

IMPLIKASI

Berdasarkan hasil penelitian, implikasi teoritis dari penelitian menunjukkan bahwa analisis menggunakan metode SWOT dapat menggambarkan suatu keadaan pada perusahaan dimana kita dapat mengetahui titik kelemahan, kekuatan peluang serta ancaman yang menjadi sebuah strategi untuk meningkatkan penjualan. Strategi penargetan (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk) atau strategi integrasi (integrasi ke belakang, integrasi ke depan, dan integrasi horizontal) sesuai untuk segmen pasar Mahalona Kopi.

Implikasi secara praktis tentu pemilik kedai Mahalona Kopi harus mengetahui posisi usaha yang sedang dijalankannya, apakah dalam posisi yang untung atau rugi. Pemilik kedai Mahalona Kopi harus bisa memanfaatkan peluang dan strategi yang optimal dengan ekspansi bisnis, promosi penjualan dan perluasan variasi produk maka Mahalona Kopi akan terus berkembang dan mendapatkan target pasar yang baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Juliansyah Noor, S. E. (2020). *Manajemen strategi konsep dan model bisnis*. La Tansa Mashiro Publisher.
- Damariyanti, K. L., Hartiati, A., & Yoga, I. W. G. S. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Kedai Kopi “Kandera Coffee” Denpasar Bali menggunakan Metode Swot dan QSPM. *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Agroindustri*, 9(2), 228.
- Adiningrum, L., Dkk (2022). Analisis Strategi Bisnis Kedai Kopi Coffee Latar. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(2), 391–404.
- Aryani, L., Desmintari, D., & Pusporini, P. (2020). Analisis Faktor-Faktor Kinerja UMKM di Kecamatan Bogor Utara Kota Bogor. *JURNAL MANDIRI : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(2), 114–122.
- Khalida, L. R., Faddila, S. P., & Sumarni, N. (2022). Analysis of Business Strategies on Msmes Coffee Promise Souls Branch East Telukjambe Karawang. *Jurnal Mantik*, 6(36), 215–220.
- Laras Ratu Khalida, & Robby Fauji. (2020). Analisis Strategi Bisnis Pada Kedai Kopi Limasan Karawang, *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 5(2), 1-11

Suherman, E., Suroso, S., & Sumarni, N. (2022). Analisis E-Servqual Dan Etika Perilaku Penjual Terhadap E-Satisfaction Shopee. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 6(2), 151–161.

Sunandar, D., & Aminda, R. S. (2022). Analisis Kompetitif Usaha Kedai Kopi Sebagai Salah Satu Peluang Usaha di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus di C'Shalma Coffee Shop). *Diversity: Jurnal Ilmiah Pascasarjana*, 2(1).

Z, M., Zainuddin, M. Z., & Saputra, M. K. (2022). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ukm Sederhana. *Sultra Journal of Economic and Business*, 3(2), 132–149.

Khalida, L. R. (2021). Pengaruh Penetapan Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Waroeng Desa Karawang. *Prosiding Konferensi Nasional Penelitian Dan Pengabdian Universitas Buana Perjuangan Karawang*, 1(1), 996-1012.

Suherman, E., Suroso, S., & Sumarni, N. (2022). Analisis E-Servqual Dan Etika Perilaku Penjual Terhadap E-Satisfaction Shopee. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 6(2), 151–161.