

SKRIPSI

**ANALISIS *BUSINESS MODEL CANVAS* DAN SWOT
DALAM IMPLEMENTASI KONSEP *FARM-TO-TABLE*
PADA OMAH BINGEN INDRALAYA**

***ANALYSIS BUSINESS MODEL CANVAS AND SWOT
IN IMPLEMENTATION OF THE FARM-TO-TABLE CONCEPT
AT OMAH BINGEN INDRALAYA***



**Ghina Khoirunnisa
05011182126033**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2025**

SUMMARY

GHINA KHOIRUNNISA. Analysis Business Model Canvas and SWOT in Implementation of the Farm-To-Table Concept at Omah Bingen Indralaya (Supervised by **ERNI PURBIYANTI**).

This study aims to analyze the implementation of the Business Model Canvas (BMC) and SWOT analysis in applying the farm-to-table concept at Omah Bingen, Indralaya. Omah Bingen is the only café in the area that adopts the farm-to-table concept, which emphasizes delivering agricultural products directly to consumers' tables while promoting sustainability, the use of local products, and support for local farmers. This research uses a qualitative descriptive approach, with data collected through observation, interviews, and documentation. The analysis focuses on the nine BMC elements to map the business's actual condition, as well as a SWOT analysis to identify the strengths, weaknesses, opportunities, and threats in implementing this concept. The findings show that Omah Bingen has a strong value proposition related to sustainability and product quality and is able to build authentic relationships with its customers. However, challenges remain, such as limited seasonal raw materials and increasing competition in the local culinary industry. This study recommends strategies to improve operational efficiency, diversify seasonal menu offerings, and strengthen branding aligned with the principles of the Sustainable Development Goals (SDGs). These findings are expected to serve as a reference for developing sustainable business models based on local agribusiness.

Keywords: cafe, green business, SDGs, strategy, sustainability

RINGKASAN

GHINA KHOIRUNNISA. Analisis *Business Model Canvas* dan SWOT dalam Implementasi Konsep *Farm-to-Table* Pada Omah Bingen Indralaya (Dibimbing oleh **ERNI PURBIYANTI**).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan Business Model Canvas (BMC) dan analisis SWOT dalam mengimplementasikan konsep *farm-to-table* di Omah Bingen, Indralaya. Omah Bingen merupakan satu-satunya kafe di wilayah tersebut yang mengadopsi konsep *farm-to-table*, yakni penyediaan makanan dari hasil pertanian langsung ke meja konsumen dengan menekankan keberlanjutan, pemanfaatan produk lokal, dan dukungan terhadap petani setempat. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis dilakukan terhadap sembilan elemen BMC untuk memetakan kondisi aktual bisnis, serta SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam penerapan konsep ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Omah Bingen memiliki proposisi nilai yang kuat terkait dengan keberlanjutan dan kualitas produk, serta mampu membangun hubungan yang autentik dengan pelanggan. Namun, terdapat tantangan seperti keterbatasan bahan baku musiman dan persaingan bisnis kuliner yang semakin ketat di Indralaya. Penelitian ini merekomendasikan strategi peningkatan efisiensi operasional, diversifikasi menu berbasis musim, dan penguatan branding yang selaras dengan prinsip *Sustainable Development Goals* (SDGs). Temuan ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk pengembangan model bisnis berkelanjutan berbasis agribisnis lokal.

Kata kunci : cafe, *green business*, keberlanjutan, SDGs, strategi

SKRIPSI

**ANALISIS *BUSINESS MODEL CANVAS* DAN SWOT
DALAM IMPLEMENTASI KONSEP *FARM-TO-TABLE*
PADA OMAH BINGEN INDRALAYA**

**Diajukan Sebagai Syarat untuk Mendapatkan Gelar
Sarjana Pertanian pada Fakultas Pertanian
Universitas Sriwijaya**



**Ghina Khoirunnisa
05011182126033**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2025**

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS *BUSINESS MODEL CANVAS* DAN SWOT
DALAM IMPLEMENTASI KONSEP *FARM-TO-TABLE*
PADA OMAH BINGEN INDRALAYA**

SKRIPSI

Sebagai Syarat untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Pertanian
pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya

Oleh:

China Khoirunnisa
05011182126033

Indralaya, Juli 2025
Pembimbing


Dr. Erni Purbiyanti, S.P., M.Si.
NIP. 197802102008122001

ILMU ALAT PENGABDIAN

Mengetahui,

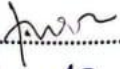
Dekan Fakultas Pertanian UNSRI



Dr. Ir. A. Muslim, M. Agr.
NIP. 196412291990011001

Skripsi dengan Judul "Analisis *Business Model Canvas* dan SWOT Dalam Implementasi Konsep *Farm-to-Table* Pada Omah Bingen Indralaya" oleh Ghina Khoirunnisa telah dipertahankan di hadapan Komisi Penguji Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya pada Tanggal 23 Juli 2025 dan telah diperbaiki sesuai saran dan masukan tim penguji.

Komisi Penguji

- | | | |
|--|------------|--|
| 1. Utan Sahiro Ritonga, S.P., M.Sc.
NIP. 198405052023211026 | Panitia | (..... ) |
| 2. Dr. Dessy Adriani, S.P., M.Si.
NIP. 197412262001122001 | Penguji | (..... ) |
| 3. Dr. Erni Purbiyanti, S.P., M.Si.
NIP. 197802102008122001 | Pembimbing | (..... ) |

Indralaya, Juli 2025
Ketua Jurusan
Sosial Ekonomi Pertanian



Dr. Dessy Adriani, S.P., M.Si.
NIP. 197412262001122001

PERNYATAAN INTEGRITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ghina Khoirunnisa

NIM : 05011182126033

Judul : Analisis *Business Model Canvas* dan SWOT Dalam Implementasi Konsep *Farm-to-table* Pada Omah Bingen Indralaya.

Menyatakan bahwa semua data dan informasi yang berada di dalam proposal skripsi ini merupakan hasil penelitian saya sendiri di bawah pembimbing, kecuali yang disebutkan dengan jelas sumbernya. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya unsur plagiasi dalam skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dari Universitas Sriwijaya.

Demikian pernyataan integritas ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak mendapat paksaan dari pihak manapun.



Indralaya, Juli 2025



Ghina Khoirunnisa

RIWAYAT HIDUP

Penulis lahir pada tanggal 1 Januari 2004 dengan nama lengkap Ghina Khoirunnisa. Lahir di Kotabumi Provinsi Lampung. Penulis merupakan anak kelima (bungsu) dari pasangan Bapak Hi M Faiz Suryanto S.pd dan Ibu Suwarsih serta memiliki 4 saudara Perempuan. Ayah penulis meninggal dunia pada Februari tahun 2023 ketika penulis sedang berkuliah di kampus Indralaya.

Penulis menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar di SDN 1 Bandar Kagungan Raya pada tahun 2015 lalu melanjutkan pendidikan ke SMPN Air Satan dan lulus pada tahun 2018, kemudian melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 1 Abung Semuli yang lulus pada tahun 2021. Dari tingkat pendidikan sekolah dasar sampai sekolah menengah Atas penulis aktif mengikuti organisasi seperti english club, fisika club, pramuka, teater dan kegiatan ekstrakurikuler lainnya. Pada tahun 2021 penulis dinyatakan lulus melalui jalur SNMPTN di Universitas Sriwijaya Fakultas Pertanian Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Program Studi Agribisnis.

Selama menjalani pendidikan di Universitas Sriwijaya, penulis aktif mengikuti organisasi kemahasiswaan mulai dari tingkat kedaerahan hingga Internasional. Mulai dari menjadi bagian Dinas Humas di HIMASEPERTA (Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian) dan KEMALA (Keluarga Mahasiswa Lampung), Penulis mengikuti Badan Eksekutif Mahasiswa baik tingkat fakultas pertanian hingga BEM UNSRI yang diamanhkah menjadi Sekertaris departemen Internal pada tahun 2023. Penulis juga memperluas relasi dengan ikut organisasi maupun komunitas tingkat nasional yaitu IBEMPI (Ikatan BEM Pertanian Indonesia), INSTARTER by PARAGON, Youth Ranger Indonesia, Inovasi mudadan Duta Aksi Nusantara Provinsi Sumatera Selatan. IAAS LC UNSRI juga menjadi bagian perjalanan organisasi penulis yang merupakan organisasi tingkat internasional. Penulis juga megukir prestasi dengan mengikuti lomba tingkat nasional dan Internasional. Tujuan penulis mengikuti berbagai kompetisi dan organisasi dikarenakan penulis ingin menggali lebih dalam potensi yang penulis miliki, dan melatih diri agar siap untuk terjun langsung ke dunia kerja yang sesungguhnya dengan pengalaman yang dimiliki.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT karena atas limpahan rahmat, hidayah, serta karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian di Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sriwijaya. Skripsi yang berjudul ***“Analisis Business Model Canvas dan SWOT dalam Implementasi Konsep Farm-to-table pada Omah Bingen Indralaya”*** ini merupakan bentuk nyata dari proses panjang pembelajaran, penelitian, dan refleksi yang penulis jalani dengan penuh dedikasi. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari tidak dapat melaluinya tanpa dukungan, doa, dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus kepada:

1. Allah Subhanahu wa Ta’ala, atas segala limpahan rahmat, kasih sayang, serta kekuatan yang terus-menerus diberikan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini. Penulis meyakini firman-Nya dalam QS. Al-Baqarah: 286: *“Allāhu lā yukallifu nafsan illā wus‘ahā”* “Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.” Dan juga dalam QS. Al-Insyirah: 5–6: *“Fa inna ma ‘al-‘usri yusrā. Inna ma ‘al-‘usri yusrā.”* Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Ayat-ayat ini menjadi penopang keyakinan bahwa setiap tantangan pasti disertai jalan keluar, dan setiap perjuangan yang dijalani dengan sabar akan berbuah manis atas izin-Nya. Semoga skripsi ini diridhai, diberkahi, dan memberi manfaat dunia serta akhirat.
2. Almarhum Bapak Hi M Faiz Suryanto S.pd, yang telah berpulang pada 2023. Terima kasih atas cinta, dukungan, dan semangat yang selalu di berikan. Sosok yang menginspirasi sekaligus mengapresiasi penulis untuk terus berprestasi. Senyum manis ketika mengantar kali pertama kekampus yang masih begitu jelas dalam ingatan menjadi pengingat di setiap langkah penulis. Semoga Allah SWT melapangkan jalan, menempatkannya di sisi terbaik-Nya,

dan semoga setiap ilmu dan pencapaian ini menjadi amal jariyah yang terus mengalir untuknya, Aamiin ya Rabbal alamin.

3. Ibu Hj. Suwarsih, sosok luar biasa yang dengan sabar dan penuh kasih menanti kabar penulis menyelesaikan studi. Terima kasih atas doa yang tak pernah putus, kesabaran yang luas, dan cinta yang selalu hadir. Semoga pencapaian ini menjadi bagian kecil dari kebanggaan yang layak Ibu rasakan, dan semoga penulis bisa terus menjadi anak yang di banggakan.
4. Faiz Family dan terkhusus 4 saudari penulis (Mbak Dhenik, Mbak Ita, Mbak Tina, Mbak Shofi) yang memberikan semangat dan harapan penulis untuk dapat segera mendapatkan gelar sarjana.
5. Ibu Dessy Adriani, S.P., M.Si., sebagai Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian (Agribisnis) Universitas Sriwijaya, terima kasih telah menjadi sosok yang bukan hanya pemimpin, tapi juga sumber inspirasi dan rekan berdiskusi. Terima kasih karena telah membuka ruang untuk penulis dapat lebih dekat, merasa didengar, dan diperlakukan bukan hanya sebagai mahasiswa, tapi sebagai pribadi yang dihargai.
6. Ibu Erni Purbiyanti, S.P., M.Si., sebagai dosen pembimbing, terima kasih atas kelembutan, kesabaran, dan perhatian yang Ibu berikan selama proses bimbingan. Terima kasih telah membimbing penulis dengan penuh ketulusan, serta memberikan semangat dan kepercayaan kepada penulis untuk mampu menyelesaikan skripsi ini.
7. Pihak Rektorat UNSRI dan Dekanat Fakultas Pertanian UNSRI yang memberikan kesempatan dan dukungan kepada penulis untuk dapat berprestasi dan mendapatkan pengalaman selama menjadi Mahasiswa.
8. Seluruh Dosen Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sriwijaya yang memberikan ilmu dan menjadi saksi proses belajar penulis hingga menyelesaikan studi.
9. Seluruh jajaran staff akademik jurusan Agribisnis (Ka Adi, Ka Ikhsan, Ka Ari, Mbak Dian) dan Fakultas Pertanian (Mbak Diani, Pak Udin, Kak Heri, dll) yang membantu penulis dalam proses administrasi selama masa studi

10. Kak Hen dan Kak Okta sebagai pemilik Omah Bingen yang memberikan kesempatan dan dukungan kepada penulis untuk menjadikan Omah Bingen sebagai Objek Penelitian sehingga skripsi ini dapat selesai.
11. Sahabat penulis, Azizah Tria Rahayu yang jauh disana. Wanita mandiri dengan ketulusannya menjadi teman suka duka penulis yang selalu ada dan mendukung penulis.
12. Kepada teman-teman satu almamater yang menjadi teman organisasi, teman diskusi, terima kasih sudah menjadi bagian dalam berproses yang berwarna dan penuh makna. Setiap momen yang memberikan pelajaran hidup yang tak ternilai. Semoga hubungan baik akan selalu terjaga dan dapat bertemu di lain waktu dengan cerita kesuksesan masing-masing.
13. Kepada angkatan Agribisnis 2021 (NARAGANTA 21), terkhusus AGB B layo 21 dan teman 1 Bimbingan yang telah berproses dan mengukir cerita bersama. Semoga takdir baik segera mempertemukan kita.
14. Ghina Khoirunnisa S.P., diriku sendiri yang telah melewati begitu banyak lika-liku, petualangan, dan proses panjang yang tidak selalu mudah. Terima kasih telah bertahan sejauh ini, tumbuh dalam setiap jatuh, dan terus belajar dalam setiap langkah. Selamat atas gelar yang didapat dan semoga tetap menjadi pribadi yang rendah hati, mencintai proses, dan terus berusaha menjadi orang baik yang menebar manfaat bagi banyak orang.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan, maka dari itu kritik dan saran yang membangun sangat dibutuhkan untuk membantu memperbaiki dan menyempurnakan penulisan di masa yang akan datang. Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak.

Indralaya, Juli 2025

Ghina Khoirunnisa

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan dan Kegunaan	6
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Konsepsi Agribisnis	7
2.2. Konsepsi Manajemen Rantai pasok	8
2.3. Konsepsi SDGs	9
2.4. Konsepsi Pertanian Berkelanjutan	11
2.5. Konsepsi <i>Farm-to-table</i>	13
2.6. Konsepsi <i>Business Model Canvas</i> (BMC)	17
2.7. Konsepsi SWOT	29
2.8. Konsepsi Matriks IFE dan EFE	30
2.9. Model Pendekatan	31
2.10. Hipotesis	32
2.11. Batasan Operasional	33
BAB 3. METODE PENELITIAN	36
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	36
3.2. Metode Penelitian	36
3.3. Metode Pengumpulan Data	36
3.4. Metode Pengolahan Data	37
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1. Gambaran Umum Omah Bingen	44
4.1.1. Latar Belakang Pendirian Omah Bingen	44
4.1.2. Visi Misi Omah Bingen	46

	Halaman
4.1.3. Struktur Organisasi Omah Bingen	47
4.2. Identifikasi Model Bisnis Omah Bingen.....	48
4.2.1. <i>Customer Segments</i>	49
4.2.2. <i>Value Proposition</i>	56
4.2.3. <i>Channels</i>	68
4.2.4. <i>Customer Relationship</i>	69
4.2.5. <i>Revenue Streams</i>	71
4.2.6. <i>Key Resources</i>	73
4.2.7. <i>Key Activities</i>	76
4.2.8. <i>Key Partnership</i>	78
4.2.9. <i>Cost Structure</i>	79
4.3. Analisis SWOT Terhadap BMC	85
4.3.1. Faktor Internal	88
4.3.2. Faktor Eksternal	90
4.3.3. Analisis Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE)	92
4.3.4. Analisis Matriks <i>Eksternal Factor Evaluation</i> (EFE).....	93
4.3.5. Analisis Kuadran SWOT.....	94
4.3.6. Matriks Pemetaan Strategi SWOT	96
4.3.7. Formulasi BMC Omah Bingen	102
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	106
5.1. Kesimpulan	106
5.1. Saran	107
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Relevansi <i>Farm-to-table</i> dan SDGs	14
Tabel 2.2. Kategori Bagian Dasar Bisnis	29
Tabel 3.1. Analisis SWOT Terhadap <i>Business Model Canvas</i>	38
Tabel 3.2. Matriks IFE	39
Tabel 3.3. Matriks EFE.	40
Tabel 3.4. Matriks Formulasi SWOT	42
Tabel 4.1. Daftar Sekolah Pelanggan Omah Bingen	50
Tabel 4.2. Daftar Kantor & Fasilitas Publik Sekitar Omah Bingen	50
Tabel 4.3. Rata-rata Pengunjung Omah Bingen	51
Tabel 4.4. Daftar Menu Omah Bingen	61
Tabel 4.5. Aliran Pendapatan Omah Bingen	71
Tabel 4.6. Data Pendapatan Tahunan Omah Bingen Tahun 2022-2025	72
Tabel 4.7. Sumber Daya Utama Omah Bingen	74
Tabel 4.8. Pembagian Tugas Karyawan Omah Bingen	76
Tabel 4.9. Biaya Gaji Karyawan Omah Bingen	80
Tabel 4.10. Estimasi Penggunaan Listrik Bulanan Omah Bingen	81
Tabel 4.11. Hasil Produksi dan Persentase Penyerapan Hasil Budidaya Jamur	83
Tabel 4.12. Struktur Biaya Signature Menu Omah Bingen	83
Tabel 4.13. BMC Omah Bingen Saat Ini	85
Tabel 4.14. Analisis SWOT Terhadap Business Model Canvas	86
Tabel 4.15. Hasil analisis Matriks IFE	93
Tabel 4.16. Hasil analisis Matriks EFE	93
Tabel 4.17. Penentuan Nilai X dan Y Diagram SWOT	94
Tabel 4.18. Matriks Pemetaan SWOT	97

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Venue Omah Bingen.....	4
Gambar 2.1. 17 Poin Tujuan SDGs.....	10
Gambar 2.2. <i>Business Model Canvas</i> (BMC)	17
Gambar 2.3. Model Pendekatan Diagramatik Penelitian	31
Gambar 3.1. Format Business Model Canvas	37
Gambar 3.2. Kuadran Analisis SWOT	40
Gambar 3.3. Reformulasi BMC Cafe Omah Bingen	43
Gambar 4.1. Profil Owner Omah Bingen	44
Gambar 4.2. Postingan Kutipan Instagram 1	45
Gambar 4.3. Postingan Kutipan Instagram 2	46
Gambar 4.4. Struktur Organisasi Omah Bingen	47
Gambar 4.5. Kegiatan Kontribusi Sosial Mahasiswa.....	53
Gambar 4.6. Menu Paket Omah Bingen	54
Gambar 4.7. Venue Omah Bingen.....	55
Gambar 4.8. Budidaya Jamur Tiram	57
Gambar 4.9. Penggunaan Jendela Bekas.....	60
Gambar 4.10. Venue Outdoor.....	62
Gambar 4.11. Piring dan Gelas Penyajian.....	64
Gambar 4.12. Permainan Congklak	65
Gambar 4.13. Pamflam Kegiatan Hening Bersama di Omah	66
Gambar 4.13. Fasilitas Tempat Sholat	67
Gambar 4.14. Peta Omah Bingen.....	68
Gambar 4.15. Konten Testimoni Pelanggan.....	69
Gambar 4.16. Instagram Omah Bingen.....	70
Gambar 4.17. Suasana Malam Hari Omah Bingen	82
Gambar 4.18. Alat Penyajian Menu Omah Bingen.....	84
Gambar 4.19. Hasil Analisis Kuadran SWOT	95

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuisisioner Internal	114
Lampiran 2. Kuisisioner Eksternal	115
Lampiran 3. Penggunaan Listrik Omah Bingen Bulan Mei.....	116
Lampiran 4. Pendapatan Harian Omah Bingen Bulan Mei.....	117
Lampiran 5. Tabel Rata Rata Pengeluaran Pelanggan Omah Bingen Bulan Mei	118
Lampiran 6. Pendapatan Harian Penjualan Menu Omah Bingen Bulan Mei	119
Lampiran 7. Persentase Pendapatan Harian	120
Lampiran 8. Pendapatan Bulanan Tahun Ke-3 Omah Bingen	121
Lampiran 9. Biaya Penyusutan	122
Lampiran 10. Biaya Penyusutan (Lanjutan).....	123
Lampiran 11. Biaya Penyusutan Menu Jamur Crispy	124
Lampiran 12. Biaya Variabel Menu Jamur Crispy (20 porsi/hari).....	125
Lampiran 13. Biaya penyusutan Menu Nasi Goreng	126
Lampiran 14. Biaya Variabe Menu Nasi Goreng(10 Porsi /hari).....	127
Lampiran 15. Biaya penyusutan Menu Bakmi	128
Lampiran 16. Biaya Variabe Menu Bakmi (40 Porsi /hari)	129
Lampiran 17. Surat Keterangan Usaha Omah Bingen	
Lampiran 18. Daftar Menu Omah Bingen 2025	
Lampiran 19. Dokumentasi Penelitian	

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Industri bisnis kuliner merupakan sektor usaha yang berfokus pada proses produksi, distribusi, hingga penjualan makanan dan minuman. Cakupan industri ini sangat luas, meliputi berbagai bentuk usaha seperti cafe, restoran, warung makan, katering, hingga *food truck*. Mengingat makanan dan minuman merupakan kebutuhan dasar manusia yang dikonsumsi setiap hari, industri kuliner memiliki potensi yang sangat besar untuk terus dikembangkan (Nasution *et al.*, 2024). Selain itu, keberagaman cita rasa serta inovasi dalam penyajian menjadi faktor penting yang mendorong dinamika dan pertumbuhan industri ini. Di era modern saat ini, semakin banyak individu yang menghabiskan waktu di luar rumah, baik untuk keperluan relaksasi maupun aktivitas pekerjaan. Cafe menjadi salah satu tempat yang populer dikunjungi oleh berbagai kalangan, mulai dari remaja hingga dewasa. Tidak hanya berfungsi sebagai tempat untuk menikmati makanan dan minuman, cafe juga menawarkan kenyamanan serta fasilitas yang mendukung berbagai kebutuhan pengunjung (Sihombing *et al.*, 2022).

Beraktivitas atau bersosialisasi di cafe telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat Indonesia. Perubahan pola hidup yang menuntut kepraktisan dalam memenuhi kebutuhan konsumsi makanan dan minuman mendorong munculnya berbagai usaha ritel di bidang kuliner, seperti cafe dan restoran. Tingginya persaingan di sektor ini menuntut para pemilik cafe untuk memiliki pemahaman yang lebih mendalam terhadap preferensi pasar sasaran secara spesifik. Oleh karena itu, pelaku usaha dituntut untuk terus berinovasi dalam menarik perhatian dan minat konsumen, mengingat banyaknya cafe yang menawarkan konsep dan produk yang serupa (Sholihah, 2020). Cafe di Indralaya khususnya sekitar Universitas Sriwijaya pada tahun 2025 ada sekitar 15 cafe dengan konsep dan harga menu yang berbeda-beda. Seperti Omah Bingen, Rikuh Coffe, Ditaru, Sudut Kiri, Homebrew, F-Fife Cafe, Jungle Coffe, Pojok Kopi, KNA Coffe, Cafe Billoni, Tanah Rawa Coffe, Djaja Selaloe, Kopi Tugu, Hy.Cafe, Warai Cafe dll.

Seiring dengan perkembangan bisnis kuliner, terdapat kebutuhan yang semakin besar untuk menciptakan model bisnis yang mampu bersaing dan berorientasi pada keberlanjutan. Omah Bingen ialah cafe di Indralaya yang mengadopsi konsep *farm-to-table* sebagai *value* autentik bisnisnya. Konsep ini menjadi interpretasi upaya menciptakan model bisnis yang berorientasi pada keberlanjutan. *Farm-to-table* adalah konsep yang menekankan pada penggunaan bahan makanan segar, lokal, dan langsung dari sumbernya seperti petani atau kebun ke meja konsumsi. Selain itu, *farm-to-table* juga mencerminkan nilai-nilai kesehatan, keberlanjutan, dan mendukung komunitas lokal melalui pemanfaatan produk yang ditanam dan diproduksi secara lokal yang secara tidak langsung memberikan meningkatkan kesadaran terhadap bahan makanan. Hal ini memberikan jaminan terhadap kualitas dan autentisitas bahan yang digunakan, sekaligus memperkuat hubungan antara produsen dan konsumen dalam sistem pangan yang lebih transparan dan ramah lingkungan (Musa dan Chin, 2022).

Konsep *farm-to-table* menjadi relevan untuk diimplementasikan, terutama melalui usaha kuliner yang mengintegrasikan produk lokal ke dalam bisnisnya. Karena sistem pangan global saat ini menghadapi tantangan multidimensi, mulai dari ketimpangan akses pangan, degradasi lingkungan, hingga ketergantungan pada rantai pasok yang tidak berkelanjutan. Menurut laporan *Food and Agriculture Organization* (FAO, 2021), sekitar 14% makanan terbuang di tingkat pertanian, sementara 17% masyarakat global mengalami kerawanan pangan. Fenomena ini bertentangan dengan prinsip Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), khususnya SDG 2 (Tanpa Kelaparan) dan SDG 12 (Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab). Di Indonesia, sektor pertanian menyumbang 13,28% PDB (BPS, 2022), namun masih dihadapkan pada masalah seperti ketergantungan impor bahan pangan dan minimnya nilai tambah produk lokal. Data dari Bappenas (2021) yang menyatakan bahwa penguatan sistem pangan lokal dapat mengurangi emisi karbon hingga 30% dan meningkatkan pendapatan petani kecil sebesar 15-20%. Sebagai respon, konsep *farm-to-table* muncul sebagai solusi untuk memperpendek rantai pasok, meningkatkan kesejahteraan petani lokal, dan mengurangi jejak karbon melalui sistem pangan berbasis lokal.

Agenda global yang dikenal sebagai tujuan pembangunan berkelanjutan (*Sustainable Development Goals/SDGs*), yang disetujui oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) pada tahun 2015 merupakan upaya yang komprehensif dan berani dalam menghadapi tantangan-tantangan paling mendesak yang dihadapi dunia saat ini. 17 tujuan yang saling terkait, SDGs merangkum berbagai bidang, termasuk penghapusan kemiskinan dan kelaparan, peningkatan kualitas pendidikan, tindakan untuk mengatasi perubahan iklim, dan pemberdayaan gender. SDGs berusaha mencapai keseimbangan antara pembangunan ekonomi, inklusi sosial, dan pelestarian lingkungan dengan tujuan menciptakan dunia yang lebih adil dan sejahtera menjelang tahun 2030 (Khasanah *et.al.*, 2023). Penerapan konsep selaras dengan pencapaian *Sustainable Development Goals* (SDGs), terutama tujuan SDGs 2 (menghapus kelaparan), SDGs 12 (konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab).

Omah Bingen di Indralaya dipilih sebagai objek penelitian karena merupakan satu-satunya cafe di Indralaya yang menerapkan konsep *farm-to-table* di Indralaya sebagai bentuk adopsi penerapan prinsip SDGs. Omah Bingen memproduksi salah satu bahan makanan organik menunya di lahan mereka sendiri yang memberikan akses pelanggan pada makanan sehat. *Farm-to-table* mendukung ketahanan pangan lokal sehingga mengurangi ketergantungan pada rantai pasokan eksternal yang merupakan implementasi poin SDGs 2 (*zero hunger*). Konsep *farm-to-table* juga memangkas rantai distribusi yang secara tidak langsung berkaitan dengan SDGs 12 (*responsible consumption and production*) dan SDGs poin ke 13 (*climate action*). Dalam penyajian makanan minumannya Omah Bingen tidak menggunakan kemasan plastik dan juga mengelola limbah sisa pengelolaan makanan menjadi pupuk yang turut berkontribusi dalam pengurangan limbah sesuai dengan poin SDGs 12 dan 13. Omah Bingen juga menciptakan inovasi dengan memanfaatkan limbah kayu bangunan layak pakai untuk membangun cafe, yang turut berkontribusi pada SDGs poin 9 (*industry, innovation, and infrastructure*).

Omah Bingen memiliki desain *outdoor* yang menyatu dengan alam, dilengkapi dengan sajian makanan minuman yang dibuat langsung di dapur dan bar yang dapat dilihat langsung *customer* sebagai upaya pendekatan dan

autentifikasi “omah” sebagai rumah untuk dapat menikmati sajian makanan minuman rumahan, musik syahdu semakin menyajikan nuansa hangat seperti di rumah sendiri. Bangunan omah Bingen dibangun dengan bahan bahan kayu bekas yang masih layak fungsi di tata sehingga terlihat artistik. Konsep yang unik dan juga letak strategis Omah Bingen yang berjarak hanya berkisar 1km dari Universitas Sriwijaya harusnya menjadi peluang bagi Omah Bingen untuk menjadi tempat favorit bagi mahasiswa dan masyarakat sekitar untuk bersantai sambil menikmati hidangan rumahan dan suasana yang nyaman. *Venue* Omah Bingen dapat di lihat pada Gambar 1.1



Gambar 1.1. *Venue* Omah Bingen

Tentunya, implementasi konsep *farm-to-table* di Omah Bingen Indralaya memerlukan perencanaan dan pemetaan strategi yang tepat agar bisnis tetap berdaya saing sekaligus mampu berkembang secara berkelanjutan. Berdasarkan realita di lapangan, meskipun Omah Bingen telah menunjukkan pertumbuhan bisnis yang stabil, semakin banyaknya cafe yang bermunculan di wilayah Indralaya yang kini mencapai lebih dari 15 unit usaha menjadi tantangan tersendiri. Persaingan yang kian ketat tersebut menuntut adanya strategi yang

mampu menjaga keberlangsungan bisnis serta memperkuat posisi Omah Bingen di tengah dinamika pasar kuliner lokal. (Sebrina *et al.*, 2023) menjelaskan bahwa penerapan model bisnis berkelanjutan pada UKM di Indonesia masih menghadapi tantangan, terutama dalam integrasi strategi jangka panjang serta pelaporan dampak sosial dan lingkungan. Hal ini menunjukkan bahwa masih dibutuhkan pendekatan yang tepat untuk menjawab tantangan keberlanjutan usaha kecil di tengah kompleksitas pasar. Berdasarkan kondisi tersebut, peneliti tertarik melakukan penelitian di Omah Bingen Indralaya

Salah satu metode yang digunakan untuk memetakan dan mengevaluasi model bisnis adalah pendekatan Business Model Canvas (BMC), yang menurut Osterwalder dan Pigneur (2010) merupakan alat strategis yang dapat membantu organisasi bisnis dalam mengevaluasi dan membenahi model bisnisnya, serta menciptakan model baru yang lebih tepat dan relevan untuk diterapkan. Selain itu, analisis SWOT akan digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi cafe dalam konteks persaingan bisnis yang semakin ketat. Penelitian ini akan mendeskripsikan sembilan elemen dalam BMC guna memetakan kondisi aktual model bisnis Omah Bingen. Kombinasi pendekatan BMC dan SWOT ini masih jarang diterapkan dalam konteks *farm-to-table* di Indonesia, sehingga penelitian ini diharapkan dapat mengisi celah literatur tersebut.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan *Business Model Canvas* (BMC) dalam implementasi konsep *farm-to-table* di Omah Bingen Indralaya?
2. Apa saja kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) dalam menerapkan konsep *farm-to-table* di Omah Bingen Indralaya?
3. Strategi apa yang dapat direkomendasikan untuk meningkatkan keberlanjutan dan profitabilitas melalui optimalisasi konsep *farm-to-table* di Omah Bingen Indralaya?

1.3. Tujuan dan Kegunaan

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Mendeskripsikan sembilan elemen Business Model Canvas (BMC) dalam implementasi konsep *farm-to-table* di Omah Bingen Indralaya.
2. Menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) dalam penerapan konsep *farm-to-table* guna mendukung prinsip *Sustainable Development Goals* (SDGs) di Omah Bingen Indralaya.
3. Merumuskan rekomendasi strategi bisnis yang komprehensif untuk meningkatkan keberlanjutan dan profitabilitas Omah Bingen Indralaya melalui optimalisasi implementasi konsep *farm-to-table* berbasis SDGs.

Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Secara Teoritis, penelitian ini dapat menjadi referensi ilmiah bagi pengembangan konsep *farm-to-table* berbasis keberlanjutan (SDGs) dalam kajian agribisnis, khususnya yang memanfaatkan pendekatan BMC dan analisis SWOT. Hasilnya diharapkan memperkaya literatur mengenai model bisnis berkelanjutan di sektor kuliner yang memanfaatkan sumber daya lokal.
2. Secara Praktis, hasil penelitian ini dapat digunakan oleh manajemen Omah Bingen Indralaya sebagai dasar dalam pengambilan keputusan strategis untuk meningkatkan efisiensi operasional, keberlanjutan usaha, dan daya saing bisnis melalui optimalisasi konsep *farm-to-table*. Rekomendasi strategi yang dihasilkan juga diharapkan membantu dalam merancang model bisnis yang adaptif terhadap tantangan dan peluang di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, A., & Barus, R. (2022). Analisis strategi pemasaran pada usaha kafe Omah Bonsari menggunakan analisis SWOT. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI) Journal: Humanities and Social Sciences*, 5(1), 303–312.
- Anam, M. K., & Maharany, I. D. (2025). Pendekatan Business Model Canvas dan SWOT Analysis dalam Pengembangan Usaha pada Coffee Shop White Dove.
- Alboji, S., Gounaris, S., & Pechlaner, H. (2024). Building relationships on Instagram: Enhancing customer engagement and visit intentions in restaurant settings. *Journal of Business Research*, 174, 114293.
- Arham, M. A., & Kusuma, C. A. (2024). Peta Jalan Sdgs: Strategi, Prioritas, Dan Implementasi Praktis Untuk Pembangunan Kota Berkelanjutan. *Penerbit Tahta Media.zunai*.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2022). *Produk Domestik Bruto Indonesia Menurut Lapangan Usaha 2022*.
- David, F. R., & David, F. R. (2017). *Strategic management: concepts and cases: A competitive advantage approach*. Pearson.
- Dewi, N. (2022). Strategi Pemasaran pada Zaky Dicky Cafe & Resto
- Elshaer, I. A., Azazz, A. M. S., Hassan, S. S., & Fayyad, S. (2023). Farm-to-Fork and Sustainable Agriculture Practices: Perceived Economic Benefit as a Moderator and Environmental Sustainability as a Mediator. *Sustainability*, 15(14), 11462.
- Estaswara, H., Sudarto, S., Himam, M., Salsabila, P., & Tayana, O. (2024). Pelatihan Kualitas Pelayanan di Kafe Kilabret, Jakarta. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia (JAMSI)*, 4(6), 1537–1546.
- Fadilla, M. I., Nurhayati, N., & Nurfiningrum, E. (2024). The Role of Socio-Economic and Technological Dimensions in Improving Environmental Quality. *Eduksos Jurnal Pendidikan Sosial & Ekonomi*, 13(02).
- Fajri, A., Firmansyah, M., dan Ardiansyah, F. (2024). Keberlanjutan usaha kuliner: Analisis tantangan dan strategi pengembangan. *Jurnal Manajemen dan Agribisnis Surabaya*, 11(1), 22–35.
- Food and Agriculture Organization. (2021). *The State of Food and Agriculture 2021: Making agrifood systems more resilient to shocks and stresses*. FAO.

- Gajić, T., Petrović, M. D., Blešić, I., Radovanović, M. M., Spasojević, A., Sekulić, D., ... dan Dubover, D. A. (2024). The Contribution of the Farm to TableConcept to the Sustainable Development of Agritourism Homesteads. *Agriculture*, 14(8), 1314.
- Gunawan, A. (2017). Akuntansi Biaya. Malang: Universitas Brawijaya. Diakses dari: <https://repository.ub.ac.id/192345/>
- Hambali, A., dan Andarini, S. (2021). Formulasi strategi pengembangan bisnis menggunakan pendekatan business model canvas (BMC) dan SWOT analysis dalam upaya meningkatkan daya saing pada Piring Seng Coffee dan Co Tunjungan Surabaya. *Journal of Applied Business Administration*, 5(2), 131-142.
- Hanung, H., dan Ivo, Y. A. (2021). Analisis UMKM kuliner dalam mendukung pembangunan berkelanjutan. *Jurnal Innovative: Economic, Business, and Management*, 2(3), 14–26.
- Harmayani, H., Marpaung, D., Hamzah, A., Mulyani, N., & Hutahaean, J. (2020). *E-Commerce: Suatu Pengantar Bisnis Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Hendrawan, A. K., Wachidah, S. F., & Restuningsih, A. (2023). Jurnal Optimasi Teknik Industri Strategi Pengembangan Bisnis Kedai Kopi Makosan dengan Menggunakan Analisis SWOT dan Business Model Canvas (BMC). 32–37.
- Ikhwan, A., Badri, M., Andriani, M., dan Saragih, N. (2019). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Menggunakan Fuzzy Mamdani (Studi Kasus: Busrain Bakery). *Jurnal SAINTIKOM (Jurnal Sains Manajemen Informatika Dan Komputer)*, 18(2), 147–153.
- Ikhwan, R., Raharjo, A. S. S., dan Arrozi, A. M. (2024). Pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan kesetaraan gender di sektor pertanian Indonesia. *Analisis Kebijakan Pertanian*, 22(2), 97-109.
- Ilhami, M. W., Nurfajriani, W. V., Mahendra, A., Sirodj, R. A., dan Afgani, M. W. (2024). Penerapan metode studi kasus dalam penelitian kualitatif. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(9), 462-469.
- Jannah, M., Faizah, A. N., Indraputri, A. J., Puspita, V. E., Hidayat, R., dan Ikaningtyas, M. (2024). Pentingnya Analisis Swot dalam Suatu Perencanaan dan Pengembangan Bisnis. *IJESPG (International Journal of Engineering, Economic, Social Politic and Government)*, 2(2), 9-17.
- Jaya, R., Yusriana, Y., dan Fitria, E. (2021). Review manajemen rantai pasok produk pertanian berkelanjutan: konseptual, isu terkini, dan penelitian mendatang. *Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia*, 26(1), 78-91.

- Katila, P., Colfer, C. J. P., De Jong, W., Galloway, G., Pacheco, P., & Winkel, G. (Eds.). (2019). *Sustainable development goals*. Cambridge University Press.
- Khasanah, M., Arifin, Z., Mukhtar, A. B., dan Satiadharma, M. (2023). Peran kewirausahaan sosial dalam pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs). *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan West Science*, 1(3), 226–235.
- Krisnamurthi, B. dan Departemen Agribisnis, Fakultas ekonomi dan manajemen [IPB University]. (2020). *Seni Memahami Agribisnis: pengertian agribisnis* (1st ed.). Puspa swara.
- Lee, J. (2020). *Face-to-face communication as a rich communication medium in the digital age: A critical review*. *International Journal of Communication*, 14, 3456–3474.
- Maisarah, S., & Reihan, A. (2021). Pembangunan Berkelanjutan Di Era Pandemi: Program Pemulihan Perekonomian Berbasis Metadata Indikator SD. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(10), 1787–1803.
- Martono, R. V. (2019). *Dasar-dasar manajemen rantai pasok*. Bumi Aksara.
- Sirine, H. (2024). *Manajemen Rantai Pasok Adaptif: Teori Dan Praktik*.
- Massepe, A. N. B. (2017). Modul Pelatihan Business Model Canvas. *Makassar: Unit Pengembangan Kewirausahaan dan Bisnis Universitas Hasanuddin dan Inkubator Bisnis UNHAS*.
- Maulidah, S. (2012). *Pengantar Manajemen Agribisnis*. Universitas Brawijaya Press.
- Mohamad, R., & Niode, I. Y. (2020). Analisis Strategi Daya Saing (Competitive Advantage) Kopia Karanji Gorontalo. *Oikos Nomos: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 1–14.
- Nafzger, A. (2025, February 2). *Farm-to-table*. Agriculture Dictionary.
- Nasution, U. B., Yuliasih, M., Judijanto, L., Putra, S. D., Stj, R. C. M. A., dan Setiyono, K. (2024). *BISNIS KULINER: Teori dan strategi pengembangan bisnis kuliner*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Novita, S. (2023). Analisis Swot, Ife, Efe Dan Matriks Qspm Dalam Strategi Pengembangan Bisnis Rs Xyz. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis (EK dan BI)*, 6(2), 62-73.
- Osterwalder, A., dan Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers*. John Wiley dan Sons.

- Pehin Dato Musa, S. F., dan Chin, W. L. (2022). The role of *farm-to-table* activities in agritourism towards sustainable development. *Tourism Review*, 77(2), 659-671.
- Pradana, G. A., Sari, N. P., dan Wibowo, H. (2024). *Green practices*: Upaya meningkatkan keunggulan bersaing dan kinerja bisnis pada industri kuliner lokal di Kota Malang. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Inovasi*, 15(2), 123–137.
- Putri, M. A., Rahayu, A., dan Dirgantari, P. D. (2023). Analisis strategi pemasaran menggunakan matriks SWOT, matriks IFE, matriks EFE, dan matriks IE (Studi kasus pada bisnis Banjagim. id). *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 7(1), 224-234.
- Rahman, A. R., dan Hendarwan, D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Seoul Korean Restaurant di Palembang. *REMIK: Riset Dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 7(1), 769– 774.
- Rangkuti, F. (2013). *SWOT–Balanced Scorecard*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2015). *Personal SWOT analysis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy. 2018. Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI. Cetakan Keduapuluh Empat. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rashed, A. H., & Shah, A. (2021). The role of private sector in the implementation of sustainable development goals. *Environment, Development and Sustainability*, 23(3), 2931-2948.
- Rochaeni, S., dan Inayah, T. *Analisis struktur biaya usaha produksi tahu di ud. mandiri ciputat tangerang selatan* (Bachelor's thesis, Fakultas Sains dan Teknologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Sebrina, N., Masdupi, E., & Syahrizal, S. (2024). Model Bisnis Berkelanjutan dan Isu Strategi Pengembangan Model Bisnis Berkelanjutan pada UKM: Tinjauan Literatur Sistematis. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 8(2), 1536-1554.
- Setyorini, H., Effendi, M., dan Santoso, I. (2016). Marketing strategy analysis using SWOT matrix and QSPM (Case study: WS Restaurant Soekarno Hatta Malang). *Industria: Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*, 5(1), 46–53.
- Sholihah, I. A. (2020). Pengaruh suasana cafe dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di merdeka cafe nganjuk. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(1).

- Siregar, F. A. (2023). Pengembangan Sistem Pertanian Berkelanjutan Untuk Mencapai Keberlanjutan Pangan.
- Sopiawadi, M., dan Lugiani, T. (2024, May). Desain Formulasi Strategi Bisnis Berbasis Matriks Swot Dan Ifas-Efas Pada Café Sejati Coffee And Space Subang. In *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK)* (Vol. 3, pp. 499-510).
- Susilo, R. (2023). *Konsep ekonomi sirkular dalam model bisnis berkelanjutan untuk membangun gaya hidup hijau masyarakat Indonesia*. ResearchGate.
- Syamil, A., Danial, R. D. M., Saori, S., Waty, E., Fahmi, M. A., Hartati, V., ... dan Haryadi, R. M. (2023). *Buku Ajar Manajemen Rantai Pasok*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Tondang, G. A., Nasution, M. L. I., & Dharma, B. (2023). Pengaruh Suasana Cafe, Harga, Variasi Menu Terhadap Minat Kunjungan Konsumen (Studi Kasus: Dbest Cafe Tuamang). *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 6(1), 15-26.
- Yanti, T. A. (2024). Strategi Membangun Usaha Berkelanjutan Study Kasus MW Cafe. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 9(1).
- Wibowo, R., & Prakoso, L. Y. (2023). Analisis Business Model Canvas dan Strategi Pengembangan Usaha UD Mitra Coffee Shop di Yogyakarta. *Rekavasi: Jurnal Strategi dan Inovasi Bisnis*, 1(2), 51–61.
- Yulianto, H., dan Iryani, I. (2024, May). Reformulasi Strategi Bisnis Coffee Shop Menggunakan Business Model Canvas Dan SWOT. In *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)* (Vol. 3, pp. 75-87).