikiran tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai serta membantu melihat lebih akurat rupa usaha yang sedang atau yang akan kita jalani. Perencanaan strategi bisnis diperlukan agar Ngingintilfood.yk atau Cireng Ngingintil berkembang dan semakin dikenal oleh masyarakat luas. Untuk menganalisis strategi bisnis, Ngingintilfood.yk atau Cireng Ngingintil menggunakan salah satu model bisnis *Business Model Canvas* yang diharapkan dapat mengembangkan strategi bisnis untuk masa sekarang maupun masa yang akan datang.

Perusahaan yang telah besar pun harus memiliki strategi untuk dapat bersaing di pasar bisnis. Model bisnis kanvas merupakan alat yang dapat membantu untuk lebih memahami model bisnis perusahaan saat ini, upaya memodifikasi atau menciptakan model bisnis baru dengan kecepatan yang lebih tepat (Wallin, 2013). Melalui model bisnis kanvas perusahaan dapat menyusun sedemikian rupa model bisnis dengan mudah untuk menciptakan suatu alternatif strategi bisnis yang baru dalam upaya peningkatan daya saing khususnya pada sector usaha kecil. Salah satu sector usaha kecil yang mengalami pertumbuhan dan tren yang bagus yaitu sector usaha kuliner. Usaha kuliner dianggap sebagai bisnis yang menguntungkan dan menawarkan usaha menjanjikan karena berada pada ruang lingkup kebutuhan primer manusia (Putra Indra:2019). Model bisnis berlaku luas karena ia merupakan metode relevan bagi pengusaha, investor, penasihat bisnis maupun organisasi nirlaba, pun begitu halnya dengan perusahaan yang akan membuat lini baru (Leschke, 2013). Model bisnis mendeskripsikan pihak mana yang terlibat dalam bisnis mengenai peran yang dilakukan serta posisi yang dijalankan dalam sebuah bisnis. Dengan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

demikian akan diketahui biaya apa saja yang dibutuhkan dan juga apa saja yang menjadi sumber pendapatan bagi suatu bisnis (Pramudiana, 2016). Model bisnis kanvas merupakan alat yang dapat memberikan suatu pandangan yang jelas tentang apa yang akan dicapai perusahaan karena model bisnis ini berfokus pada elemen strategis yang paling besar penting sehingga memberikan dampak besar pada bisnis yang dijalankan. Dengan menggunakan *business model canvas* atau disebut BMC, Cireng Ngingintil akan lebih dimudahkan dalam melakukan peninjauan atau analisa secara mendalam, fokus, dan akurat dengan memetakan kondisi perusahaan saat ini. Setelah dilakukan pemetaan BMC, kemudian dilanjutkan dengan melakukan analisis SWOT pada tiap elemen BMC untuk menciptakan upaya model bisnis yang perlu diperbaiki (Bonanzzi 2014) sehingga dengan menerapkan metode analisis SWOT pada proses perumusan BMC, dapat menghasilkan berupa perbaikan dan penyempurnaan kondisi perusahaan saat ini dan tentunya dapat dirumuskan menjadi suatu implikasi manajerial untuk pengembangan bisnis dalam upaya meningkatkan daya saing antar bisnis. (Hambali & Andarini, 2021)

Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah pada proyek kewirausahaan ini adalah;

1. Bagaimana peluang usaha cireng di daerah Yogyakarta?
2. Bagaimana prospekual daya beli usaha cireng?
3. Apakah usaha cireng dapat bersaing di wilayah Yogyakarta?

Tujuan Proyek Kewirausahaan

Berdasarkan perumusan masalah diatas, tujuan proyek kewirausahaan ini adalah:

1. Menganalisis dalam mengembangkan bisnis menggunakan pendekatan BMC dan analisis SWOT pada usaha Cireng Ngingintil di Yogyakarta.
2. Mengetahui dan merancang strategi bisnis yang tepat pada usaha Cireng Ngingintil di Yogyakarta.
3. Mengetahui cara membuat cireng ini dalam kelayakannya untuk konsumsi dengan berbasis konsep ATM (Amati Tiru dan Modifikasi)

Kontribusi Proyek Kewirausahaan

Kontribusi dalam proyek kewirausahaan, bahwa Cireng selama ini dikenal hanya dengan cireng salju (tanpa isi). Cireng ngingintil merupakan cireng yang hadir

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

dengan konsep yang berbeda dari cireng pada umumnya. Komposisi Cireng Ngingintil sendiri adalah bahan-bahan yang mudah ditemukan di Yogyakarta. Seperti tepung kanji yang secara kausalitas jika Cireng dikembangkan secara baik akan lebih terbuka meningkatkan pendapatan perusahaan. Cireng Ngingintil yang hadir dengan memanfaatkan booming tren kuliner kaki lima melalui potensi kuliner local berbasis ATM (Amati Tiru dan Modifikasi) yang benar-benar di modifikasi bentuk dan branding Cireng menjadi layak bersanding dengan kuliner impor. Cireng Ngingintil dibuat dengan tepung kanji sebagai kulit nya dan daging ayam, daging sapi sebagai isi ditengahnya dipadu dengan berbagai bumbu dan sambal dengan ciri Cireng Khas Sunda. Kebutuhan yang masih menganggap cireng hanya sekedar makanan khas sunda dengan khas cireng salju, dengan itu membuat saya yakin “Cireng Ngingintil” akan terus terjaga eksistensinya dan mampu mengekspansi pasar dengan segala kelebihannya. Cireng Ngingintil menawarkan produk cireng dengan berbagai variant sambal dan variant isi. Salah satu upaya yang dilakukan oleh Cireng Ngingintil adalah meningkatkan efisiensi dan produktifitas agar tetap bertahan dalam persaingan bisnis atau bahkan dapat meningkatkan profitabilitasnya. Cireng merupakan singkatan dari aci digoreng, salah satu makanan tradisional yang berasal dari Sunda dan dibuat dengan bahan utamanya adalah tepung kanji atau tepung tapioka. Makanan satu ini dibidang sangat populer di daerah Jawa Barat. Pada umumnya makanan tersebut memiliki tekstur kenyal dan digoreng terlebih dahulu sebelum dikonsumsi. Untuk memperbaiki cita rasa dan ketertarikan konsumen pada produk cireng, kini cireng ngingintil telah melakukan cara untuk menjadikan cireng bervariasi dan di modifikasi, seperti diberi isi didalamnya. Ngingintilfood.yk atau dikenal dengan Cireng Ngingintil merupakan salah satu usaha kuliner kaki lima datang dengan konsep yang berbeda dari cireng lainnya dan berprospek lebih modern. Cireng Ngingintil adalah usaha yang berawal dari coba-coba atau sekedar mengisi waktu luang karena kuliah online. Ngingintil memiliki arti ikut-ikutan, Nama yang terbilang unik membuat masyarakat penasaran dan antusias untuk berkunjung. Cireng Ngingintil mulai beroperasi pada bulan Oktober 2021 dan beralokasi di Alfamidi Tritunggal lebih tepatnya di Jl Tritunggal No. 41, Sorosutan Umbulharjo Kota Yogyakarta.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Pengertian Produk

Produk merupakan salah satu variabel yang penting dalam suatu kegiatan usaha yang secara nyata terpaut dalam suatu wujud dan dapat dikenal di masyarakat luas. Produk merupakan sekumpulan benda yang didalamnya terdapat wujud, harga, kemasan, dan warna yang diterima oleh konsumen sebagai sesuatu yang dapat memuaskan keinginannya. Kotler mengungkapkan bahwa produk adalah semua yang diberikan, dipunyai, dipakai atau dimakan sehingga dapat memuaskan hasrat dan keperluan orang yang dapat menggunakannya. Di dalam buku “Unsur-unsur Inti Pemasaran dan Manajemen Pemasaran” menurut H.Djaslim Saladin, S.E produk terbagi dalam beberapa pengertian, seperti:

- 1) Secara ringkas pengertian produk adalah sifat-sifat fisik maupun kimia yang dapat berbentuk dan dijadikan menjadi bentuk yang serupa dan dikenal.
- 2) Secara garis besar, produk adalah sekumpulan karakteristik yang berwujud dan tidak berwujud, termasuk warna, tarif, kemasan, reputasi pabrik, reputasi penjual, serta servis yang bisa diperoleh konsumen sesuai dengan keinginannya.

Pengertian produk (*product*) menurut Kotler dan Armstrong, (2001: 346) produk adalah semua barang yang dapat diperhatikan, diperjualbelikan, dipergunakan ataupun dikonsumsi untuk dapat memenuhi keinginan dan keperluannya.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa produk merupakan suatu variabel yang penting dalam suatu usaha karena produk merupakan titik pusat kegiatan usaha yang dapat ditawarkan ke pasar untuk dikonsumsi demi memenuhi keinginan dan keperluan konsumen. Suatu produk harus memiliki keunggulan dari produk-prduk lain mulai dari segi bentuk, kualitas, kemasan, ukuran, pelayanan, rasa, dan desain yang menarik agar konsumen tertarik dengan produk yang ditawarkan.(Dra. Darmis, 2021)

Atribut Produk

Menurut Tjiptano, (2008:103) menyatakan bahwa atribut produk adalah unsur-unsur produk yang dianggap penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian. Kotler dan Keller (2009:188) menyatakan bahwa atribut produk adalah keputusan pembelian konsumen meliputi, merek, penyalur, kuantitas, waktu dan metode pembayaran. Kesimpulan dari kedua ahli

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

tersebut bahwa atribut merupakan unsur-unsur produk yang dianggap penting oleh konsumen meliputi merek, kuantitas, waktu dan metode pembayaran dalam pengambilan keputusan pembelian.

Cireng

Cireng merupakan salah satu makanan tradisional khas Jawa Barat. Nama “cireng” berasal dari kata “aci digoreng”, karena makanan ini berbahan dasar tepung tapioka atau aci dalam bahasa sunda (Sumarsono & Rahayu, 2013). Cireng awalnya berbentuk bulat dan digoreng, orang Jawa menyebutnya dengan istilah cireng salju, namun seiring berjalannya waktu cireng terus mengalami inovasi. Cireng ngingintil adalah salah satu pelopor cireng isi denganocolan sambal di Yogyakarta sejak 2021. Pada usaha cireng ngingintil ini penulis berperan sebagai owner tunggal yang pada awalnya memiliki ide untuk mengolah tepung kanji lalu merealisasikan ide tersebut menjadi produk cireng ngingintil ini. Penulis memiliki visi yaitu menjadikan cireng makanan khas Jawa Barat menjadi pelopor cireng sambal pertama di Yogyakarta, karena penulis melihat antusias mahasiswa rantauan mencoba cireng ngingintil menghilangkan rasa rindu jajanan khas Jawa Barat. Sedangkan misi yang dijalankan perusahaan yaitu terus berinovasi terhadap produk cireng dan memanfaatkan peluang trend pasar pada usaha kuliner di Yogyakarta.

Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil dan pembahasan penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa penulis mencoba untuk mengimplmentasikan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh di bangku kuliah ke dalam dunia usaha melalui proyek kewirausahaan pembuatan cireng. Berdasarkan aktivitas yang telah dilakukan selama kurang lebih 3 bulan terakhir, dengan hadirnya bisnis cireng di wilayah Yogyakarta banyak masyarakat antusias terhadap prodak cireng ini. Strategi bisnis yang akan dilakukan penulis dalam menghadapi persaingan di bidang industri sejenis yaitu mempromosikan produk melalui sosial media dan membuka cabang selanjutnya dengan tujuan agar produk cireng ini lebih dikenal oleh masyarakat. Tim marketing yang akan mempromosikan cireng dengan memberikan diskon untuk pembelian petama produk cireng. Berdasarkan analisa yang telah dilakukan rencana bisnis cireng memberikan keuntungan sehingga usaha cireng layak untuk dijalankan dan dikembangkan. Cireng ngingintil akan melakukan pengembangan usaha dengan cara menambah variasi menu makanan, perbanyak

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

cabang, open mitra ataupun franchise, dan memperluas target market sehingga dapat meningkatkan profit bagi bisnis cemilan ini.

Saran

Saran dari penulis dalam membuka bisnis di industri kuliner, banyak kompetitor yang bergerak di bidang usaha yang sama, sehingga perlu adanya strategi-strategi bisnis yang harus dilakukan dalam menghadapi persaingan yang kompetitif. Akan tetapi, masih ada peluang dalam membuka bisnis di industri kuliner.



PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

DAFTAR PUSTAKA

Alamsyah, Y. (2008). *Bangkitnya bisnis kuliner tradisional: Meraih untung dari bisnis masakan tradisional kaki lima sampai restoran*. Elex Media Komputindo. <https://books.google.co.id/books?id=jXNUFgceviAC>

Butarbutar, M., Putra, A. H. P. K., Nainggolan, N. T., Sudarso, A., Lie, D., Fuadi, F., Nurbayani, N., Saputra, D. H., Hasibuan, A., & Yendrianof, D. (2020). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Pengembangan*. Yayasan Kita Menulis. <https://books.google.co.id/books?id=F-34DwAAQBAJ>

Department of Agro-industrial Technology, Faculty of Agricultural Technology University of Brawijaya, Malang, Indonesia, Setyorini, H., Effendi, M., Department of Agro-industrial Technology, Faculty of Agricultural Technology University of Brawijaya, Malang, Indonesia, Santoso, I., & Department of Agro-industrial Technology, Faculty of Agricultural Technology University of Brawijaya, Malang, Indonesia. (2016). Marketing Strategy Analysis Using SWOT Matrix and QSPM (Case Study: WS Restaurant Soekarno Hatta Malang). *Industria: Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*, 5(1), 46–53. <https://doi.org/10.21776/ub.industria.2016.005.01.6>

DR. Zahera Mega Utama, S. E. M. M. (2020). *MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA: Konsep Dasar dan Teori*. UNJ PRESS. <https://books.google.co.id/books?id=OYgBEAAAQBAJ>

Dra. Darmis, M. P. (2021). *HAL-HAL YANG MEMPENGARUHI HARGA KAMAR*. Penerbit YLGI. <https://books.google.co.id/books?id=W1VHEAAAQBAJ>

Ela Elliyana, D. S. (2021). *BUKU AJAR KEWIRAUSAHAAN*. Ahlimedia Book. <https://books.google.co.id/books?id=BCsTEAAAQBAJ>

Fatimah, F. N. D. (2016). *Teknik Analisis SWOT*. Anak Hebat Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=CRL2DwAAQBAJ>

Hambali, A., & Andarini, S. (2021). FORMULASI STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS MENGGUNAKAN PENDEKATAN BUSINESS MODEL CANVAS (BMC) DAN SWOT ANALYSIS DALAM UPAYA MENINGKATKAN DAYA SAING PADA PIRING SENG COFFEE & CO TUNJUNGAN SURABAYA. *JOURNAL OF APPLIED BUSINESS ADMINISTRATION*, 5(2), 131–142. <https://doi.org/10.30871/jaba.v5i2.2969>

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Hartati, S. (t.t.). *MANAJEMEN KEUANGAN UNTUK USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH*. 7.

Kasali, R. (1998). *Membidik pasar Indonesia: Segmentasi, targeting, dan positioning*. Gramedia Pustaka Utama. https://books.google.co.id/books?id=3UJ4c_dskHEC

Mas'ari, A., Hamdy, M. I., & Safira, M. D. (2019). Analisa strategi marketing mix menggunakan konsep 4p (price, product, place, promotion) pada PT. Haluan Riau. *Jurnal Teknik Industri*, 5(2), 79–86.

Nisak, Z. (2013). Analisis SWOT untuk menentukan strategi kompetitif. *Jurnal Ekbis*, 9(2), 468–476.

Parinduri, L., S, H., Purba, P. B., Sudarso, A., Marzuki, I., Armus, R., Rozaini, N., Purba, B., Purba, S., & Ahdiyati, M. (2020). *Manajemen Operasional: Teori dan Strategi*. Yayasan Kita Menulis. https://books.google.co.id/books?id=Z_UCEAAAQBAJ

Rangkuti, F. (2013). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus*. Gramedia Pustaka Utama. <https://books.google.co.id/books?id=Q5RnDwAAQBAJ>

Sari, N. P. (t.t.). *Analisis Komparatif Strategi Pemasaran Online Dan Offline Pada UMKM Rengginang UMI Tegal*. 86.

Sumarsono, A. F., & Rahayu, M. (2013). Analisis rantai nilai pada aktifitas primer produksi “cireng bandung isi” sebagai dasar perumusan strategi keunggulan bersaing. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 2(1).