

Strategi Pengembangan Bisnis Menggunakan Pendekatan *Business Model Canvas* Pada Dapoer Ethak

Business Development Strategy Using the Business Model Canvas Approach at Dapoer Ethak

Irma Cahyani¹⁾, Paisal²⁾, Hendra Sastrawinata³⁾

1) Prodi Manajemen Bisnis, Politeknik Negeri Sriwijaya, Indonesia

2) Prodi Manajemen Bisnis, Politeknik Negeri Sriwijaya, Indonesia

3) Prodi Manajemen Bisnis, Politeknik Negeri Sriwijaya, Indonesia

*Corresponding Email: irmacahyani0212@gmail.com

Abstrak

Dapoer Ethak merupakan salah satu usaha bidang kuliner yang menjual aneka pempek dan kue, berada di Kecamatan Kayu Agung, Sumatra Selatan. Tujuan penelitian ini untuk (1) menganalisis penerapan aspek produksi, pemasaran, sumber daya manusia, dan keuangan sebagai strategi pengembangan pada Dapoer Ethak (2) menganalisis cara penerapan metode *Business Model Canvas* pada usaha Dapoer Ethak. Penelitian ini bersifat deskriptif dengan menerapkan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi pada usaha Dapoer Ethak. Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa dalam melaksanakan aktivitas usahanya, Dapoer Ethak telah menerapkan aspek produksi, pemasaran, keuangan, dan sumber daya manusia dengan baik dan memenuhi 9 elemen *Business Model Canvas*. Tetapi pelaksanaannya masih belum dilakukan secara maksimal dan memerlukan perbaikan pada semua aspek kewirausahaan dan elemen BMC untuk meningkatkan daya saing usahanya seperti bekerjasama dengan *supplier* bahan baku dan kemasan, perbaiki laporan keuangan, memperbaiki sistem pemasaran, aktif mengikuti *event food & beverage*, pelatihan karyawan, menambahkan menu minuman yang beragam, menyediakan tempat makan di toko, dan *upgrade* perangkat kasir.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan, Kewirausahaan, *Business Model Canvas*.

Abstract

Dapoer Ethak is a culinary business that sells various pempek and cakes, located in Kayu Agung District, South Sumatra. The purpose of this research is to (1) analyze the application of production, marketing, human resources and financial aspects as development strategies at Dapoer Ethak (2) analyze how to apply the Business Model Canvas method to Dapoer Ethak's business. This research is descriptive in nature by applying a qualitative approach. Data collection was carried out using interview, observation and documentation methods at the Dapoer Ethak business. Based on the research results, it can be seen that in carrying out its business activities, Dapoer Ethak has implemented aspects of production, marketing, finance and human resources well and fulfilled the 9 elements of the Business Model Canvas. However, its implementation is still not carried out optimally and requires improvements to all aspects of entrepreneurship and elements of BMC to increase its business competitiveness, such as collaborating with suppliers of raw materials and packaging, improving financial reports, improving the marketing system, actively participating in food & beverage events, employee training, added a diverse drink menu, providing a place to eat in the shop, and upgrading cashier equipment.

Keywords: Development Strategy, Entrepreneurship, *Business Model Canvas*.

PENDAHULUAN

Di Indonesia, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah salah satu jenis usaha yang tumbuh dalam masyarakat, dengan aktivitas bisnis yang bergerak di berbagai bidang usaha tertentu. UMKM dianggap memiliki kemampuan untuk memerangi kemiskinan dan pengangguran. Oleh karena itu, penting bagi UMKM untuk mengikuti perkembangan zaman. Strategi pengembangan merupakan alat untuk mencapai tujuan jangka panjang dan meningkatkan kemampuan usaha. Produk UMKM yang diproduksi di Sumatera Selatan telah menjadi favorit di pasar nasional, bahkan menempati posisi ketiga dalam penjualan produk Indonesia pada tahun 2022. Hal ini menunjukkan bahwa banyak orang menginginkan produk UMKM, mulai dari makanan hingga kriya atau kerajinan lokal Sriwijaya (Sihombing, 2023).

Dapoer Ethak merupakan salah satu UMKM yang mengolah makanan khas Palembang, seperti pempek dan kue. Produk ini memiliki potensi pasar yang sangat besar karena segmen pasarnya mulai dari anak-anak hingga orang tua. Hal ini menghasilkan banyak persaingan sehingga produsen harus memperbaiki strategi pengembangan bisnisnya pada aspek kewirausahaan, termasuk aspek produksi, pemasaran, keuangan dan Sumber Daya Manusia (SDM). Perbaikan aspek kewirausahaan ini

bertujuan untuk mencari tahu bagaimana kemitraan dan peningkatan keempat elemen kewirausahaan tersebut dapat membantu kinerja keseluruhan bisnis Dapoer Ethak.

Usaha Dapoer Ethak juga harus mengaplikasikan model bisnis yang sesuai sehingga mampu bersaing dengan kompetitor. (Ostewalder & Pigneur, 2012) *Business Model Canvas* (BMC) adalah alat untuk menggambarkan model bisnis dan menjelaskan bagaimana bisnis mengembangkan, mendistribusikan, dan mengumpulkan nilai. BMC memiliki keunggulan pada analisis model bisnis karena dapat memberikan gambaran sederhana dan menyeluruh tentang kondisi bisnis saat ini dengan berbasis pada 9 elemen yaitu segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran, hubungan dengan pelanggan, aliran pendapatan, sumber daya utama, kegiatan utama, kemitraan utama, dan struktur biaya.

Dengan menggunakan *Business Model Canvas*, Dapoer Ethak akan memiliki kemampuan untuk melakukan penilaian atau analisis yang lebih akurat, mendalam, dan fokus pada kondisi bisnis saat ini. Hasil dari analisis ini akan menghasilkan rekomendasi untuk perbaikan dan penyempurnaan BMC saat ini, dan ini pasti akan menjadi strategi bisnis yang dapat membantu Dapoer Ethak menjadi lebih kompetitif.

Menurut penelitian sebelumnya di *Nos Jeans* (Ramadhan & Rukmana, 2023), Implementasi strategi tersebut akan merubah 4 kunci pada *Business Model Canvas* yang dimiliki perusahaan *Nos Jeans* yaitu *Key Resources*, *Customer Relationship*, *Customer Segment*, dan *Channel*.

Studi sebelumnya di PT Pitu Kreatif Berkah (Zulkarnain, Saputra, & Silvia, 2020) menunjukkan bahwa rekomendasi prioritas tersebut diterapkan ke dalam konsep BMC dalam 6 blok diantaranya *customer segment*, *customer relationship*, *channels*, *key activities*, *key partnership* dan *cost structure*.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah pada objek dan hasil yang diteliti. Objek yang digunakan pada penelitian ini yaitu Dapoer Ethak dengan hasil perbaikan pada 9 elemen BMC. Sedangkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Ramadhan & Rukmana, 2023) di *Nos Jeans* dengan hasil perbaikan 4 elemen BMC dan penelitian yang dilakukan (Zulkarnain, Saputra, & Silvia, 2020) di PT Pitu Kreatif Berkah dengan hasil perbaikan 6 elemen BMC.

Tujuan penelitian ini yaitu untuk (1) menganalisis penerapan aspek produksi, pemasaran, sumber daya manusia, dan keuangan sebagai strategi pengembangan pada Dapoer Ethak (2) menganalisis cara penerapan metode Business Model Canvas pada usaha Dapoer Ethak.

KAJIAN PUSTAKA

Strategi Pengembangan

Strategi adalah Misi perusahaan, atau sasaran organisasi, ditetapkan dengan mempertimbangkan faktor internal dan eksternal, serta perumusan kebijakan dan strategi tertentu untuk mencapai sasaran tersebut dan memastikan implementasinya dengan benar, sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi tercapai (Rangkuti, 2015). Sedangkan perluasan skala, inovasi produk, ekspansi pasar, dan inovasi pasar adalah semua bentuk pengembangan usaha (Sulaiman, A. & Asnawi, 2022).

Dalam pengembangan usaha, ada dua komponen penting menurut (Giawa & Pasaribu, 2021) yaitu :

1. Unsur dari dalam (pihak internal):

Keinginan pengusaha untuk mengembangkan usahanya adalah faktor dari pihak internal. Pengusaha harus memahami metode pembuatan produk, termasuk jumlah produk yang dapat diproduksi, metode pembuatan, dan anggaran yang digunakan untuk menentukan skala pendapatan dan pengeluaran produk.

2. Unsur dari luar (pihak eksternal):

Dengan mengandalkan sumber internal seperti pinjaman kepada pihak eksternal untuk pendanaan usaha dan memahami kondisi lingkungan mana yang menguntungkan bagi bisnis yang sedang

beroperasi, hal ini dapat diperoleh di **Business Model Canvas** Faktor dari luar.

Kewirausahaan

Yang meliputi aspek produksi, pemasaran, keuangan, dan SDM.

1. Produksi adalah proses pembuatan barang dan jasa dalam jangka waktu tertentu yang menghasilkan nilai bagi perusahaan (Wijaya, 2020).
2. Pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi, dan distribusi konsep, barang, dan jasa untuk menghasilkan nilai tukar yang memenuhi tujuan individu dan organisasi (Rahmawati, 2019).
3. Keuangan adalah analisis mendalam untuk menentukan apakah suatu bisnis atau investasi layak dilakukan atau tidak, sehingga pemilik bisnis atau investor tahu secara mendalam tentang prospek bisnis tersebut di masa depan (Aliefah & Nandasari, 2022).
4. Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan aspek pendayagunaan manusia sebagai tenaga kerja secara manusiawi untuk memaksimalkan potensi fisik dan psikis mereka untuk mencapai tujuan bersama (Sedarmayanti, 2017).

Menurut Osterwalder dan Pigneur dalam (Riadi, 2022), *business model canvas* adalah kerangka model bisnis yang berbentuk kanvas yang terdiri dari sembilan kotak yang saling berhubungan. Model ini digunakan untuk menjelaskan, memvisualisasikan, menilai, dan mengubah model bisnis untuk mencapai kinerja terbaik yang terdiri dari *customer segments, value proposition, channels, customer relationship, revenue streams, key resources, key activities, key partnerships, dan cost structure*.

1. Segmen Pelanggan (*Customer Segments*)

Fokus elemen ini adalah untuk mengidentifikasi kelompok Target pelanggan yang akan dilayani oleh perusahaan. Ini termasuk memahami kebutuhan, karakteristik, dan preferensi pelanggan potensial yang akan menjadi pusat perhatian bisnis.

2. Proposisi Nilai (*Value Propositions*)

Manfaat khusus yang ditawarkan oleh perusahaan kepada pelanggan dijelaskan dalam bagian ini. Proposisi nilai memberikan penjelasan tentang barang atau jasa yang ditawarkan dan bagaimana mereka memenuhi kebutuhan atau masalah pelanggan dengan lebih baik daripada yang ditawarkan oleh pesaing.

3. Saluran Distribusi (*Channels*)
Elemen ini mengharuskan bisnis menentukan saluran komunikasi atau cara distribusi yang digunakan untuk mengantarkan produk kepada pelanggan.
4. Hubungan dengan Pelanggan (*Customer Relationships*)
Elemen ini membahas jenis hubungan yang akan sebuah bisnis bangun dengan pelanggan, yang mencakup cara bisnis berinteraksi dengan pelanggan dan membantu mereka merasa puas.
5. Sumber Pendapatan (*Revenue Streams*)
Elemen ini menentukan model pendapatan apa yang dapat digunakan suatu perusahaan untuk menghasilkan uang. Ini dapat termasuk langganan, penjualan langsung, iklan, atau model pendapatan lainnya.
6. Sumber Daya Utama (*Key Resources*)
Sumber daya yang dibahas di sini termasuk aset fisik, keuangan, manusia, atau intelektual yang diperlukan untuk menjalankan operasi bisnis.
7. Aktivitas Utama (*Key Activities*)
Elemen ini menggambarkan kegiatan-kegiatan utama yang harus dilakukan oleh bisnis untuk menghasilkan, mengirim, dan menjaga nilai kepada pelanggan.
8. Mitra Utama (*Key Partnerships*)
Mengidentifikasi mitra atau pihak ketiga yang dapat bekerja sama dengan bisnis untuk mencapai tujuan bersama dan memberikan nilai tambahan merupakan tugas yang harus dilakukan dalam bagian ini.
9. Struktur Biaya (*Cost Structure*)
Elemen ini menentukan struktur biaya yang terkait dengan operasi bisnis. Ini mencakup semua biaya operasional, biaya pengembangan produk, biaya pemasaran, biaya distribusi, dan biaya lainnya yang terkait dengan operasi bisnis.

METODOLOGI

Penelitian ini bersifat deskriptif dengan menerapkan pendekatan kualitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Penggalan data dilakukan dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Populasi pada penelitian ini adalah pemilik dan seluruh karyawan pada usaha Dapoer Ethak yang berjumlah 9 orang. Peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*, untuk memilih 1 sampel yang menjadi sumber objek paling kompeten untuk diwawancarai yaitu pemilik usaha Dapoer Ethak. Observasi dilakukan dengan mengamati fasilitas, kondisi usaha, situasi kerja karyawan, dan infrastruktur di Dapoer

Ethak. Data dokumentasi dikumpulkan dalam bentuk foto/gambar kondisi usaha sebenarnya dan laporan keuangan Dapoer Ethak. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik analisis *Business Model Canvas* (BMC). Kemudian, menyusun hasil dan kesimpulan yang jelas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Produksi

Proses Produksi di Dapoer Ethak dilakukan setiap hari yang melibatkan penggunaan bahan baku yang berkualitas untuk menjamin cita rasa yang autentik. Teknik produksi yang efisien sehingga mampu menghasilkan pempek 10kg sampai 18kg perharinya dan kue dalam jumlah yang cukup untuk memenuhi permintaan pasar lokal. Peralatan produksi menggunakan mesin modern seperti mesin pengaduk adonan, *food vacuum*, *freezer box*, *blender*.

Pemasaran

4P *mix marketing* di Dapoer Ethak :

1. *Product* : Dapoer Ethak mengolah makanan khas Palembang yaitu pempek dan aneka makanan dan minuman seperti salad buah, *snack box*, *brownies*, *cheese cake* dan jajanan pasar lainnya yang sangat bervariasi.
2. *Price* : Daftar Harga di Dapoer Ethak sangat kompetitif dan terjangkau dimulai dari Rp 2.000,- sampai Rp

450.000,- untuk pempek tampah sesuai permintaan pelanggan.

3. *Place* : Lokasi Dapoer Ethak terletak di tempat yang strategis berada ditengah kota Kayu Agung dan sangat ramai orang berlalu lalang karena jalan menuju taman, rumah sakit, perkantoran dan perumahan.
4. *Promotion* : Promosi di Dapoer Ethak dilakukan dari mulut ke mulut (*word of mounth*) dan melalui *platform* sosial media seperti *WhatsApp*, *Facebook*, *TikTok*, dan *Instagram*.

Keuangan

Di Dapoer Ethak mengandalkan uang pribadi pemilik usaha sebagai sumber pendanaan untuk kegiatan operasional dan memperoleh keuntungan sebesar 30% dan modal sebesar 70% dari penjualan sehari-harinya. Namun, di Dapoer Ethak sering kali menghadapi tantangan dalam menyusun laporan keuangan usahanya dikarenakan keterbatasan pengetahuan tentang akuntansi.

Sumber Daya Manusia

Di Dapoer Ethak memiliki 9 karyawan termasuk pemilik usaha yang sering kali bertanggung jawab langsung terhadap berbagai fungsi operasional. Dapoer Ethak juga dapat menghadapi tantangan besar karena masalah SDM, khususnya masalah

pencatatan keuangan dan ketidakmampuan untuk membuat konten di media sosial.

Ethak yaitu akuisisi pelanggan, retensi pelanggan, membuka kelas memasak, dan bergabung di festival kuliner.

Business Model Canvas

Customer Segments

Dapoer Ethak dapat dinikmati dari semua kalangan seperti usia, jenis kelamin, pendapatan, dan pekerjaan. Dapoer Ethak ini memiliki pasar konsumen yaitu masyarakat lokal, pelanggan di dalam Sumatera Selatan, dan pelanggan di luar Sumatera Selatan.

Revenue Streams

Dapoer Ethak memperoleh pendapatan dari penjualan produk utamanya yaitu aneka pempek, aneka kue dan minuman. Dapoer Ethak juga mendapatkan keuntungan dari kelas memasak dan layanan kurir serta layanan acara tertentu seperti ulang tahun, arisan atau acara kantor.

Value Proposition

Dapoer Ethak memiliki beberapa point manfaat yang akan diperoleh calon pelanggan yaitu kualitas dan keamanan produk, pilihan menu makanan yang beragam, kemudahan dalam pemesanan, dan harga yang terjangkau.

Key Resources

Sumber daya utama yang Dapoer Ethak miliki dapat mencakup peralatan dan bahan baku, tenaga kerja (karyawan), dan perizinan berusaha.

Channels

Dapoer Ethak menggunakan berbagai *platform* penjualan seperti toko fisik, layanan pesan antar dan sosial media seperti *WhatsApp*, *Facebook*, *Instagram* dan *TikTok* untuk mempromosikan, menyampaikan ketersediaan produk, dan berinteraksi dengan pelanggan.

Key Activities

Kegiatan operasional utama di Dapoer Ethak yaitu pembuatan pempek dan kue, pemasaran dan promosi, pelayanan pelanggan, pengiriman produk dan operasi toko.

Customer Relationship

Hubungan dengan pelanggan yang dibangun dan dipertahankan oleh Dapoer

Key Partnerships

Di Dapoer Ethak tidak mempunyai kemitraan saat pembelian bahan baku, perlengkapan dan peralatan karena Dapoer Ethak membeli di pasar terdekat dan belanja *online*. Namun, jika untuk pengiriman ke tempat yang jauh Dapoer Ethak bekerjasama

dengan semua ekspedisi, seperti *J&T*, *JNE*, *Lion Parcel*, dan *ID Express*.

lainnya seperti sewa tempat usaha, pembayaran utilitas seperti listrik, air, biaya perawatan dan perbaikan peralatan.

Cost Structure

Struktur biaya yang terjadi untuk jalannya usaha Dapoer Ethak yaitu biaya

Tabel 1
Sebelum Implementasi Teori BMC ke Usaha Dapoer Ethak

Key Partnership - Semua ekspedisi, seperti <i>J&T</i> , <i>JNE</i> , <i>Lion Parcel</i> , <i>ID Express</i>	Key Activity - Pembuatan pempek dan kue - Pemasaran dan promosi - Pelayanan pelanggan - Pengiriman produk - Operasi toko	Value Proposition - Kualitas dan keamanan produk - Pilihan menu makanan yang beragam - Kemudahan dalam pemesanan - Harga yang terjangkau	Customer Relationship - Akuisisi pelanggan - Retensi pelanggan - Membuka kelas memasak - Bergabung di festival kuliner	Customer Segment - Semua kalangan - Masyarakat lokal - Pelanggan di Sumatera Selatan - Pelanggan di luar Sumatera Selatan - Pelanggan luar Negeri
	Key Resources - Peralatan dan bahan baku - Karyawan - Perizinan berusaha		Channels - Toko fisik - Layanan pesan antar - <i>WhatsApp</i> - <i>Facebook</i> - <i>Instagram</i> - <i>TikTok</i>	
Cost Structure - Biaya bahan baku - Gaji karyawan - Operasional lainnya		Revenue Streams - Penjualan produk utama - Kelas memasak - Layanan acara tertentu, seperti acara kantor, ulang tahun, dan arisan		

Sumber : Data diolah penulis (2024).

Tabel 2
Setelah Perbaikan Teori BMC di Dapoer Ethak

Key Partnership - Supplier bahan baku - Supplier kemasan	Key Activity - Memperbaiki <i>marketing</i> di <i>Instagram</i> dan <i>TikTok</i> - Perbaikan laporan keuangan - Pelatihan karyawan	Value Proposition - Membuat menu minuman yang beragam - Memperluas toko - Menyediakan tempat makan di toko (meja dan kursi)	Customer Relationship - Aktif mengikuti <i>event Food & Beverage</i> - Promo diskon (<i>student card</i>)	Customer Segment - Pelanggan yang membawa keluarga ke toko
	Key Resources - Perangkat kasir - <i>Tim Marketing</i> - Tempat produksi di lokasi usaha		Channels - Mengoptimalkan <i>Instagram</i> dan <i>TikTok</i> - Membuat <i>Website</i>	
Cost Structure - <i>Biaya Marketing</i>		Revenue Streams - <i>Cathering</i> di acara besar (pernikahan, tahlilan)		

 : Saran perbaikan

Sumber : Data diolah penulis (2024).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, wawancara, dan juga observasi yang sudah dilaksanakan oleh peneliti di Dapoer Ethak. Dapat diketahui bahwa dalam melaksanakan aktivitas usahanya dengan beberapa aspek kewirausahaan yaitu produksi, pemasaran, keuangan dan sumber daya manusia sudah cukup baik. Namun, masih membutuhkan peningkatan pada aspek pemasaran, keuangan, dan sumber daya manusia agar keseluruhan operasional di Dapoer Ethak lebih optimal dan berkembang. Pada metode *Business Model Canvas* yang terdiri dari *customer segments, value proposition, channels, customer relationship, revenue streams, key resources, key activities, key partnerships, dan cost structure* di Dapoer Ethak telah mempunyai atau memenuhi 9 elemen yang ada. Tetapi pelaksanaannya masih belum dilakukan secara maksimal dan memerlukan perbaikan pada semua elemennya untuk meningkatkan daya saing, seperti bekerjasama dengan *supplier* bahan baku dan kemasan, perbaikan laporan keuangan, memperbaiki sistem pemasaran, aktif mengikuti *event food & beverage*, pelatihan karyawan, menambahkan menu minuman yang beragam, menyediakan tempat makan di toko, dan *upgrade* perangkat kasir.

DAFTAR PUSTAKA

- Aliefah, A. N., & Nandasari, E. A. (2022). Analisis Kelayakan Bisnis Ditinjau Dari Aspek Pemasaran Dan Keuangan Pada Kedai Olan'Z Food Kebumen. *LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, 112-128.
- Giawa, C., Pasaribu, R. M., & Pasaribu, H. D. S. (2021). Kinerja Usaha Sebagai Moderasi Jaringan Usaha Terhadap Pengembangan Usaha (Studi Mitra Binaan Pegadaiaan Medan). *Journal of Economic and Business*, 1-17.
- Osterwalder, Alexander dan Pigneur, & Yves. (2012). *Business Model Generation*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Rahmawati, D., Handayani, R. D., & Fauzzia, W. (2019). Pengembangan Pemasaran Produk Roti dan Pastry Dengan Bauran Pemasaran 4P di Sari Good Bakery. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*.
- Ramadhan, M. F., & Rukmana, A. N. (2023). Perancangan Strategi Pengembangan Usaha Menggunakan Analisis SWOT dan BMC Pada Nos Jeans. *Jurnal Riset Teknik Industri (JRTI)*, 51-58.
- Rangkuti, F. (2015). *Analisis SWOT: Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Riadi, M. (2022, November 29). *Business Model Canvas*. Retrieved from kajianpustaka.com: <https://www.kajianpustaka.com/2022/11/business-model-canvas-bmc.html>
- Sedarmayanti. (2017). *Perencanaan dan Pengembangan SDM untuk Meningkatkan Kompetensi, Kinerja dan Produktivitas Kerja*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Sihombing, A. (2023, September 18). *Produk UMKM Sumsel Jadi Unggulan di Pasar Nasional*. Retrieved from rri.co.id: <https://www.rri.co.id/umkm/3631>

- 85/produk-umkm-sumsel-jadi-
unggulan-di-pasar-nasional
- Sulaiman, A., & Asnawi. (2022). Loyalitas Konsumen dan Profitabilitas Pada Rich's Coffe. *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 19-29.
- Wijaya, A. d. (2020). *Manajemen Operasi Produksi*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Zulkarnain, Saputra, M. G., & Silvia, D. (2020). Strategi Pengembangan Bisnis Melalui Pendekatan Business Model Canvas Pada PT Pitu Kreatif Berkah. *Journal Industrial Servicess*, 55-61.