

Analisis Strategi Usaha Melalui Pendekatan Bisnis Model Canvas dan SWOT (Studi Kasus Catering Nusantara)

Burhannudin Sofian^{a,1,*}, Retnosyari Septiyani^{b,2}

^aProgram Stud Bisnis Jasa Makanan UAD, Jl. Pramuka No. 42 Yogyakarta, 55161, Indonesia
¹ burhannudin1900070038@webmail.uad.ac.id*; ² retnosyari,septiyani@culinary.uad.ac.id

ABSTRACT

The research entitled "Analysis of Business Strategy Through the Business Model Canvas and SWOT Approach (Case Study of Catering Nusantara) aims to find out what business strategies are being used by Catering Nusantara and recommendations for business strategies that are suitable for Catering Nusantara.

This research is a qualitative and quantitative research conducted by interview, observation, and documentation methods to representatives of Catering Nusantara companies as sources. The results of this study found that there are still shortcomings in Catering Nusantara's business strategy, namely in the customer segment, key partners, channels, and value proportion factors, from the results of IFAS and EFAS calculations, it is known that Catering Nusantara's business position is in quadrant 3, which means changing strategies so that recommendations are given as a business strategy for Catering Nusantara.

The output of this research is in the form of business recommendations given to Catering Nusantara, including expanding the customer segment by adding daily catering programs, adding raw material suppliers to expand key partners, maximizing the use of social media as a means of promotion to increase channels, making facility improvements to increase value proportions, and holding course programs to increase revenue streams. From these results, the business position of Catering Nusantara changes to quadrant 1 which means progressive so that these recommendations can be studied and can then be selected or applied to Catering Nusantara as a future business strategy.

Keywords: *Business Model Canvas, Business Strategy, Catering, SWOT.*

ABSTRAK

Penelitian berjudul "Analisis Strategi Usaha Melalui Pendekatan Bisnis Model *Canvas* dan SWOT (Studi Kasus *Catering Nusantara*) bertujuan untuk mengetahui strategi bisnis apa yang sedang digunakan *Catering Nusantara* dan rekomendasi strategi bisnis bagaimana yang cocok diterapkan pada *Catering Nusantara*.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dan kuantitatif yang dilakukan dengan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi kepada representatif perusahaan *Catering Nusantara* sebagai narasumber. Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa masih terdapat kekurangan pada strategi bisnis *Catering Nusantara* yakni pada faktor *customer segment, key partners, channels, dan value proportion*, dari hasil perhitungan IFAS dan EFAS diketahui posisi bisnis *Catering Nusantara* berada di kuadran 3 yang artinya ubah strategi sehingga perlu adanya rekomendasi yang diberikan sebagai strategi bisnis untuk *Catering Nusantara*.

Output dari penelitian ini berupa rekomendasi bisnis yang diberikan kepada *Catering Nusantara* di antaranya memperluas *customer segment* dengan menambah program *catering* harian, menambah *supplier* bahan baku untuk memperluas *key partners*, memaksimalkan penggunaan media sosial sebagai sarana promosi untuk meningkatkan *channels*, melakukan perbaikan fasilitas untuk menambah *value proportions*, serta mengadakan program kursus untuk menambah *revenue stream*.

Dari hasil tersebut membuat posisi bisnis *Catering Nusantara* berubah pada kuadran 1 yang berarti progresif sehingga rekomendasi ini dapat dipelajari dan selanjutnya dapat dipilih atau diterapkan pada *Catering Nusantara* sebagai strategi bisnis yang akan datang.

Kata Kunci : Bisnis Model *Canvas*, *Catering*, Strategi bisnis, SWOT.

1. Pendahuluan

Bisnis merupakan serangkaian usaha yang dilakukan satu orang atau kelompok dengan menawarkan barang dan jasa untuk mendapatkan keuntungan atau laba (Hadion, dkk 2021). Secara historis bisnis berasal dari kata *busy* dalam Bahasa Inggris yang berarti “sibuk” dalam konteks individu, komunitas, maupun masyarakat (Kamaluddin, 2017). Sehingga dapat disimpulkan bahwa bisnis merupakan keadaan di mana seseorang atau sekumpulan orang sibuk melakukan pekerjaan dengan tujuan mendapatkan keuntungan.

Di Indonesia bisnis merupakan hal yang tidak baru lagi bagi masyarakat, hal ini dibuktikan dengan kian berkembangnya ragam bisnis seperti UMKM. Fakta ini diperkuat dengan data yang disampaikan oleh Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia tahun 2022 bahwa peran UMKM bagi pertumbuhan ekonomi di Indonesia sangat besar dari keseluruhan unit usaha dalam berbagai bidang. Namun kian berkembangnya bisnis ini menimbulkan persaingan dan permasalahan baru bagi para pelaku bisnis. Hal ini juga yang membuat para pelaku bisnis harus berfikir tentang bisnis model yang digunakan sehingga bisnis yang dijalankan tidak mati.

Di Indonesia bisnis model bisa diterapkan ke segala jenis usaha salah satunya adalah bisnis *catering*. Secara bahasa *catering* berasal dari kata “*to cater*” dalam bahasa Inggris yang artinya menyiapkan dan menyajikan makanan ataupun minuman untuk khalayak umum (Junichi, dkk 2020). *Catering* juga dapat didefinisikan sebagai usaha yang bergerak di bidang jasa kuliner, yang melayani pemesanan berbagai macam makanan dan minuman untuk kebutuhan acara keluarga atau instansi yang telah disiapkan pada waktu dan tempat tertentu (Hidayatulloh, dkk 2021). Sehingga dapat disimpulkan bahwa *catering* merupakan jenis usaha yang menyiapkan makan atau minuman untuk kebutuhan acara keluarga hingga instansi pada waktu dan tanggal yang telah ditentukan dalam jumlah yang besar. Jenis *usaha catering* di Indonesia saat ini mulai berkembang seiring dengan kemajuan teknologi bidang tata boga, sistem manajemen industri serta kebutuhan masyarakat yang kian meningkat di tiap daerah. Salah satunya di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) dengan pendapatan usaha penyedia makanan dan minuman skala menengah dan besar per tahunnya, data tersebut diambil dari Badan Pusat Statistik Indonesia tahun 2021 yang sekaligus menjadikan Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) menempati urutan ke 2 provinsi dengan pendapatan terbesar di Indonesia setelah Sulawesi Barat.

Akan tetapi banyak pula *catering* di Yogyakarta yang mengalami beberapa kendala seperti faktor penurunan permintaan, sulitnya mendapatkan bahan baku, kesulitan pendanaan, hingga penurunan nilai aset (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI, 2022), dari beberapa faktor tersebut salah satunya dialami oleh *Catering Nusantara* di mana faktor yang dialami berupa sulitnya mendapat bahan baku tertentu dikarenakan belum adanya *supplier* tetap, selain itu *catering nusantara* belum memaksimalkan penggunaan media digital untuk sarana promosi produk. Hal tersebut yang mengakibatkan terhambatnya operasional usaha

sehingga diperlukan adanya sebuah bisnis model untuk memberikan suatu gambaran dalam pelaksanaan usaha, kontrol, dan evaluasi bisnis kedepan (Faticia, 2019).

Alat strategi bisnis yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mengawasi jalannya operasional usaha sangat banyak seperti Bisnis Model *Canvas*, PLC (*Product Life Cycle*), *Go To Market*, dan *Tam Sam Som* (*Total Available Market, Serviceable Addressable Market, Our Share of Market*), sedangkan analisis yang digunakan untuk mengetahui faktor internal dan eksternal antara lain : SWOT, *Just in Time*, *Six Sigma*, dan *Seven Tools* (Sari et al., 2020) sehingga dapat menghasilkan rekomendasi strategi bisnis yang baik.

Dari banyaknya alat strategi bisnis dan analisis untuk mengetahui faktor internal dan eksternal yang dapat digunakan sebagai rekomendasi pada perusahaan, peneliti memilih menggunakan analisis bisnis model *canvas* dan SWOT, pemilihan ini didasarkan bahwa Bisnis Model Canvas atau BMC merupakan alat bantu yang mudah untuk diaplikasikan karena kemampuannya dalam menggambarkan elemen-elemen inti di sebuah perusahaan dalam satu lembar *canvas* sehingga membantu perusahaan tersebut untuk memahami aspek bisnis dan model yang sedang berjalan, apa yang mungkin perlu di tambah atau dirubah sehingga perusahaan bisa menentukan arah bergerak serta mengetahui keunggulan bersaing yang ada pada bisnis yang sedang dijalankan (Suharti, 2015) Sedangkan SWOT dengan waktu yang bersamaan dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang dan meminimalkan kelemahan dan ancaman dari faktor internal maupun eksternal, sehingga nantinya dapat memberikan strategi yang tepat untuk melakukan pengembangan dan perluasan pasar (Rangkuti, 2014)

Sehingga dapat disimpulkan bahwa Bisnis Model *Canvas* memberikan suatu panduan agar perusahaan menjadi lebih fokus, sehingga dengan penempatan analisis SWOT dapat dijadikan sebagai perbandingan pikir dari berbagai sudut pandang, baik dari segi kekuatan, kelemahan serta peluang dan ancaman. Maka dari itu penelitian ini sangat penting dilakukan dengan kombinasi antara Bisnis Model Canvas dan SWOT untuk menjadikan penilaian yang fokus serta evaluasi pada model bisnis perusahaan sehingga menjadi acuan untuk merubah atau menambah bisnis model yang diterapkan sekarang sehingga kedepannya dapat menentukan strategi apa yang tepat untuk diterapkan di *Catering* Nusantara. Pemilihan industri *catering* pada penelitian ini didasarkan karena *catering* merupakan usaha yang banyak dicari oleh masyarakat, hal ini diperkuat dengan pencarian *google trends* mengenai usaha *catering* pada 5 tahun terakhir yang pesat. Berdasarkan penjabaran di atas maka penulis melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Strategi Usaha Melalui Pendekatan Bisnis Model *Canvas* dan SWOT (Studi Kasus *Catering* Nusantara)” sebagai tindak lanjut dari kegiatan PKL sekaligus menjadi studi kasus dalam permasalahan yang ada pada operasional usaha yang dilaksanakan pada mitra industri tersebut.

2. Metode Penelitian

Jenis metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dan kuantitatif. Metode kualitatif pada penelitian ini digunakan untuk mendeskripsikan hasil analisis strategi bisnis model *canvas* dan rekomendasi bisnis untuk *Catering* Nusantara di mana penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dilakukan dengan desain penelitian yang temuan-temuannya tidak didapatkan melalui prosedur

statistik atau dalam bentuk hitungan, melainkan memiliki sifat deksriptif dan cenderung menggunakan analisis pendekatan induktif sehingga proses dan makna berdasarkan prespektif subjek lebih ditonjolkan serta memanfaatkan peneliti sebagai instrument kunci (Fadli, 2021).

Metode kuantitatif pada penelitian ini digunakan untuk menghitung kuadran SWOT *Catering* Nusantara di mana penelitian kuantitatif merupakan penelitian ilmiah yang sistematis dengan mengumpulkan data yang dapat diukur dengan melakukan perhitungan atau komputasi (Abdullah et al., 2022). Perhitungan kuantitatif didapat dari rumus EFAS dan EFAS seperti pada persamaan (1) dan (2).

$$\text{Total Rating} = \text{Penjumlahan semua rating} \quad (1)$$

$$\text{Bobot} = \frac{\text{Total S/W Rating}}{\text{Total S/W}} \quad (2)$$

3. Hasil dan Pembahasan

1.3.1. Analisis Bisnis Model *Canvas* (Kondisi saat ini sebelum penelitian)

Dari hasil analisis Bisnis Model *Canvas* (BMC) elemen dasar atau aspek bisnis pada *Catering* Nusantara telah menggambarkan model bisnis dan menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana *Catering* Nusantara menciptakan dan memberikan nilai bisnisnya, namun ada beberapa strategi bisnis yang belum dimaksimalkan seperti masih terbatasnya supplier pada aspek *key partners*, target pasar yang kurang luas pada aspek *customer segment*, pendapatan utama yang hanya berasal dari penjualan produk pada aspek *revenue stream*, masih kurangnya *value* yang ditawarkan kepada pelanggan pada aspek *value proportion*, dan kurangnya pemanfaatan media sosial yang dapat meningkatkan penjualan pada aspek *channels*.

Sehingga dalam penelitian ini diperlukan adanya sebuah rekomendasi strategi bisnis agar *Catering* Nusantara dapat menjalankan bisnisnya dengan mudah dan efisien, hal ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Hutamy dkk (2021) tentang analisis penerapan bisnis model *canvas* pada usaha mikro wirausaha generasi z di mana analisis bisnis model *canvas* mampu menggambarkan secara visual komponen-komponen penting dari suatu bisnis secara rinci dan saling terkait satu sama lain, sehingga pemilik usaha mampu mengevaluasi tentang adanya kekurangan ataupun kesalahan konsep dan melakukan perbaikan dalam proses menjalankan usahanya.

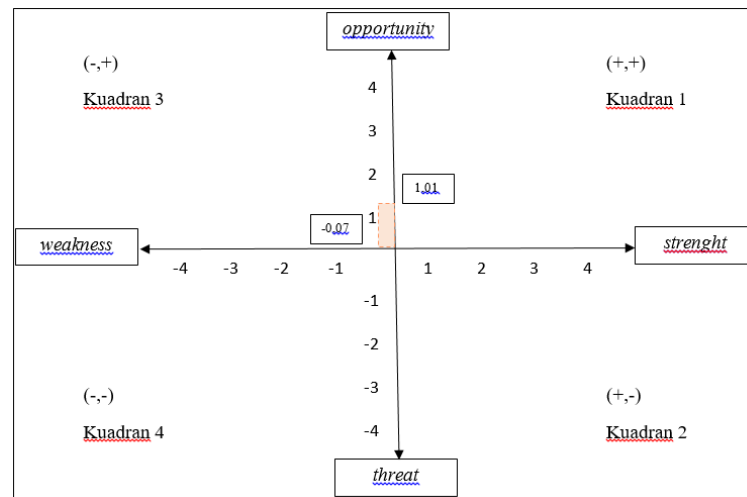
1.3.2. Analisis Bisnis Model *Canvas* (Yang direkomendasikan setelah penelitian)

Rekomendasi bisnis model *canvas* dilakukan untuk memberikan output yang bisa menjadi pertimbangan perusahaan untuk meningkatkan pendapatan, membantu memahami, menjelaskan dan memprediksi aktifitas apa yang sebaiknya dilakukan (Solihah et al., 2014). Pada penelitian ini hasil rekomendasi analisis bisnis model *canvas* (BMC) (Gambar 4.2) dapat dilihat bahwa elemen dasar atau aspek bisnis pada *Catering* Nusantara telah berubah di antaranya adanya penambahan *supplier* yang terdata pada aspek *key partners* untuk memudahkan perusahaan mencari bahan baku, selain itu dengan menjalin kemitraan dapat

membantu kegiatan bisnis perusahaan lebih berkembang karena adanya penambahan relasi yang dijalin (Mahdi & Baga, 2018), menambah program baru seperti *catering* harian untuk memperluas jangkauan segmentasi pelanggan, melakukan penataan ulang bangunan yang lebih menarik untuk meyakinkan pelanggan agar *value proportions* yang didapatkan bertambah, memaksimalkan promosi serta penggunaan media sosial secara intensif untuk memperkuat *channels*, dan melakukan kegiatan tambahan berupa kelas-kelas memasak yang bisa diikuti oleh masyarakat umum sehingga *revenue stream* yang dihasilkan bukan hanya berasal dari penjualan produk namun juga jasa.

1.3.3. Analisis SWOT (Kondisi saat ini sebelum penelitian)

Hasil yang didapat setelah melakukan analisis SWOT adalah kondisi atau situasi bisnis *Catering Nusantara* saat ini yang digambarkan dalam kuadran SWOT dan usulan alternatif strategi bagi *Catering Nusantara*, hasil tersebut dapat dilihat pada Gambar 4.3 :

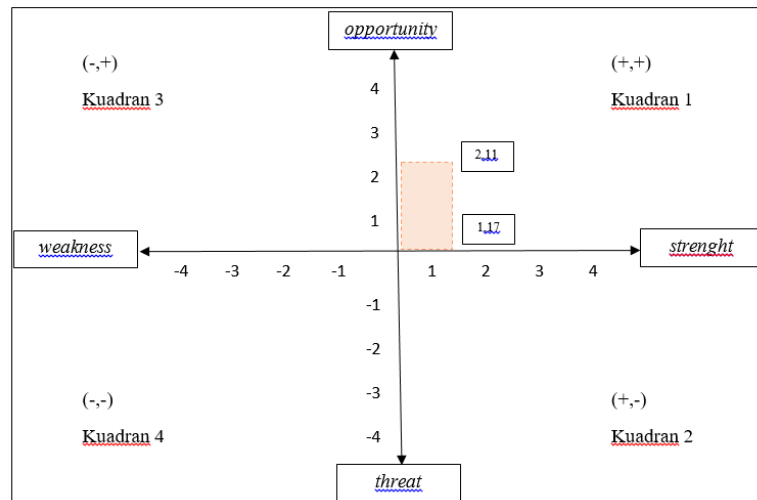


Gambar 1. Kuadran SWOT kondisi saat ini sebelum penelitian

Posisi kuadran ini didapat dari titik koordinat hasil perhitungan IFAS (-0,07) dan EFAS (1,01) yang menghasilkan titik di antara *opportunity* dan *weakness*, sehingga didapatkan hasil bahwa posisi *Catering Nusantara* terletak pada Kuadran 3 (ubah strategi), yang menandakan *Catering Nusantara* sebenarnya memiliki peluang pasar yang sangat besar namun di lain pihak *catering nusantara* mengalami beberapa kendala/kelemahan internal (Rangkuti,2014). Kondisi bisnis pada kuadran 3 ini dapat diminimalisir dengan fokus mengurangi masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang baik, sehingga direkomendasikan mengubah strategi menjadi progresif.

1.3.4. Analisis SWOT (Yang di rekomendasikan setelah penelitian)

Setelah dilakukan rekomendasi, kondisi atau situasi bisnis *Catering Nusantara* berubah hal ini digambarkan dalam kuadran SWOT yang dapat dilihat pada Gambar 2. dibawah ini :



Gambar 2. Kuadran SWOT yang direkomendasikan setelah penelitian

Posisi kuadran ini didapat dari titik koordinat hasil perhitungan IFAS (2,11) dan EFAS (1,17) yang sebelumnya telah dilakukan rekomendasi BMC untuk menghasilkan faktor-faktor SWOT, sehingga menghasilkan titik di antara *strength* dan *opportunity*, pada akhirnya didapatkan hasil bahwa posisi *Catering Nusantara* berubah posisi menjadi Kuadran 1 yang menandakan bahwa *Catering Nusantara* sedang mengalami situasi bisnis progresif yang artinya situasi yang sangat menguntungkan (Rangkuti,2014). Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*).

1.3.5. Matriks SWOT

Matriks SWOT hasil penelitian dari wawancara dibuat berdasarkan keterangan dari representatif perusahaan dan dari analisis berdasarkan buku Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis oleh Freddy Rangkuti 2014. Dari penelitian sebelumnya telah banyak usaha yang menerapkan matriks SWOT diantaranya PT Khingguan yang berhasil meningkatkan penjualan dan meningkatkan kualitas produk (Putra, 2022) dan PT MBA menunjukkan bahwa strategi ini dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan inovasi produk dan meningkatkan kualitas pelayanan (Mardianan dkk 2024).

Tabel 1. Hasil Matriks SWOT

Strategi	Sebelum Rekomendasi BMC	Setelah Rekomendasi BMC
Strategi S-O	1.Menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan. 2.Membuka cabang di luar Jogja	1.Menjalin hubungan dengan mitra bisnis yang baru. 2.Meningkatkan teknologi produksi.
Strategi W-O	1.Meningkatkan <i>branding</i> dengan promo produk, hingga membuat konten promosi di media sosial. 2.Memiliki <i>supplier</i> tetap, agar memudahkan pengiriman dan pencarian bahan baku.	1.Membuat dan menerapkan peraturan kerja bagi pekerja <i>casual</i> . 2.Meningkatkan kualitas <i>packaging</i> produk.

Strategi S-T	1.Menjaga bahan baku, pelayanan, alat produksi, hingga kualitas produk agar selalu baik. 2.Mempertahankan kualitas produk dan mengurangi spesifikasinya atau menggunakan trik <i>shrinkflation</i> .	1.Melakukan <i>reaserch</i> terhadap <i>trend</i> makanan yang sedang berkembang di masyarakat. 2.Meningkatkan penjualan dan menjaga kestabilan harga produk.
Strategi W-T	1.Membuat inovasi produk sesuai <i>trend</i> 2.Mengadakan kelas pelatihan kursus memasak.	1.Meningkatkan kekompakan dan kerjasama tim dalam pengolahan usaha. 2.Melakukan rekomendasi pemilihan makanan dan minuman tidak mudah rusak untuk pengiriman jarak jauh.

Bedasarkan hasil matriks pada tabel 4.1 ada beberapa perubahan yang diharapkan dari *Catering Nusantara* antara lain :

1. Manajemen yang lebih tersistem.
2. Peningkatan omset
3. Efisiensi biaya

4. Kesimpulan

Bedasarkan penelitian yang telah dilakukan pada *Catering Nusantara* tertulis dalam pembahasan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Strategi bisnis *Catering Nusantara* menggambarkan 9 aspek BMC meliputi *customer segments, customer relationship, value proportion, channels, revenue stream, key activities, key resource, key partners, dan cost structure* telah menggambarkan model bisnis dan menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana *catering nusantara* menciptakan dan memberikan nilai dalam menjalankan bisnisnya. Dengan kondisi tersebut *catering nusantara* masih perlu dilakukan pengembangan untuk menunjang perkembangan *catering nusantara*.
2. Berdasarkan analisis SWOT pada penilaian IFAS dan EFAS sebelum dilakukan rekomendasi, *catering nusantara* berada di kuadran 3 yang berarti perlu adanya perubahan strategi perubahan strategi tersebut disebabkan karena *catering nusantara* sebenarnya memiliki peluang pasar yang besar sementara di lain pihak *catering nusantara* mengalami kendala kelemahan internal. Namun setelah dilakukan rekomendasi strategi bisnis oleh peneliti posisi *catering nusantara* berada di kuadran 1 yang merupakan situasi yang sangat menguntungkan. *Catering Nusantara* memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada.
3. Berdasarkan hasil matriks SWOT terdapat beberapa usulan strategi yang dapat diterapkan pada *catering nusantara*, strategi tersebut telah dikelompokkan menjadi 4 bagian diantaranya strategi S-O, strategi W-O, strategi S-T, dan strategi W-T. Hal ini dapat menjadikan opsi pilihan bagi *catering nusantara* untuk memilih dan memilah strategi mana yang dapat diterapkan dan sesuai dengan tujuan bisnis *catering nusantara*.
prospek kajian berikutnya. Conclusion

5. Saran

Bedasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang telah didapat, maka saran yang dapat di implementasikan bagi *catering* nusantara adalah sebagai berikut :

1. Rekomendasi strategi BMC yang telah terus ditingkatkan berdasarkan situasi dan keadaan bisnis *catering* nusantara.
2. Setelah berada di kuadran 1 hasil rekomendasi *catering* nusantara perlu memiliki strategi yang mendukung kebijakan pertumbuhan bisnis yang agresif.
3. Strategi alternatif yang telah diusulkan dapat menjadi opsi agar bisnis *catering* nusantara dapat berkembang lebih jauh.

6. Ucapan Terima Kasih

Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada pihak Universitas Ahmad Dahlan dan kepada pihak *Catering* Nusantara yang telah memberikan kesempatan penulis untuk melakukan penelitian ini dan juga kepada pihak pihak yang terlibat dalam penelitian ini yang penulis tidak bisa sebutkan satu persatu.

Pustaka

- Abdul, A. (2020). Teknik Analisis Data Analisis Data. *Teknik Analisis Data Analisis Data*, 1–15
- Abdullah, K., Jannah, S., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, Masita, Ardiawan, K. N., & Sari, M. E. S. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In N. Saputra (Ed.), *PT Rajagrafindo Persada* (Vol. 3, Issue 2). Yayasan Penerbit Muhammad Zaini. [https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/28559/1/Buku Metodologi Penelitian Kuantitatif.pdf](https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/28559/1/Buku%20Metodologi%20Penelitian%20Kuantitatif.pdf)
- Ali, K. (2020). Pengantar Bisnis: Pengantar Bisnis. In *Academia.edu* (Issue Pengantar Bisnis).
- Apriyanti, Y., Lorita, E., & Yusuarsono, Y. (2019). Kualitas Pelayanan Kesehatan Di Pusat Kesehatan Masyarakat Kembang Seri Kecamatan Talang Empat Kabupaten Bengkulu Tengah. *Profesional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 6(1). <https://doi.org/10.37676/profesional.v6i1.839>
- Arifin, M. (2014). Instrumen Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Dan Pengembangan. *Implementation Science*, 39(1), 1.
- Baso, K. J., Sengkey, R., & Rindengan, Y. D. Y. (2020). Perancangan Aplikasi Catering Berbasis Mobile. *Jurnal Teknik Elektro Dan Komputer*, 9(2), 81–90.
- Doni Septian, R., & Dores, A. (2020). Perancangan Jasa Catering Dengan Memanfaatkan Sistem Informasi Berbasis Website (Studi Kasus : Kebayoran Lama , Jakarta Selatan). *Juli*, 2, 2655–7541. <https://jurnal.ikhafi.or.id/index.php/jusibi/466>
- Fadhallah. (2020). Wawancara. Jakarta Timur : UNJ Press.

- Fadli, M. R. (2021). Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>.
- Patricia, W., & Sultan, M. A. S. (2019). Implementasi Bisnis Model Kanvas dalam Perancangan Manajemen Bisnis Aplikasi JASKOST. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 10(1), 93–100. <https://doi.org/10.17509/jimb.v10i1.15338>
- Fitri Anggreani, T. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Swot: Strategi Pengembangan Sdm, Strategi Bisnis, Dan Strategi Msdm (Suatu Kajian Studi Literatur Manajemen Sumberdaya Manusia). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(5), 619–629. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i5.588>
- Hapsari, A., & Mutawali, M. (2019). Analisis SWOT Sebagai Perencanaan Desa Wisata Edukasi Agrikultur Cabe Dengan Pendekatan Konsep Pariwisata Berbasis Masyarakat di Desa Kabasiran, Parung Panjang, Kabupaten Bogor. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(1), 15. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i1.3601>
- Hayyu, R. (2019). Analisis Bisnis Model Dengan Pendekatan Business Model Canvas Terhadap Baitul Maal Wat Tamwil Masjid Al Azhar Jakarta Selatan. In *UIN* (Issue 5).
- Hendrawan, H. (2021). Analisa SWOT dan STP (Segmentasi, Tertarget, Posisi) terhadap Strategi Pemasaran Digital pada Usaha Mikro – Bunda Culinary. *Jkbm (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)*, 7(2), 127–138. <https://doi.org/10.31289/jkbm.v7i2.4505>
- Herawati, N., Lindriati, T., & Suryaningrat, I. B. (2019). Penerapan Bisnis Model Kanvas Dalam Penentuan Rencana Manajemen Usaha Kedelai Edamame Goreng. *Jurnal Agroteknologi*, 13(01), 42. <https://doi.org/10.19184/j-agt.v13i01.8554>
- Hidayatulloh, C., Panggabean, H. L., & Noviaty, E. (2021). Analisis Strategi Bisnis Usaha Kuliner Catering (Studi Kasus Pada Shinta Catering Depok). *Kompleksitas: Jurnal Ilmiah Manajemen, Organisasi Dan Bisnis*, 10(1), 79–93. <https://doi.org/10.56486/kompleksitas.vol10no01.229>
- Hutamy, E. T., Marham, A., Alisyahbana, A. N. Q. A., Arisah, N., & Hasan, M. (2021). Analisis Penerapan Bisnis Model Canvas pada Usaha Mikro Wirausaha Generasi Z. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran Digital*, 1(1), 1–11. <https://doi.org/10.35912/jbpd.v1i1.453>
- Indonesia, B. P. S. (2021). *Statistik Penyedia Makan Minum*. <https://webapi.bps.go.id/download.php?f=Pjobx2zYt4XDUI/TeJ3OhwmwmGbjJhgu8gSNV/IRqG7M49wUCGeUdxicUuDthRzPWIASMOFB0d+PsuKQmdRLcjSU/qcnw0PcVXLDuYNIVg9DE9vPzRT+gPBjLJNaLPZpYN4r/fXneq7+Mj15N3sfd9aHT9LQObvBifSXZ4UMBPoS/06AS6JgmX8gHeSi/YmqyD7cMNuaQpyf378MQFAoyLdDoBlAdSt7/Aqw+ivxlrPdzzAm5ltLaBuD6ACVhyiq1v2vaX4lpiU1Q80u3tGaQ>. Diakses pada 11 Juni 2023. Pukul 18.35.
- Kamaluddin, A. (2017). *Administrasi Bisnis*. CV. Sah Media. <https://books.google.co.id/books?uid=104287654060738199487&hl=id>. Diakses 11 juni 2023. Pukul 17.02

- Kosidin, & Wibowo, L. A. (2022). Analisis IFAS dan EFAS Menggunakan Metode SWOT Pada Perguruan Tinggi Swasta. *Jurnal Wahana Informatika (JWI)*, 1(2), 125–139.
- Mahdi, A. F., & Baga, L. M. (2018). Business Model Canvas Perusahaan Pengolah Rumput Laut. *Forum Agribisnis*, 8(1), 1–16. <https://doi.org/10.29244/fagb.8.1.1-16>
- MM, A. S. dan A. M. (2023). *Implementasi Metode IFAS EFAS Dalam Penentuan Strategi Bisnis VI High Label Record*. 563–572
- Mujiastuti, R., Latifah, R., Prasetyawati, M., Al-Fiansah, V., & Nurbaya, S. (2022). Analisis Perancangan Bisnis Model Pada Umkm Nanami Hommy Food. *Jurnal Sistem Informasi, Teknologi Informasi Dan Komputer*, 13(1), 14–21. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/just-it/article/view/14789>
- Mutiara, P. B. (2021). Analisis Matriks Ifas Dan Efas Pt Unilever Tbk Pada Pandemi Covid-19. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 14(2), 363–371. <https://doi.org/10.46306/jbbe.v14i2.90>
- Nilamsari, N. (2014). Memahami Studi Dokumen Dalam Penelitian Kualitatif. *Wacana*, 8(2), 177–1828. <http://fisip.untirta.ac.id/teguh/?p=16/>
- Osterwalder, A dkk. (2014). *Value Proportion Design*. New Jersey : John Wiley & Sons,inc.
- Priska Boedianto, L., & Harjanti, D. (2015). Laurentia Priska Boedianto dan Dhyah Harjanti Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya. 3(2), 292–301.
- Rangkuti, Freddy. (2014). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rizqi, Z. U., Purba, R. D. A., & Nugroho, R. R. (2019). Penentuan Strategi Pengembangan Bisnis Menggunakan Analisis Swot Dan Business Model Canvas. *Seminar Nasional IENACO*, 307–315.
- Rohmah, S. (2019). Analisa SWOT Sebagai Dasar Penetapan Strategi Pemasaran di UKM “X.” *Politeknik STTT Bandung*, 191–201.
- Sari, I. P., Setyowati, T., & Hermawan, H. (n.d.). Strategi Pemasaran Berdasarkan PLC dan SWOT Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Produk Pada UKM Tahu (Pada UKM Tahu Mudji dan UKM Tahu Hosen Kecamatan Sukowono). *Repository.Unmuhjember.Ac.Id*, 1–13. <http://repository.unmuhjember.ac.id/4180/10/j.artikel.ilmiah.baru.pdf>
- Solihah, E., Hubeis, A. V. S., & Maulana, A. (2014). Analisis Model Bisnis Pada KNM Fish Farm Dengan Pendekatan Business Model Canvas (BMC). *J. Sosek KP*, 9(1), 185–194
- Suharti. (2015). Penerapan Business Model Canvas Pada Perumahan Galaxy Regency Malang Pt. Sarana Hijrah Kamulyan. *Universitas Brawijaya*, 1–23.

- Susilowati, H. (2022). *Mengenal Bisnis Model Canvas*. STIE STEKOM. <https://stiestekom.ac.id/berita/mengenal-bisnis-model-canvas/2022-01-07>. Diakses 11 Juni 2023. Pukul 17.57.
- Suwarni, E., & Handayani, M. A. (2021). Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah Keripik Pisang Dengan Pendekatan Business Model Kanvas. *Mbia*, 19(3), 320–330. <https://doi.org/10.33557/mbia.v19i3.1177>.
- Uknown. (2024). *Google Trends*. <https://trends.google.co.id/trends/explore?date=today 5-y&geo=ID&q=catering>. Diakses pada 18 Juni 2024. Pukul 08.45.
- Ulfatin, N. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan: Teori dan Aplikasinya*. Malang: Bayumedia. Buku
- Viali, A. F., Rifin, A., & Saptono, I. T. (2018). Strategi Pengembangan Bisnis Cargo PT. Garuda Indonesia, Tbk dengan Pendekatan Business Model Canvas. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 4(3), 474–485. <https://doi.org/10.17358/jabm.4.3.474>
- Wijayanti, H. (2019). *Panduan Analisis SWOT untuk Kesuksesan Bisnis*. Yogyakarta: Quadrant.