



Penerapan Manajemen Resiko: Studi Kasus pada UMKM Anukula Cafe & Resto (Brand Es The 2000an dan Kebab Burger Mirasa)

Riki Gana Suyatna^{1*}, Annisa Nurfadilla²

^{1,2}Universitas Primagraha, Indonesia

E-mail: anukulaghana@gmail.com¹, annfadilla17@gmail.com²

Alamat: Komplek Griya Gemilang Sakti, Jl.Trip Jamaksari No. 1A, Kaligandu, Kec. Serang, Kota Serang, Banten 42111

*Korespondensi penulis: anukulaghana@gmail.com

Abstract. Risk management is very important for MSMEs because risk management is useful for gathering information about possible risks that will occur, as well as for developing strategies that need to be implemented at Anukula Resto MSMEs, where Anukula Resto itself is an MSME that is engaged in selling food and drinks such as ice the 2000s and kebabs. mirasa burger. This research aims to determine the implementation of risk management and describe or illustrate the activities of the MSMEs Anukula Resto Serang. This research uses a qualitative descriptive approach using risk analysis in management. The results of the analysis show that the implementation of risk management at Anukula Resto MSMEs has been implemented well for financial risks, marketing risks, while for HRM risks it is still not good. It is proven that there are still errors in the calculations carried out by HR at the Anukula Resto UMKM. Therefore, it is important for Anukula Resto MSMEs to improve and implement risk management well in order to minimize risks that occur in the future.

Keywords: Business, Financial Risk, MSMEs, Risk Management.

Abstrak. Manajemen resiko sangat penting bagi UMKM karena manajemen resiko berguna untuk menggali informasi mengenai kemungkinan resiko yang akan terjadi, serta untuk menyusun strategi apa yang perlu diterapkan pada UMKM Anukula Resto, dimana anukula resto sendiri UMKM yang bergerak menjual makanan dan minuman seperti es the 2000an dan kebab burger mirasa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan manajemen resiko dan mendeskripsikan atau menggambarkan kegiatan pada UMKM Anukula Resto Serang. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan menggunakan analisis resiko dalam manajemen. Hasil analisis menunjukkan bahwa penerapan manajemen resiko pada UMKM Anukula Resto sudah dilaksanakan dengan baik untuk resiko keuangan, resiko pemasaran, sedangkan untuk resiko MSDM masih kurang baik. Hal ini terbukti masih ada kekeliruan saat perhitungan yang dilakukan oleh SDM pada UMKM Anukula Resto. Oleh karena itu penting bagi UMKM Anukula Resto untuk memperbaiki serta menerapkan manajemen resiko dengan baik supaya dapat meminimalisir adanya resiko yang terjadi di kemudian hari.

Kata Kunci: Bisnis, Manajemen Risiko, Risiko Keuangan, UMKM.

1. PENDAHULUAN

UMKM merupakan kegiatan atau usaha bisnis yang dijalankan oleh individu, rumah tangga, maupun badan usaha kecil. UMKM merupakan singkatan dari usaha kecil, mikro, dan menengah. Sebelumnya UMKM diatur dalam Undang-undang No. 20 Tahun 2008, lalu kemudian diatur dalam PP No. 7 Tahun 2021 tentang kemudahan, perlindungan, dan pemberdayaan koperasi dan usaha mikro, kecil, dan menengah, atau yang sering disebut PP UMKM. UMKM yang ada di Indonesia jumlahnya terus bertambah dan semakin berkembang. Selain itu, Menteri Koperasi dan UKM menyatakan sebanyak 19 juta UMKM di Indonesia

sudah masuk ke ekosistem digital hingga Mei 2022. Ini berarti sudah semakin banyak pelaku UMKM yang dapat memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung bisnis mereka.

Beberapa penelitian terkait manajemen risiko yang dikaitkan dengan UMKM sudah banyak dilakukan. Penelitian (Jesslyn et al. 2022) dengan judul “Analisis Manajemen Risiko Pada Usaha Brownies UMKM Moifood.Btm” dilakukan pada UMKM Brownies, di mana hasil dari penelitian ini adalah bahwa faktor utamanya dan dampak besar yang terjadi pada risiko operasional yaitu kendala pada mahalnya bahan baku produksi. Faktor berikutnya yang menjadi kendala adalah sistem penjualan dengan berdasarkan pada bow-tie representation of risk management yang terbagi menjadi 3 sumber risiko. Kesimpulan dari penelitian ini yaitu UMKM Moifoods.btm tergolong efektif dalam penanganan manajemen risiko strategi dan praktis. Penelitian (Putri et al. 2023) dengan judul “Penerapan Manajemen Risiko Pada Komputasi Awan (Application of Risk Management in Cloud Computing)”, di mana hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat rekomendasi untuk menerapkan layanan awan pada perusahaan untuk unit bisnis terutama pada perusahaan besar yang telah menggunakan teknologi komputasi awan.

Peneliti (Safi, Widodo, dan Pangstuti, 2020) dengan judul “Analisis Risiko pada UKM Tahu Takwan Kediri Terhadap Dampak Pandemi COVID-19”, di mana hasil penelitian ini terdapat 3 risiko yang masuk pada level tinggi. Adapun risiko yang dihadapi yaitu: 1) Penurunan jumlah pendapatan, 2) Penurunan jumlah produksi, 3) Kenaikan harga bahan baku utama. Risiko yang lain yaitu 1 risiko level sedang yakni keterlambatan pengiriman bahan baku, sehingga bisa dilakukan dengan strategi finansial, resize, mencari pasar baru dengan bantuan sosial media. Penelitian (Santoso dan Mujayana 2021) dengan judul “Penerapan Manajemen Risiko UMKM Madu di Kecamatan Badas Kabupaten Kediri di Tengah Pandemi COVID-19”, dengan hasil penelitiannya adalah bahwa penetapan manajemen risiko pada pelaku usaha madu ini menitik beratkan pada tiga hal yaitu eliminasi, substitusi, dan administrasi. Ketiga hal ini adalah rekomendasi paling tepat untuk menghadapi risiko sistematis pandemi COVID-19.

Saat ini perkembangan UMKM di bidang kuliner sangat banyak dan pesat. Salah satunya yaitu kuliner minuman, Jus Buah, Es Teh Thailand, Teh Poci. Es teh merupakan salah satu minuman yang kerap hampir ditemui di setiap tempat makan yang ada di Indonesia, bahkan hampir setiap kalangan menyukai es teh manis. Pada era saat ini, sudah banyak UMKM yang menjual minuman es teh ini dengan berbagai inovasi tambahan, salah satunya adalah Anukula Resto. Anukula Resto yang berlokasi di Taman Mutiara Indah 1 Blok C9 No.8, RTO4 RW16 Kota Serang Banten dan memiliki cabang ke-2 di daerah Green Garden Residence, Blok

A14, Cipicung, Kecamatan Banyuresmi, Kabupaten Garut, Jawa Barat 44191. Outlet pertama dan outlet kedua didirikan pada tahun 2020. Kedua outlet ini mempunyai jam operasional yang sama, yaitu pukul 08.00 sampai 17.00.

Anukula Resto sendiri menawarkan berbagai macam varian minuman dan makanan seperti es teh 2000an yang memiliki banyak varian rasa seperti rasa es teh 2000an original, es teh green tea, es teh susu, es teh coklat, dan berbagai macam makanan seperti kebab dan burger mirasa yang memiliki rasa berbeda dari kebab dan burger pada umumnya, dengan memakai bahan-bahan pilihan yang memiliki kualitas terbaik dalam penyajiannya, tentu akan memberikan rasa yang sangat berbeda, apalagi di Anukula Resto ini pelanggan bisa bebas request saus, mayonase, dan tingkat kematangan pada daging yang digunakan. Tetapi Anukula Resto lebih menonjolkan produk minuman pertamanya yaitu es teh 2000an, di mana minuman ini menjadi salah satu menu utama dan paling diminati yang ada di Anukula Resto, sehingga Anukula Resto banyak dikenal sebagai resto pelopor es teh 2000an yang memiliki banyak varian rasa serta kualitas yang sangat terbaik yang paling diminati banyak pelanggan.

Kotler & Keller (2012) menjelaskan bahwa karena pembeli mempertimbangkan harga saat memutuskan untuk membeli suatu barang, maka harga sangat mempengaruhi minat beli. Untuk harga sendiri Anukula Resto menawarkan harga yang sangat relatif sesuai dengan kantong para pelajar, yaitu mulai dari harga 2000 sampai harga 15.000 untuk makanan dan minuman yang ada di Anukula Resto. Anukula Resto sendiri dirilis oleh Bapak Riki Gana Suyatna sebagai owner dari Anukula Resto. Tidak hanya menjaga cita rasa khasnya tetapi juga kreativitas yang selalu berbeda sehingga para pelanggan tidak merasa bosan dengan menu yang ada. Sunyoto (2013) promosi adalah tindakan yang dimaksudkan untuk membuat pelanggan merasa tertarik dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan, sehingga mereka senang dan kemudian membeli produk tersebut. Ada beberapa cara untuk mempromosikan suatu produk, seperti iklan, promosi penjualan, publisitas, dan penjualan pribadi, yang dikenal sebagai bauran promosi. Menurut Tjiptono (2012), Anukula Resto sendiri memberikan berbagai macam promosi yang menarik bagi para pelanggannya seperti Buy 5 Get 1 Free, dan setiap Jumat All Varian Only 2000an. Dengan memiliki rasa teh dan varian rasa mix yang beragam, tidak akan membuat para konsumen merasa bosan untuk membeli terus es teh 2000-an yang ada di Anukula Resto. Seiring dengan berjalannya usaha UMKM Anukula Resto ini, tetap saja persaingan di dalam memperebutkan pelanggan juga dialami oleh UMKM ini. Salah satu usaha kuliner minuman yang menjadi pesaing UMKM Anukula Resto yaitu Es Teh Poci. Oleh karena itu, es teh 2000-an yang ada di Anukula Resto perlu melakukan analisis risiko dalam bisnis agar dapat mempertahankan kegiatan usahanya. Berdasarkan fenomena yang terjadi pada

UMKM di Anukula Resto, maka tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui risiko apa saja yang dapat terjadi pada sebuah UMKM kuliner minuman dan makanan.

2. KAJIAN TEORI

Manajemen Risiko

Risiko berkaitan dengan ketidakpastian, karena tidak ada seorang pun yang tahu apa yang akan terjadi. Sesuatu yang tidak pasti bisa saja bermanfaat atau bahkan merugikan. Dimaknai oleh (Regan: 2003), risiko adalah suatu kemungkinan yang menimbulkan atau mengesankan kerugian atau bahaya. Dalam sebuah perusahaan yang tentunya memiliki beragam aktivitas bisnis, risiko harus dikelola dengan sebaik mungkin, apalagi di tengah situasi pandemi saat ini. Karena risiko bisa muncul kapan saja dan juga sangat bervariasi. Oleh karena itu, diperlukan proses manajemen risiko untuk mengatasi segala potensi risiko.

Manajemen risiko merupakan aktivitas manajemen yang dilakukan pada level manajemen, yaitu kegiatan menganalisis kerugian yang mungkin terjadi pada perusahaan karena risiko dan cara yang paling tepat untuk mengatasi kerugian yang terkait dengan tingkat profitabilitas perusahaan dicari dan dianalisis secara sistematis oleh perusahaan. Irham Fahmi (2010) mendefinisikan manajemen risiko sebagai bidang yang mempertimbangkan bagaimana organisasi atau perusahaan mengimplementasikan inisiatif untuk memetakan masalah yang ada secara komprehensif dan sistematis dengan pendekatan manajemen yang berbeda.

Manajemen risiko didefinisikan sebagai proses mengenali, mengendalikan, memperhitungkan, serta meminimalkan risiko yang kemungkinan terjadinya. Fungsinya membantu pelaku usaha UMKM dalam mengambil keputusan dan meningkatkan strategi dalam pengelolaan risiko tersebut.

Risiko Keuangan

Risiko keuangan adalah risiko yang dapat mempengaruhi pendapatan suatu usaha. Risiko keuangan meliputi permodalan, pendapatan, dan kerugian suatu usaha (Yuswardi et al, 2022b). Sebagian besar kasus yang sering terjadi pada UMKM yaitu risiko keuangan. Hal ini dikarenakan UMKM sebagian besar adalah bisnis rumahan, sehingga sering terjadi kekurangan modal untuk mengembangkan usaha. Hal ini dapat menghambat laju pertumbuhan dan perkembangan UMKM. Keuangan yang baik dan stabil merupakan kunci keberhasilan UMKM (Berliana et al. 2020).

Risiko Produk

Risiko produk adalah risiko yang menyatu dengan risiko operasional. Letak perbedaannya pada output yang telah dihasilkan oleh UMKM. Produk memiliki hubungan secara langsung dengan konsumen. Tentu dalam sebuah bisnis dari sektor apapun pasti memiliki risiko yang perlu diantisipasi dan perlu dikelola kembali, serta perlu adanya evaluasi supaya risiko tersebut dapat diminimalkan dampaknya dan tidak merugikan UMKM, bahkan dampak lain seperti buruknya reputasi UMKM tersebut (Berliana et al, 2020).

Risiko Pasar

Risiko pasar adalah berbagai kejadian yang berpotensi terjadi dalam pasar. Pemasaran merupakan semua bentuk kegiatan usaha yang berkaitan dengan arus distribusi barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Dalam kegiatan pemasaran, dikenal konsep 7P, yaitu: Product, Process, Price, People, Placement, Physical Evidence, dan Promotion. Pada dasarnya, risiko pasar tergantung dari bagaimana kondisi lingkungan sekitar UMKM tersebut beroperasi, banyaknya pesaing atau harga bahan baku, penyajian produk atau pelayanan jasa, dan promosi secara offline maupun secara online melalui media sosial. Tergantung bagaimana UMKM tersebut bisa bertindak inovatif terhadap risiko pemasaran yang ada agar menjadi nilai tambah bagi UMKM (Berliana et al, 2020).

3. METODE PENELITIAN

Pada penelitian UMKM Anukula Resto dilakukan dengan pendekatan analisis kualitatif. Analisis kualitatif ini memiliki artian yakni suatu penggambaran atas data dengan menggambarkan kata dan garis kalimat yang menunjukkan bahwa penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif (Sugiyono, 2017). Dalam pendekatan ini bertujuan untuk mengetahui atau memahami hal-hal mengenai situasi sosial, peristiwa, dan kendala yang ada. Penelitian ini juga merupakan penelitian deskriptif dengan tujuan mendeskripsikan atau menggambarkan kegiatan UMKM Anukula Resto. Sumber dan metode pengumpulan data dari penelitian ini yaitu metode wawancara secara langsung, oleh karena itu sumber data yang digunakan adalah sumber data primer. Dalam metode wawancara ini kami mengolah beberapa informasi pada UMKM Anukula Resto.

Peneliti fokus menggali tentang informasi mengenai kemungkinan risiko apa saja yang akan terjadi serta menyusun manajemen strategi apa saja yang perlu diterapkan pada UMKM Anukula Resto. Wawancara sendiri ada beberapa jenis, di antaranya wawancara terstruktur, semi terstruktur, dan tak berstruktur (Sekaran, 2024). Penelitian ini termasuk pada wawancara

tak berstruktur karena mewawancarai narasumber secara bebas dan dimaksudkan untuk mencari informasi lebih mendalam dengan cara mendengarkan secara langsung atau face to face apa yang dijelaskan oleh narasumber. Selain data primer, terdapat juga data sekunder, yakni data yang didapat secara tidak langsung melalui perantara orang lain. Data sekunder adalah data pendukung dari hasil data primer yang telah kita dapatkan sebagai pelengkap informasi yang dibutuhkan untuk penelitian.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN



Gambar 1. Logo Anukula Resto



Gambar 2. Anukula Resto Cabang Serang



Gambar 3. Anukula Resto Cabang Garut



Gambar 4. Team Anukula Resto



Gambar 5. Contoh Minuman Anukula Resto



Gambar 6. Contoh Makanan Anukula Resto

Pelaku UMKM banyak yang kurang peduli akan risiko yang berdampak langsung pada usahanya. Para pelaku hanya berfokus pada mencari laba, padahal risiko itu sendiri sangat berkaitan dengan kegiatan operasional usaha dan akan berdampak pada pendapatan atau profit

yang akan dihasilkan. Oleh sebab itu, pelaku UMKM harus memperhatikan terkait manajemen risiko. Adapun dasar yang menjadi proses dari manajemen risiko pada UMKM Anukula Resto adalah sebagai berikut:

Identifikasi Risiko

Hal yang paling utama yaitu mengidentifikasi risiko yang akan muncul untuk selanjutnya ditindaklanjuti, seperti menghadapi risiko, menghindari risiko, atau mengalihkan risiko tersebut kepada pihak lain. Hal yang diperhatikan saat mengidentifikasi risiko adalah melakukan analisis terhadap seluruh sumber risiko pada UMKM.

Risiko Keuangan dan SDM pada Anukula Resto

Pada UMKM Anukula Resto ini terdapat risiko SDM, yaitu masih mencatat menggunakan metode manual. Hal ini dapat menimbulkan risiko salah pencatatan yang belum sistematis dan bisa berpengaruh pada modal usaha yang akan datang. Contohnya, pada Anukula Resto ini, saat resto ramai sering terjadi kekeliruan dalam pencatatan keuangan (human error). Salah satu masalah yang sering terjadi adalah pendapatan tercatat lebih besar, tetapi tidak sesuai dengan catatan yang sebenarnya.

Risiko Material

Salah satu risiko material yang sering terjadi adalah keterlambatan datangnya persediaan bahan baku seperti teh dan bahan untuk membuat kebab serta burger. Selain itu, kenaikan harga bahan baku juga menjadi tantangan. Untuk menyiasatinya, Anukula Resto mengurangi takaran dalam produksi serta memilih produk teh dalam paket dengan harga yang lebih terjangkau, namun tetap menjaga rasa agar tidak berubah.

Adapun risiko lainnya adalah bahan baku yang diterima berkualitas rendah karena merupakan pilihan dari supplier, bukan pilihan langsung dari pemilik UMKM tersendiri.

Risiko Pemasaran

Untuk menggunakan aplikasi pendukung, Anukula Resto sendiri belum menggunakan aplikasi tersebut, jadi dari segi pemasaran melalui aplikasi masih kurang. Titik kendala yang paling sulit adalah kurangnya lahan parkir yang memang sering dikeluhkan oleh konsumen. Untuk menanggulangnya, kami masih belum bisa melakukan banyak hal dikarenakan tempat yang kurang mendukung. Pada saat cuaca mendung, hujan, dan cuaca tidak mendukung, penjualan dapat mengalami penurunan.

Penilaian Risiko

Adapun penilaian risiko yang terjadi pada Anukula Resto berdasarkan pengamatan kondisi dan situasi pada Anukula Resto yang berkaitan dengan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

1) Kekuatan

Kekuatan atau strength adalah keuntungan atau kelebihan yang dapat dikendalikan suatu perusahaan. Suatu perusahaan akan mengalami kemajuan jika mengetahui kekuatan atau keunggulan yang mereka miliki. Kekuatan ini berdasarkan keunggulan yang dimiliki perusahaan yang bersifat positif, seperti berikut:

- a. Minuman dan makanan yang ada di Anukula Resto memiliki banyak varian rasa.
- b. Cita rasa minuman dan makanan yang sesuai dengan selera orang-orang sekitar.
- c. Adanya promo di setiap hari dengan pembelian 5 piece free 1 piece minuman.
- d. Khusus untuk hari Jumat, semua varian rasa dalam minuman di Anukula Resto dibanderol dengan harga yang sangat murah.
- e. Lokasi penjualan yang bisa dibilang cukup strategis.

2) Kelemahan

Kelemahan merupakan keterbatasan internal yang dapat mengganggu kapabilitas perusahaan dalam mencapai tujuan. Kelemahan adalah kegiatan yang tidak berjalan dengan baik di sebuah perusahaan, misalnya keterbatasan sumber daya, keterampilan, atau sesuatu yang bisa menghambat kinerja perusahaan. Kelemahan yang dimiliki oleh Anukula Resto sebagai berikut:

- a. Lokasi yang sangat jauh dari jalan raya.
- b. Masih belum tersedia layanan pesanan antar dari resto khusus.

3) Peluang

Peluang adalah faktor eksternal yang dapat menguntungkan suatu perusahaan. Jika suatu perusahaan atau usaha dapat mengetahui kapan peluang akan datang, maka akan mudah bagi mereka untuk memanfaatkan peluang tersebut. Peluang yang dimiliki oleh Anukula Resto sebagai berikut:

- a. Peminat untuk minuman dan makanan Anukula Resto sangat banyak.
- b. Masyarakat sangat tertarik dengan produk yang memiliki harga ekonomis dengan kualitas yang baik.

4) Ancaman

Ancaman merupakan faktor eksternal yang bisa mengancam dan merugikan kinerja perusahaan. Faktor ini tidak dapat dikendalikan, namun faktor tersebut tetap

harus dipertimbangkan untuk mempersiapkan ancaman darurat. Ancaman yang dialami oleh Anukula Resto sebagai berikut:

- a. Harga bahan baku yang meningkat.
- b. Kondisi cuaca yang tidak menentu.

Pengendalian Risiko

Pengelolaan risiko merupakan hal yang penting dari seluruh proses upaya menangani risiko di suatu perusahaan. Setelah melakukan tahap identifikasi serta penilaian risiko, maka dilanjutkan pada tahap akhir, yaitu pengelolaan risiko. Pemilik usaha harus mengerti dan paham dalam hal mengelola risiko yang ada maupun yang akan datang pada usahanya karena banyak hal yang akan berdampak menghambat kinerja operasional sampai menyebabkan banyak kerugian yang diterima.

Melalui analisis yang dilakukan, telah teridentifikasi risiko-risiko pada UMKM Anukula Resto untuk kemudian ditinjau dan dievaluasi kembali sehingga menemukan respons yang tepat terhadap risiko-risiko tersebut.

Adapun tindakan yang perlu dilakukan oleh UMKM Anukula Resto yang pertama, kita sebagai owner pasti mendengarkan serta memberikan feedback yang baik, menyampaikan permohonan maaf, dan menyampaikan akan memperbaiki kesalahan yang ada. Tidak jarang juga jika tidak, maka kita akan tetap fokus dalam menjaga dan mengembangkan kualitas dalam produk makanan serta minuman yang ada di Anukula Resto.

Kendala yang paling sulit adalah kurangnya lahan parkir yang memang sering dikeluhkan oleh konsumen. Untuk menanggulangnya, kami masih belum bisa melakukan banyak hal dikarenakan tempat yang kurang mendukung. Untuk menjaga hubungan dengan customer, kita menekankan pada pelayanan atau SDM yang secara langsung berhadapan dengan konsumen. Kami harus menjaga keramahan serta kesabaran dalam melayani berbagai macam tipe konsumen yang pasti berbeda-beda.

5. KESIMPULAN

Pelaku UMKM banyak yang kurang peduli akan risiko yang berdampak langsung pada usahanya. Mereka hanya berfokus pada mencari laba. Pelaku UMKM harus memperhatikan terkait manajemen risiko.

Adapun dasar yang menjadi proses dari manajemen risiko yaitu identifikasi risiko yang meliputi risiko keuangan, risiko sumber daya manusia, risiko material, dan risiko pemasaran.

Kemudian yang kedua adalah penilaian risiko yang meliputi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Yang terakhir adalah pengendalian risiko.

Hasil manajemen risiko dari UMKM Anukula Resto dapat dikatakan belum menyeluruh, ada beberapa yang belum memenuhi dasar manajemen risiko. Oleh karena itu, sangat disarankan bagi pelaku UMKM untuk menerapkan manajemen risiko. Hal tersebut dikarenakan manajemen risiko sangat penting dan berdampak pada UMKM yang dijalankan.

DAFTAR PUSTAKA

- Gana, S., & Riki. (2024). Meningkatkan kinerja pemasaran melalui ekuitas merek dan penciptaan nilai bersama (Studi pada UMKM kuliner khas lokal di Provinsi Banten). *Jurnal PRIN*, 2(4).
- Hasibuan, M. S. P. (2016). *Manajemen sumber daya manusia*. Bumi Aksara.
- Heizer, J., & Render, B. (2017). *Operations management: Sustainability and supply chain management* (12th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kusumawati, D., & Fuadi, F. (2024). Analisis keputusan pembelian melalui minat beli pada produk Es Teh Cup Jumbo. *Serat Acitya*, 13(1), 22-37.
- Luthfiana, F. N., & Thania, N. A. I. (2023). Mengoptimalkan kinerja bisnis Es Teh Milenial melalui pendekatan ekonomi manajerial. *Branding: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1).
- Putri, I. M., Haryono, T., Ramadani, R., & Nurmala, T. (2022). Pengaruh penerapan manajemen risiko bisnis pada UMKM Cafe Garis Langit. *YUME: Journal of Management*, 5(3), 447-453.
- Santoso, V. C. (2017). Analisis fungsi manajemen operasional pada PT Puyuh Plastik. *Jurnal AGORA*, 3(1).
- Taufik, M. (2021). Analisis strategi pemasaran dalam upaya peningkatan daya saing pada Es Teh Indonesia cabang Lamongan. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, 3(2), 247-250.
- Yuswardi, Y., Angelin, V., Cahyono, D., Hui, M., Kurniawan, S. G., & Utami, V. F. (2022). Pengaruh penerapan manajemen risiko bisnis dalam Es Teh Indonesia. *YUME: Journal of Management*, 5(3), 383-386.