

Analisis SWOT pada Usaha Kuliner Soto Kadipiro & Inkung Pengasih Yogyakarta

Yuli Astuti ^{1*}, Aurelia Liony Aviacella ²

^{1,2}Program Studi Seni Kuliner, Akademi Kuliner Monas Pasifik, Surabaya, Jl. Raya Bratang Binangun No.37, Baratajaya, Kec. Gubeng, Surabaya, Jawa Timur, Indonesia

E-mail: yulias Astuti@monaskuliner.ac.id

* Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v3i4.689>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 10 May 2025

Revised: 16 May 2025

Accepted: 22 May 2025

Kata Kunci:

Analisis SWOT, Kuliner, Strategi Pemasaran.

Keywords:

Analysis SWOT, Culinary, Marketing Strategies.



ABSTRACT

Perkembangan pesat industri kuliner di Indonesia telah menciptakan persaingan yang ketat, termasuk di pasar kuliner Yogyakarta. Soto Kadipiro & Inkung Pengasih, sebagai salah satu usaha kuliner legendaris, menghadapi tantangan untuk mempertahankan dan meningkatkan posisinya di pasar. Oleh karena itu, diperlukan analisis yang mendalam untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi usaha ini Pengasih. Hasil analisis menunjukkan bahwa Soto Kadipiro & Inkung Pengasih memiliki kekuatan utama berupa kualitas produk yang tinggi dan lingkungan restoran yang nyaman. Namun, terdapat kelemahan seperti kecepatan penyajian makanan yang lambat dan kebutuhan akan peningkatan kebersihan fasilitas. Rekomendasi strategis mencakup perbaikan dalam kecepatan pelayanan, peningkatan kebersihan, pengembangan strategi pemasaran yang lebih agresif, inovasi menu, dan pengelolaan biaya yang efisien.

The rapid development of the culinary industry in Indonesia has created fierce competition, including in the Yogyakarta culinary market. Soto Kadipiro & Inkung Pengasih, as one of the legendary culinary businesses, faces challenges to maintain and improve its position in the market. The strategic location near the airport provides great opportunities, although tight competition and distance from the city center are threats that need to be overcome. Strategic recommendations include improvements in service speed, increased cleanliness, development of more aggressive marketing strategies, menu innovation, and efficient cost management.



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

How to Cite: Yuli Astuti, et, al (2025). Analisis SWOT pada Usaha Kuliner Soto Kadipiro & Inkung Pengasih Yogyakarta, 3(4). <https://doi.org/10.31004/jerkin.v3i4.689>

PENDAHULUAN

Perkembangan pesat dalam dunia kuliner di Indonesia telah menciptakan suasana persaingan yang sangat ketat di sektor usaha makanan (Mekel et al., 2022). Pertumbuhan yang signifikan ini membawa dampak besar bagi para wirausahawan yang harus berjuang keras untuk mempertahankan eksistensi mereka (Priyambodo & Samanhudi, 2021). Banyak usaha kuliner yang menghadapi tantangan besar hingga akhirnya terpaksa tutup karena kesulitan dalam menjaga kelangsungan operasional mereka (Siahaan & Ompusungu, 2023). Dalam menghadapi situasi yang tidak menentu ini, penting bagi para pelaku usaha untuk melakukan analisis yang mendalam terhadap berbagai peluang yang tersedia serta mempersiapkan strategi untuk mengatasi potensi ancaman dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki (Saputra et al., 2023)

Salah satu kuliner legendaris yang sangat penting untuk dilestarikan di Indonesia adalah soto ayam. Soto ayam bukan hanya sebuah hidangan, tetapi juga mencerminkan kekayaan budaya dan filosofi

Indonesia yang mendalam. Hidangan ini melambangkan keragaman budaya dan kekayaan kuliner Indonesia, serta menegaskan pentingnya kebersamaan dan persatuan di antara bangsa (Capritalim et al., 2024). Soto ayam adalah sup ayam yang disajikan bersama mi dan diperkaya dengan berbagai rempah, seperti kunyit segar, kayu manis, serai, dan daun jeruk, yang memberikan aroma dan rasa khas yang sangat menggugah selera. Selain itu, soto ayam juga dilengkapi dengan taburan bawang merah goreng, perasan jeruk nipis segar, dan irisan cabai merah yang menambah cita rasanya (Elsty & Sari, 2024).

Sejarah soto ayam bermula pada abad ke-19 di pesisir pantai utara Jawa sebagai hidangan berkuah dengan potongan daging atau jeroan (Rahmat, Yunita, & Zhafran, 2024). Menurut Denys Lombard dalam bukunya yang berjudul *Nusa Jawa 2: Silang Budaya Jaringan Asia* (1996), soto dikenal di Indonesia karena pengaruh imigran Tionghoa. Pada masa awal, soto menggunakan daging babi sesuai dengan tradisi kuliner Tionghoa, dan bahkan pada masa lalu, makanan ini dihidangkan dengan gerobak atau pikulan. Seiring waktu, daging babi digantikan dengan daging ayam, sapi, bebek, atau kerbau, serta jeroan, yang kemudian menjadi variasi soto yang kita kenal sekarang (Santoso & Harmayani, 2024).

Di Yogyakarta, salah satu usaha soto ayam yang terkenal adalah Soto Kadipiro. Usaha ini didirikan pada tahun 1921 oleh Bapak Karto Wijoyo, yang pada awalnya menjual soto dengan cara dipikul sendiri. Sekitar tahun 1928, Soto Kadipiro menetap di daerah Kadipiro (Senjawisata). Seiring berjalannya waktu, Soto Kadipiro mengalami perkembangan yang pesat, terlihat dari adanya cabang-cabang warung Soto Kadipiro yang tersebar di Yogyakarta. Salah satu cabang yang terkenal adalah Soto Kadipiro & Ingkung Pengasih yang terletak di Jl. Mandung, Terbah, Pengasih, Yogyakarta.

Lingkungan usaha memiliki dampak besar terhadap kelangsungan usaha, baik dari aspek internal maupun eksternal perusahaan (Damanik et al., 2022). Perubahan lingkungan yang positif dapat mendukung kelangsungan kegiatan perusahaan, sedangkan perubahan negatif dapat menjadi gangguan (Syafitri, 2024). Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan analisis terhadap perubahan lingkungan yang terjadi di sekitarnya. Dalam menganalisis lingkungan internal perusahaan, penting untuk memperhatikan kekuatan dan kelemahan yang ada (Setiawan & Pahlevi, 2022). Kekuatan perusahaan dapat dilihat dari kualitas produk, harga yang terjangkau, dan struktur organisasi yang baik, sementara kelemahan dapat berupa produk dengan kualitas rendah, harga yang terlalu tinggi, atau struktur organisasi yang kurang jelas (Aini, 2023).

Salah satu alat yang digunakan untuk formulasi strategi adalah analisis SWOT, yang secara sistematis menganalisis berbagai faktor untuk merumuskan strategi perusahaan (Risalatin, 2022). Analisis ini bertujuan untuk memaksimalkan kekuatan (strengths) dan peluang (opportunity) sambil meminimalkan kelemahan (weaknesses) dan ancaman (threats) yang mungkin dihadapi perusahaan (Supriyadi et al., 2023). Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana teori SWOT dapat diterapkan sebagai strategi pemasaran yang efektif dalam menghadapi persaingan yang ketat di Usaha Soto Kadipiro. Penelitian ini memilih Usaha Soto Kadipiro yang terletak di Jalan Wates Yogyakarta sebagai objek penelitian karena cabang ini menjadi pilihan utama baik bagi masyarakat lokal maupun turis dalam menikmati Soto Kadipiro.

METODE

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan metode analisis SWOT, observasi, dan wawancara. Lokasi penelitian ini bertempat di Soto Kadipiro Jl Mandung, Terbah, Pengasih, Yogyakarta dan sang manager sebagai narasumber untuk memperoleh keterangan – keterangan yang berhubungan dengan masalah penelitian. Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer, merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian melalui wawancara pada manager dengan memberikan beberapa pertanyaan terkait analisis SWOT.

Data sekunder, merupakan data – data yang diperoleh dari sumber lain yang mempunyai keterkaitan dengan penelitian ini. Data sekunder dari penelitian ini dapat berupa literatur dan data – data dari objek penelitian yang diperlukan dalam penyusunan penelitian ini. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah matriks analisis SWOT (Rangkuti, 2009:31) merupakan alat yang digunakan untuk menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Latar Belakang Usaha

Warung Soto Kadipiro & Ingkung Pengasih didirikan oleh Ibu Sri Sundari. Lokasi usaha ini terletak di Jl. Mandung, Terbah, Pengasih Yogyakarta. Sang manager menjelaskan melalui wawancara yang dilakukan oleh peneliti bahwa usaha ini telah berjalan sejak tahun 2022 dan merupakan cabang yang didirikan oleh salah satu keturunan pendiri Soto Kadipiro yang melegenda di Yogyakarta.. warung Soto Kadipiro & Ingkung Pengasih buka setiap hari dari pukul 08.00 WIB sampai 20.00 WIB. Menu hidangan yang terdapat di soto kadipiro & ingkung pengasih sangat beragam, mulai dari soto ayam, soto sapi, ayam ingkung, berbagai pilihan sayuran, dan juga berbagai jenis gorengan pendamping hidangan soto. Harga yang di tawarkan pun cukup terjangkau berkisar Rp.3000 sampai Rp. 195.000.

Dengan rasa soto dan ayam ingkung yang otentik dan bahan berkualitas seperti ayam kampung, Soto Kadipiro & Ingkung Pengasih menunjukkan keseriusan dalam mempertahankan dan meningkatkan konsumen. Meskipun pelayanan umumnya ramah, kecepatan penyajian makanan perlu diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Lingkungan restoran yang sejuk dan nyaman, serta fasilitas lengkap seperti musola dan parkir luas, menjadi nilai tambah yang signifikan. Namun, lokasi yang agak jauh dari pusat kota dapat mempengaruhi jumlah pengunjung, dan pemasaran perlu ditingkatkan, khususnya di media sosial, untuk memperluas jangkauan dan menarik lebih banyak konsumen. Dengan fokus pada peningkatan kecepatan layanan, kebersihan fasilitas, dan strategi pemasaran yang lebih efektif, restoran ini memiliki potensi besar untuk menjadi destinasi kuliner utama, terutama bagi wisatawan yang melintasi dekat bandara YIA.

Hasil wawancara dengan salah satu pelanggan Warung Soto Kadipiro & Ingkung Pengasih mengungkapkan bahwa :

“Cita rasa dan kualitas sangat baik karna menggunakan 100% ayam kampung sebagai bahan utama soto dan juga ayam ingkungnya” (Partisipan 1). Menurut Ramanathan et al. (2016), kualitas makanan menjadi faktor penting untuk menilai kinerja dari sebuah restoran oleh pelanggan. Kualitas makanan merupakan keseragaman setiap menu yang ditawarkan dan dapat dicapai dengan suatu standar produk, kemudian dilakukan pengontrolan untuk menghasilkan kualitas makanan yang diinginkan (Sugianto dan Sugiharto, 2013). Kualitas pelayanan di Soto Kadipiro & Ingkung Pengasih memiliki aspek positif dan area yang memerlukan perbaikan. Meskipun pelayanan umumnya dianggap ramah dan sopan, sebagian pelanggan mengeluhkan kecepatan penyajian makanan yang dianggap lambat. Hal ini bisa mengurangi kepuasan pelanggan, terutama selama jam sibuk. Dengan mempercepat proses penyajian dan meningkatkan kebersihan fasilitas seperti kamar mandi, restoran dapat meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Kualitas pelayanan yang ramah tetap merupakan kekuatan utama yang perlu dipertahankan dan ditingkatkan, karena ini berkontribusi besar terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas.

Hasil wawancara dengan manajer Warung Soto Kadipiro & Ingkung Pengasih mengungkapkan bahwa : “Pelanggan umumnya puas dengan pelayanan yang ramah dan sopan, tetapi ada keluhan mengenai kecepatan penyajian makanan yang dianggap lambat,”

Menurut Setiawan & Pahlevi (2022), kecepatan penyajian makanan yang lambat dapat menurunkan kepuasan pelanggan, terutama selama jam sibuk, yang memerlukan perhatian khusus untuk meningkatkan efisiensi pelayanan. Mereka juga menekankan bahwa pelayanan yang ramah adalah kekuatan penting yang harus dipertahankan, mendukung pandangan Syafitri (2024) yang menyatakan bahwa pengalaman pelanggan yang positif sangat dipengaruhi oleh interaksi staf yang ramah dan sopan. Selain itu, mengatasi keluhan mengenai kebersihan fasilitas, seperti yang dijelaskan dalam wawancara, penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Menurut (Aini, 2023), kebersihan fasilitas restoran yang memadai berkontribusi signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan citra restoran, yang perlu dioptimalkan untuk menjaga reputasi dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Variasi Menu dan Pemasaran

Harga menu di Soto Kadipiro & Ingkung Pengasih cukup terjangkau, memberikan keuntungan dalam menarik pelanggan dengan berbagai anggaran. Struktur biaya operasional, termasuk bahan baku, gaji, dan sewa lokasi, menunjukkan kebutuhan untuk manajemen biaya yang cermat agar margin keuntungan tetap positif. Dengan harga yang kompetitif dan rentabilitas yang baik, penting bagi restoran untuk terus mengawasi biaya operasional dan mencari cara untuk meningkatkan penjualan guna memperbesar margin keuntungan. Strategi untuk meningkatkan penjualan melalui promosi dan inovasi

produk harus diterapkan untuk mengoptimalkan profitabilitas.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pelanggan Warung Soto Kadipiro & Inkung Pengasih,

“Harga menu bervariasi dari Rp. 3.000 hingga Rp. 195.000, dan dianggap terjangkau untuk kebanyakan pelanggan,” (Partisipan 2)

“Harga yang ditawarkan di warung soto kadipiro & inkung pengasih ini cukup terjangkau selayaknya warung soto di daerah Yogyakarta.” (Partisipan 3)

Harga yang kompetitif dapat menarik pelanggan, tetapi pengelolaan biaya operasional yang cermat sangat penting. (Aini, 2023) menekankan bahwa strategi pemasaran yang efektif dapat meningkatkan penjualan dan membantu dalam memaksimalkan keuntungan, yang mendukung temuan bahwa perlu ada strategi tambahan untuk meningkatkan penjualan. Bolkia (2024) juga menyatakan bahwa pemantauan biaya secara ketat dan penerapan strategi pemasaran yang inovatif dapat meningkatkan profitabilitas dan daya saing usaha. Dengan memfokuskan perhatian pada pengelolaan biaya dan strategi pemasaran yang lebih efektif, restoran ini dapat memperbaiki margin keuntungan dan mempertahankan daya tarik harga yang terjangkau bagi pelanggan.

Lokasi dan Potensi Pasar

Pemasaran melalui media sosial efektif tetapi belum optimal. Meskipun sosial media sudah memberikan dampak yang signifikan, ada peluang untuk memperluas jangkauan dengan strategi pemasaran digital yang lebih agresif. Promosi lokal melalui banner dan spanduk memiliki dampak terbatas, sehingga perlu dipadukan dengan upaya pemasaran digital untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Kerjasama dengan influencer kuliner, meskipun belum maksimal, dapat meningkatkan visibilitas dan menarik pelanggan baru jika dikelola dengan baik. Dengan memperbaiki strategi pemasaran dan promosi, restoran dapat menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan profilnya sebagai destinasi kuliner.

Berdasarkan wawancara dengan beberapa pihak terkait,

“Pemasaran melalui media sosial dianggap cukup efektif tetapi masih kurang optimal,” (Partisipan 4)

“Promosi lokal seperti banner dan spanduk hanya memberikan dampak terbatas dan perlu dipadukan dengan pemasaran digital yang lebih intensif.” (Partisipan 5)

Meskipun pemasaran media sosial sudah memberikan dampak, perluasan strategi digital dan pemanfaatan influencer dapat meningkatkan visibilitas restoran secara signifikan. Aini (2023) menekankan bahwa strategi pemasaran yang komprehensif, termasuk pemasaran digital yang efektif, penting untuk meningkatkan daya saing usaha kuliner. Bolkia (2024) juga menyarankan bahwa pemanfaatan strategi pemasaran online dan kerjasama dengan influencer dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan kesadaran merek. Dengan memperbaiki dan mengintegrasikan strategi pemasaran digital serta memperluas kerjasama dengan influencer, restoran ini dapat memperkuat posisinya sebagai destinasi kuliner yang lebih dikenal dan menarik lebih banyak pelanggan baru.

Kelemahan & Perbaikan

Soto Kadipiro & Inkung Pengasih memiliki kekuatan utama dalam kualitas produk dan pelayanan, dengan penggunaan bahan baku berkualitas dan pelayanan ramah yang mendukung reputasi restoran. Namun, kecepatan penyajian dan kebersihan fasilitas adalah kelemahan yang harus segera diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Peluang yang ada termasuk memanfaatkan lokasi strategis dekat bandara dan memperkuat strategi pemasaran digital untuk menjangkau lebih banyak pelanggan. Ancaman dari persaingan ketat dan perubahan selera konsumen memerlukan inovasi berkelanjutan dan adaptasi terhadap tren pasar untuk mempertahankan daya saing. Dengan strategi yang tepat dalam memperbaiki kelemahan dan memanfaatkan peluang, restoran ini memiliki potensi besar untuk tumbuh dan menjadi tujuan kuliner utama.

Berdasarkan analisis mendalam yang dilakukan terhadap Soto Kadipiro & Inkung Pengasih, dapat disimpulkan bahwa usaha ini memiliki fondasi yang kuat namun memerlukan perbaikan di beberapa aspek penting untuk memaksimalkan potensinya. Evaluasi kinerja pelayanan menunjukkan bahwa meskipun pelayanan umumnya ramah, kecepatan penyajian yang lambat menjadi kekurangan signifikan. Hal ini sejalan dengan temuan dalam penelitian oleh (Rahayu et al., 2022), yang menekankan pentingnya efisiensi operasional dalam strategi pengembangan usaha kuliner. Kecepatan layanan yang

tidak memadai dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan potensi repeat business, yang merupakan elemen penting dalam industri kuliner.

Dari sisi keuangan dan harga, Soto Kadipiro & Inkung Pengasih memiliki harga yang kompetitif dan struktur biaya yang relatif baik. Namun, seperti yang diuraikan dalam penelitian (Widia, 2024), pengelolaan biaya yang cermat dan pengawasan terhadap margin keuntungan sangat penting untuk mempertahankan keberlanjutan usaha, terutama dalam menghadapi fluktuasi biaya bahan baku. Penelitian ini menunjukkan bahwa pengelolaan biaya yang efektif dan peningkatan strategi pemasaran dapat meningkatkan profitabilitas usaha mikro kecil menengah (UMKM).

Dalam hal pemasaran dan promosi, meskipun pemasaran melalui media sosial telah dilakukan, strategi tersebut belum sepenuhnya optimal. Penelitian (Delima et al., 2022) menyarankan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang efektif, termasuk pemanfaatan influencer dan promosi digital, dapat meningkatkan daya tarik pelanggan. Penerapan strategi pemasaran yang lebih agresif dan kreatif, sesuai dengan saran dalam studi (Bolkia, 2024), akan membantu meningkatkan visibilitas usaha dan menarik lebih banyak pelanggan potensial.

Analisis SWOT yang mendalam juga menunjukkan bahwa meskipun ada kekuatan dalam kualitas produk dan pelayanan, terdapat kelemahan dalam kecepatan layanan dan kebersihan fasilitas yang harus diatasi. Kesempatan untuk memanfaatkan lokasi strategis dekat bandara harus dipadukan dengan inovasi pemasaran untuk mengatasi ancaman dari persaingan ketat dan perubahan selera konsumen. Penelitian oleh (Sari et al., 2021) dan (Wijoyo et al., 2022) menggarisbawahi pentingnya adaptasi terhadap tren pasar dan pengembangan strategi berdasarkan analisis SWOT untuk memperkuat posisi di pasar kuliner. Soto Kadipiro & Inkung Pengasih harus fokus pada peningkatan efisiensi operasional, pemantauan biaya yang ketat, dan pengembangan strategi pemasaran yang lebih komprehensif untuk mengatasi kelemahan dan memanfaatkan peluang yang ada. Dengan memperhatikan rekomendasi dari berbagai studi, termasuk yang dilakukan oleh (Rohaedi et al., 2024) dan (Rohmah, 2024) usaha ini dapat memperkuat daya saing dan memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan dalam pasar kuliner yang kompetitif.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis SWOT pada usaha Soto Kadipiro & Inkung Pengasih, dapat disimpulkan bahwa usaha ini memiliki sejumlah kekuatan yang signifikan, termasuk kualitas produk yang tinggi dengan bahan berkualitas seperti ayam kampung, dan lingkungan restoran yang nyaman. Meskipun demikian, terdapat kelemahan yang perlu diperbaiki, seperti kecepatan penyajian makanan yang lambat dan kebersihan fasilitas yang perlu ditingkatkan. Dari segi peluang, lokasi yang strategis dekat bandara memberikan potensi besar untuk menarik wisatawan dan pelanggan baru, namun tantangan berupa persaingan ketat dan jarak dari pusat kota memerlukan strategi pemasaran yang lebih agresif dan efektif. Dengan mempertimbangkan rekomendasi dari berbagai studi dan analisis yang dilakukan, Soto Kadipiro & Inkung Pengasih memiliki potensi besar untuk memperkuat posisi pasar dan meningkatkan daya saingnya di industri kuliner.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terkait dalam proses pembuatan artikel ini sehingga dapat berjalan dengan lancar serta selesai sesuai dengan waktu yang ditentukan, tanpa adanya halangan dan hambatan yang menyusahakan peneliti.

REFERENSI

- Aini, N. (2023). Analisis SWOT pada Pengembangan Strategi Pemasaran Online pada Usaha Abuds Kebab dengan Menggunakan Pendekatan Grounded Theory. *Benchmark*, 4(1), 1–12.
- Bolkia, M. H. (2024). *Analisis SWOT pada Pengembangan Strategi Pemasaran Online pada Usaha Abuds Kebab dengan Menggunakan Pendekatan Grounded Theory*. Universitas Bakrie.
- Capritalim, M., Yunita, T., & Salsabilla, S. W. (2024). Analisis SWOT pada UMKM Seblak Mama Abi. *Musyteri: Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 6(1), 31–40.

- Crittenden, V. L., Crittenden, W. F., & Galligan, K. (2015). The Undergraduate Capstone Marketing Course: Objectives, Content, and Pedagogy. *Developments in Marketing Science: Proceedings of the Academy of Marketing Science*, 8, 121. https://doi.org/10.1007/978-3-319-11761-4_54
- Damanik, S. W. H., Endiyani, N., & Purba, R. (2022). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Pada Lim's Cafe and Resto Tebing Tinggi. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(3), 1978–1984.
- Delima, I. D., Salsabil, L. S., & Widyatari, D. (2022). Penerapan Strategi Komunikasi Pemasaran Pelaku Usaha Mikro Makanan Ringan dalam Menarik Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Gipang Lestari di Kecamatan Citangkil Kota Cilegon). *Ekonomi Bisnis*, 28(01), 1–12.
- Elsty, K., & Sari, W. N. (2024). Persepsi Wisatawan Terhadap Makanan Indonesia Di Kabupaten Tangerang. *Media Bina Ilmiah*, 18(7), 1771–1778. <https://doi.org/10.33758/mbi.v18i7.378>
- Haryanto, M. M., & Rudy, D. R. (2020). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori dan Praktik)*. [http://repository.iainmadura.ac.id/id/eprint/356%0Ahttp://repository.iainmadura.ac.id/356/5/Manajemen Pemasaran Bank Syariah %28Rudy Haryanto%29 B5.pdf](http://repository.iainmadura.ac.id/id/eprint/356%0Ahttp://repository.iainmadura.ac.id/356/5/Manajemen%20Pemasaran%20Bank%20Syariah%20Rudy%20Haryanto%20B5.pdf)
- Hedy Syahidah Budiarti, R. (2023). Manajemen Pemasaran Global Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen dan Keberhasilan Bisnis. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(2), 405–416. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v14i2.3763>
- Hilmiatus Sahla, Muhammad Sayuti, Ricky Syahputra, A. (2019). Konsep Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Pionir LPPM*, 5(2), 57–61.