



## Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Petta Coffee di Desa Soni Kecamatan Dampal Selatan Kabupaten Tolitoli

Moh Nasir Hi Hasan Dg Marumu<sup>1</sup>, Sulwan<sup>2</sup>, Ilham<sup>3</sup>

Program Studi Ekonomi Pembangunan STIE Mujahidin Tolitoli <sup>1,2,3</sup>

\*Email: [moh.nasirmarumu@stiemujahidin.ac.id](mailto:moh.nasirmarumu@stiemujahidin.ac.id); [s.sulwan2004@gmail.com](mailto:s.sulwan2004@gmail.com); [ilobone88@gmail.com](mailto:ilobone88@gmail.com)

Diterima: 01-07-2025 | Disetujui: 14-07-2025 | Diterbitkan: 16-07-2025

### ABSTRACT

*Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) are productive businesses run by individuals or groups aimed at improving their welfare. The presence of MSMEs in villages is seen as having the potential to develop the community's economy. A coffee shop is a business that serves beverages such as coffee and tea, as well as snacks such as fried foods and cakes. Coffee shops are often known as warung kopi or warkop.*

**Keywords:** Development Strategy; MSMEs

### ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) merupakan usaha produktif yang dilakukan oleh perorangan atau kelompok yang bertujuan untuk mensejahterakan individu maupun kelompoknya. Keberadaan UMKM di desa dipandang memiliki potensi untuk mengembangkan perekonomian masyarakat. Kedai kopi adalah tempat usaha yang menyediakan minuman seperti kopi dan teh, serta makanan ringan seperti gorengan dan kue-kue. kedai kopi sering dikenal dengan sebutan warung kopi atau warkop.

**Kata Kunci:** Strategi Pengembangan; UMKM

#### Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Moh Nasir Hi Hasan Dg Marumu, Sulwan, & Ilham. (2025). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Petta Coffee di Desa Soni Kecamatan Dampal Selatan Kabupaten Tolitoli. Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi, 1(3), 836-844. <https://doi.org/10.63822/2pqtne21>

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) adalah suatu bentuk usaha produktif yang dimiliki secara perorangan atau oleh badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana telah ditetapkan dalam peraturan tersebut. Usaha Kecil merupakan usaha ekonomi produktif yang dijalankan secara mandiri oleh individu atau badan usaha yang tidak dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian dari usaha menengah maupun usaha besar, sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan dalam undang-undang tersebut.

UMKM dianggap sebagai solusi terhadap berbagai tantangan ekonomi dan diharapkan dapat terus berkembang di Indonesia. Keberadaan UMKM memiliki dampak positif bagi perekonomian pedesaan, terutama dalam menciptakan peluang kerja baru serta menyediakan berbagai sumber daya dan jasa (Fitria Waluyo, 2018:2).

Salah satu masalah utama yang sering dihadapi oleh pelaku UMKM kedai kopi di Desa Soni adalah keterbatasan modal. Kurangnya akses terhadap sumber pendanaan membuat mereka kesulitan dalam meningkatkan kualitas dan jumlah produksi, yang pada akhirnya menghambat pertumbuhan usaha mereka. Selain permodalan, tantangan lain yang masih menjadi kendala adalah kurangnya sumber daya manusia yang terampil, minimnya pemanfaatan teknologi dalam pemasaran, serta kurangnya strategi usaha yang efektif dalam menghadapi persaingan pasar.

Dengan berdasarkan pada latar belakang yang ada dan memperhatikan situasi serta kondisi yang terjadi, maka masalah yang dapat diambil adalah “Bagaimana Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Petta Coffee Di Desa Soni Kecamatan Dampal Selatan Kabupaten Tolitoli“. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah: Untuk Mengetahui Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Petta Coffee Di Desa Soni Kecamatan Dampal Selatan Kabupaten Tolitoli.

## KAJIAN PUSTAKA

### Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah upaya penelitian untuk mencari Penelitian perbandingan dan selanjutnya untuk menemukan inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya, peneliti terdahulu juga menjadi salah satu bahan acuan penulisan dalam melakukan penelitian sehingga dapat memperkaya teori penulisan dalam mengkaji penelitian yang akan dilakukan. Penelitian ini berfokus pada Strategi Pengembangan Usaha Mikro kecil dan menengah.

Rifkiawan Baba, Mahludin Baruwadi, Yuriko Boekoesoe (2019). “Strategi Pengembangan Usaha Kedai Kopi D’PHILOCOFFEE Di Kabupaten Bolaang Mongodow Utara”. Penelitian ini bertujuan untuk: 1) mengidentifikasi faktor eksternal dan faktor internal yang ada dalam menjalankan usaha dan 2) merumuskan strategi alternatif dalam pengembangan usaha Kedai kopi D’Philocoffe di Kabupaten Bolang Mongondow Utara. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey, dengan jenis data yaitu data primer dan data sekunder. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis SWOT melalui beberapa tahapan yaitu pembobotan menggunakan tabel IFE dan EFE. Hasil penelitian yaitu: 1) Aspek-aspek yang ada pada lingkungan internal, antara lain; (a) Kualitas produk/menu, (b) Harga jual produk, (c) Fasilitas fisik, (d) Sarana dan prasarana penunjang, (e) Pelayanan konsumen, dan 2) Aspek-aspek pada

-----  
*Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Petta Coffee  
di Desa Soni Kecamatan Dampal Selatan Kabupaten Tolitoli*

(Moh Nasir Hi Hasan Dg Marumu, et al.)

lingkungan eksternal, yaitu; (a) Ketersediaan bahan baku, (b) Persaingan usaha, (c) Kondisi lingkungan sosial, ekonomi dan budaya, (d) Perkembangan teknologi (e) Kebijakan pemerintah dan ketersediaan lembaga permodalan. Posisi usaha D'Philocoffee berada pada posisi kuadran I (agresif), sehingga strategi yang baik digunakan adalah Strategi SO; yaitu: 1) melakukan promosi yang lebih intensif dengan memperkenalkan berbagai keunggulan yang dimiliki oleh D'Philocoffee, 2) memaksimalkan penggunaan teknologi untuk keberlangsungan usaha, 3) menjaga kestabilan harga produk dengan melakukan kerja sama yang baik dengan produsen dan pemasok bahan baku produksi, 4) memanfaatkan tersedianya lembaga permodalan untuk memenuhi kebutuhan modal dalam pengembangan usaha.

Hasbi Salman Elli, Pandi Pardian, Nur Syamsiyah, Sulistyodewi Nur Wiyono (2021). "Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kopi Suka Sangrai Di Kelurahan Suka Asih Kota Bandung". Kopi merupakan salah satu komoditas perkebunan yang sangat populer dan mendunia. Seiring berjalannya waktu, kopi semakin banyak dikenal dan dibudidayakan di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Konsumsi komoditas kopi diproyeksikan akan terus meningkat dari tahun 2016 hingga tahun 2020 mendatang. Hal ini dibuktikan dengan kemunculan kedai-kedai kopi yang tersebar di daerah perkotaan khususnya di kota Bandung. Kenaikan jumlah kedai kopi ini menjadi peluang bagi pelaku bisnis kopi, salah satunya yaitu perusahaan prosesor atau roastery. Perusahaan ini memiliki hubungan langsung dengan kedai-kedai kopi untuk menyuplai biji kopi. UMKM Suka Sangrai merupakan salah satu perusahaan pengolahan pasca panen bagian roastery namun saat ini UMKM Suka Sangrai mengalami penurunan output dan kehilangan penjualan. Munculnya usaha sejenis membuat UMKM Suka Sangrai harus dapat berkembang dan terus berinovasi sehingga dapat bertahan dan bersaing. Desain pada penelitian ini menggunakan desain kualitatif dan teknik penelitiannya studi kasus. Analisis yang digunakan yaitu matriks IFE, EFE, IE, SWOT dan QSP. Matriks IFE dan EFE menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kondisi lingkungan internal sedang dan lingkungan eksternal sedang. Matriks IE menunjukkan bahwa perusahaan berada pada posisi tahan dan pertahankan. Strategi alternatif yang dirumuskan dari hasil matriks SWOT dan QSP dengan prioritas pertama adalah melakukan diversifikasi produk dengan membuat produk kemasan-kemasan kecil siap seduh dilengkapi dengan tata cara penyajian untuk meningkatkan potensi penjualan dan menjangkau pasar yang lebih luas.

Dede Yeni Maryani, Dini Rochdiani, Budi Setia (2020). "Strategi Pengembangan Bisnis Kedai Kopi AI Coffee Di Desa Pakemitan Kecamatan Ciawi Kabupaten Tasikmalaya". Kedai kopi merupakan tempat berkumpul dan bersantai sambil minum kopi. Salah satu kedai kopi yang berada di Desa Pakemitan Kecamatan Ciawi yaitu Kedai "AI COFFEE". Penelitian ini dilakukan pada Kedai Kopi "AI COFFEE". Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui faktor internal dan eksternal dalam pengembangan Kedai Kopi AI serta menentukan strategi yang terdapat dalam pengembangan kedai kopi AI dengan menggunakan matriks faktor strategi internal/IFAS, matriks faktor strategi eksternal/EFAS dan matriks SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Treats). Jenis penelitian yang digunakan yaitu studikases. Jenis data yang digunakan data primer dan data sekunder. Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan dalam pengembangan bisnis kedai kopi "AI COFFEE" masing-masing terdapat tujuh faktor. Adapun faktor-faktor internal yang menjadi kekuatan yang dominan kedai "AI COFFEE" yaitu modal sendiri dan produk mempunyai atribut kemasan dengan skor 0, 41. Sedangkan kelemahan yang

dominan yaitu masih menggunakan sistem informasi manajemen manual, jenis produk yang dihasilkan masih kurang dan kurangnya promosi dengan skor 0, 28. Sedangkan faktor eksternal yang menjadi peluang dan ancaman masing-masing mempunyai lima faktor. Adapun Faktor-faktor eksternal yang menjadi peluang dominan dari kedai “AI COFFE” yaitu pangsa pasar olahan kopi masih luas, berkembangnya tren minum kopi di kalangan masyarakat dan masih banyak jenis produk kopi yang bisa diproduksi dengan skor 0, 57. Sedangkan yang menjadi ancaman dominan kedai kopi “AI COFFEE” yaitu persaingan usaha sejenis dengan skor 0, 57. Strategi pengembangan yang tepat untuk pengembangan bisnis “AI COFFE” yaitu Strategi SO yang diperoleh dari matriks SWOT.

### **Pengertian Usaha Mikro Kecil Dan Menengah**

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, usaha diartikan sebagai suatu kegiatan yang melibatkan tenaga, pikiran, atau badan dengan tujuan untuk menyelesaikan suatu pekerjaan, melakukan suatu tindakan, prakarsa, ikhtiar, serta daya upaya guna mencapai suatu tujuan. Pada Bab 1 Pasal 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM),

### **Pengertian Strategi**

Secara etimologi, istilah strategi berasal dari kata "Stretegos," yang pada masa demokrasi Athena memiliki makna sebagai “Komandan militer.” Awalnya, istilah ini hanya digunakan dalam konteks militer, namun seiring waktu penggunaannya berkembang ke berbagai bidang lain, seperti strategi bisnis, olahraga, ekonomi, pemasaran, perdagangan, manajemen strategi, dan sebagainya. Menurut Itami, strategi merupakan proses penetapan kerangka kerja bagi aktivitas bisnis suatu perusahaan serta memberikan arahan dalam mengkoordinasikan berbagai kegiatan, sehingga perusahaan dapat menyesuaikan diri dan memengaruhi lingkungan yang terus berubah. Strategi juga menguraikan secara jelas kondisi lingkungan yang diharapkan oleh perusahaan serta jenis organisasi yang ingin dibangun dan dijalankan (Kuncoro, 2005:01).

### **Pengertian Pengembangan**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengembangan diartikan sebagai proses, cara, atau tindakan dalam mengembangkan sesuatu. Sementara itu, dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia yang disusun oleh WJS Poerwadarminta, pengembangan dijelaskan sebagai suatu tindakan untuk meningkatkan, menyempurnakan, atau memperluas sesuatu, baik dalam hal pemikiran, pengetahuan, maupun aspek lainnya. Berdasarkan uraian tersebut, pengembangan dapat diartikan sebagai suatu proses yang digunakan untuk mengembangkan serta memvalidasi suatu produk. Bentuk pengembangan ini dapat berupa suatu proses, rancangan, maupun hasil produk tertentu.

### **Strategi Pengembangan**

Menurut Arik Prasetya dan rekan-rekannya (2022), dalam artikelnya dijelaskan bahwa strategi pengembangan merupakan metode atau pendekatan yang diterapkan oleh suatu wadah atau tempat dalam menjalankan proses perubahan yang dirancang secara terencana. Proses ini membutuhkan dukungan dari berbagai pihak, termasuk pengelola dan karyawan. Dengan adanya perubahan tersebut, diharapkan

-----  
*Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Petta Coffee  
di Desa Soni Kecamatan Dampal Selatan Kabupaten Tolitoli*

(Moh Nasir Hi Hasan Dg Marumu, et al.)

perusahaan atau usaha dapat berkembang dan mengalami peningkatan. Untuk mencapai tujuan tersebut, diperlukan upaya dalam jangka pendek, menengah, serta jangka panjang agar dapat beradaptasi dengan perubahan yang mungkin terjadi di masa depan.

### **Strategi Pengembangan Dunia Usaha**

Pengembangan dunia usaha menjadi salah satu elemen penting dalam pertumbuhan ekonomi daerah, karena daya tarik, kreativitas, serta ketahanan suatu usaha merupakan faktor utama dalam menciptakan perekonomian daerah yang stabil dan sehat. Untuk mewujudkan pembangunan dunia usaha yang berkelanjutan,

### **Pengertian Kedai Kopi**

Kedai kopi, atau yang sering disebut kafe atau coffee shop, adalah tempat usaha yang menyediakan berbagai jenis minuman kopi dan makanan ringan atau kudapan, dengan suasana yang dirancang untuk bersantai dan berinteraksi. Selain itu, kedai kopi juga dapat menjadi tempat berkumpul, berdiskusi, atau sekadar menghabiskan waktu luang.

### **Analisis SWOT**

Analisis SWOT merupakan proses identifikasi berbagai faktor yang digunakan dalam perumusan strategi perusahaan. Pendekatan ini didasarkan pada logika yang bertujuan untuk mengoptimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), sekaligus meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Dalam pengambilan keputusan strategis, perusahaan perlu mempertimbangkan faktor internal, yang mencakup keunggulan serta kelemahan, serta faktor eksternal, yang meliputi peluang dan ancaman. Oleh sebab itu, analisis SWOT memerlukan berbagai pertimbangan penting dalam penerapannya (Freddy Rangkuti, 2004).

### **Kerangka Pikir**

Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan bagaimana factor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting (Sugiyono, 2016:128). Penelitian ini mengidentifikasi strategi pengembangan UMKM Kedai Petta Coffee Di Desa Soni Melalui Analisis SWOT.

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Jenis Penelitian ini adalah jenis analisis deskriptif dengan menggunakan metode kualitatif. Menurut I Made Winarta (2006:155), analisis deskriptif kualitatif adalah menganalisis, menggambarkan dan meringkas berbagai kondisi, situasi dari berbagai data yang dikumpulkan berupa hasil wawancara atau pengamatan mengenai masalah yang diteliti yang terjadi di lapangan.

### **Lokasi Dan Waktu Penelitian**

Penentuan tempat penelitian ini dipilih karena memiliki karakteristik yang relevan dengan tujuan penelitian. Dalam hal ini dipilih Usaha Mikro dan Kecil di Desa Soni Kecamatan Dampal Selatan Kabupaten Tolitoli. Adapun waktu penelitian dilaksanakan mulai Bulan Desember Tahun 2024 sampai dengan Bulan Februari Tahun 2025.

### **Informan Penelitian**

Informan penelitian adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang penelitian dan merupakan orang yang benar-benar mengetahui permasalahan yang akan diteliti. (moleong 2015:163).

Informan kunci, yaitu orang-orang yang dipandang tahu permasalahan yang diteliti. Adapun yang dimaksud sebagai informan kunci dalam penelitian ini adalah pemilik kedai kopi di Desa Soni Kecamatan Dampal Selatan Kabupaten Tolitoli.

Beberapa sampel yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

1. Pemilik kedai kopi yang berjumlah 1 orang, yang mengelola kedai kopi di wilayah tersebut. Mereka menjadi informan kunci dalam memahami praktik bisnis yang dilakukan, tantangan yang dihadapi, serta potensi pengembangan usaha.
2. Sedangkan karyawan kedai kopi berjumlah 3 orang, dimana para pegawai yang bekerja di kedai kopi, berperan sebagai informan pendukung yang dapat memberikan wawasan tentang operasional sehari-hari, pelayan kepada pelanggan, dan pengelolaan sumber daya.
3. Serta konsumen kedai kopi berjumlah 3 orang, pelanggan yang mengunjungi kedai kopi di desa soni. mereka berperan sebagai informan pendukung.

Berdasarkan data diatas maka keseluruhan informan yang ikut berpartisipasi dalam penelitian ini berjumlah 7 orang.

### **Jenis Data**

1. Data Primer

Data primer merupakan data langsung diperoleh dari narasumber atau objek yang

2. Data Sekunder

Didesa soni. Hasil sumber data yang didapatkan baik melalui wawancara maupun data mentah dari kedai kopi tersebut kemudian diolah untuk disajikan menjadi data yang sesuai dengan penelitian ini. Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari orang-orang yang telah melakukan penelitian terdahulu atau sumber-sumber sebelumnya yang telah ada. Sumber ini diperoleh dari buku-buku, Lembaga/ instansi, dan data-data lain yang terkait dengan penelitian.

### **Sumber Data**

1. Data Kualitatif

Pengertian data kualitatif menurut Sugiyono (2015) adalah data yang berbentuk kata, skema, dan gambar. Data kualitatif penelitian ini berupa nama dan alamat obyek penelitian.

2. Data Kuantitatif

Pengertian data kuantitatif menurut Sugiyono (2015) adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan. Data kuantitatif penelitian ini berupa kuesioner ke karyawan pengguna sistem informasi pada perusahaan distributor alat kesehatan di Semarang yang bersedia menjadi responden dan mengisi kuesioner.

### **Metode Pengumpulan Data**

Adapun beberapa teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti menggunakan beberapa teknik, yaitu:

1. Observasi

Observasi yaitu teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap obyek-obyek penelitian yang ada, tidak terbatas pada perilaku manusia saja (Sugiyono, 2008:203).

2. Wawancara

Menurut Estenberg dalam Sugiyono (2008:317) yaitu merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data untuk mengetahui hal-hal lebih mendalam dari informan.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan pelengkap data penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif (Sugiyono, 2008:83).

### **Metode Analisis Data**

Noeng Muhadjir, (1998:104) mengemukakan pengertian analisis data sebagai upaya untuk mencari dan mengatur catatan hasil secara sistematis observasi, wawancara, dan lain-lain untuk menambah pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan untuk yang lain. Sedangkan untuk menyempurnakan pemahaman tersebut analisis perlu dilanjutkan dengan mencoba mencari makna.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Petta Coffee telah menunjukkan perkembangan yang signifikan sejak didirikan pada tahun 2018. Berawal dari omset harian sekitar Rp 300.000-500.000, Kini omset harian Petta Coffee telah mencapai sekitar Rp 1.500.000-2.000.000, Mencerminkan pertumbuhan yang stabil. Selain peningkatan omset, Petta Coffee juga aktif melakukan renovasi dan ekspektasi fasilitas untuk meningkatkan kenyamanan pelanggan. Namun, dalam perjalanan usahanya. Petta Coffee juga menghadapi tantangan berupa penurunan omset pada periode tertentu. Meskipun demikian, penurunan tersebut tidak berdampak signifikan terhadap kelangsungan Petta Coffee, yang menunjukkan ketahanan dan strategi adaptasi yang baik dari manajemen Petta Coffee.

## Deskripsi Analisis SWOT

Analisis SWOT dilakukan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang yang dimiliki oleh Petta Coffee. Penentuan faktor-faktor dalam SWOT diperoleh dari hasil wawancara dengan stakeholder Petta Coffee yaitu melibatkan pemilik kedai, *chef, barista, waiters* dan konsumen.

Dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti melalui wawancara dan observasi, bahwa Kekuatan utama Petta Coffee terletak pada lokasinya yang strategis dan mudah dijangkau, memudahkan pelanggan untuk mengakses Petta Coffee. Meskipun, salah satu kelemahan Petta coffee adalah ruang yang terbatas, yang mungkin mengurangi kenyamanan bagi pelanggan yang ingin menikmati suasana lebih luas. Namun, peluang besar yang dimiliki Petta Coffee adalah pertumbuhan jumlah pekerja disekitar area Petta Coffee dan kedatangan mahasiswa dari kampus baru yang menjadi potensi pasar.

Disisi lain, Petta Coffee juga menghadapi ancaman dari semakin banyaknya kompetitor dibidang kedai kopi dan kafe, yang mengharuskan Petta Coffee untuk terus berinovasi dalam menawarkan produk dan pengalaman yang unik untuk menarik pelanggan.

## KESIMPULAN

Petta coffee merupakan salah satu UMKM di desa soni kecamatan dampal Selatan, yang telah berkembang dari kedai kecil menjadi kafe modern yang menarik perhatian Masyarakat, khususnya di kalangan anak muda. permasalahan utama yang dihadapi meliputi keterbatasan ruang, kenyamanan pelanggan, terutama pada saat ramai pengunjung, serta persaingan yang semakin ketat di bidang usaha kopi dan kafe. Untuk mengatasi hal tersebut, Petta Coffee menerapkan strategi pengembangan berupa peningkatan kualitas produk dan pelayanan, inovasi menu, serta memanfaatkan potensi lokal seperti mahasiswa dan Masyarakat sekitar sebagai target pasar. dengan strategi yang tepat, Petta Coffee mampu mempertahankan daya saingnya sebagai salah satu kafe favorit didesa soni kecamatan dampal Selatan.

Berdasarkan analisis Internal Factors Analysis Summary (IFAS), Petta Coffee memperoleh skor sebesar 3,06, yang menunjukkan kekuatan internal yang cukup kuat dalam mendukung keberlangsungan usaha. Sementara itu, nilai dari analisis External Factor Analysis Summary (EFAS) sebesar 2,33 menandakan posisi yang cukup stabil dalam menghadapi peluang dan ancaman eksternal. Meski demikian, Petta Coffee tetap perlu menerapkan strategi yang adaptif dan inovatif untuk menjaga keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis di tengah persaingan yang terus berkembang.

1. Menambah kapasitas tempat duduk agar lebih nyaman bagi pelanggan yang datang berkelompok.
2. Memperbaiki tata letak kafe untuk meningkatkan kenyamanan pelanggan.
3. Memaksimalkan penggunaan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok untuk promosi lebih luas.
4. Menyediakan layanan pemesanan online untuk menjangkau lebih banyak pelanggan.
5. Mengembangkan variasi menu untuk menarik lebih banyak pelanggan, misalnya menu khusus untuk vegetarian atau minuman khas daerah.
6. Menghadirkan promo musiman atau diskon untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama.
7. Melakukan pelatihan bagi karyawan untuk meningkatkan layanan pelanggan.

8. Menggunakan sistem pemesanan yang lebih terstruktur agar menghindari kesalahan pesanan pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afrillita, Nur. (2013). *"Analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran sepeda motor pada PT. Samekarindo Indah di Samarinda"*. Samarinda : Universitas Mulawarman.
- Baba, Rifkiyawan, Mahludin Baruwadi, and Yuriko Boekoesoe. *"Strategi Pengembangan Usaha Kedai Kopi D'Philocoffee Di Kabupaten Bolaang Mongondow Utara."* Agronesia: Jurnal Ilmiah Agribisnis 3.2 (2019): 116-124.
- David, Fred R. 2019. *Manajemen Strategi Konsep*. Jakarta: Salemba Empat.
- Elli, Hasbi Salman, Pandi Pardian, and Nur Syamsiyah. *"Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kopi Suka Sangrai Di Kelurahan Suka Asih Kota Bandung."* Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh 8.3 (2021): 713-723.
- Fakhrunisa, S. A. (2019). *"STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN 372 KOPI DI BANDUNG."* 4(1), 88-100.
- Fitria Waluyo, 2018. *Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Studi Kasus Perkampungan Industri Karangayar Paswaran)*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Lampung.
- Freddy Rangkuti, 2004, *"Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis"*. Jakarta: PT. Gramedia
- Maryani, Dede Yeni, Dini Rochdiani, and Budi Setia. *"Strategi Pengembangan Bisnis Kedai Kopi "Ai Coffee" Di Desa Pakemitan Kecamatan Ciawi Kabupaten Tasikmalaya."* Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh 7.3 (2020): 739-748.
- Moleong, L. (20015). *Metodologi penelitian kualitatif (Edisi revi)* Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018.
- Mudrajad, Kuncoro. 2005 *Strategi Bagaimana Meraih Keuntungan Kompetitif Erlangga*. Jakarta.
- Noeng, Muhadjir. 1998. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta: Rake Sarasin.
- Prasetya, Arik, dkk. (2022). *Strategi Pengembangan Laboratorium Bussines Venturing: Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya. Akuntansi Dan Keuangan*. Volume 5, Nomor 2,2022, Hlm 797-806.
- Republik Indonesia. 2008. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008. Tentang Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah*. Jakarta.
- Subroto, 2016. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)*. *Prosding Seminar Nasional Penelitian Dan PKM Sosial, Ekonomi Dan Humaniora*, 6(1), 337-344.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung:PT Alfabet.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Winarta, I Made. 2006. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*.