

Tri Atminingsih Azizah Nur, Ikhsan Gunadi, Reformulasi Strategi Pengembangan Usaha ..... SINTEKS, Vol 13  
No. 1, 84-92

## REFORMULASI STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA RUMAH MAKAN LOWKEY

Tri Atminingsih Azizah N<sup>1</sup>, Ikhsan Gunadi<sup>2</sup>

Sekolah Tinggi Teknik Multimedia Internasional Malang

Penulis korespondensi: nura90817@gmail.com

### ABSTRAK

Berbisnis kuliner dianggap sebagai peluang yang menarik dan dapat dijalankan oleh siapa saja, menjadikan perkembangan dan persaingan dalam industri ini semakin meningkat setiap tahunnya. Untuk mencapai perkembangan bisnis, pemilik usaha perlu mempertimbangkan strategi yang efektif. Peningkatan jumlah pelanggan, penjualan, kepuasan karyawan, dan peluang yang diperoleh dapat dipengaruhi oleh strategi pengembangan usaha yang penting dalam hal ini. Menariknya, sektor bisnis kuliner terus mengalami perkembangan dan persaingan di dalamnya semakin sengit setiap tahunnya. Diperlukan strategi bagi pemilik usaha agar bisnisnya dapat tumbuh dan berkembang dengan baik, oleh karena itu perlu dipikirkan bagaimana cara untuk mencapai hal tersebut. Strategi pengembangan bisnis ini memiliki signifikansi karena dapat mempengaruhi pertumbuhan jumlah pelanggan, pendapatan penjualan, kepuasan karyawan, serta mendapatkan peluang baru. Studi ini dilakukan dengan tujuan memahami taktik yang telah diterapkan oleh Rumah Makan Lowkey dan untuk mengidentifikasi perubahan yang mungkin dilakukan dalam strategi pengembangan mereka. Penulis memanfaatkan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode penelitian yang bersifat deskriptif. Mengumpulkan informasi dilakukan melalui berbagai metode seperti pengamatan, wawancara, referensi tertulis, dan penyimpanan dokumen. Dalam penelitian ini, digunakan metode Soft System Methodology dengan bantuan analisis CATWOE sebagai alat analisis. Dari riset yang dilakukan, terungkap bahwa fokus strategi yang diterapkan di Rumah Makan Lowkey berpusat pada faktor harga dan mutu produk. Rumah Makan Lowkey dapat membuat SOP tertulis, mengadakan pelatihan rutin untuk karyawan, menjalin kerja sama dengan mitra usaha, dan sering melakukan promosi melalui media sosial berdasarkan reformulasi yang telah dihasilkan. Penyusunan kembali strategi yang dihasilkan melalui penerapan metode SSM dengan menggunakan alat analisis CATWOE, dapat menghasilkan sebuah rencana strategi yang mempertimbangkan kepentingan semua pihak terlibat dalam permasalahan tersebut.

**Kata Kunci:** Strategi, Pengembangan usaha, Rumah Makan, SSM

### ABSTRACT

The culinary industry is thought to be an exciting and viable opportunity for anyone, making the growth and competition in the industry grow steadily each year. To achieve business growth, business owners need to consider effective strategies. The increased number of customers, sales, employee satisfaction, and opportunities acquired can be influenced by important business development strategies in this regard. Interestingly, the culinary business sector continues to grow and the competition within it is intense each year. Strategy is needed for business owners to grow and grow properly, so it needs to be considered how to achieve that. This business development strategy has significance because it can affect the growth of the number of customers, sales revenues, employee satisfaction, and get new opportunities. These studies are conducted with the aim of understanding tactics that the lowkey dining house has adopted and to identify possible changes in their development strategies. A qualitative approach using a descriptive study method. Collecting information is done through various methods such as observation, interviews, written references, and document storage. In the study, soft system surveys are used with catchable analysis CATWOE. Research revealed that the focus of the strategy applied to the lowkey meal centered on the price and quality factors of the product. The lowkey restaurant can make soup written, perform regular training for employees, cooperate with partners, and often promote via social media based on reformulations that have been produced. A realignment of the strategy produced through the application of the SSM method using the cataloging tool could result in a strategy that considers the interests of all parties involved in the problem.

**Keywords:** Strategy, Business Development, Restaurant, SSM

## I. PENDAHULUAN

Berbisnis kuliner dianggap sebagai usaha yang menggiurkan yang tidak akan mati karena perubahan zaman. Alamsyah (2008) mengatakan bahwa bisnis kuliner adalah suatu bisnis yang sangat mudah dan dapat dijalankan siapa pun, sehingga entry barrier atau penghalangnya tidak ada dan bisa dilakukan oleh siapa pun, sehingga entry barrier atau penghalangnya tidak ada. bahwa berbisnis rumah makan pada dasarnya berpeluang tinggi dalam memberikan keuntungan dan akan selalu berkembang. Namun semakin menjanjikan usaha tersebut, maka tingkat persaingannya juga akan semakin ketat. Pemilik usaha usaha bertanggung jawab untuk mencari peluang, memotivasi diri, dan menciptakan ide-ide baru dalam mengembangkan usahanya (Anoraga, 2007).

Strategi pengembangan usaha ini penting karena dapat berpengaruh pada peningkatan jumlah pelanggan, penjualan, kepuasan karyawan, dan mendapatkan peluang. Strategi pengembangan usaha juga berguna untuk mengenali peluang mana yang sejalan dengan tujuan jangka panjang dari bisnis yang dimiliki. Menurut Hendro (2011) Dalam memformulasikan sebuah strategi pengembangan usaha, pendekatan yang dipakai adalah *Soft System Methodology*. Metode ini pertama kali dikemukakan oleh Tim akademisi dari Universitas Lancaster yang dipimpin oleh Prof. Gwily Jenkins pada tahun 1966. Kemudian mengalami pengembangan oleh Peter Checkland pada tahun pada tahun 1969. *Soft System*

*Methodology* (SSM) adalah teknik yang digunakan untuk menganalisis dan mencari solusi atas sistem aktivitas manusia. SSM berfokus pada perspektif stakeholder, sehingga informasi yang dihasilkan nantinya sesuai dengan kebutuhan setiap stakeholder yang terlibat. Adapun alat bantu yang digunakan yaitu CATWOE Analysis oleh David Smyth 1975. CATWOE (*customers, actor, transformation, world view, owner, dan environmental constraints*) digunakan untuk menghasilkan pemahaman menyeluruh tentang bagaimana setiap tindakan yang diajukan dapat mempengaruhi pihak lain.

Berdasarkan pada latar belakang tersebut, maka penulis mengambil penelitian dengan judul **"Reformulasi Strategi Pengembangan Usaha Pada Rumah Makan Lowkey"**

## II. METODE PENELITIAN

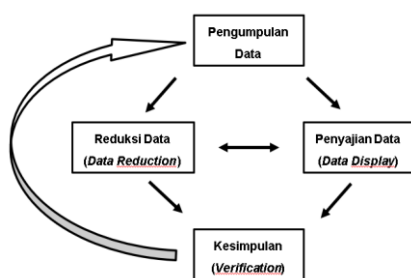
Penulis mengadopsi pendekatan kualitatif dalam penelitian deskriptif ini. Dalam menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, hasil analisis data tidak direpresentasikan dalam angka atau statistik, melainkan dijelaskan atau digambarkan melalui uraian naratif mengenai situasi atau kondisi yang sedang diteliti (Margono, 2003).

Wawancara dilakukan kepada beberapa narasumber, termasuk pemilik Rumah Makan Lowkey, karyawan, dan pelanggan, untuk mendapatkan data primer yang digunakan. Selain itu, penulis juga menggunakan informasi yang sudah ada sebelumnya, termasuk buku-buku

Tri Atminingsih Azizah Nur, Ikhsan Gunadi, Reformulasi Strategi Pengembangan Usaha ..... SINTEKS, Vol 13 No. 1, 84-92

tentang perencanaan strategi pengembangan, laporan dari penelitian sebelumnya, dan berita-berita terkait UMKM di Kota Malang.

Metode pengumpulan data yang dipakai meliputi observasi, wawancara, pencatatan dokumen, dan kajian literatur. dengan menggunakan pendekatan model Miles dan Huberman dalam analisis data, proses analisis data dilakukan secara berkelanjutan dan melibatkan interaksi yang berkesinambungan hingga data tersebut selesai, sehingga berpotensi terjadi kejenuhan pada data tersebut. Aktivitas dalam analisis data yaitu data reduction, data display, dan Verification.



**Gambar 4. Alur analisis data menurut Miles & Huberman (2013)**

### III. TINJAUAN PUSTAKA

Dalam pandangan Rachmat (2014), proses merumuskan strategi melibatkan mengidentifikasi misi organisasi, menetapkan tujuan yang diinginkan, mengembangkan strategi, dan menetapkan pedoman kebijakan. Sutadji (2010) beranggapan bahwa formulasi yang baik adalah formulasi yang bersifat rasional berdasarkan pertimbangan yang matang dan logis, fleksibel untuk diterapkan pada tempat, waktu dan keadaan apa pun, serta dapat dilaksanakan secara berkelanjutan.

Yunus (2016) mengemukakan bahwa Manajemen strategi adalah serangkaian tindakan

pengambilan keputusan yang fundamental dan komprehensif, yang melibatkan penentuan langkah-langkah implementasinya. Tindakan ini diinisiasi oleh pimpinan dan dijalankan oleh seluruh anggota organisasi dengan tujuan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Manajemen strategi dibangun oleh seluruh fungsi atau departemen terkait, di mana tujuan dari setiap fungsi harus tercapai yang mana nantinya akan mengarah pada suatu tujuan manajemen organisasi (Sabariah, 2016). Pada intinya, manajemen strategi adalah tentang mengenali tujuan organisasi, aset yang dimiliki, dan cara terbaik dalam mengelola aset tersebut dengan efektif dan efisien untuk mencapai tujuan akhir. Pada intinya, manajemen strategi adalah tentang mengenali tujuan organisasi, aset yang dimiliki, dan cara terbaik dalam mengelola aset tersebut dengan efektif dan efisien untuk mencapai tujuan akhir.

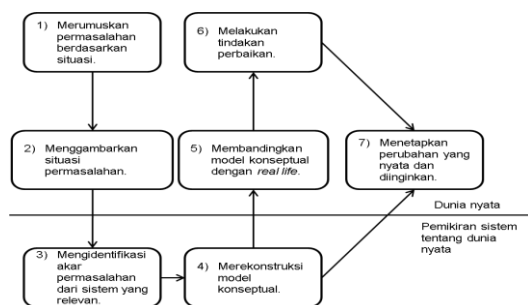
Menurut (Brown & Petrello, 2004) pengembangan bisnis merupakan sebuah entitas yang menghasilkan produk dan layanan yang diperlukan oleh masyarakat. Peningkatan usaha adalah segala upaya yang dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan laba, produksi, layanan, atau potensi sebuah organisasi (Anoraga, 2007). Ada berbagai macam alasan yang melatarbelakangi seorang wirausaha melakukan pengembangan terhadap bisnis yang mereka miliki, salah satunya yaitu perkembangan teknologi, adanya perubahan selera konsumen, persaingan yang semakin ketat, adanya kapasitas mesin yang berlebih, dan adanya keinginan untuk meningkatkan laba.

Rumah makan merupakan istilah untuk menyebut usaha gastronomi yang menyajikan hidangan dengan tarif tertentu, dan menyediakan

Tri Atminingsih Azizah Nur, Ikhsan Gunadi, Reformulasi Strategi Pengembangan Usaha ..... SINTEKS, Vol 13 No. 1, 84-92

tempat disertai pelayanan kepada masyarakat untuk dinikmati. Amirullah (2005) mendefinisikan usaha sebagai tindakan untuk menciptakan barang dan jasa yang berharga, serta melakukan transaksi dengan pelanggan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka dengan tujuan memperoleh laba. Dengan melihat perkembangan penduduk dan banyaknya orang yang lebih suka makan di luar rumah, tentunya menjadi peluang yang menjanjikan untuk membuka usaha rumah makan.

SSM, merupakan suatu pendekatan yang dikembangkan oleh Peter Checkland yang digunakan untuk menganalisis dan mencari solusi dalam menangani suatu permasalahan. Proses analisis dilakukan dengan metode tertata dimana situasi dipelajari menggunakan berbagai model tindakan yang bertujuan untuk memberikan informasi dan mendorong diskusi tentang situasi tersebut dan bagaimana meningkatkannya (Checkland & Poulter, 2006).



**Gambar 1. Tujuh tahapan pada SSM**

CATWOE dikembangkan oleh David Smyth pada tahun 1975 sebagai pengembangan dari Soft System Methodology (SSM) yang terlebih dikembangkan oleh Peter Checkland. Khanka (2014) mengatakan bahwa Analisis CATWOE merupakan metode analisis bisnis yang menggunakan pendekatan tertentu untuk mengenali permasalahan dalam bisnis, memahami

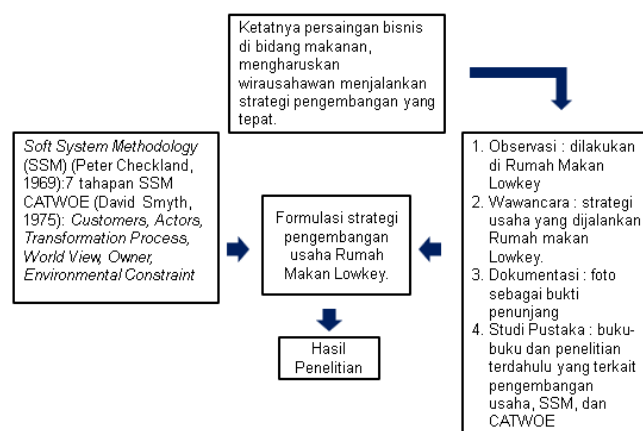
sudut pandang berbagai pihak yang terlibat, dan dampak yang mungkin timbul terhadap tujuan bisnis. Selain itu, analisis ini juga bertujuan untuk menemukan solusi yang dapat mempengaruhi pihak-pihak yang terlibat.

**Tabel 3 Elemen-elemen CATWOE analysis**

|                                  |                                                                         |
|----------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|
| <i>Customer</i>                  | Orang yang berpengaruh atau dipengaruhi oleh proses atau sistem.        |
| <i>Actors</i>                    | Orang yang berperan dalam aktivitas bisnis.                             |
| <i>Transformation Process</i>    | Proses dan perubahan.                                                   |
| <i>World View</i>                | Dampak penerapan suatu proses atau sistem.                              |
| <i>Owner</i>                     | Pemilik dari proses atau sistem.                                        |
| <i>Environmental Constraints</i> | Kendala lingkungan yang melingkupi proses atau sistem dan implikasinya. |

#### IV. METODELOGI PENELITIAN

Pada penelitian ini, kerangka pemikiran sebagai berikut:



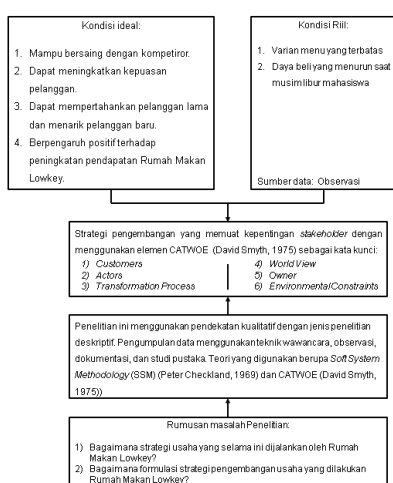
**Gambar 3 Kerangka Pemikiran**

Penelitian ini bertujuan untuk membuat formulasi strategi pengembangan usaha yang dapat diterapkan di Rumah Makan Lowkey. Tujuan ini berawal dari munculnya sebuah masalah utama yaitu ketatnya persaingan bisnis dibidang makanan, khususnya UMKM, sehingga diperlukan sebuah strategi pengembangan yang tepat agar usaha Rumah Makan Lowkey dapat bertahan dan

Tri Atminingsih Azizah Nur, Ikhsan Gunadi, Reformulasi Strategi Pengembangan Usaha ..... SINTEKS, Vol 13 No. 1, 84-92

tidak akan kalah dari kompetitornya. Untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik observasi, wawancara, dokumentasi, serta studi pustaka.

Adapun Kerangka konseptual adalah keterkaitan antara teori atau konsep yang mendukung dalam penelitian yang digunakan sebagai pedoman dalam menyusun penelitian secara sistematis.



**Gambar 2 Kerangka Konseptual**

## V. TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi usaha yang selama ini dijalankan oleh Rumah Makan Lowkey.
2. Untuk mengetahui reformulasi strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh Rumah Makan Lowkey.

## VI. LOKASI PENELITIAN

Tempat penelitian yang dilakukan penulis berada di Rumah Makan Lowkey. Jarak dan lokasi yang mudah diakses menjadi salah satu pertimbangan penulis dalam memilih Rumah Makan Lowkey di Kota Malang sebagai lokasi dari

penelitian yang akan dijalankan. Akses jalan ke rumah makan Lowkey terbilang mudah dijangkau, karena lokasi rumah makan Lowkey berada dekat dengan Jl. Borobudur – Jl. Soekarno Hatta yang mana merupakan salah satu jalan utama di Kota Malang.

## VII. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa.

1. Strategi yang dijalankan di Rumah Makan Lowkey ada 2, strategi Harga dan strategi kualitas produk. Strategi tersebut mampu menarik minat konsumen untuk mencoba membeli produk yang dijual. Walaupun kedua strategi tersebut dikatakan ampuh, ditemukan sebuah masalah yang timbul akibat adanya perubahan rasa pada produk tertentu yang tidak sesuai dengan selera konsumen. dan produk yang di pesan konsumen berbeda dengan apa yang mereka terima.
2. Reformulasi strategi pengembangan yang dapat dijalankan di Rumah Makan Lowkey adalah dengan melakukan pembuatan SOP tertulis, pengadaan pelatihan karyawan secara rutin, membangun kerja sama dengan mitra usaha, dan sering melakukan promosi dengan memanfaatkan media sosial.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adji, J., & Samuel, H. (2014). Pengaruh Satisfaction dan Trust Terhadap Minat Beli Konsumen (Purchase Intention) Di Starbucks The Square Surabaya. *Manajemen Pemasaran Petra*, 2/TH.1, (hal. 1–10)
- Afdhal, Della Asmaria Putri, & Resadana Yusran. (2023). *Manajemen; Dasar, Pengertian dan Masalah*. Bumi Aksara: Padang.



Tri Atminingsih Azizah Nur, Ikhsan Gunadi, Reformulasi Strategi Pengembangan Usaha ..... SINTEKS, Vol 13 No. 1, 84-92

Ahmad. (2020). *Manajemen Strategis*. Nas Media Pustaka: Makassar.

Alamsyah, Y. (2008). *Bangkitnya Bisnis Kuliner Tradisional: Meraih Untung dari Bisnis Masakan Tradisional Kaki Lima Sampai Restoran*. Elex Media Komputindo: Jakarta.

Alma, B. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Edisi Revisi). Alfabeta.

Ambarwati, R., & Supardi. (2021). *Manajemen Operasional dan Implementasi dalam Industri*. Pustaka Rumah Cinta: Magelang.

Amirullah. (2005). *Pengantar Bisnis*. Graha Ilmu: Yogyakarta.

Ande, D. F. (2023). *Understanding Porter's Business Strategy and its Implementation on Tourism Industry A literature Review Approach*. SONPEDIA publishing Indonesia: Jambi.

Andriyani, D., Nurzaitun, Safira, S., & Barunea, S. A. (2022). Pengaruh permintaan dan Harga Barang Substitusi Terhadap Pendapatan Pedagang Ikan Bandenga di Kota Lhoksumawe. *Ekonomi Pertanian*. 0 5, Mei, (hal. 1–5)

Anggereni, N. W. E. S. (2018). Pengaruh Pelatihan Terhadap Kinerja Karyawan Pada Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Kabupaten Buleleng. *Pendidikan Ekonomi*, 10/TH.02, September, (hal. 600–615)

Anoraga, P. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Rineka Cipta: Jakarta.

Arif, M. (2016). *Rancangan Teknik Industri*. Deepublish: Yogyakarta.

Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta: Jakarta.

Assauri, S. (2004). *Manajemen produksi dan operasi*. FE-UI: Jakarta.

Bell, S. J. & James. (2006). Coping With Customer Complaints. *Journal of Service Research*, 08/TH.3, Februari, (hal. 221-233).

Bilson, S. (2011). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. PT. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.

Bogdan, R. (2007). *Qualitative Research For Education*. PHI Learning Private Limited: New Delhi.

Bogdan & Taylor. (2012). *J.Moleong, Lexy. 1989. Metodologi Penelitian Kualitatif*. Rineka Cipta: Bandung.

Brown, R. D., & Petrello, G. J. (2004). *Introduction to Business, An Integration Approach*. IRWIN: Beverly Hills.

Cadle, J., Debra Paul, & Paul Turner. (2010). *Business Analysis Techniques 72 Essential Tools for Success*. British Computer Society: British.

Catur, T., & Widiyastuti, T. (2018). Analisis Citra Perusahaan terhadap Keputusan Pembelian Motor Merek Yamaha di CV Alvina Indah Motor Blitar. *Program Studi Manajemen STIE Kesuma Negara*, 3/TH. 02, Mei, (hal. 161–168)

Checkland, P. (2000). *Systems thinking, systems practice*. Ohn Wiley: Chichester.

Checkland, P. & Poulter. (2006). *Learning for Action: A Short Definitive Account of Soft Systems Methodology and Its Use for Practitioners, Teachers and Students*. Wiley: Hoboken.

David, F. R. (2004). *Manajemen Strategi: Konsep-konsep* (sembilan). PT Indeks Kelompok Gramedia: Jakarta.

Dew, T. T., & Himawan, A. F. I. (2022). Analisis Double Check Agar Tidak Terjadi Revisi Purchase Order Pada PT. X. *Manajemen Bisnis*, 5/TH. 02, Agustus, (hal. 427–454)

Dewi, K. A. R., Setiawan Mandala Putra, Juliana Kadang, & Universitas Tadulako. (2023). Strategi Pengembangan Usaha dalam Meningkatkan Pendapatan pada Usaha Ayam Geprek D&A. *Scientific Journal of Community Services*. 1/TH.01, April, (hal.61-72).

Esterberg, K. (2002). *Qualitative Methods in Social Research*. Mc Graw Hill: New York.

Fadhil, R., Sayed Mahdi, Fachruddin Fachruddin, & Putra Bahrumi. (2022). Analisis Minat Konsumen pada Warung Kopi di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia*, 28/TH.01, Januari, (hal. 103–113).

Faisal, S. (1990). *Penelitian Kualitatif, Dasar dan Aplikasi*. Y A3: Malang.

Farabi, M. A., Bujung, M. M., Putra, M. R. A. D., & Riftisah, N. (2022). The Effect Of Service Quality On Customer Satisfaction In Shaping Customers Loyalty Area MCDomald's Fast Food

Tri Atminingsih Azizah Nur, Ikhsan Gunadi, Reformulasi Strategi Pengembangan Usaha ..... SINTEKS, Vol 13 No. 1, 84-92

Outlet's In The Jabodetabek Area. *Indonesian Marketing*, 2/TH, 02, September, (hal. 120). Malang

Fauzi, M. R., & Mandala, K. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *Ekonomi dan Bisnis*. 8/TH. 01, Maret, (hal. 6741–6761).

Febrian, F. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Lembur Batik. *Ilmu Ekonomi*, 13/TH. 01, April, (hal. 41–55).

Gumelar, K. T., Waluyo, H. D., & Suryoko, S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Varian Menu, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Administrasi Bisnis*. 5/TH. 01, Desember, (hal. 164–173).

Gunarsih, C. M., Kalangi, & Tamengkel. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Administrasi Bisnis*, 2/TH. 01, Maret, (hal. 69–72).

Haris, A. (2021). *Principles Of Management*. Zifatama Jawara: Bandung.

Harper, B. (2000). *Produk kreatif dan kewirusahaan*. Erlangga: Madura.

Hartomo, & Luterlean. (2020). Pengaruh Pelatihan Terhadap Kinerja Karyawan Kantor Pusat PT. POS Indonesia (Persero) Bandung. *Administrasi Bisnis*, 4/TH. 01, Januari, (hal. 200–207).

Hendro. (2011). *Dasar-Dasar Kewirausahaan*. Erlangga.: Jakarta.

Hidayatullah, H. (2011). SSM, Sebuah Pendekatan Holistik Untuk Kegiatan Aksi (LEARNING FOR ACTIONS). *Sosiologi Islam* .01/TH.02, Oktober, (hal. 110-116)

Hudha, A. N. (2018). *Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Minat Beli (Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Kuliner Pada Followers Akun @kulinerdisolo di Kota Surakarta Periode Maret – Juni 2018)*. Ilmu Komunikasi. Program studi Ilmu Komunikasi. Surakarta.

Humaizar. (2010). *Manajemen Peluang Usaha*. Dian Anugerah PerkasaL: Bekasi.

Hutagaol, J. (2007). *Perpajakan Isu-Isu Kontemporer*. Graha Ilmu: Jakarta.

Jasfar, F. (2011). *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*. Ghalia Indonesia: Jakarta.

Jesus, Dr. F. S. D. & Lexler Tolentino. (2022). Analysis of Small Food Businesses in San Leonardo Nueva Ecija using Creative Marketing: Basis for Development of Business Plan. *International Journal for Research in Applied Science and Engineering Technology*, 10/TH. 8, Agustus, (hal.246–258).

Johar, R. & Latifah Hanum. (2016). *Strategi Belajar Mengajar*. Deepublish: Yogyakarta.

John, F. (2000). The resource-based view of the firm: Some stumbling-blocks on the road to understanding sustainable competitive advantage. *Industrial Training*, 24/TH. 02/03/04), Maret, (hal.94-104).

Jones, G. (2022). *Taking a Porter View: why strategy Drives Project*. (<https://www.pmworl360.com/taking-a-portfolio-view/>, Diakses pada 12 Agustus 2023)

Khairiah, N., Siti Hajar, Dedi Amriza, Jehan Ridho Izharsyah, & Ananda Mahardika. (2022). *Perencanaan Pembangunan Daerah Dan Kebukaan Daerah 2021*. umsu press: Medan.

Khanka. (2014). *Business Ethics and Corporate Governance (Principles and Practices)*. S CHAND & Company Limited: India.

Kind, S. & Dodo Zu Knyphausen. (2007). *What is "Business Development"? — The Case of Biotechnology*. (<https://doi.org/10.1007/BF03396747>, diakses pada Juni 2023)

Kotler & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran* (12 ed.). Erlangga: Jakarta.

Kotler, P. (2003). *Manajemen Pemasaran*. Indeks kelompok Gramedia: Jakarta.

Kurniawati, S. N., Abdusysyaid, S., & Sugiharto, E. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Rumah Amplang "Barokah" Kelurahan Loktuan Kecamatan Bontang Utara. *Pembangunan Perikanan dan Agribisnis*. 10/TH. 01, (hal. 80-90).

Laksana, F. (2008). *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis*. Graha Ilmu: Yogyakarta.

Malang Satu Data. (2023). *Data Koperasi Usaha Kecil dan Menengah*. (<https://satudata.malangkota.go.id/publik/filter?bid>

Tri Atminingsih Azizah Nur, Ikhsan Gunadi, Reformulasi Strategi Pengembangan Usaha ..... SINTEKS, Vol 13 No. 1, 84-92

ang=Koperasi%20Usaha%20Kecil%20dan%20Menengah, diakses pada Maret 2023).

Margono, S. (2003). *Metodologi Penelitian Pendidikan Cet 2*. Rineka Cipta: Jakarta.

Marshall, C. & Gretchen B Rossman. (2006). *Designing Qualitative Research* (2 ed.). Sage Publications, Inc: United States Of America.

Marsum, W. A. (2005). *Restoran dan segala permasalahannya* (IV). Andi Offset: Yogyakarta.

Maryati, & Khoiri. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Ekonomi dan Bisnis*, 11/TH.01, Juli, (hal. 542–550)

Miles, M. B., & Huberman, M. (2013). *Qualitative Data Analysis*. Sage Publications: London.

Momentum.com. (2023, Januari 3). *Bapenda Kota Malang Catat Pajak BPHTP dan Resto Alami Kenaikan di Akhir Tahun 2023*. (Momentum.com. <https://momentum.com/bapenda-kota-malang-catat-pajak-bphtp-dan-resto-alami-kenaikan-di-akhir-tahun-2022>, diakses pada Juni 2023)

Mustofa, M. L. (2012). *Monitoring dan Evaluasi*. UIN-MALIKI Press: Malang.

Nabilla, D. R., & Hasin, A. (2022). Analisis Efektivitas Penerapan Standard Operating Procedure (SOP) pada Departemen Community & Academy RUN System (PT Global Sukses Solusi Tbk). *Department of Managemen*, 1/TH. 06, (hal. 58–75).

Naidah & Yanti. (2017). Pengaruh Pelatihan Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pelabuhan Indonesia IV (PERSERO) Makassar. *Ekonomi dan Bisnis*, 13/TH. 02, (hal. 102–112).

Nasution. (2003). *Buku Penuntun Membuat Thesis, Skripsi, Disertasi, Makalaj*. Tarsito: Bandung.

Nawawi, H. (2005). *Penelitian Terapan*. :Gajah Mada University Press: Yogyakarta.

Nazir, M. (2013). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia: Bogor.

Nisa, S. C. (2022). *Pengembangan Usaha: Pengertian, Tujuan, Jenis dan Strateginya* (online). (<https://www.teknatekno.com/23843/pengembangan-usaha-menurut-para-ahli.html>, diakses pada Agustus 2023)

Nuraini, F. (2020). *Standart Operating Procedure Cara Praktis dan Efektif Menerapkan SOP di Segala Macam Bisni* (1 ed.). Quadrant: Yogyakarta.

Paselle, E. (2013). *Perencanaan Pembangunan Partisipatif: Studi Tentang Efektivitas Musrenbang Kec. Muara Badak Kab.Kutai Kartanegara*. 2. *Imu Administrasi Negara*, 02/TH.01, (hal. 10-12)

Purwanto. (2011). Strategi Bersaing Untuk Mengoptimalkan Kapasitas Produksi Studi Kasus pada PT. Jaya Indah Casting, Bekasi. *Manajemen*, 12/TH. 02, (hal. 154–179).

Putra, D. R. S. (2022). *Manfaat Sertifikasi Profesi* (Online). (<https://rivierapublishing.id/blog/manfaat-sertifikasi-profesi/#:~:text=Dengan%20memiliki%20sertifikasi%2C%20individu%20dapat%20merasa%20lebih%20yakini%20dengan%20kemampuan,dan%20efektivitas%20dalam%20pekerjaan%20mereka,> diakses pada April 2024)

Qurtubi, A. (2020). *PERILAKU ORGANISASI* (2 ed.). Jakad Media Publishing: Surabaya.

Rachmat. (2014). *Manajemen Strategik*. Pustaka Setia: Bandung.

Radar Malang. (2023, Maret 20). *Realisasi Pajak Daerah di Kota Malang, Ini Rinciannya* (online). (Jawa Post Radar Malang. <https://radarmalang.jawapos.com/malang-rayakota-malang/20/03/2023/realisasi-pajak-daerah-di-kota-malang-ini-rinciannya/>, diakses pada Juni 2023)

Rangkuti, F. (2006). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.

Sabariah, E. (2016). *MANAJEMEN STRATEGIS*. Pustaka Pelajar: Yogyakarta.

Saraturrahmi, H. J. (2018). Pengaruh Modal dan Permintaan Terhadap Pendapatan Pedagang Ikan Tongkol Lisong di Kota Lhokseumaw. *Ekonomi Pembangunan*, 1/TH. 1, (hal. 1–6).

Sari, R. M. & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Manajemen Ekonomi dan Akuntansi*, 5/TH. 03, Desember, (hal. 1171–1184).



Tri Atminingsih Azizah Nur, Ikhsan Gunadi, Reformulasi Strategi Pengembangan Usaha ..... SINTEKS, Vol 13 No. 1, 84-92

Sedjati, R. S. (2015). *Manajemen Strategis*. Deepublish: Yogyakarta.

Shobaah, R., Heru Irianto, & Kusnandar. (2023). Formulation of Business Development Strategies in Gula Aren Temon SMEs in Pacitan District. *Journal of Universal Studies*, 3/TH. 5, Mei, (hal. 953–965).

Simamora, H. (2004). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (III). STIE YKPN: Yogyakarta.

Siswanto, & Widodo, M. (2024). Pengaruh Varian Menu dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Pak Qomar Sidayu Gresik. *Manajemen*, 17/TH. 1, (hal. 105–112).

Siswoyo, S. D. & Meutia Sistarani. (2020). *Manajemen Teknik (Untuk Praktisi Dan Mahasiswa Teknik)*. Deepublish: Yogyakarta.

Sridewi, N. (2020). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada Rumah Makan Sukma Rasa Labuapi Kabupaten Lombok Barat. *Ekonomi dan Bisnis Islam*. Tesis. Program Studi Ekonomi Syariah. Sarjana Universitas Negeri Mataram.

Stainback, S. (2005). *Mertens, Donna M. 2005. Understanding & Conducting Qualitative Research*. SAGE Publications: London.

Stephanie & K. Marrus. (2002). *Desain Penelitian Manajemen Strategik*. Rajawali Press: Jakarta.

Subagyo, A. (2007). *Studi Kelayakan Teori dan Aplikasi*. Elex Media Komputindo: Jakarta.

Sudaryono. (2015). *Pengantar Bisnis: Teori dan Contoh Kasus* (1 ed.). Andi Offset: Yogyakarta.

Sugiono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta: Bandung

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta: Bandung.

Sulfinadia, amda & Abrian Tanjung. (2022). *Pergeseran Strategi Pemasaran Kafe dan Kuliner di Sumatera Barat dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*. Deepublish: Sleman.

Sutadji. (2010). *Perencanaan dan Penelitian Sumber Daya Manusia*. Deepublish: Yogyakarta.

Sutrisno, C. L. (2015). Evaluasi Strategi Pengembangan Bisnis Pada PT Manunggal Suko Jaya Surabaya. *Manajemen*, 3/TH. 1, (hal. 633-641).

Tambunan, T. (2012). *Usaha mikro kecil dan menengah di Indonesia: Isu-isu penting*. LP3ES: Jakarta.

Teece, D. J. (2010). Business Models, Business Strategy and Innovation. *Long Range Planning*, 43/TH. 2–3, April, (hal. 172–194).

The SmartSims.com Team. (2000). *Mike's Bike: Integrated Business Learning Online* (2 ed.). Irwin/McGraw-Hil: York.

Togodly, E., Tarore, H. S., & Tumblir, T. M. (2018). Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Koperasi Serba Usaha Baliem Arabica di Kabupaten Jayawijaya. *Administrasi Bisnis*, 6/TH.1, (hal. 1–9).

Tondang, G. A., Nasution, M. L., & Dharma, B. (2023). Pengaruh Suasana Cafe, Harga, Variasi Menu Terhadap Minat Kunjungan Konsumen (Studi Kasus: Dbest Cafe Tuamang). *Ekonomi Syariah*, 6/TH. 1, (hal. 15–26).

Tsaniya, R., & Telagawathi, N. L. W. S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen di Kedai Kopi Nau Kecamatan Seririt. *Manajemen*, 5/TH. 1, (hal. 32–39).

Umar, H. (2013). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis*. Rajawali: Jakarta.

Wijaya, T. (2008). Kajian model empiris perilaku berwirausaha UKM DIY dan Jawa Tengah. *Manajemen dan Kewirausahaan*, 10/TH. 2, Maret, (hal. 93-103).

Wijayari, E. T. (2005). Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Mabel Rimba Sentosa Di Sukoharjo. *Manajemen Pemasaran*. 4/TH.01, Juni, (hal. 179-187)

Wijayati, H. (2019). *Panduan Analisis SWOT untuk Kesuksesan Bisnis*. Anak Hebat Indonesia: Surakarta.

Wilson, B. & Kees Van Haperen. (2017). *Soft Systems Thinking, Methodology and the Management of Change*. Palgrave Macmillan: New Jersey.

Yunus, E. (2016). *Manajemen Strategis*. Andi Offset: Yogyakarta.