



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**PERUMUSAN STRATEGI PEMASARAN BERBASIS
SWOT ANALYSIS DAN *BUSINESS MODEL CANVAS*
UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING
(STUDI KASUS CV DAMMA CAHAYA CATERING)**



**YASMIN NAJWA
NIM: 2105421044**

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

**Skripsi yang Ditulis untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Terapan Administrasi Bisnis**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

2025



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRAK

Yasmin Najwa. Perumusan Strategi Pemasaran Berbasis *SWOT Analysis* dan *Business Model Canvas* Untuk Meningkatkan Daya Saing (Studi Kasus Usaha Katering CV Damma Cahaya Catering). Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta 2025.

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pemasaran yang efektif untuk CV Damma Cahaya Catering guna meningkatkan daya saing di Tengah persaingan usaha catering yang semakin kompetitif di Kota Depok. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan studi kasus. Analisis dilakukan melalui pengumpulan data primer berupa wawancara dengan pemilik usah/manajer operasional serta konsumen tetap yang sudah menggunakan catering CV Damma Cahaya Catering minimal dua kali, dan pengisian kuesioner SWOT yang dianalisis dengan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP). Hasil analisis menunjukkan bahwa kekuatan utama CV Damma Cahaya Catering terletak pada kualitas rasa makanan, pelayanan professional, dan harga bersaing dengan paket yang lengkap. Kelemahan utama meliputi SOP yang belum optimal dan promosi digital yang belum maksimal. Peluang usaha terletak pada perluasan pasar harian dan kerja sama dengan vendor pernikahan, sementara ancaman terbesar berasal dari competitor yang lebih aktif di media sosial dan menawarkan paket lengkap. Dengan memanfaatkan hasil SWOT dan memetakan Sembilan elemen *Business Model Canvas*, disusun strategi pemasaran yang adaptif, fokus pada peningkatan digital branding menjadi acuan startegi bagi CV Damma Cahaya Catering maupun pelaku usaha katering lainnya dalam merespon dinamika pasar.

Kata kunci: *Business Model Canvas*, Daya Saing, Katering, Strategi Pemasaran, SWOT



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRACT

Yasmin Najwa. Formulating a Marketing Strategy Based on SWOT Analysis and Business Model Canvas to Increase Competitiveness (Case Study of CV Damma Cahaya Catering Catering Business). Department of Business Administration, Jakarta State Polytechnic 2025.

This research aims to formulate an effective marketing strategy for CV Damma Cahaya Catering to enhance its competitiveness amid the increasingly tight catering business competition in Depok City. The study employed a descriptive qualitative approach using a case study method. Data were collected through in-depth interviews with the business owner, operational manager, and regular customers, as well as a SWOT questionnaire analysed using the Analytical Hierarchy Process (AHP). The results indicate that the company's main strengths lie in food quality, professional service, and competitive pricing with all-in packages. Major weaknesses include underdeveloped SOPs and suboptimal digital promotion. Opportunities exist in expanding daily catering services and collaborating with wedding vendors, while key threats come from competitors with stronger social media presence and more attractive bundled services. Based on SWOT results and mapping through the nine elements of the Business Model Canvas, this research proposes adaptive marketing strategies focusing on digital branding improvement, service diversification, and partnership strengthening. The study is expected to provide strategic insights for CV Damma Cahaya Catering and other catering businesses in responding to market dynamics.

Keyword: *Competitiveness, Business Model Canvas, Catering, Marketing Strategy, SWOT*



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Perumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.5.2 Manfaat Teoritis	7
1.5.3 Manfaat Praktis	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 Daya Saing Perusahaan	8
2.2 Analisis SWOT-AHP	8
2.2.2 Analisis Lingkungan	8
2.2.3 Tahapan Masukan	11
2.2.4 Tahapan Pencocokan.....	13
2.2.5 Tahapan Keputusan.....	15
2.3 Business Model Canvas	17
2.4 Hasil Penelitian yang Relevan	18
2.5 Deskripsi Konseptual	22
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	23
3.1.1 Waktu Penelitian	23
3.1.2 Tempat Penelitian.....	23



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

3.2	Kerangka Penelitian	23
3.3	Metode Penelitian.....	26
3.4	Fokus Penelitian	26
3.5	Informan Penelitian.....	27
3.6	Jenis dan Sumber Data	27
3.6.2	Jenis Data	27
3.6.3	Sumber Data.....	28
3.6.4	Teknik Pengumpulan Data	28
3.7	Instrumen Penelitian.....	28
3.8	Teknik Analisis Data.....	29
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	30
4.1	Profile CV Damma Cahaya Catering.....	30
4.2	Hasil Analisis Data.....	30
4.2.1	Analisis SWOT	30
4.2.2	Business Model Canvas (BMC).....	47
4.3	Pembahasan.....	54
4.3.1	Analisis SWOT	54
4.3.2	Business Model Canvas (BMC).....	74
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	80
5.1	Kesimpulan	80
5.2	Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA		83
LAMPIRAN.....		89



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kompetitor Usaha Katering Di Depok.....	3
Tabel 2.1 Kerangka Matriks IFE	12
Tabel 2.2 Kerangka Matriks EFE	13
Tabel 2.3 Kerangka IE.....	13
Tabel 2.4 Kerangka Matriks SWOT	15
Tabel 2.5 Skala Perbandingan Paiwise Comparison	16
Tabel 2.6 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3.1 Timeline Penelitian.....	23
Tabel 4.1 Matriks IFE (Internal Factor Evaluation) pada CV Damma Cahaya Catering	37
Tabel 4.2 Matriks EFE (External Factor Evaluation) pada CV Damma Cahaya Catering	38
Tabel 4.3 Matriks IE (Internal Eksternal) pada CV Damma Cahaya Catering	40
Tabel 4.4 Perhitungan Matriks Grand Strategy pada CV Damma Cahaya Catering.....	41
Tabel 4.5 Matriks Grand Strategy pada CV Damma Cahaya Catering	41
Tabel 4.6 Matriks SWOT pada CV Damma Cahaya Catering	42
Tabel 4.7 Bobot Alternatif Strategi pada CV Damma Cahaya Catering	46

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tren Data Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman 2020-2024	1
Gambar 1.2 Data Pertumbuhan Industri Makanan di Kota Depok 2020 sampai 2024	2
Gambar 2.1 Matriks IE	14
Gambar 2.2 Template Business Model Canvas.....	17
Gambar 2.3 Deskripsi Konseptual Penelitian	22
Gambar 3.1 Kerangka Penelitian	25
Gambar 4.1 Struktur Hirarki AHP pada CV Damma Cahaya Catering.....	45
Gambar 4.2 Konsep Modal Bisnis Sebelum dikembangkan CV Demma Cahaya Catering	49
Gambar 4.3 Konsep Modal Bisnis Setelah dikembangkan CV Demma Cahaya Catering	53

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara 1	89
Lampiran 2 Transkrip Wawancara 2	92
Lampiran 3 Transkrip Wawancara 3	93
Lampiran 4 Perhitungan Matriks IFE.....	94
Lampiran 5 Perhitungan Matriks EFE	95



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

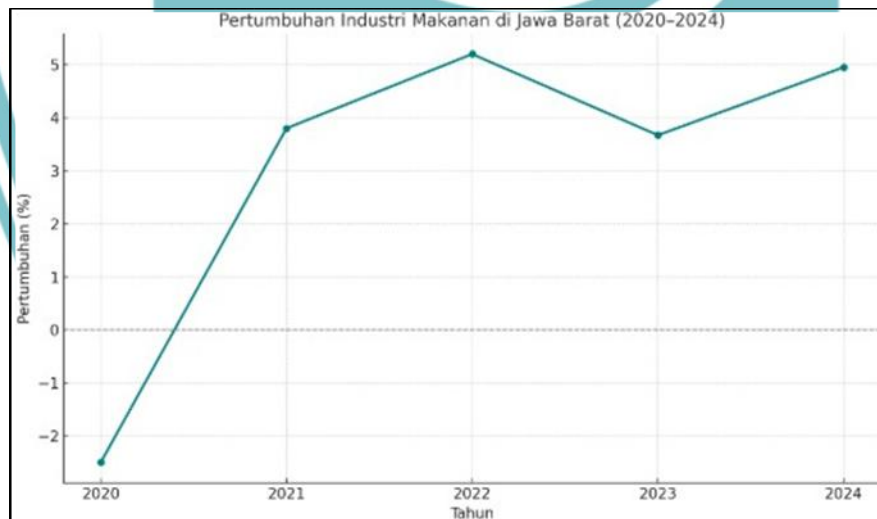
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri makanan dan minuman Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang luar biasa dalam lebih dari sepuluh tahun terakhir (Tangkudung et al, 2024) Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (2024), Terdapat fluktuasi yang cukup mencolok pada industri makanan di Jawa Barat selama periode 2020 hingga 2024. Pada tahun 2020, industri ini berkontraksi sebesar -2,3% akibat dampak pandemi Covid-19. Namun, pemulihan cepat terjadi pada tahun 2021 dengan pertumbuhan 3,8%, dan mencapai puncaknya di tahun 2022 sebesar 5,2%, mencerminkan adaptasi pelaku usaha terhadap perubahan kondisi pasar. Tahun 2023 menunjukkan sedikit perlambatan menjadi 3,6%, namun industri ini kembali menguat di tahun 2024 dengan pertumbuhan 5,0%. Secara keseluruhan, data ini menggambarkan ketahanan dan potensi industri makanan sebagai sektor penting dalam mendukung perekonomian Jawa Barat.



Gambar 1.1 Tren Data Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman 2020-2024

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2024

Seiring dengan pertumbuhan ekonomi nasional dan peningkatan daya beli masyarakat, jasa katering menjadi pilihan utama tidak hanya untuk acara besar seperti pernikahan atau hajatan, tetapi juga untuk kebutuhan harian rumah tangga

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

dan perusahaan (Duratulhikmah & Wijaya, 2024). Kepraktisan dalam penyajian makanan tanpa perlu memasak sendiri menjadi nilai tambah dari layanan ini. Tren ini semakin kuat terutama di wilayah perkotaan, di mana waktu menjadi sumber daya yang terbatas dan efisiensi dalam konsumsi menjadi pertimbangan utama bagi masyarakat yang mana juga akan membuka peluang pekerjaan untuk pelaku usaha katering, khususnya di daerah dengan mobilitas tinggi seperti Kota Depok.

Depok merupakan salah satu kota dengan potensi pasar jasa katering yang terus berkembang. Dengan penduduk daerah dengan jumlah lebih dari dua juta penduduk dan tingkat urbanisasi yang tinggi, permintaan terhadap layanan katering di wilayah ini mengalami peningkatan signifikan dari tahun ke tahun (SKUM Depok, 2024). Kota Depok juga aktif sebagai kegiatan sosial, pendidikan, serta menjadi bagian dari kawasan megapolitan jabidetabek, yang mendorong tingginya kebutuhan konsumsi dalam berbagai acara seperti seminar, pernikahan, hingga kegiatan komunitas. Hal ini menjadikan Depok sebagai salah satu pasar yang menjanjikan sekaligus kompetitif bagi pelaku industri katering lokal.



Gambar 1.2 Data Pertumbuhan Industri Makanan di Kota Depok 2020 sampai 2024

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2024

Pertumbuhan yang positif tersebut dibarengi dengan tantangan besar, khususnya dalam hal persaingan antar pelaku usaha. Berdasarkan data dari Putri (2023), grafik menunjukkan tren pertumbuhan positif industri di Kota Depok

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

selama periode 2020 hingga 2024. Pada tahun 2020, sektor ini mengalami kontraksi sebesar -1,8%. Penyebabnya kemungkinan besar dari efek dampak dari wabah Covid-19 sangat mempengaruhi sektor ekonomi dan konsumsi masyarakat. Akan tetapi, sejak tahun 2021, industri makanan mulai menunjukkan pemulihan dengan pertumbuhan 2,5%, diikuti oleh kenaikan bertahap di tahun-tahun berikutnya: 3,2% pada 2022, 4,0% pada 2023, dan mencapai 4,5% pada 2024. Peningkatan ini mencerminkan adaptasi pelaku usaha terhadap kondisi pasar serta meningkatnya permintaan terhadap produk makan, seiring dengan pemulihan ekonomi dan aktivitas sosial masyarakat yang kembali normal.

Potensi usaha catering juga sangat terbuka dengan dilihatnya pertumbuhan industri makan dan minuman di Jawa Barat dan Depok dan tentunya akan menimbulkan persaingan usaha yang semakin ketat. Usaha catering dipaksa lebih kompetitif agar tidak tergilas dari persaingan usaha ini. Seiring dengan semakin kompetitifnya industri catering, pemetaan dan pengelompokan usaha catering di wilayah Depok menjadi penting untuk memahami karakteristik layanan, segmen pasar yang dibidik, serta potensi pengembangan masing-masing usaha. Berikut ini adalah klasterisasi usaha catering yang ada di Depok berdasarkan jenis layanan dan lokasi operasionalnya.

Tabel 1.1 Kompetitor Usaha Catering Di Depok

No	Usaha Catering	Jenis Layanan	Lokasi Operasional
1	Kencana Mas Catering & Wedding Organizer	Pernikahan dan acara besar	Jl. Adhi Karya No.37, Depok, Kec. Pancoran Mas, Kota Depok, Jawa Barat 16431
2	Catering Purnadewi	Pernikahan dan acara besar	Jl. Kemiri Jaya 1 No.45 Rt 07 / 01, Beji, Kecamatan Beji, Kota Depok, Jawa Barat 16421
3	Njoja Prima Catering	Pernikahan dan acara besar	Jl. Ririn Kelurahan No.mor 149, Beji, Kecamatan Beji, Kota Depok, Jawa Barat 16421
4	Dapur Ghania	Katering harian	alan Carita Blok AC no.7, Beji, Kecamatan Beji, Kota Depok, Jawa Barat 16412

bersambung

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

sambungan tabel 1.1

5	Ayo Catering	Katering harian	Gg. Damai 1 No.19, Pancoran Mas, Depok
6	Nanda Catering	Katering harian dan menu sehat	Jalan Proklamasi No.108, Abadijaya, Sukmajaya, Depok

Sumber: Data diolah, 2025

Salah satu pelaku usaha yang turut meramaikan industri katering di Depok adalah CV Damma Cahaya Catering. Usaha ini bergerak di bidang katering pernikahan, bekerja sama dengan vendor *wedding organizer* untuk memberikan pelayanan yang menyeluruh dan profesional bagi pasangan pengantin. Tidak hanya fokus pada acara pernikahan, CV Damma Cahaya Catering juga melayani permintaan katering nasi kotak untuk berbagai acara berskala menengah hingga besar, seperti arisan, halal bi halal, rapat keluarga, dan acara sosial lainnya dengan minimal pemesanan sebanyak 100 porsi.

Meskipun saat ini belum melayani katering harian secara reguler seperti beberapa pesaingnya, CV Damma Cahaya Catering tetap membuka peluang untuk layanan penyedia makanan selama beberapa hari apabila ada permintaan dari konsumen dengan ketentuan jumlah minimal yang sama, yaitu 100 porsi. Fleksibilitas dan komitmen untuk menjaga kualitas sajian serta kepuasan konsumen menjadi nilai utama yang terus dipegang oleh CV Damma Cahaya Catering dalam menjalankan usahanya di tengah kompetisi yang dinamis.

Melihat kondisi persaingan yang semakin kompetitif, serta dinamika kebutuhan konsumen yang terus berkembang, CV Damma Cahaya Catering perlu mengambil langkah strategi agar mampu mempertahankan eksistensi dan memperluas pangsa pasarnya. Salah satu aspek penting dalam menghadapi persaingan adalah melalui strategi perusahaan yang terarah dan relevan dengan kebutuhan pasar.

Setiap perusahaan yang ingin bertahan di pasar harus menggunakan strategi perusahaan yang tepat, terutama strategi pemasaran. Usaha yang bersifat dinamis dengan perubahan waktu ke waktu tersebut dipengaruhi oleh selera masyarakat. Strategi perusahaan yang baik harus mampu melihat keinginan pasar dengan memuaskan terhadap produk yang dipasarkan. Oleh karena itu, bidang perusahaan sangat penting dalam memengaruhi keberhasilan perusahaan. Selain itu,



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

perusahaan harus meninjau strategi pemasaran secara berkala dan dikembangkan mengikuti minat pembeli dan lingkungan pasar. Dalam memaksimalkan peluang dan mencapai sasaran pasar yang tepat, perencanaan strategi pemasaran yang baik harus memberikan gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang harus dilakukan oleh bisnis.

SWOT adalah singkatan dari kekuatan (*Strenghts*), kelemahan (*Weekness*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) dari lingkungan luar, menurut Jogyanto (2005: 46). Analisis SWOT sangat membantu perusahaan menilai kekuatan dan kelemahan sumber dayanya serta kesempatan dan ancaman.

Analisis SWOT menjadi penting karena dapat membantu perusahaan memahami posisinya dalam persaingan pasar serta menyusun strategi yang paling sesuai untuk mempertahankan dan meningkatkan kinerja usahanya. Dalam konteks dunia usaha yang kompetitif, termasuk di industri jasa seperti katering, perusahaan harus mampu merespon tantangan dan memanfaatkan peluang secara tepat. Dengan pemetaan SWOT yang akurat, perusahaan tidak hanya dapat bertahan di pasar sasarannya, tetapi juga memiliki peluang untuk tumbuh dan memimpin pasar. Selain itu, mendorong perusahaan untuk terus melakukan evaluasi diri secara berkala dan menyesuaikan perubahan pasar dan konsumen.

Pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) dan analisis SWOT adalah alat strategis penting lainnya untuk merancang, menggambarkan, dan menganalisis model bisnis perusahaan. Sembilan elemen utama membentuk kerangka visual yang dikenal sebagai *Business Model Canvas*. Mereka adalah segmen pelanggan, proposisi nilai, jalur, hubungan pelanggan, aliran pendapatan, sumber daya penting, kegiatan penting, kolaborasi penting, dan struktur biaya. BMC membantu bisnis menemukan cara terstruktur untuk menciptakan, menyampaikan, dan menangkap nilai (Rahardjo & Wibowo, 2021). Di sektor jasa katering yang sangat kompetitif, pendekatan ini sangat berguna untuk membuat strategi pengembangan bisnis yang lebih fleksibel dan responsif terhadap dinamika pasar.

Pembatasan masalah diperlukan dalam penelitian ini untuk menjaga fokus penelitian dan menapai tujuan. Fokus penelitian ini adalah industri katering di Kota Depok, Jawa Barat, memiliki pasar jasa katering yang potensial untuk

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

berkembang. Penelitian ini akan membahas strategi pemasaran yang efektif untuk CV Damma Catering, yang telah berdiri sejak tahun 2005, untuk menghadapi persaingan bisnis yang ketat dengan banyak pesaing lokal.

Fokus utama penelitian adalah aspek strategi pemasaran yang dianalisis dengan SWOT dan dievaluasi lagi menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* yang diharapkan dapat menggambarkan apa yang dihadapi CV Damma Cahaya Catering. Penelitian ini juga dibatasi pada industri jasa katering saja.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat diidentifikasi beberapa masalah seperti:

- Persaingan usaha katering di Depok semakin ketat, menuntut CV Damma Cahaya Catering memiliki cara dalam pengembangan bisnis yang sesuai agar dapat bertahan dan berkembang di tengah dinamika pasar.
- Belum optimalnya pemetaan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki CV Damma Cahaya Catering menyebabkan strategi pemasaran yang diterapkan belum sepenuhnya tepat sasaran dalam menjangkau pasar potensial

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan masalah yang diidentifikasi dan kendala yang telah dijelaskan perumusan masalah penelitian ini yaitu :

- Bagaimana analisis SWOT dan *Business Model Canvas* dapat digunakan untuk merumuskan strategi pemasaran bisnis CV Damma Cahaya Catering?
- Bagaimana analisis SWOT dan *Business Model Canvas* dapat mendukung pengembangan strategi pemasaran yang sesuai untuk CV Damma Cahaya Catering?
- Strategi pemasaran seperti apa yang dapat diterapkan oleh CV Damma Cahaya Catering untuk memperluas jangkauan pasar?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan, tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Untuk menganalisis kondisi internal dan eksternal CV Damma Cahaya Catering menggunakan pendekatan SWOT dan *Business Model Canvas*.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- b. Untuk merumuskan strategi pemasaran yang efektif berdasarkan hasil analisis SWOT dan Business Model Canvas guna meningkatkan daya saing CV Damma Cahaya Catering.
- c. Untuk mengidentifikasi strategi pemasaran yang dapat diterapkan dalam memperluas jangkauan pasar CV Damma Cahaya Catering.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.2 Manfaat Teoritis

Diharapkan bahwa kesulitan ini akan memberikan kontribusi teoritis yang signifikan dalam pengembangan Business Model Canvas dan analisis SWOT, terutama untuk sektor catering.

1.5.3 Manfaat Praktis

Diharapkan bahwa penelitian ini akan berfungsi sebagai referensi ilmiah untuk lembaga pendidikan dalam proses pengembangan kurikulum yang berkaitan dengan strategi pemasaran berbasis analisis bisnis. Selain itu, akan membantu meningkatkan penelitian yang dilakukan siswa. Selain itu, diharapkan bahwa penelitian ini akan memberikan kontribusi strategis untuk pembuatan dan pengembangan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran dan efektif. Pemilik usaha dapat membuat keputusan bisnis yang lebih terarah untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing dalam industri catering yang semakin kompetitif dengan memahami kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis SWOT dan *Business Model Canvas* pada CV Damma Cahaya Catering menggunakan metode wawancara dengan manajer operasional dan pelanggan dari CV Damma Cahaya Catering, berikut adalah kesimpulan yang dapat diambil.

- a. Melalui analisis SWOT dan *Business Model Canvas* CV Damma Cahaya Catering dapat mengenali kondisi internal maupun eksternal usahanya. Kekuatan utama terletak pada kualitas rasa makan variasi menu yang fleksibel, serta layanan yang cepat dan ramah. Sementara itu, keterbatasan tenaga kerja, promosi digital yang belum optimal, dan minimnya pemanfaatan teknologi menjadi kelemahan. Dari sisi eksternal, peluang muncul dari meningkatnya permintaan kalangan kantor dan sekolah. Sedangkan tantangan berasal dari naiknya harga bahan baku dan persiapan dengan katering baru yang lebih agresif secara digital. *Business Model Canvas* melengkapi gambaran dari segmen pelanggan hingga struktur biaya, sehingga mendukung penyusunan strategi yang lebih terarah.
- b. Analisis SWOT dan *Business Model Canvas* mendukung pengembangan strategi pemasaran yang tepat bagi CV Damma Cahaya Catering. Melalui pendekatan SWOT, perusahaan dapat mengidentifikasi serta mengevaluasi secara sistematis faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja bisnis. Kekuatan utama seperti kualitas rasa makanan, pelayanan profesional, dan harga bersaing menjadi modal penting dalam mempertahankan keunggulan kompetitif, sementara kelemahan terkait sistem operasional dan promosi digital yang belum optimal memerlukan perhatian khusus. Di sisi lain, peluang perluasan pasar dan kerja sama strategis dengan mitra eksternal dapat dimaksimalkan untuk meningkatkan jangkauan pasar, serta ancaman dari kompetitor yang lebih adaptif secara digital harus diantisipasi melalui inovasi yang berkelanjutan. Selanjutnya, pemetaan sembilan elemen *Business Model Canvas*



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

memungkinkan perusahaan untuk merancang model bisnis yang lebih terstruktur dan adaptif terhadap dinamika pasar. Integrasi antara hasil analisis SWOT dan pemetaan BMC menghasilkan formulasi strategi pemasaran yang tidak hanya sesuai dengan kondisi aktual perusahaan, tetapi juga responsif terhadap perubahan lingkungan bisnis. Dengan demikian, kombinasi kedua pendekatan ini mampu memberikan landasan strategis yang kokoh dalam merumuskan arah pengembangan usaha, memperkuat daya saing, serta memastikan keberlanjutan CV Damma Cahaya Catering di tengah persaingan industri katering yang semakin kompetitif.

- c. Strategi ekspansi pasar yang dapat memperluas jangkauan pasar yang disarankan untuk mengimplementasikan strategi pemasaran yang lebih luas dan terstruktur. Upaya ini dapat dilakukan melalui diversifikasi saluran pemasaran, seperti memanfaatkan platform digital tambahan (misalnya Facebook Ads), membuat katalog menu interaktif, serta mengatur jadwal konten promosi secara rutin. Selain itu, membangun kolaborasi yang lebih erat dengan vendor dekorasi dan penyelenggara acara lokal akan memperkuat daya tawar perusahaan melalui layanan katering terintegrasi. Terakhir, masuk ke pasar baru seperti lembaga pendidikan, komunitas kampus, dan perusahaan dengan menyesuaikan layanan serta sistem pemesanan yang lebih fleksibel juga menjadi langkah strategis dalam memperluas jangkauan usaha dan meningkatkan daya saing.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan, saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut.

- a. Dalam penelitian ini, dapat dilakukan perbandingan dengan usaha katering lain yang beroperasi di wilayah yang sama dan melayani segmen yang serupa. Hal tersebut bertujuan untuk mengkaji sejauh mana analisis SWOT dan *Business Model Canvas* dapat diterapkan secara efektif pada lebih dari satu objek penelitian dalam konteks industri catering. Perbandingan yang menghasilkan akan menjadi lebih komprehensif dan dapat memperkuat validitas temuan, serta memberikan gambaran yang lebih objektif mengenai keunggulan dan tantangan yang dihadapi masing-masing pelaku usaha.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- b. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat menelusuri aspek tambahan yang relevan dengan perkembangan era digital saat ini, seperti strategi pemasaran berbasis teknologi, pemanfaatan media sosial, serta pengaruh platform digital terhadap keputusan konsumen. Dengan pendekatan yang lebih luas dan mendalam, penelitian lanjutan diharapkan mampu memberikan kontribusi nyata perumusan strategi bisnis yang adaptif dan berkelanjutan di sektor catering.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2024). *Data Statistik Industri Makanan dan Minuman Jawa Barat & Kota Depok Tahun 2020–2024*. BPS Provinsi Jawa Barat.
- Barney, J. B. (2022). *Gaining and Sustaining Competitive Advantage* (5th ed.). Pearson Education.
- Bungin, B. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Destyantara, R. T. (2022). *Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Pendekatan Bisnis Model Canvas (Bmc) Dan Swot*. Skripsi.
- Duratulhikmah, N., & Wijaya, D. (2024). “Tren Pertumbuhan Jasa Katering di Wilayah Perkotaan.” *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 12(1), 45–56.
- Duratulhikmah, N., & Wijaya, R. (2024). Strategi UMKM Katering dalam Menanggapi Perubahan Perilaku Konsumen Pasca Pandemi. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Inovasi*, 6(1), 45–58.
- Fatiimah, T. A. (2023). *ANALISIS SWOT PADA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH DI KABUPATEN SLEMAN Studi Kasus Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Jadah Tempe Kaliurang, Kabupaten Sleman Disusun*.
- Fitriani, S., Rachmawati, D., & Yusuf, A. (2020). Penerapan Analisis SWOT dalam Perencanaan Strategis UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 18(2), 115–123.
- Jogiyanto, H. M. (2005). *Analisis dan Desain Sistem Informasi: Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktek Aplikasi Bisnis*. Andi Offset.
- Kartika, A., & Dewi, N. (2023). Analisis SWOT dalam Pengambilan Keputusan Strategi Usaha Kecil. *Jurnal Ekonomi Terapan*, 17(1), 33–42.
- Kristiyan, E. (2021). *Pengembangan Usaha Pada Moodbooster Semarang Pengembangan Usaha Pada Moodbooster Semarang*.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi Revisi). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Permatasari, H., & Nugroho, R. (2022). Pengaruh Digital Marketing terhadap Daya Saing Usaha Katering. *Jurnal Teknologi dan Bisnis Digital*, 6(2), 88–95.
- Porter, M. E. (2021). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Harvard Business Review Press.
- Purinita, K. (2021). Analisis Model Bisnis Dengan Pendekatan Business Model Canvas Pada Kopikar Reborn Bandung. In *Eproceedings Of Management* (Vol. 8, Issue 6).
- Putri, A. D. (2023). Pertumbuhan Industri Katering di Depok: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Industri dan Kewirausahaan*, 7(1), 12–20.
- Putri, A. R. (2023). *Pertumbuhan Industri UMKM Pangan di Depok*. Laporan Penelitian Universitas Indonesia.
- Rangkuti, F. (2019). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis: Reorientasi Perencanaan Strategis untuk Menentukan Arah dan Strategi Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sari, D., & Maulana, R. (2021). Strategi Pemasaran Produk Jasa Kuliner di Masa Pemulihan Ekonomi. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 9(3), 101–110.
- Sihotang, V. (2021). *Strategi Pengembangan Bisnis Perusahaan Kemasan*



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Makanan Menggunakan Swot-Ahp-Bmc (Studi Kasus: PT X).*
- SKUM Depok. (2024). *Laporan Tahunan Perkembangan UMKM Katering Kota Depok 2020–2024*. Dinas Koperasi dan UMKM Kota Depok.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tangkudung, A., Fadillah, R., & Prasetyo, M. (2024). Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman di Jawa Barat: Tinjauan Statistik 2020–2024. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Daerah*, 5(2), 20–33.
- Tangkudung, J., Siregar, R., & Nirmala, E. (2024). “Pertumbuhan Industri Makanan Pasca Pandemi.” *Jurnal Ekonomi Pembangunan Indonesia*, 18(2), 88–101.
- Wahyuni, N., & Prasetya, D. (2023). Evaluasi SWOT sebagai Dasar Penetapan Strategi Bisnis pada UMKM. *Jurnal Strategi Bisnis dan Ekonomi*, 11(1), 21–30.
- Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2012). *Strategic Management and Business Policy: Toward Global Sustainability* (13th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Widodo, A., & Astuti, R. (2022). Strategi Meningkatkan Daya Saing UMKM Katering di Era Digital. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 14(1), 45–53.
- Yudha, M. M. (2022). *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Dengan Pendekatan Business Model Canvas Di Restoran Ayam Panggang X Depok Mellisa*
- Yunita, D., Widad, Diah, Y.M., & Farla, W. (2021). Pembuatan content marketing sebagai strategi menumbuhkan brand awareness bagi pelaku usaha di Era Pandemi Covid-19. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 2 (2), 89-96. <http://jscss.ejournal.unsri.ac.id/index.php/jscss>.
- Akasse, C. S., & Ramansyah, R. (2023). Strategi Promosi Pariwisata melalui Media Sosial dalam Meningkatkan Pengunjung di Desa Wisata. *Jurnal Socius: Journal of Sociology Research and Education*, 10(1), 52–60. <https://doi.org/10.24036/scs.v10i1.457>
- Ali, M., Rahman, M. K., & Islam, S. (2020). Customer Satisfaction in Food Service: A Contemporary Approach. *International Journal of Hospitality Management*, 91, 102–118. doi : 10.1016/j.ijhm.2020.102118
- Aprilia, D. S., & Melati, I. S. (2021). Pengaruh Jumlah Tenaga Kerja , Modal Usaha dan Bauran Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Sentra Batik Kota Pekalongan. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 2(1), 1–14. <http://e-journal.ivet.ac.id/index.php/jeee>
- Astuti, A., & Pratiwi, R. (2020). Service Flexibility and Customer Retention in Foodservice. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen*, 3(2), 99–108.
- Augustinah, F., & Widayati, W. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong Di Kabupaten Sampang. *DIALEKTIKA: Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 4(2), 1–20. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v4i2.345>
- Candra, F., Ellitan, L., & Agrippina, Y. R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Niat Beli Kembali Melalui Kepuasan Pelanggan Wizzmie di Surabaya. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(1), 218–237. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v3i1.2159>
- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2021). *Digital Marketing Excellence: Planning and*



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Optimizing Your Digital Marketing. Routledge.
- Cui, A. S., Griffith, D. A., & Cavusgil, S. T. (2021). The Influence of Marketing Innovation in Food Services. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 49, 324–340. <https://doi.org/10.1007/s11747-020-00745-6>
- Destyantara, R. T. (2022). *ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS DENGAN PENDEKATAN BISNIS MODEL CANVAS (BMC) DAN SWOT. SKRIPSI.*
- Faiza, H. (2024). *ANALISIS SUPPLY CHAIN MANAGEMENT PADA USAHA PRODUK MAKANAN SIPNGEMIL Oleh. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM.*
- Fatiimah, T. A. (2023). *ANALISIS SWOT PADA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH DI KABUPATEN SLEMAN Studi Kasus Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Jadah Tempe Kaliurang, Kabupaten Sleman Disusun.*
- Fitriani, Y., & Arifin, Z. (2022). Pengelolaan Hubungan Pelanggan UMKM Berbasis Feedback. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(2), 98–107.
- Fitriana, L., & Hidayat, B. (2022). Manajemen Biaya Berbasis Aktivitas untuk UMKM. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 17(1), 76–86.
- Giones, F., & Brem, A. (2021). Resilience in Entrepreneurship: How Entrepreneurs Adapt to Uncertainty. *Journal of Business Research*, 135, 224–233.
- Hadi, F., & Firmansyah, A. (2022). Post-COVID Regulatory Stability and SME Recovery. *Jurnal Administrasi dan Kebijakan Publik*, 13(1), 22–31.
- Handayani, S., & Mahadwartha, P. A. (2021). Competitive Advantage of MSMEs Without Logistics Constraints. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 23(2), 85–94.
- Hanaysha, J. R. (2022). Strategic Partnerships and Brand Awareness in Service Industries. *International Journal of Business and Society*, 23(1), 120–135.
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2020). *Operations Management* (13th ed.). Pearson.
- Hidayat, R., & Hartono, S. (2020). Food Quality and Customer Retention in Indonesian Culinary Businesses. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 21(2), 175–182.
- Horngren, C. T., Datar, S. M., & Rajan, M. V. (2021). *Cost Accounting: A Managerial Emphasis* (16th ed.). Pearson.
- Indriani, D., & Wicaksono, A. (2020). Impact of Event Collaboration on Catering Sales. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 25(2), 88–97.
- Indriani, S., Pranoto, A., & Kurniawan, H. (2021). Value Proposition dalam Strategi Bersaing UMKM Jasa. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 23(1), 67–78.
- Indriastuti, M., & Hidayatullah, A. (2020). Strategi Kemitraan dalam Bisnis Layanan. *Jurnal Inovasi Layanan Publik*, 11(1), 33–45.
- Kabanga, M. S., & Sanam, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Makanan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Restoran Suka Ramai Kupang). *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 14(2), 273–280.
- Kanda S, A. S., & Mariah, S. (2024). Analisis Dampak Minimnya Tenaga Kerja Terhadap Kepuasan Kerja dan Motivasi Kerja Karyawan Midun Brothers. *Journal of Student Research*, 2(1), 307–317. <https://doi.org/10.55606/jsr.v2i1.2622>



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Kim, H., & Kim, J. (2022). Service Quality and Loyalty in the Food Sector: A New Perspective. *Journal of Foodservice Business Research*, 25(3), 200–217.
- Kristiyan, E. (2021). *Pengembangan Usaha Pada Moodbooster Semarang*. *Pengembangan Usaha Pada Moodbooster Semarang*.
- Kumar, V. (2020). Intelligent CRM: Data-Driven Customer Relationship. *Journal of Business Research*, 116, 1–5.
- Laela, E. (2021). Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Pembelian Ulang Pada Rumah Makan Ciganea Purwakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8(1), 180–186.
- Lestari, D., & Saputri, E. (2020). Fluctuations in raw material costs: a challenge for catering business. *Jurnal Manajemen Logistik*, 12(1), 55–63.
- Lestari, I., Wibowo, M., & Putra, R. (2023). Peran SDM Inovatif dalam UMKM Kuliner. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 5(1), 34–45.
- Leon A. Abdillah, Effendy, F., Rachim, F., Yuniwati, I. K. I., Sudarmanto, E., Tjahjana, D., Masdiana, S. K., & Bonaraja Purba, Muh Nadzirin Anshari Nur Miswar Tumpu, Cisilia Sundari, P. R. R. (2021). *Proses bisnis pengadaan* (R. Watrianthos & J. Simarmata (eds.)). Yayasan Kita Menulis.
- Maino, G. P., Sepang, J. L., & Roring, F. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Persepsi Harga dan Promosi terhadap Minat Beli pada Verel Bakery and Coffee. *Jurnal EMBA*, 10(1), 185.
- Nugraheni, A., & Dewi, T. (2021). Customizable Menus and Customer Satisfaction in Catering Services. *Journal of Consumer Sciences*, 6(1), 15–25.
- Nugroho, A., & Sari, M. (2020). Vendor Collaboration Strategy for Competitive Advantage. *Jurnal Manajemen Strategi*, 12(1), 20–28.
- Nugroho, A. D., Firmansyah, R., & Susilo, A. (2023). Kemitraan Strategis dan Efisiensi Operasional pada UMKM. *Jurnal Ekonomi Terapan*, 15(2), 99–112.
- Octaviani, F. L., & Cahyadi, E. R. (2022). Persaingan Platform Digital Layanan Pesan-Antar Makanan di Provinsi DKI Jakarta. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 8(3), 973–984. <https://doi.org/10.17358/jabm.8.3.973>
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2020). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Wiley.
- Pratama, A., & Setiawan, B. (2022). Market Diversification Strategies in Culinary SMEs. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 27(1), 65–78.
- Prasetyo, A., & Hidayat, D. (2022). Instagram as a Promotional Tool in Culinary Business. *Jurnal Teknologi dan Bisnis Digital*, 4(1), 50–60.
- Pratama, A., & Setiawan, B. (2022). Market diversification strategies in culinary SMEs. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 27(1), 65–78.
- Pratiwi, A., & Lestari, M. (2022). Service Quality Dimensions in Culinary Businesses. *Jurnal Pelayanan Jasa*, 8(1), 44–59.
- Prabowo, R., Maulana, A., & Yusri, D. (2022). Promosi Digital dan Database Konsumen pada UMKM Katering. *Jurnal Transformasi Digital*, 4(1), 41–55.
- Pramono, E., & Wahyuni, L. (2023). Strategi Digitalisasi Saluran Distribusi pada UMKM Kuliner. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 11(1), 21–30.
- Purinita, K. (2021). Analisis Model Bisnis Dengan Pendekatan Business Model Canvas Pada Kopikir Reborn Bandung. In *eProceedings of Management* (Vol. 8, Issue 6).



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Putri, N., & Anggraeni, I. (2021). Model Langganan Makanan Sehat untuk UMKM. *Jurnal Inovasi Bisnis Kuliner*, 3(1), 60–72.
- Putra, Y., & Nurhayati, R. (2023). Digital inventory optimization for cost reduction in F&B. *Journal of Business Innovation*, 5(2), 100–114.
- Rachmawati, E., & Pranoto, B. (2022). Wedding expo participation and marketing effectiveness. *Jurnal Pemasaran*, 17(3), 30–40.
- Rachmad, R. K. (2022). Implementasi Majamen Operasional Pada Bisnis Thrift Shop dan Cafe. *AOSCM: Articles on Operations and Supply Chain Management (OSCM)*, 1(1).
- Rachmawati, R., & Sulistyowati, R. (2022). Diversifikasi Pasar dan Stabilitas Pendapatan UMKM Katering. *Jurnal Manajemen Usaha*, 14(2), 133–145.
- Rahman, A., & Utami, S. (2021). Business collaboration and customer loyalty. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 14(1), 45–60.
- Rahardjo, F., Kartika, A., & Yuliani, T. (2020). Segmentasi Pasar Katering dan Peluang Bisnis Baru. *Jurnal Bisnis dan Inovasi*, 9(2), 110–121.
- Rahmawati, D., Sari, P., & Nugraha, D. (2020). Peran Freelancer dan Magang Digital Marketing dalam UMKM. *Jurnal Bisnis Digital*, 5(2), 88–99.
- Rahmawati, N., & Nugroho, R. (2021). Daily catering preferences after pandemic: A study in urban consumers. *Jurnal Gizi dan Pangan*, 16(2), 110–120.
- Rachmawati, E., & Pranoto, B. (2022). Wedding Expo Participation and Marketing Effectiveness. *Jurnal Pemasaran*, 17(3), 30–40.
- Rostiana, K., Bawono, G. T., & Vieri, D. (2024). Peran Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen : Studi Kasus pada McDonald ' s. *Ebisnis Manajemen*, 2(4), 60–67.
- Sari, D., & Putri, H. (2021). Inovasi Menu dan Kegiatan Pemasaran pada UMKM Katering. *Jurnal Ekonomi dan Pemasaran*, 14(1), 58–67.
- Sari, T. T., Ring, E., Anggraini, D. S., & Elda, H. N. (2025). Strategi Konten Digital Marketing dalam Meningkatkan Penjualan Produk DNY Skincare melalui Media Sosial. *JURNAL MANAJEMEN EKONOMI BISNIS HARAPAN*, 5(1), 1–12. <https://doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>
- Siagian, A. O., Riesmiyantiningtias, N., & Amalia, R. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SEPEDA MOTOR HONDA JAKARTA UTARA. *Equivalent: Jurnal Ilmiah Sosial Teknik*, 3(1), 27–36. <https://doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>
- Sihotang, V. (2021). *Strategi Pengembangan Bisnis Perusahaan Kemasan Makanan Menggunakan Swot-Ahp-Bmc (Studi Kasus: PT X)*.
- Setiawan, I., & Hapsari, F. (2021). Cost Efficiency in Culinary MSMEs: A Strategic Approach. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 19(1), 77–88.
- Setiawan, R., & Harjanto, T. (2022). Consumer Preferences in Catering Services: Beyond Taste. *Jurnal Manajemen Pelayanan Publik*, 10(1), 65–75.
- Sugiharto, H., & Winarto, B. (2022). Diversifikasi Pendapatan UMKM Katering: Strategi Hadapi Permintaan Musiman. *Jurnal Wirausaha dan Inovasi Bisnis*, 7(1), 88–97.
- Sukmal, J., & Rusdi, M. (2025). *Pengaruh Kualitas Makanan Dan Pengiriman Tepat Waktu Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Pelanggan Di*



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Pusat Oleh-Oleh Umbul Mas Labuhanbatu Selatan Abstrak Pendahuluan.* 8(2).
- Sumarsid, & Paryanti, A. B. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1), 70–83. <https://doi.org/10.35968/m-pu.v12i1.867>
- Sutanto, A., Widodo, R., & Lestari, M. (2021). Multi-Channel Marketing Strategies in SME Food Services. *Jurnal Riset Bisnis dan Ekonomi*, 9(2), 144–155.
- Susanti, V., & Lestari, I. (2022). Influence of active social media on consumer interest and loyalty in food service. *Jurnal Pemasaran*
- Teece, D. J. (2020). Business Models and Dynamic Capabilities. *Long Range Planning*, 53(4), 101–114.
- Wang, H. (2023). Revenue Model Innovation in Culinary MSMEs. *International Journal of Small Business & Enterprise Research*, 31(2), 52–67
- Wang, Y., & Shi, J. (2023). Building SME resilience through strategic risk planning. *International Journal of Operations & Production Management*, 43(1), 112–128
- Wibowo, S. (2022). Pengaruh Konten Digital Terhadap Kesadaran Merek UMKM. *Jurnal Pemasaran dan Komunikasi*, 7(1), 27–35.
- Widiyanti, E., & Nugroho, B. (2021). Operational risks in peak seasons of catering business. *Jurnal Industri Makanan*, 6(2), 35–42.
- Wijaya, R., & Lestari, K. (2020). The effect of PSBB on catering business in urban areas. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 55–62.
- Wulandari, R., & Sutopo, B. (2021). Social media engagement in catering services. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 10(3), 90–98.
- Wulandari, R., & Sutopo, B. (2021). Social Media Engagement in Catering Services. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 10(3), 90–98.
- Wulandari, M., & Saputra, D. (2020). Strategi Loyalitas Konsumen pada UMKM Makanan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 18(1), 44–56. *Digital*, 5(2), 45–58.
- YUDHA, M. M. (2022). *ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA DENGAN PENDEKATAN BUSINESS MODEL CANVAS DI RESTORAN AYAM PANGGANG X DEPOK MELLISA.*
- Yulianti, D., & Prasetyo, M. (2021). The impact of COVID-19 on F&B SMEs in Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 26(3), 105–118.
- Yusri, M. I., Ilyas, Y., & Muhaimin. (2022). Pengaruh Pemberian Motivasi Dan Pengalaman Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pt Suluh Dwipantara. *Journal of Educational and Language Research (JOEL)*, 2(3), 359–368.