

**Penerapan Strategi Bersaing dengan Pendekatan *Five Porter Analysis*  
pada Zonecoffe Temanggung**  
*The Implementation of Competitive Strategy using Five Porter Analysis Approach at  
Zonecoffe Temanggung*

Ahmad Sahi<sup>1</sup>, Asye Rachmawaty<sup>2</sup>, Anna Noviana<sup>3</sup>

Manajemen Informatika<sup>1</sup>, Manajemen Informatika<sup>2</sup>, Administrasi Bisnis<sup>3</sup>  
Politeknik LP3I<sup>1,2,3</sup>

e-mail: [ahmad.sahi@plb.ac.id](mailto:ahmad.sahi@plb.ac.id)<sup>1</sup>, [asyerachmawaty@plb.ac.id](mailto:asyerachmawaty@plb.ac.id)<sup>2</sup>, [annanoviana@plb.ac.id](mailto:annanoviana@plb.ac.id)<sup>3</sup>

**Abstract:** *Coffee consumption has become an attraction and a popular lifestyle within Indonesian society, leading to a growing number of coffee producers and positioning Indonesia as the third-largest coffee producer in the world. This growth has resulted in competition among coffee producers, requiring them to adopt competitive strategies, innovate, and demonstrate creativity to gain consumer acceptance. Zonecoffe Temanggung, which is located on Jl. Raya Parakan, Wonosobo, Kalianggrung, Tlahap, Kledung sub-district, Temanggung district, Central Java, focuses on coffee production and was only established in 2024. An in-depth analysis is therefore needed so that the existence of this coffee producer can continue to grow and develop. Conducting competitive strategy research using the 5 Porter's Force method will be a reference to what the competition for coffee producers will be like in the future and what strategies will be applied in running this business so that it continues to win the hearts of customers. In detail, it will be discussed about the five Porter's Force strategy methods, including the following: analysis of the threat of new entrants to coffee producers, bargaining power of suppliers, bargaining power of buyers, the threat of substitute products, and competition between coffee producers. By conducting this research, a reference to the competitive strategy at Zonecoffe is obtained.*

**Keywords:** *Business Strategy, Analysis, 5 Porter Force, Coffee Production.*

**Abstrak:** Konsumsi kopi sudah menjadi daya tarik dan sudah menjadi gaya hidup pada masyarakat Indonesia, begitu juga produsen kopi di Indonesia kian menjamur hal ini dikarenakan karena Indonesia sendiri penghasil kopi terbesar ke-3 (tiga). Begitu juga produsen kopi di Indonesia kian hari kian bertambah dan semakin tumbuh hal ini menjadi fokus pada produsen bagaimana optimalisasi strategi bersaing antara produsen satu dengan produsen lainnya, butuh inovasi dan kreatifitas pada produsen kopi agar dapat diterima oleh konsumen. Zonecoffe Temanggung yang terletak di Jl. Raya parakan, wonosobo, kalianggrung, Tlahap, kecamatan kledung, kabupaten Temanggung, Jawa Tengah fokus pada produksi kopi dan baru berdiri tahun 2024 ini artinya perlu analisa yang mendalam agar eksistensi dari produsen kopi ini bisa terus tumbuh dan berkembang. Dengan dilakukannya penelitian strategi bersaing dengan menggunakan metode *5 Porter's Force* ini akan menjadi rujukan seperti apa persaingan produsen kopi kedepannya, dan strategi apa yang akan diterapkan dalam menjalankan bisnis ini agar terus mendapatkan hati para pelanggan, secara rinci akan dibahas tentang metode strategi *lima Porter's Force* ini diantaranya sebagai berikut, analisa tentang

ancaman pendatang baru produsen kopi, daya tawar pemasok, daya tawar pembeli, ancaman produk pengganti, persaingan antar produsen kopi, dengan dibuatkan penelitian ini maka didapat rujukan strategi bersaing pada Zonecoffe.

**Kata Kunci :** Strategi Bisnis, Analisa, *5 Porter Force*, Produsen Kopi.

## PENDAHULUAN

Perkembangan industri kopi dalam waktu 5 tahun terakhir ini menunjukkan tren yang positif, tidak dipungkiri bahwa Indonesia menjadi negara ke tiga dunia dalam hal penghasil kopi, merujuk pada laporan badan pusat statistic (BPS) indonesia 2023 ada kenaikan 1,1% pada tahun 2022 dibandingkan dengan tahun sebelumnya, capaian produksi kopi di Indonesia mencapai 794,8 ribu ton pada 2022.[1] Begitu juga produksi kopi di daerah Temanggung Jawa Tengah, adanya potensi yang besar karena petani kopi di temanggung juga cukup besar, Temanggung sendiri salah satu daerah dataran tinggi di Jawa Tengah produksi kopi di daerah ini memiliki kualitas serta ciri khas tersendiri sehingga kopi di daerah Temanggung mempunyai kekhasan ini akan menjadi modal awal untuk memperkenalkan produk kopi Temanggung pada skala nasional maupun luar negeri. [2] Zonecoffe didirikan pada tahun 2024, pemilik Zonecoffe memulai usahanya dilingkungan tempat tinggal di daerah Temanggung ini yang kaya akan petani kopi, ditambah dengan kepemilikan perkebunan kopi pribadi. Dari situ muncul ide untuk membangun bisnis bernama Zonecoffe, yang mengelola kopi secara terpadu dari hulu ke hilir, mulai dari petani hingga proses pengolahan dan penjualan. Usaha ini bertujuan untuk mendukung perekonomian para petani kopi di wilayah tersebut, sehingga mendorong antusiasme masyarakat sekitar untuk menjual hasil panen mereka. Namun seiring dengan mulai dikenalnya kopi dari daerah Temanggung, persaingan antara produsen satu dengan yang lainnya juga cukup kompetitif, ditambah dengan selera konsumen yang cenderung berubah, faktor bahan baku yang naik turun juga menjadi kendala tersendiri. [3]

Produsen kopi harus mampu bersaing dalam produksi kopi di Temanggung yang semakin kompleks perlu adanya strategi bisnis yang mampu membantu para produsen kopi agar bisa bertahan dan berkembang, dalam penelitian ini akan dibahas metode bersaing dengan analisa *Five Porter's Forces*, dalam metode ini terdapat 5 pilar yang akan menjadi rujukan dalam persaingan dalam industri kopi yang meliputi. [4]

- a. Bagaimana cara menyikapi ancaman pendatang baru?
- b. Bagaimana menganalisa daya tawar dari pemasok?
- c. Bagaimana menganalisa daya tawar pembeli?
- d. Bagaimana ancaman terhadap produk pengganti yang terus variative?
- e. Bagaimana intensitas persaingan antar produsen?

Penerapatan analisa *Five Porters force* pada produsen kopi Zonecoffe ini dapat mengidentifikasi faktor-faktor eksternal, mengantisipasi perubahan di pasar, dan merancang strategi meningkatkan daya saing agar dapat bertahan dalam pasar lokal maupun nasional serta mempunyai keunggulan yang kompetitif. [5] [6]

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bersaing pada Zonecoffe Temanggung dengan menggunakan pendekatan *Five Porter's Forces*, dengan penelitian ini berharap akan menjadi sumbangan pemikiran atau rekomendasi strategi yang efektif bagi produsen kopi dalam hal ini Zonecoffe, memahami faktor-faktor yang memengaruhi persaingan, harapannya Zonecoffe mampu meningkatkan daya saing di daerah Temanggung, memaksimalkan sumber daya yang ada serta mengembangkan inovasi produk sesuai dengan kebutuhan pasar.

**METODE PENELITIAN**

Metode pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan wawancara, mempelajari proses dan penemuan yang terjadi di lapangan, mencatat, menganalisis, menafsirkan, melaporkan, dan menarik kesimpulan dari proses tersebut. [7]

Sedangkan metode yang digunakan untuk menganalisa bersaing adalah menggunakan metode *Five Porters Forces*, dari hasil data yang didapat dari proses observasi dilapangan dan melakukan wawancara menjadi bahan analisa lima element yang ada didalam metode *five Porters force* diantaranya [4] [8]

- a. Ancaman pendatang baru (*Threat of new entrants*)
- b. Daya tawar pemasok (*Bargaining power of suppliers*)
- c. Daya tawar pembeli (*Bargaining power of buyers*)
- d. Ancaman produk pengganti (*Threat of substitutes*)
- e. Persaingan Produsen (*Rivalry among existing competitors*)

Lima kekuatan kompetitif dapat dilihat pada gambar berikut ini. [9]



**Gambar 1.** Metode *5 Porter's Force*

**PEMBAHASAN**

Penerapan metode *5 Porter's Force* ini digunakan untuk mengetahui strategi

persaingan setiap Perusahaan secara eksternal berdasarkan ancaman pendatang baru, daya tawar pemasok, daya tawar pembeli, ancaman produk pengganti atau substitusi, dan persaingan antar Perusahaan sejenis. [10][11] Pendekatan analisis kompetitif ini digunakan untuk mengembangkan strategi Perusahaan. [12] [13]

**Tabel 1.** Ancaman Produsen Pendatang Baru (*Threat of new entrants*)

| No | Indikator                                      | Analisis  | Kesimpulan     |
|----|--|---|----------------|
| 1  | Seberapa hambatan bagi pendatang baru/ Pesaing | Jumlah UMKM produsen kopi di kabupaten Temanggung berjumlah kurang lebih 350 UMKM Namun, hambatan masuk kopi relatif rendah, terutama dalam hal investasi awal, karena untuk pengadaan mesin produksi kopi <i>relative</i> cukup tinggi biayanya. | Ancaman Rendah |
| 2  | Diferensiasi Produk Dengan Pesaing             | Produsen dengan skala besar mempunyai keunggulan dari sisi produksi dan jangkauan pemasaran namun usaha kecil atau menengah bisa bersaing dengan diferensiasi produk, dengan inovasi kopi organik dengan cita rasa yang khas dan unik.            | Ancaman Rendah |
| 3  | Kebijakan/Regulasi                             | Kebijakan pemerintah  | Ancaman Sedang |

|  |   |  |  |
|--|---|--|--|
|  | pemerintah mengenai produsen kopi di Temanggung | dalam hal perijinan dan sertifikasi produk diperlukan dalam mendirikan usaha baru namun regulasi ini bisa berjalan sambil menjalankan usahanya karena regulasi ini belum terlalu ketat sehingga tidak sepenuhnya menjadi penghalang bagi pendatang baru. |  |
|--|---|--|--|

Sumber: data penelitian, diolah (2024)

Kesimpulan dari analisa dari table diatas ancaman produsen pendatang baru (*Threat of new entrants*) Secara umum keberadaan pendatang baru tidak begitu menjadi ancaman. Namun apabila ada pendatang baru memiliki modal yang besar untuk investasi mesin kopi sendiri dan dapat menawarkan diferensiasi produk mereka dengan mudah dapat membuka produksi kopi didaerah tersebut, begitu juga sebaliknya apabila tidak didukung dengan modal yang memadai maka akan sulit pendatang baru untuk memulai menjadi produsen kopi di Temanggung.

**Tabel 2.** Daya Tawar Pemasok (*Bargaining Power of Suppliers*)

| No | Indikator                             | Analisis  | Kesimpulan      |
|----|---------------------------------------|---|-----------------|
| 1  | Bagaimana dengan ketersediaan pemasok | Petani lokal masih mendominasi yang memasok produsen kopi dengan skala menengah atau skala besar hal ini akan berdampak pada daya tawar dari sedang sampai tinggi karena kopi | Kekuatan Tinggi |

|   |                                 |   |                 |
|---|---------------------------------|---|-----------------|
|   |                                 | temanggung sudah banyak diminati karena kualitas dan ciri khas kopinya  |                 |
| 2 | Bagaimana dengan jumlah pemasok | Kebanyakan petani yang memproduksi kopi sehingga daya tawar relative rendah tetapi ada beberapa petani yang mampu menghasilkan kualitas kopi premium dengan pengolahan khusus sehingga menjadi daya tawar yang lebih tinggi | Kekuatan Tinggi |

Sumber: data penelitian, diolah (2024)

Kesimpulan dari analisa dari table diatas daya tawar pemasok (*Bargaining power of suppliers*). Kekuatan daya tawar terhadap kopi premium cukup tinggi apabila dibandingkan dengan produsen kopi lokal banyak petani kopi mempunyai produk kopi yang masih diolah secara manual hal ini menjadi kekuatan bagi Zonecoffe Temanggung.

**Tabel 3.** Daya Tawar Pembeli (*Bargaining Power of Buyers*)

| No | Indikator        | Analisis  | Kesimpulan      |
|----|------------------|---|-----------------|
| 1  | Kategori Pembeli | Pembeli kopi di daerah Temanggung sangat beragam, mulai dari pemilik cafe, konsumen lokal, hingga eksportir untuk dijual diluar negeri, dengan semakin banyaknya pilihan kopi di Indonesia, daya tawar terhadap produsen kopi di Temanggung | Kekuatan Sedang |

|   |                  |  |                 |
|---|------------------|--|-----------------|
|   |                  | akan menjadi tinggi.   |                 |
| 2 | Perilaku Pembeli | Perilaku konsumen cenderung cepat berubah terhadap kualitas dan harga, sehingga apabila ada produk kopi yang menawarkan harga murah dan kualitas lebih bagus mereka akan mudah beralih | Kekuatan Rendah |
| 3 | Pembeli Loyal    | Pembeli loyal terhadap kopi Temanggung cenderung rendah apabila dibandingkan jenis kopi dari daerah lain yang ada di Indonesia seperti kopi toraja, kopi gayo dan lain sebagainya      | Kekuatan Rendah |

Sumber: data penelitian, diolah (2024)

Kesimpulan dari analisa dari table diatas daya tawar pembeli (*Bargaining power of buyers*). Kekuatan daya tawar pembeli sangat tinggi karena banyaknya pilihan kopi di Indonesia. Kopi Temanggung perlu lebih meningkatkan kualitas dan keunikannya serta jangkauan pemasaran diperluas lagi agar bisa bersaing dengan kopi yang sudah mempunyai nama disetiap daerah penghasil kopi.

**Tabel 4.** Ancaman Produk Pengganti (*Threat of Substitutes*)

| No | Indikator                     | Analisis  | Kesimpulan     |
|----|-------------------------------|---|----------------|
| 1  | Alternatif produk selain kopi | Minuman pengganti selain kopi di Indonesia bervariasi misalnya minuman teh, minuman kemasan hal ini menjadi pesaing | Ancaman Sedang |

|   |                     |  |                |
|---|---------------------|--|----------------|
| 2 | Preferensi Konsumen | Produk kopi memiliki konsumen yang loyal namun minuman selain kopipun banyak pilihannya yang dengan mudah didapat konsumen dan Harga bisa lebih murah, minuman yang sedang tren misalnya matcha, teh kombucha bisa mengalihkan preferensi konsumen | Ancaman Tinggi |
|---|---------------------|--|----------------|

Sumber: data penelitian, diolah (2024)

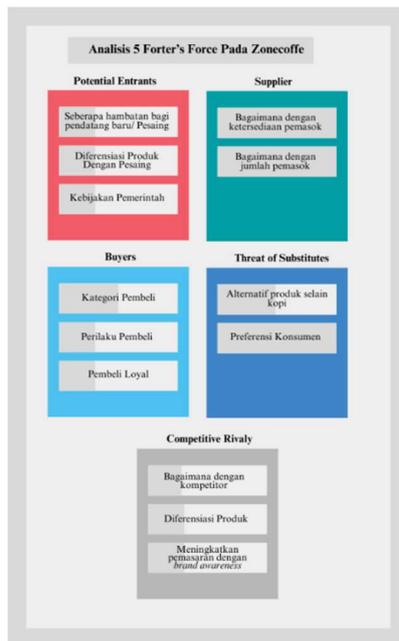
Kesimpulan dari analisa dari table diatas ancaman produk pengganti (*Threat of substitutes*) Ancaman produk substitusi sangat tinggi terutama dari jenis minuman lain dan semakin populernya kopi yang sudah mempunyai nama (*brand*) kopi instan, kopi kemasan.

**Tabel 5.** Persaingan Antar produsen kopi (*Rivalry Among Existing Competitors*)

| No | Indikator                   | Analisis  | Kesimpulan     |
|----|-----------------------------|---|----------------|
| 1  | Bagaimana dengan kompetitor | Produsen kopi di Temanggung tergolong banyak dari usaha kecil, menengah hingga besar, semuanya bersaing dalam hal kualitas, harga, jenis produk hingga mesin untuk memproduksi kopi | Ancaman Rendah |
| 2  | Diferensiasi Produk         | Kreatifitas produsen kopi sudah mulai terlihat, hal ini dibuktikan dengan   | Ancaman Rendah |

|   |  |   |                |
|---|--|---|----------------|
|   |  | <p>banyaknya inovasi pada produk kopi seperti kopi organik, kopi luwak, dan dengan inovasi pengolahan yang unik, Persaingan semakin ketat karena diferensiasi produk menjadi penting karena untuk menarik minat konsumen</p>  |                |
| 3 | Meningkatkan pemasaran dengan <i>brand awareness</i> | <p>Pada umumnya produsen yang berskala besar sudah melakukan pemasaran baik secara local, nasional maupun luar negeri, produsen kecil belum banyak yang melakukan ini, ini bisa dilakukan dengan cara memanfaatkan fasilitas media social untuk memesarkan produk kopi yang lebih luas.</p> | Ancaman Rendah |

Sumber: data penelitian, diolah (2024)



**Gambar 2.** Analisis 5 Porter's Force pada Zonecoffe

Secara rinci gambar diatas dapat disimpulkan dalam bentuk *table* berikut ini.

**Tabel 6.** Hasil Analisis 5 Porter's Force pada Zonecoffe

| Indikator             | Kesimpulan       | Qty |
|-----------------------|------------------|-----|
| Potential Entrants    | Ancaman Rendah   | 2   |
|                       | Ancaman Sedang   | 1   |
| Suppliers             | Kekeuatan Tinggi | 2   |
| Buyers                | Kekeutan Rendah  | 2   |
|                       | Kekuatan Sedang  | 1   |
| Threat of Substitutes | Ancaman Sedang   | 1   |
|                       | Ancaman Tinggi   | 1   |
| Competitive Rivalry   | Ancaman Rendah   | 3   |
|                       | Ancaman Rendah   | 5   |
|                       | Ancaman Sedang   | 2   |
|                       | Ancaman Tinggi   | 1   |
|                       | Kekeuatan Tinggi | 2   |
|                       | Kekeutan Rendah  | 2   |
|                       | Kekuatan Sedang  | 1   |

Kesimpulan dari analisa dari table diatas Persaingan Produsen (*Rivalry among existing competitors*) Industri kopi di Temanggung sangat kompetitif. Produsen yang menawarkan produk unik, berkualitas tinggi, dan memiliki strategi pemasaran yang baik dapat memperoleh keunggulan kompetitif. [14] [15]

## KESIMPULAN

Agar produsen Zoncoffe Temanggung dapat bertahan dan berkembang, beberapa rekomendasi hasil analisis menggunakan metode *5 Porter's Force* adalah sebagai berikut:

- a. Secara umum keberadaan pendatang baru tidak begitu menjadi ancaman, karena persaingan produsen kopi di Temanggung sudah kompetitif, memerlukan modal yang cukup tinggi untuk infrastruktur, peralatan, mesin kopi serta inovasi untuk produk kopi itu sendiri dan Zoncoffe sudah memiliki peralatan, mesin serta inovasi produk premium.
- b. Berdasarkan hasil analisa daya tawar pemasok menunjukan bahwa Zoncoffe memiliki kekuatan yang tinggi untuk bertahan karena Zoncoffe ditunjang dengan produk kopi premium yang dapat dipenuhi untuk kebutuhan konsumen.
- c. Berdasarkan hasil analisis daya tawar pembeli, aspek pilihan kopi yang bervariasi dituntut untuk berinovasi dalam memproduksi kopi tidak tertinggal dari daerah lain penghasil kopi di Indonesia, ini menjadi ancaman yang serius yang harus diantisipasi dengan Zoncoffe harus mengeluarkan produk yang diminti konsumen yaitu dari sisi harga dan kualitas kopi.

- d. Berdasarkan hasil analisis ancaman produk pengganti, keberadaan Zoncoffe belum aman karena alternatif kopi yang sudah mempunyai *brand* dalam bentuk kemasan dan dalam bentuk kopi instan sudah mulai digemari oleh konsumen sehingga mereka mempunyai banyak alternatif pilihan untuk memilih produk kopi. Zoncoffe harus memproduksi produk kopi yang varitif dan inovatif.
- e. Berdasarkan hasil analisis persaingan produsen, keberadaan produsen yang menawarkan produk unik, berkualitas tinggi, harga terjangkau, memiliki *brand* yang sudah dikenal dan memiliki strategi pemasaran yang baik menjadi ancaman yang cukup tinggi untuk Zoncoffe. Dalam hal ini Zoncoffe harus memanfaatkan *digital marketing* untuk pemasarannya agar lebih dikenal. [3] [16]

Secara keseluruhan, industri kopi di Temanggung khususnya Zoncoffe memiliki potensi yang besar namun terkendala oleh ancaman pendatang baru yang lebih memiliki modal yang besar serta memiliki investasi mesin untuk memproduksi kopi secara *modern*, tingginya daya tawar pembeli dihadapkan dengan pilihan jenis kopi yang bervariasi serta kopi kemasan yang semakin modern serta *brand* kopi yang sudah mempunyai nama ini akan menjadi daya tarik terhadap konsumen yang mempunyai perilaku yang cenderung berubah sesuai dengan harga dan kualitas kopinya, penguatan dalam pemasaran *digital* sangat penting agar *brand awareness* dari produsen kopi Zoncoffe bisa meningkat dan dapat diterima oleh konsumen dan memiliki daya saing yang tinggi.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Sekretariat Jenderal Pertanian, "Analisis Kinerja Perdagangan Kopi Tahun 2023," Dec. 2023. Accessed: Nov. 07, 2024.

- [Online]. Available: <https://satudata.pertanian.go.id/details/publikasi/527#:~:text=Sedangkan%20produksi%20Kopi%20tahun%202023,angka%20estimasi%2C%20Ditjen%20Perkebunan>).
- [2] Niravita Aprila *et al.*, “Peningkatan Kapasitas dan Daya Saing UMKM Kopi Di Kabupaten Temanggung Melalui Legalitas Usaha,” *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, vol. 6, no. 1, pp. 732–743, 2024.
- [3] S. Supaya *et al.*, “Technopreneurship Umkm Kopi Temanggung Dalam Menjalankan Usaha Dan Menghadapi Persaingan,” 2022.
- [4] D. Purba Pamungkas, “Analisis Competitive force dan Competitive Strategy Sistem Informasi Kuliner di Indonesia (Studi Kasus: Kulina.id),” 2016.
- [5] R. V. Silalahi and S. Juliasari, “Analisis Strategi Bersaing Pada Perusahaan Manufaktur Pull Handle Menggunakan Porter’s Five Forces Model (Studi Kasus: PD XYZ) ARTICLE INFO ABSTRACT,” 2022.
- [6] Setiadi Nugroho, *Manajemen Strategis Teori dan Implementasi*. Prenada Media, 2023.
- [7] [Naibaho Santy, Hamdi Edi, Indradewa Rhian, and Munandar Agus, “Analisis Keunggulan Bersaing Berdasarkan Metode Five Force Porter Pada Lembaga Pelatihan Dan Pembinaan Umkm Berbasis Digital,” *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran*, vol. 7, no. 4, pp. 12644–12670, 2024.
- [8] F. Fiorenita, A. Dwianika, P. Studi Akuntansi, U. Pembangunan Jaya, and T. Selatan, “Penerapan Five Porter Analysis pada Efektifitas Kelangsungan Usaha Pelaku UKM (Studi Kasus UD Rey Collection),” 2021.
- [9] J. Juhari, M. Isa Anshori, and N. Adriani, “Analysis of Porter’s Five Forces on PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk,” 2023.
- [10] S. A. Christanti, “Analisis Porter’s five forces pada PT. Multidaya Lokasakti Mandiri,” *Jurnal Pendidikan Tambusai*, vol. 6, no. 1, pp. 4565–6571, 2022.
- [11] Zahra Fierza Arzety and Endang Pudji Widjajati, “Optimasi Strategi PT PLN: Analisis Studi Kasus Dengan Pendekatan Five Force Analysis,” *Jupiter: Publikasi Ilmu Keteknikan Industri, Teknik Elektro dan Informatika*, vol. 2, no. 1, pp. 262–272, Jan. 2024, doi: 10.61132/jupiter.v2i1.81.
- [12] K. Naufal Eryogia, K. Diah Cahya Utami, D. Siti Aqilah Sundari, A. Nadhifah Bintang, and W. Dharma Wibisana, “Penerapan Porter Five Forces Dan Analisis SWOT Dalam Perencanaan Strategi PT Roves Global Food,” vol. 2, no. 2, pp. 105–118, 2024, doi: 10.59603/ebisman.v2i2.403.
- [13] Musran Munizu, Suharto Suharto, Dindin Abdurohim BS, M. Chasyim Hasani, and Ida Hindarsah, *Buku Referensi Kewirausahaan: Teori & strategi menuju kesuksesan berwirausaha*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024.
- [14] Iqbal, “Analisis The Five Forces Strategy Pada Al-Mumtaz Peduli Pontianak,” *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, vol. 24, no. 1, pp. 191–216, 2016, doi: 10.21580/ws.2016.24.1.976.
- [15] S. Hintoro, A. F. Wijaya, and K. Penulis, “Analisis Strategi Bersaing Pada Biznet Branch Salatiga Menggunakan Porter’s Five Forces,” vol. 2, no. 6, 2021, doi: 10.31933/jemsi.v2i6.
- [16] M. Marlina *et al.*, “Pemanfaatan Platform Media Sosial sebagai Alat Komunikasi Digital dalam Memperkenalkan Desa Melatiwangi,” *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, vol. 10, no. 1, pp. 74–81, 2024, doi: <https://doi.org/10.38204/atrabis.v10i1.1902>.