

## Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Cafe Bree Sweetandfreeze Banjarmasin (Menggunakan Analisis SWOT)

**Nina Rezeki Amalia**

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin.  
19310809

**Farida Yulianti**

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin.  
19310809

**Abdul Kadir**

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin.  
19310809

Korespondensi penulis: [rezekinina@gmail.com](mailto:rezekinina@gmail.com)

**Abstract:** *This study aims (1) to determine the marketing strategy used by Cafe Bree Sweetandfreeze Banjarmasin in increasing sales. (2) To find out marketing strategies that can be implemented by utilizing SWOT analysis to improve marketing performance at Cafe Bree Sweetandfreeze in Banjarmasin. The method in this study uses a qualitative descriptive method. The informants in the study were the Owners of Cafe Bree Sweetandfreeze Banjarmasin. Data collection techniques used in this study are observation techniques, interviews and documentation studies. The results of the study show that Cafe Bree Sweetandfreeze Banjarmasin uses various marketing strategies, such as advertising promotions, collaboration with influencers, new product development and creating Instagramable photo areas. The SWOT analysis shows strengths in product quality, cafe design and strategic location, while weaknesses relate to understanding customer preferences and digital marketing. The cafe has opportunities in forging local partnerships and leveraging social media, but faces threats from intense competition and changing consumer trends. In conclusion, Cafe Bree Sweetandfreeze Banjarmasin can capitalize on strengths, overcome weaknesses and seize opportunities to strengthen their brand and increase their market share.*

**Keywords:** Strategy, SWOT

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan (1) Untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan oleh Cafe Bree Sweetandfreeze Banjarmasin dalam meningkatkan penjualan. (2) Untuk mengetahui strategi pemasaran yang dapat diimplementasikan dengan memanfaatkan analisis SWOT untuk meningkatkan kinerja pemasaran pada Cafe Bree Sweetandfreeze di Banjarmasin. Metode pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Informan pada penelitian adalah Owner Cafe Bree Sweetandfreeze Banjarmasin. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik observasi, wawancara dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan Cafe Bree Sweetandfreeze Banjarmasin menggunakan strategi pemasaran yang beragam, seperti promosi iklan, kerjasama dengan influencer, pengembangan produk baru dan menciptakan area foto Instagramable. Adapun analisis SWOT menunjukkan kekuatan dalam kualitas produk, desain kafe dan lokasi strategis, sementara kelemahan terkait dengan pemahaman preferensi pelanggan dan pemasaran digital. Kafe ini memiliki peluang dalam menjalin kemitraan lokal dan memanfaatkan media sosial, namun menghadapi ancaman dari persaingan ketat dan perubahan tren konsumen. Dalam kesimpulannya, Cafe Bree Sweetandfreeze Banjarmasin dapat memanfaatkan kekuatan, mengatasi kelemahan dan memanfaatkan peluang untuk memperkuat merek mereka dan meningkatkan pangsa pasar mereka

**Kata Kunci :** Strategi, SWOT

### PENDAHULUAN

Persaingan kedai kopi di kota Banjarmasin semakin ketat, baik skala kecil maupun besar menuntut setiap pengelola harus mempertahankan dan meningkatkan strategi pemasaran yang dilakukannya agar pengelola mampu mengembangkan usahanya dan dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan luar perusahaan yang menghendaki perkembangan yang selalu berubah-

Received Juni 30, 2023; Revised Juli 22, 2023; Accepted Agustus 07, 2023

\* Nina Rezeki Amalia, [rezekinina@gmail.com](mailto:rezekinina@gmail.com)

ubah. Dengan berbagai macam kedai kopi yang ada, hal itu menyebabkan konsumen berpindah dari satu tempat ke tempat lainnya. Melihat adanya fenomena tersebut, pengelola seharusnya dapat memenuhi apa yang dibutuhkan dan diharapkan konsumen. Kegiatan promosi suatu perusahaan dilakukan sebaik mungkin yaitu dengan direncanakan, diarahkan, dikendalikan dan dianggarkan sesuai dengan kondisi keuangan di suatu perusahaan tersebut. Dengan adanya upaya kegiatan promosi itu berarti bahwa ada upaya peningkatan penjualan pada suatu perusahaan. Meningkatnya penjualan itu bisa disebut meningkatnya kegiatan jual- beli.

Menurut Chandler menyatakan bahwa keberhasilan suatu organisasi dalam memenangkan persaingan ditentukan oleh strategi. Strategi adalah upaya yang dimiliki individu dan unsur-unsur yang ada dalam organisasi untuk memiliki keterampilan dan memanfaatkan sumber daya sesuai dengan kondisi lingkungan kerja untuk mendapatkan keuntungan yang optimal.

Strategi pemasaran ini memiliki jangkauan yang luas dalam bidang pemasaran. Perusahaan harus mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan dalam persaingan, ini akan banyak membantu untuk mengidentifikasi dan menggunakan sebanyak mungkin semua peluang dan sumber daya yang tersedia untuk menghindari atau meminimalkan mana strategi pemasaran untuk menemukan pemasaran yang menguntungkan. posisi atau karena persaingan mendasar. Strategi pemasaran adalah strategi yang digunakan dalam kegiatan pemasaran untuk memasarkan produk sesuai dengan tujuan yang diterapkan. Strategi pemasaran mencakup kegiatan yang harus dilakukan perusahaan untuk mempertahankan dan memperluas pasar atau konsumennya. Selain aktivitas yang dinamis, pemasaran perusahaan harus selalu mengikuti prinsip-prinsip unggulan dan perusahaan harus meninggalkan kebiasaan lama yang sudah tidak berlaku lagi dan terus berinovasi, karena sekarang bukan saatnya produsen memaksakan kehendaknya kepada konsumen, tetapi konsumen memaksakan kehendaknya kepada produsen. Kegiatan pemasaran selama ini tidak terlepas dari unsur persaingan. Tidak ada satu bisnis yang leluasa bisa santai menikmati penjualan dan keuntungan, karena akan persaingan yang ingin turut menikmatinya. Oleh karena itu, masalah persaingan mendapatkan perhatian dalam pemasaran.

Manajemen pemasaran yaitu usaha untuk merencanakan, mengorganisasikan, mengkoordinir, mengarahkan) serta mengendalikan atau mengawasi kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi agar tercapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien. Tujuan manajer perusahaan adalah mempertahankan, menemukan, menarik dan menumbuhkan pelanggan sasaran dengan memberikan, menciptakan dan mengkomunikasikan keunggulan produk atau jasa kepada konsumen.

Cafe Bree Sweetandfreeze Banjarmasin adalah kafe yang terletak di Banjarmasin. Kafe ini menawarkan berbagai jenis minuman dan makanannya kepada pelanggan, dengan fokus pada minuman kopi, sereal, serta es krim. Meskipun kafe ini telah beroperasi selama beberapa waktu, namun terdapat permasalahan yang perlu diatasi terkait peningkatan penjualan.

Dalam industri kafe yang sangat kompetitif, strategi pemasaran yang efektif menjadi faktor kunci dalam mencapai pertumbuhan penjualan yang signifikan. Meskipun Cafe Bree Sweetandfreeze Banjarmasin telah melakukan berbagai upaya pemasaran, seperti mengandalkan promosi di media sosial, kolaborasi dengan *influencer* lokal, dan menyelenggarakan acara khusus, namun peningkatan penjualan yang diharapkan masih belum tercapai. Beberapa masalah yang dihadapi Cafe Bree Sweetandfreeze Banjarmasin dalam meningkatkan penjualan antara lain:

Kurangnya pengetahuan tentang preferensi pelanggan: Cafe Bree Sweetandfreeze Banjarmasin perlu memahami preferensi pelanggan dengan lebih baik agar dapat menyesuaikan menu dan promosi yang ditawarkan. Tanpa pemahaman yang mendalam tentang apa yang diinginkan dan diharapkan oleh pelanggan, upaya pemasaran mungkin tidak efektif. Persaingan yang ketat di industri kafe: Banjarmasin merupakan kota yang memiliki banyak kafe dengan beragam konsep dan penawaran produk. Persaingan yang ketat memerlukan strategi pemasaran yang kuat dan inovatif untuk dapat menonjolkan Cafe Bree Sweetandfreeze Banjarmasin dan menarik pelanggan dari pesaing.

Perubahan tren konsumen: Preferensi dan tren konsumen dalam industri makanan dan minuman dapat berubah dengan cepat. Cafe Bree Sweetandfreeze Banjarmasin perlu mengikuti tren terkini dan mengidentifikasi peluang untuk menghadirkan produk dan promosi yang relevan dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Kurangnya penggunaan teknologi dalam pemasaran: Penggunaan teknologi dalam pemasaran dapat membantu meningkatkan efisiensi dan efektivitas kampanye pemasaran. Cafe Bree Sweetandfreeze Banjarmasin mungkin belum sepenuhnya memanfaatkan potensi teknologi seperti platform pemesanan online, penggunaan data pelanggan dan pemasaran digital yang canggih.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, penelitian yang berkaitan dengan analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada Cafe Bree Sweetandfreeze Banjarmasin menjadi relevan dan penting untuk dilakukan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan rekomendasi yang berguna bagi Cafe Bree Sweetandfreeze Banjarmasin dalam mengoptimalkan strategi pemasaran mereka guna meningkatkan penjualan dan meraih keberhasilan dalam industri kafe yang kompetitif.

## METODE PENELITIAN

Menurut Sugiyono (2018:349) metode deskriptif adalah metode penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan, menganalisis, dan mempresentasikan data secara deskriptif atau dengan kata lain menggambarkan data yang ditemukan **ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Cafe Bree Sweetandfreeze Banjarmasin merupakan salah satu perusahaan bisnis yang bergerak dalam bidang kuliner. Kafe ini letaknya sangat strategis ditengah kota Banjarmasin. Nama Bree terinspirasi dari kata berkah, karena pemilik menginginkan agar usahanya selalu berkah. Untuk mengikuti zaman, maka pemilik memodernisasi kata berkah menjadi Bree yang diambil dari sebagian huruf tersebut. Sedangkan kata Sweetandfreeze mengandung arti manis dan dingin karena sesuai dengan ciri khas produk yang mereka jual seperti es krim dan sereal.

Sejarah adanya Cafe Bree Sweetandfreeze Banjarmasin berawal dari pemilik yang menyukai sereal dan es krim, bahkan dari kecil pemilik menyukai sarapan sereal dan menjadikannya cemilan sehari-hari. Pada awal berdirinya Cafe Bree Sweetandfreeze Banjarmasin pemilik hanya menyediakan menu sereal dan es krim. Dengan banyaknya kafe yang bermunculan, sehingga membuat pemilik berencana menambahkan ide baru agar tetap diminati oleh konsumen. Maka disediakanlah aneka menu kopi, non kopi, serta makanan ringan seperti *zuppa soup*, *cookies*, *brownies* dan lain-lain. Adanya kopi semakin membantu meningkatkan penjualan, karena kopi menjadi salah satu kebutuhan para konsumen. Sampai saat ini Cafe Bree Sweetandfreeze Banjarmasin mampu bertahan di era banyaknya kafe di kota Banjarmasin. Dengan melakukan berbagai macam ide terbaru agar bisa tetap bersaing. Lokasi objek yang peneliti laksanakan di Cafe Bree Sweetandfreeze Banjarmasin yang berlokasi di jalan Simpang Hasanuddin HM Kawasan Bandarmasih Tempo Doeloe, Banjarmasin.

Cafe Bree Sweetandfreeze Banjarmasin, sebagai kedai kopi yang beroperasi di Banjarmasin, menghadapi sejumlah tantangan dalam menjalankan usahanya. Berikut adalah beberapa tantangan dihadapi oleh Cafe Bree Sweetandfreeze Banjarmasin:

Persaingan Ketat: Industri kedai kopi merupakan industri yang sangat kompetitif, di mana banyak kedai kopi bermunculan di kota-kota besar termasuk Banjarmasin. Cafe Bree Sweetandfreeze Banjarmasin harus menghadapi persaingan yang ketat dengan kedai kopi lain untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Keberagaman Preferensi Konsumen, konsumen memiliki preferensi yang beragam dalam hal cita rasa, metode penyajian, dan pengalaman kopi. Cafe Bree Sweetandfreeze Banjarmasin perlu beradaptasi dengan preferensi ini dan menawarkan pilihan yang relevan agar tetap menarik bagi pelanggan yang memiliki selera yang berbeda.

Perubahan Tren dan Inovasi: Industri kedai kopi terus berkembang dengan munculnya tren baru dan inovasi dalam produk dan layanan. Cafe Bree Sweetandfreeze Banjarmasin harus terus memantau tren terkini dan berinovasi agar tetap relevan dan dapat bersaing dalam pasar yang dinamis. Manajemen Sumber Daya, mengelola sumber daya dengan efisien adalah tantangan lain yang dihadapi oleh Cafe Bree Sweetandfreeze Banjarmasin. Manajemen yang efektif terkait persediaan bahan baku, pengelolaan stok, penggunaan energi dan pengelolaan keuangan menjadi penting untuk menjaga profitabilitas dan kelangsungan usaha. Pelayanan Pelanggan yang Berkualitas: Pelanggan saat ini memiliki harapan yang tinggi terhadap pelayanan pelanggan. Cafe Bree Sweetandfreeze Banjarmasin harus menghadapi tantangan dalam memberikan pelayanan yang ramah, efisien dan konsisten kepada pelanggan agar dapat mempertahankan loyalitas mereka.

Cafe Bree Sweetandfreezee Banjarmasin adalah sebuah usaha kafe yang terletak di Banjarmasin. Kafe ini menawarkan berbagai jenis minuman dan makanan ringan kepada pelanggan dengan fokus pada minuman kopi, sereal, serta es krim. Meskipun kafe ini telah beroperasi selama beberapa waktu, namun terdapat permasalahan yang perlu diatasi terkait peningkatan penjualan. Dalam industri kafe yang sangat kompetitif, strategi pemasaran yang efektif menjadi faktor kunci dalam mencapai pertumbuhan penjualan yang signifikan. Meskipun Cafe Bree Sweetandfreeze Banjarmasin telah melakukan berbagai upaya pemasaran, seperti mengandalkan promosi di media sosial, kolaborasi dengan *influencer* lokal dan menyelenggarakan acara khusus, namun peningkatan penjualan yang diharapkan masih belum tercapai. Beberapa masalah yang dihadapi Cafe Bree Sweetandfreeze Banjarmasin dalam meningkatkan penjualan antara lain:

Kurangnya pengetahuan tentang preferensi pelanggan: Cafe Bree Sweetandfreeze Banjarmasin perlu memahami preferensi pelanggan dengan lebih baik agar dapat menyesuaikan menu dan promosi yang ditawarkan. Tanpa pemahaman yang mendalam tentang apa yang diinginkan dan diharapkan oleh pelanggan, upaya pemasaran mungkin tidak efektif. Persaingan yang ketat di industri kafe: Banjarmasin merupakan kota yang memiliki banyak kafe dengan beragam konsep dan penawaran produk. Persaingan yang ketat memerlukan strategi pemasaran yang kuat dan inovatif untuk dapat menonjolkan Cafe Bree Sweetandfreeze Banjarmasin dan menarik pelanggan dari pesaing.

Perubahan tren konsumen: Preferensi dan tren konsumen dalam industri makanan dan minuman dapat berubah dengan cepat. Cafe Bree Sweetandfreeze Banjarmasin perlu mengikuti tren terkini dan mengidentifikasi peluang untuk menghadirkan produk dan promosi yang relevan dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Kurangnya penggunaan teknologi dalam

pemasaran: Penggunaan teknologi dalam pemasaran dapat membantu meningkatkan efisiensi dan efektivitas kampanye pemasaran. Cafe Bree Sweetandfreeze Banjarmasin mungkin belum sepenuhnya memanfaatkan potensi teknologi seperti platform pemesanan online, penggunaan data pelanggan dan pemasaran digital yang canggih.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, penelitian yang berkaitan dengan analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada Cafe Bree Sweetandfreeze Banjarmasin menjadi relevan dan penting untuk dilakukan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan rekomendasi yang berguna bagi Cafe Bree Sweetandfreeze Banjarmasin dalam mengoptimalkan strategi pemasaran mereka guna meningkatkan penjualan dan meraih keberhasilan dalam industri kafe yang kompetitif.

Dalam hasil penelitian terhadap Cafe Bree Sweetandfreeze Banjarmasin, terungkap bahwa kafe ini menggunakan strategi pemasaran yang beragam untuk mempromosikan merek mereka dan menarik minat pelanggan. Melalui promosi iklan, mereka dapat meningkatkan kesadaran tentang penawaran unik, promosi dan acara khusus yang ditawarkan kafe. Dalam hal kerjasama dengan *influencer*, mereka dapat memanfaatkan pengaruh *influencer* di media sosial untuk meningkatkan visibilitas merek dan mencapai audiens yang lebih luas. Selain itu, dengan menghadirkan produk baru yang menarik dan inovatif, kafe ini dapat memberikan pengalaman yang segar bagi pelanggan mereka. Di samping itu, mereka juga menciptakan area-area foto *Instagramable* yang menarik, sehingga mendorong pelanggan untuk berbagi pengalaman mereka di media sosial.

Strategi pemasaran yang digunakan oleh Cafe Bree Sweetandfreeze Banjarmasin mencerminkan upaya mereka untuk tetap relevan di industri kafe yang kompetitif, dengan memanfaatkan berbagai saluran pemasaran seperti iklan, kerjasama dengan *influencer*, pengembangan produk baru dan menciptakan area foto *Instagramable*, kafe ini dapat meningkatkan kesadaran merek mereka, menarik minat pelanggan potensial dan membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan. Dalam era digital dan tren sosial media yang terus berkembang, strategi pemasaran ini membantu Cafe Bree Sweetandfreeze Banjarmasin untuk membedakan diri mereka dari pesaing dan membangun citra merek yang kuat dan menarik di pasar kafe Banjarmasin.

Cafe Bree Sweetandfreeze Banjarmasin, peneliti mengidentifikasi tiga strategi pemasaran yang mereka terapkan, yaitu promosi iklan, kerjasama dengan *influencer* dan menghadirkan produk baru. Analisis SWOT peneliti menunjukkan bahwa Cafe Bree Sweetandfreeze Banjarmasin memiliki kekuatan dalam kualitas produk yang baik, desain kafe yang menarik dan lokasi strategis. Namun, mereka juga menghadapi beberapa kelemahan

seperti kurangnya pemahaman tentang preferensi pelanggan dan keterbatasan pemasaran digital. Meskipun demikian, kafe ini memiliki peluang untuk menjalin kemitraan dengan produsen lokal dan memanfaatkan media sosial untuk promosi yang lebih aktif. Ancaman yang dihadapi Cafe Bree Sweetandfreezee Banjarmasin adalah persaingan yang ketat dan perubahan tren konsumen dalam industri makanan dan minuman. Dalam kesimpulannya, Cafe

BreeSweetandfreezee Banjarmasin dapat memanfaatkan kekuatan mereka, mengatasi kelemahan, memanfaatkan peluang yang ada dan menghadapi ancaman dengan strategi pemasaran yang tepat. Dengan melakukan ini, mereka memiliki kesempatan untuk memperkuat merek mereka, meningkatkan pangsa pasar dan mempertahankan posisi mereka di industri kafe Banjarmasin.

## **PENUTUP**

Berdasarkan hasil penelitian di atas dengan judul penelitian Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Cafe Bree Sweetandfreezee Banjarmasin (Menggunakan Analisis SWOT), maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Cafe Bree Sweetandfreezee Banjarmasin menggunakan strategi pemasaran yang beragam, seperti promosi iklan, kerjasama dengan *influencer*, pengembangan produk baru dan menciptakan area foto *Instagramable*. Strategi ini membantu kafe untuk meningkatkan kesadaran merek, menarik minat pelanggan dan membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan. Dalam menghadapi persaingan di industri kafe, Cafe Bree Sweetandfreezee Banjarmasin berhasil membedakan diri mereka dan membangun citra merek yang kuat dan menarik di pasar Banjarmasin.
2. Cafe Bree Sweetandfreezee Banjarmasin menggunakan tiga strategi pemasaran, yaitu promosi iklan, kerjasama dengan *influencer*, dan menghadirkan produk baru. Analisis SWOT menunjukkan kekuatan dalam kualitas produk, desain kafe dan lokasi strategis, sementara kelemahan terkait dengan pemahaman preferensi pelanggan dan pemasaran digital. Kafe ini memiliki peluang dalam menjalin kemitraan lokal dan memanfaatkan media sosial, namun menghadapi ancaman dari persaingan ketat dan perubahan tren konsumen. Dalam kesimpulannya, Cafe Bree Sweetandfreezee Banjarmasin dapat memanfaatkan kekuatan, mengatasi kelemahan dan memanfaatkan peluang untuk memperkuat merek mereka dan meningkatkan pangsa pasar mereka.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Abdullah Thamrin & Tantri Francis (2016). Manajemen Pemasaran. Depok. PT. Raja Grafindo Persada

- Aliyah, Z. (2018). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Ekspor Kopi Arabika Pada CV Yudi Putra* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan).
- Assauri Sofjian, (2015) *Manajemen Pemasaran*. Jakarta, Rajawali Pers
- Assauri Sofian, (2018) *Manajemen Pemasaran*, Jakarta. PT. RajaGrafindo Persada.
- Darma (2020) *Strategi Pemasaran PT. Suraco Jaya Abadi Motor Dalam Peningkatan Volume Penjualan Di Pinrang*. Jurnal Ekonomi (IAIN) Parepare
- Djaslim S. (2017) *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Freddy Rangkuti, (2016) *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta. Kompas Gramedia
- Handoko, (2015) *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*, Yogyakarta. BPFE.
- Kotler & Keller, (2016), *Manajemen Pemasaran*, Jakarta. Penerbit : Prenhallindo.
- Mubarak, N. (2017). *Strategi pemasaran islami dalam meningkatkan penjualan pada Butik Calista*. I- ECONOMICS: A Research Journal on Islamic Economics, 3(1), 73-92.
- Nizar Sapta. (2016) *Strategi Pemasaran dengan Pendekatan Analisis SWOT pada PT. uper Sukses Motor Banjarmasin*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis. Vol 2. No 1. Hal: 30-42
- Rahmawati. (2016) *Manajemen Pemasaran*. Mulawarman Samarinda. University Press.
- Rahim dkk. (2016). *Manajemen Strategi*. Makassar. Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makasar.
- Rizal Achmad. (2019) *Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0*. Budi Utama. Yogyakarta
- Sunyoto, D. (2018) *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus*. Yogyakarta: CAPS (Center Of Academic Publishing Service).
- Suryatama (2014) *Aplikasi Iso Sebagai Standar Mutu*. Jakarta: Kata Pena Supryanita, R., & Putri, D. A. (2018). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Cafe Kopmil Ijo Payakumbuh*. jurnal ekonomi, 21(2), 106-119.
- Taufik, T. (2021). *Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Pangsa Pasar Pada Industri Kerupuk Berjaya Banjarmasin*. Jurnal Universitas Islam Kalimantan MAB
- Tjiptono (2015), *Pemasaran strategi*, Yogyakarta. Penerbit Andi
- Wijayanthi (2021) *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Cafe Haagendazs Beachwalk Kuta*. Jurnal STIE Semarang Vol 13 No 1 ISSN:2085-5656