

ABSTRAK

Salah satu sektor strategis dan memiliki peran penting dalam menopang pertumbuhan ekonomi Indonesia adalah industri makanan dan minuman. Pertumbuhan jumlah penduduk yang menjadi salah satu faktor meningkatnya konsumsi kopi di Indonesia. Pada tingkat pertumbuhan penduduk Kabupaten Cirebon memiliki prospek menjanjikan dimasa depan, salah satunya sebagai konsumen kopi. Kendala yang dialami perusahaan saat ini yaitu kurang maksimal dalam menerapkan strategi promosi dan pemasaran sehingga merek Luwiih *Cafe* sampai saat ini kurang dikenal di masyarakat sebagai tempat untuk nongkrong dan *work from coffee* dalam segala segmen umur. Penelitian ini memiliki tujuan untuk memahami arah dan tujuan Luwiih *Cafe*, potensi pasar Luwiih *Cafe* di Kabupaten Cirebon dan membuat peta bisnis Luwiih *Cafe* di Kabupaten Cirebon.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi untuk mendapatkan data primer. Metode dokumentasi dilakukan untuk mendapatkan data sekunder.

Luwiih *Cafe* memiliki peluang besar untuk memperluas jangkauan konsumennya berdasarkan analisis pasar. Penerapan pendekatan ketersediaan fasilitas dengan pendekatan personal menjadi strategi pemasaran yang dikembangkan oleh Luwiih *Cafe*. Kualitas produk menjadi tantangan tersendiri bagi operasional Luwiih *Cafe*. Sehingga Luwiih *Cafe* berupaya selalu meningkatkan *quality control* pada proses produksi. Penerapan rekrutmen dan seleksi menjadi langkah penting untuk keberlangsungan Luwiih *Cafe*. Dengan menempatkan seseorang sesuai keahliannya dapat memperkecil permasalahan yang akan terjadi. Dengan melakukan rapat koordinasi dengan karyawan secara langsung setiap hari melalui Whatsapp *Group* dan secara langsung setiap bulan sekali. Legalitas usaha berupa Nomer Induk Berusaha (NIB) diperlukan untuk melindungi kegiatan usaha. Pada aspek ekonomi Luwiih *Cafe* memiliki tenaga kerja yang merupakan masyarakat Kabupaten Cirebon. Luwiih *Cafe* dapat meningkatkan jangkauan pasar, memperkuat citra merek, serta meningkatkan kepuasan pelanggan dengan berkolaborasi dengan *micro-influencer* dan *food blogger* untuk melakukan *review* dan *endorsement* guna meningkatkan visibilitas Luwiih *Cafe* di media sosial dan mengoptimalkan penggunaan platform digital.

Kata Kunci: pengembangan usaha, bisnis kuliner, luwiih *cafe*