

TANTANGAN KINERJA KEBERLANJUTAN PADA TEPI COFFEE

Alifah Hafidz Fauziyah¹, Athiyyah Raras Azahra², Meyva Ashilah Hidayat³, Vidya Dharma Rossa⁴, Dwiyanjana Santyo Nugroho⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Media Nusantara Citra, Jl. Arteri Kedoya, Jakarta, Indonesia

Email: athiyyahraraszr@gmail.com

Article History

Received: 09-02-2025

Revision: 12-02-2025

Accepted: 15-02-2025

Published: 15-02-2025

Abstract. This study examines the sustainability challenges faced by Tepi Coffee, a micro, small, and medium enterprise (MSME) in the coffee shop sector. The research employs a qualitative method. The research focuses on analyzing economic, social, and environmental challenges and the sustainability strategies implemented by Tepi Coffee. The findings indicate that additional costs for sustainability practices are the main barrier, especially due to the limited customer base. Moreover, supply chain challenges further complicate sustainability implementation. Tepi Coffee's current sustainability strategy focuses on short-term economic stability through improved sales and profitability. Collaboration with various stakeholders is recommended to help MSMEs overcome these challenges and gradually enhance sustainability performance.

Keywords: Sustainability, MSMEs, coffee shop, economic challenges, sustainability strategy

Abstrak. Penelitian ini membahas tantangan keberlanjutan yang dihadapi Tepi Coffee, sebuah usaha mikro kecil menengah (UMKM) di sektor coffee shop. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Fokus utama penelitian adalah analisis tantangan pada aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan, serta strategi keberlanjutan yang diterapkan oleh Tepi Coffee. Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya tambahan untuk praktik keberlanjutan menjadi hambatan utama, terutama karena jumlah pelanggan yang masih terbatas. Selain itu, tantangan dalam rantai pasok menambah kompleksitas implementasi keberlanjutan. Strategi keberlanjutan Tepi Coffee saat ini berfokus pada stabilitas ekonomi jangka pendek melalui peningkatan penjualan dan profitabilitas. Kolaborasi dengan berbagai pihak disarankan untuk membantu UMKM mengatasi tantangan ini dan meningkatkan kinerja keberlanjutan secara bertahap.

Kata Kunci: Keberlanjutan, UMKM, coffee shop, tantangan ekonomi, strategi keberlanjutan

PENDAHULUAN

Keberlanjutan telah menjadi isu global yang terus diperhatikan oleh berbagai sektor, termasuk industri makanan dan minuman. Coffee shop, sebagai salah satu bisnis yang semakin populer di kalangan masyarakat, memiliki potensi besar untuk memberikan dampak positif maupun negatif terhadap lingkungan. Dalam operasionalnya, Coffee shop menghasilkan limbah seperti gelas dan sedotan plastik yang dapat mencemari lingkungan sekitar jika tidak dikelola dengan baik (Elflina Lumbantobing & Sutrisno, 2023). Di tengah meningkatnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya pelestarian lingkungan, penerapan prinsip keberlanjutan dalam operasional coffee shop menjadi kebutuhan yang mendesak.

Topik keberlanjutan memiliki relevansi yang signifikan untuk diteliti, terutama dalam konteks industri kopi yang berkontribusi besar terhadap perekonomian nasional sekaligus menghadapi tekanan untuk menerapkan praktik-praktik berkelanjutan. Kedai kopi lokal memiliki misi ganda untuk memberikan dampak positif pada lingkungan sekaligus mendapatkan keuntungan ekonomi (Jurnal et al., 2023). Hal ini juga didukung oleh analisis data dalam penelitian kualitatif merupakan proses kompleks dengan tantangan utama pengelolaan data, potensi bias, dan kebutuhan interpretasi mendalam (Qomaruddin & Sa'diyah, 2024). Oleh karena itu, mengkaji bagaimana Tepi Coffee menghadapi tantangan ini akan memberikan wawasan penting bagi pelaku industri lainnya.

Penelitian ini berfokus pada rumusan masalah utama:

1. Apa saja tantangan utama yang dihadapi Tepi Coffee dalam menjaga kinerja keberlanjutan?
2. Bagaimana strategi yang diterapkan oleh Tepi Coffee untuk menghadapi tantangan keberlanjutan tersebut?
3. Apa saja indikator kinerja keberlanjutan yang dapat digunakan untuk mengevaluasi efektivitas strategi Tepi Coffee?

Sejumlah penelitian menunjukkan keberhasilan implementasi kinerja keberlanjutan di coffee shop tertentu. Fore Coffee berhasil menerapkan green marketing melalui produk yang ramah lingkungan, harga yang mencerminkan nilai tambah dari praktik berkelanjutan, penempatan yang strategis di perkotaan dengan tetap memperhatikan aspek lingkungan dalam desain interior, dan promosi yang berfokus pada edukasi konsumen tentang manfaat dari produk berkelanjutan (Analisis Penerapan Green Marketing Pada Fore Coffee Makassar, n.d.). Sementara itu, beberapa kedai kopi di Yogyakarta telah menerapkan model bisnis ramah

lingkungan dengan memanfaatkan limbah bubuk kopi menjadi pupuk organik, sehingga memberikan dampak positif pada lingkungan sekaligus memperoleh keuntungan ekonomi (Ramadhani et al., n.d.). Penelitian ini berupaya untuk mengisi celah tersebut dengan mengkaji strategi yang diterapkan oleh Tepi Coffee dalam menjaga kinerja keberlanjutan, serta tantangan yang mereka hadapi.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis tantangan kinerja keberlanjutan yang dihadapi oleh Tepi Coffee dan memberikan rekomendasi strategis untuk meningkatkan kinerja tersebut. Penelitian ini juga bertujuan untuk memahami bagaimana strategi keberlanjutan dapat diterapkan secara efektif dalam skala UMKM, dengan mempertimbangkan faktor-faktor ekonomi, sosial, dan lingkungan. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi panduan bagi pelaku UMKM lainnya dalam mengadopsi praktik keberlanjutan.

Manfaat penelitian ini tidak hanya dirasakan oleh Tepi Coffee, tetapi juga oleh pelaku industri kopi lainnya, pembuat kebijakan, serta akademisi. Bagi pelaku industri, penelitian ini dapat memberikan panduan praktis mengenai strategi keberlanjutan yang dapat diterapkan untuk meningkatkan daya saing. Bagi pembuat kebijakan, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar untuk merumuskan kebijakan yang mendukung penerapan keberlanjutan di sektor UMKM. Selain itu, bagi akademisi, penelitian ini dapat memperkaya literatur mengenai keberlanjutan dalam industri kopi di Indonesia.

METODE

Penelitian ini membahas tentang metode penelitian yang digunakan seperti metode penelitian kualitatif. Objek penelitiannya adalah Tepi Coffee di Jalan Ciputat Raya, Pondok Pinang, Jakarta Selatan. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua, yaitu data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara. Informan dalam penelitian ini adalah pemilik dari Tepi Coffee karena beliau sangat memahami mengenai informasi yang berhubungan dengan penelitian ini, khususnya penerapan konsep keberlanjutan di Tepi Coffee.

Menurut Miles dan Huberman (1994), analisis data kualitatif terdiri dari tiga tahapan utama: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data mentah yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Penyajian data merupakan sekumpulan informasi yang tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penarikan kesimpulan/verifikasi adalah proses

menafsirkan makna dari data yang telah direduksi dan disajikan, serta melakukan verifikasi untuk memastikan validitas temuan (Uin & Banjarmasin, 2018).

HASIL DAN DISKUSI

Hasil wawancara menunjukkan bahwa tantangan utama yang dihadapi Tepi Coffee dalam menjaga keberlanjutan operasionalnya terutama berasal dari aspek ekonomi. Sebagai Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang telah berdiri selama tujuh tahun, Tepi Coffee menghadapi kendala finansial untuk menerapkan praktik keberlanjutan. Keberlanjutan, meskipun penting, sering kali membutuhkan investasi tambahan yang tidak kecil. Tantangan ini semakin terasa berat karena jumlah pelanggan Tepi Coffee belum mencapai titik yang cukup besar untuk memungkinkan penerapan skala ekonomi. Perusahaan besar seperti Starbucks atau Tuku memiliki kapasitas finansial dan jumlah pelanggan yang kuat sehingga mereka dapat mengintegrasikan strategi keberlanjutan tanpa mengorbankan daya saing. Namun, UMKM seperti Tepi Coffee harus menghadapi dilema antara memprioritaskan biaya operasional jangka pendek dan berinvestasi dalam keberlanjutan. Hal ini sejalan dengan penelitian (Faridi et al., n.d.), yang menyebutkan bahwa salah satu hambatan utama bagi UMKM dalam menerapkan strategi keberlanjutan adalah keterbatasan sumber daya finansial serta kurangnya akses terhadap pendanaan berkelanjutan.

Selain itu, wawancara juga menunjukkan bahwa meskipun pelanggan semakin sadar akan pentingnya keberlanjutan, tantangan internal dalam bisnis tetap menjadi hambatan utama. Kesadaran pelanggan terhadap keberlanjutan tampak dari preferensi mereka untuk mencari tempat yang mengadopsi praktik keberlanjutan. Namun, kesadaran ini belum cukup membantu mengatasi keterbatasan anggaran Tepi Coffee dalam mendukung inisiatif keberlanjutan. Implementasi strategi keberlanjutan seperti penggunaan teknologi ramah lingkungan atau pengolahan limbah yang berkelanjutan membutuhkan biaya tambahan yang signifikan. Misalnya, mesin roasting kopi yang ramah lingkungan memiliki harga yang jauh lebih mahal dibandingkan dengan mesin konvensional. Akibatnya, biaya ini jika dibebankan pada konsumen akan menaikkan harga produk, sehingga berisiko mengurangi daya saing produk Tepi Coffee di pasaran. Hal ini sejalan dengan temuan (Poerwanto et al., 2021), yang menyatakan bahwa penerapan model bisnis berkelanjutan pada komunitas UMKM di Yogyakarta menghadapi berbagai tantangan, termasuk dalam hal menciptakan nilai melalui praktik khusus, kemampuan, dan sumber daya yang berorientasi pada keberlanjutan.

Tantangan serupa juga ditemukan dalam hubungan Tepi Coffee dengan pemasok bahan baku. Sebagai coffee shop, Tepi Coffee bergantung pada bahan baku utama seperti biji kopi,

susu, dan sirup untuk mendukung operasionalnya. Namun, pemasok bahan baku, terutama roaster kopi, sering menggunakan teknologi yang belum sepenuhnya ramah lingkungan. Misalnya, penggunaan mesin roasting kopi yang menghasilkan emisi tinggi menjadi salah satu masalah. Jika mesin-mesin ini digantikan dengan teknologi yang lebih ramah lingkungan, pemasok akan menghadapi peningkatan biaya yang cukup signifikan. Biaya tambahan ini pada akhirnya dibebankan kepada Tepi Coffee sebagai konsumen, yang kemudian terpaksa menaikkan harga produk mereka. Namun, dalam situasi pasar yang kompetitif, kenaikan harga sering kali berdampak negatif pada loyalitas pelanggan. Kondisi ini mencerminkan bahwa meskipun strategi keberlanjutan secara konseptual sangat baik, penerapannya di tingkat UMKM masih menghadapi kendala besar, terutama jika UMKM tersebut belum memiliki jumlah pelanggan atau margin keuntungan yang besar. Penelitian oleh (Poerwanto et al., 2021) juga menyebutkan bahwa perubahan dalam komponen utama model bisnis, seperti proposisi nilai, penciptaan nilai, dan penangkapan nilai, menjadi tantangan bagi pelaku usaha dalam mengadopsi model bisnis berkelanjutan.

Dari sisi strategi, Tepi Coffee saat ini lebih memfokuskan upayanya pada langkah-langkah jangka pendek untuk memastikan keberlanjutan operasional. Sebagai UMKM yang masih berada pada tahap pengembangan, Tepi Coffee harus lebih banyak memikirkan bagaimana caranya untuk tetap bertahan di tengah kondisi ekonomi yang sulit, terutama setelah pandemi COVID-19. Fokus utama mereka adalah menjaga agar usaha dapat bertahan, termasuk melalui pengelolaan operasional yang efisien dan pengurangan biaya yang tidak perlu. Dalam wawancara, disebutkan bahwa Tepi Coffee memiliki rencana jangka panjang, seperti memiliki tempat usaha sendiri agar tidak lagi dibebani oleh biaya sewa. Namun, karena keterbatasan anggaran, rencana tersebut masih belum diwujudkan dalam waktu dekat. Pendekatan ini sejalan dengan temuan (Luh et al., 2023), yang menyatakan bahwa UMKM perlu mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi keberlanjutan usaha untuk merumuskan strategi yang tepat.

Indikator keberlanjutan yang saat ini digunakan oleh Tepi Coffee adalah fokus pada dua hal utama, yaitu sales dan profit. Stabilitas penjualan menjadi prioritas penting, terutama pasca-pandemi COVID-19, untuk memastikan pendapatan yang cukup untuk membayar gaji karyawan, utilitas, serta biaya pemasok. Penurunan penjualan dapat mengancam keberlanjutan operasional dan membuat perusahaan kesulitan memenuhi kewajiban keuangan. Di sisi lain, profitabilitas dianggap sebagai prioritas utama karena tanpa adanya keuntungan, usaha tidak dapat bertahan. Keuntungan menjadi dasar bagi UMKM untuk melanjutkan operasional dan mempertimbangkan investasi pada praktik keberlanjutan di masa depan. Pendekatan ini sejalan

dengan temuan (Profitabilitas Perusahaan Dan Leverage Keuangan Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Umkm Batik Di Barlingmascakeb Suwono & Nahdlatul Ulama Al Ghazali, 2023), yang menyatakan bahwa profitabilitas perusahaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja keuangan UMKM, yang pada gilirannya mendukung kemampuan mereka dalam mengadopsi strategi keberlanjutan. Dengan kata lain, tanpa adanya stabilitas dalam penjualan dan profitabilitas, sulit bagi UMKM untuk memikirkan aspek keberlanjutan lainnya.

Secara keseluruhan, wawancara ini menunjukkan bahwa Tepi Coffee menghadapi berbagai tantangan besar dalam mengadopsi strategi keberlanjutan, terutama dari sisi ekonomi. Meskipun kesadaran pelanggan terhadap pentingnya keberlanjutan sudah mulai meningkat, keterbatasan finansial dan beban biaya tambahan menjadi penghalang utama bagi Tepi Coffee untuk menerapkan inisiatif keberlanjutan. Dalam jangka pendek, fokus utama mereka adalah membangun fondasi yang kuat melalui stabilitas penjualan dan profitabilitas. Namun, untuk jangka panjang, Tepi Coffee perlu mempertimbangkan strategi yang lebih terintegrasi dengan mendukung praktik ramah lingkungan dan sosial. Dukungan eksternal, seperti bantuan pemerintah atau kemitraan strategis dengan pihak lain, juga akan sangat membantu dalam mendorong UMKM seperti Tepi Coffee untuk mengatasi tantangan keberlanjutan yang mereka hadapi.

KESIMPULAN

Dari hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa tantangan terbesar Tepi Coffee dalam menjaga keberlanjutan operasional terletak pada aspek ekonomi. Sebagai UMKM yang masih berkembang, keterbatasan finansial menjadi penghambat utama dalam mengadopsi praktik keberlanjutan yang membutuhkan biaya tambahan. Meskipun pelanggan mulai menunjukkan kesadaran terhadap isu keberlanjutan, hal ini belum cukup memberikan dampak signifikan terhadap kemampuan finansial Tepi Coffee untuk mendukung inisiatif tersebut. Di sisi lain, tantangan juga muncul dalam hubungan dengan pemasok bahan baku, karena praktik yang lebih ramah lingkungan cenderung membutuhkan biaya lebih tinggi, yang pada akhirnya berisiko meningkatkan harga produk dan menurunkan daya saing.

Saat ini, Tepi Coffee lebih berfokus pada strategi jangka pendek untuk menjaga kelangsungan usaha, seperti mempertahankan penjualan dan memastikan profitabilitas. Indikator keberlanjutan mereka masih terbatas pada stabilitas keuangan, mengingat profit merupakan elemen vital bagi UMKM untuk bertahan di pasar. Namun, dalam jangka panjang, Tepi Coffee memiliki peluang untuk menerapkan strategi keberlanjutan yang lebih terintegrasi apabila mereka dapat membangun fondasi finansial yang kuat.

Kesimpulannya, keberlanjutan pada UMKM seperti Tepi Coffee memerlukan pendekatan bertahap yang dimulai dari stabilitas ekonomi. Dengan dukungan eksternal berupa kebijakan yang mendukung dan kemitraan strategis, Tepi Coffee dapat menghadapi tantangan keberlanjutan secara lebih efektif dan berkontribusi pada praktik bisnis yang lebih ramah lingkungan dan sosial di masa depan.

REKOMENDASI

Untuk meningkatkan keberlanjutan operasional, Tepi Coffee perlu menerapkan strategi keuangan yang lebih efisien. Salah satu caranya adalah dengan melakukan evaluasi rutin terhadap pengeluaran guna mengidentifikasi potensi penghematan tanpa menurunkan kualitas produk. Selain itu, mencari sumber bahan baku yang lebih ekonomis namun tetap berkualitas, seperti bermitra langsung dengan petani kopi lokal yang mengadopsi praktik pertanian berkelanjutan, dapat menjadi solusi. Dengan strategi ini, Tepi Coffee dapat mengalokasikan sumber daya finansial secara optimal untuk mendukung upaya keberlanjutan tanpa mengganggu kestabilan bisnisnya.

Selain efisiensi biaya, diversifikasi produk juga menjadi langkah strategis dalam memperluas pasar sekaligus menerapkan prinsip ramah lingkungan. Tepi Coffee dapat mengembangkan varian menu yang berbahan dasar organik atau berbasis nabati (plant-based) sebagai pilihan bagi pelanggan yang peduli terhadap kesehatan dan kelestarian lingkungan. Selain itu, penggunaan kemasan yang dapat digunakan kembali atau mudah terurai secara alami dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen yang semakin sadar akan pentingnya keberlanjutan. Dengan inovasi ini, Tepi Coffee tidak hanya mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan, tetapi juga meningkatkan nilai merek di mata pelanggan.

Agar pelanggan memahami serta mendukung langkah-langkah keberlanjutan yang diterapkan, Tepi Coffee perlu meningkatkan kesadaran mereka melalui berbagai kampanye edukasi. Upaya ini dapat dilakukan dengan memanfaatkan media sosial, menyediakan informasi di dalam gerai, atau mengadakan workshop dan diskusi mengenai praktik bisnis ramah lingkungan dalam industri kopi. Dengan pendekatan edukatif yang menarik, pelanggan akan lebih menghargai inisiatif keberlanjutan yang diterapkan serta lebih termotivasi untuk berpartisipasi dalam mendukung bisnis yang peduli terhadap lingkungan.

Selain itu, keberlanjutan tidak hanya bergantung pada operasional internal, tetapi juga pada rantai pasok yang digunakan. Oleh karena itu, Tepi Coffee perlu membangun kemitraan dengan pemasok yang menerapkan prinsip ramah lingkungan. Misalnya, bekerja sama dengan petani kopi yang menggunakan metode pertanian berkelanjutan atau memilih pemasok kemasan yang

menyediakan produk biodegradable. Dengan membangun rantai pasok yang lebih hijau, Tepi Coffee dapat memastikan bahwa setiap aspek bisnisnya berkontribusi terhadap upaya keberlanjutan secara menyeluruh.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan penuh rasa syukur, kami menyampaikan apresiasi yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dalam penyelesaian penelitian ini.

Pertama, penghargaan yang mendalam disampaikan kepada dosen pengampu dan pembimbing atas bimbingan, saran, serta arahan berharga yang diberikan selama proses penelitian. Dukungan serta wawasan yang telah diberikan sangat membantu dalam penyusunan analisis dan pendalaman pemahaman mengenai aspek keberlanjutan pada UMKM, khususnya di sektor coffee shop.

Selanjutnya, kami mengucapkan terima kasih atas dukungan finansial yang diberikan oleh seluruh anggota kelompok yang telah membantu dalam pembiayaan penelitian ini. Bantuan tersebut berperan penting dalam memastikan kelancaran proses pengumpulan data serta analisis hasil penelitian.

Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada Tepi Coffee, khususnya kepada pemilik atas kesediaannya menjadi objek penelitian serta berbagi wawasan mengenai tantangan dan strategi keberlanjutan yang diterapkan. Kontribusi serta kerja sama yang diberikan sangat berharga dalam mendukung kelengkapan dan keberhasilan penelitian ini.

Selain itu, penghargaan yang tulus diberikan kepada seluruh anggota kelompok atas bantuannya dalam menyempurnakan tulisan ini, sehingga lebih jelas, sistematis, dan mudah dipahami.

Terakhir, kelompok kami menyampaikan rasa terima kasih kepada teman-teman yang telah memberikan dukungan moral serta motivasi sepanjang perjalanan penelitian ini. Semangat dan dorongan yang diberikan menjadi salah satu faktor utama yang membantu dalam menyelesaikan penelitian ini dengan baik.

Semoga penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi pengembangan studi keberlanjutan, khususnya dalam sektor UMKM, serta menjadi sumber referensi bagi berbagai pihak yang tertarik untuk mengembangkan bisnis yang lebih ramah lingkungan dan berkelanjutan.

REFERENSI

Analisis Penerapan Green Marketing Pada Fore Coffee Makassar. (n.d.).

Elflina Lumbantobing, V., & Sutrisno, H. (2023). *ANALISIS POTENSI NILAI EKONOMI SAMPAH PLASTIK.* 9(1), 251–262.

Faridi, A., Toto Handiman STIE Wibawa Karta Raharja, U., Nur Affini, D., & Hidayat Sutawidjaya, A. (n.d.). *Hambatan Keberlanjutan Usaha Kecil dan Menengah: Tinjauan Literatur.* <https://www.researchgate.net/publication/362707701>

Jurnal, K., Rudy Purnomo, B., & Mauliddin Wisnu Munggaran, dan. (2023). Model Bisnis Sosial Kedai Kopi Ramah Lingkungan di Yogyakarta Social Business Model of Eco-Friendly Coffee Shops in Yogyakarta. *Agustus, 13(2), 202–221.* <https://doi.org/10.22146/kawistara>

Luh, N., Rahmantari, L., Putra, A., Ni, M., Lina, P., & Dewi, M. (2023). *ANALISIS STRATEGI KEBERLANJUTAN UMKM DENGAN METODE QSPM (QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX) PADA UMKM KUDAMONO DEPOT ONLINE DI DENPASAR* (Vol. 06, Issue 02). <http://ejournal.universitasmahendradatta.ac.id/index.php/satyagraha>

Poerwanto, G. H., Kristia, K., & Pranatasari, F. (2021). Praktik Model Bisnis Berkelanjutan pada Komunitas UMKM di Yogyakarta. *EXERO : Journal of Research in Business and Economics, 2(2), 183–204.* <https://doi.org/10.24071/exero.v2i2.4050>

Profitabilitas Perusahaan Dan Leverage Keuangan Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Ukm Batik Di Barlingmascakeb Suwono, D., & Nahdlatul Ulama Al Ghazali, U. (2023). *SEIKO : Journal of Management & Business.* *SEIKO : Journal of Management & Business, 6(2), 363–372.*

Qomaruddin, Q., & Sa'diyah, H. (2024). Kajian Teoritis tentang Teknik Analisis Data dalam Penelitian Kualitatif: Perspektif Spradley, Miles dan Huberman. *Journal of Management, Accounting, and Administration, 1(2), 77–84.* <https://doi.org/10.52620/jomaa.v1i2.93>

Ramadhani, T., Shakila Putri, W., Fani Nuradia, A., Zaki, M., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (n.d.). *Analisis Pemanfaatan Limbah Bubuk Kopi Menjadi Pupuk Organik di Coffee Shop.*

Uin, A. R., & Banjarmasin, A. (2018). *Analisis Data Kualitatif* (Vol. 17, Issue 33).