

Analisis Studi Kelayakan Bisnis Umkm Pada Usaha Biji Kopi Spopi

Luisa Cornelia Wijaya¹, Nadia Anastasya Nathania², Theo Andrianto³, Agung Yohanes Karangan⁴, Budi Setiawan⁵
^{1,2,3,4,5}Program Studi Pariwisata, Universitas Pradita
**surel: luisa.cornelia@student.pradita.ac.id*

ABSTRAK

UMKM biji kopi Nusantara SPOPI di BSD yang direncanakan beroperasi pada akhir tahun 2026 memerlukan Studi Kelayakan Bisnis (SKB) yang komprehensif mengingat tingginya persaingan industri kopi di Indonesia. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan menganalisis kelayakan pendirian UMKM SPOPI sebagai dasar pengambilan keputusan usaha. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif melalui wawancara mendalam kepada calon manajemen dan pihak terkait. Analisis dilakukan terhadap aspek legalitas, manajemen, pasar, perilaku konsumen, teknis, finansial, serta ekonomi, sosial, lingkungan, dan risiko. Hasil menunjukkan UMKM SPOPI layak dijalankan. Secara non-finansial, didukung legalitas lengkap, lokasi strategis di BSD, serta positioning unik sebagai “Encyclopedia of Indonesian Coffee Beans”. Secara finansial, proyeksi positif dengan NPV Rp8.603.536.000, IRR 22,71% di atas tingkat diskonto, dan Payback Period 5 tahun 5 bulan. Usaha ini berdampak positif pada pemberdayaan petani lokal dan keberlanjutan lingkungan, sehingga direkomendasikan untuk direalisasikan dengan memperhatikan inovasi dan mitigasi risiko secara berkelanjutan ke depan secara optimal dan konsisten.

Kata Kunci: Studi Kelayakan Bisnis, Industri Kopi, Biji Kopi, UMKM, Kopi Nusantara.

ABSTRACT

The Nusantara coffee bean MSME “SPOPI” in BSD, planned to operate by the end of 2026, requires a comprehensive Business Feasibility Study (BFS) due to intense competition in Indonesia’s coffee industry. This community service activity aims to analyze the feasibility of establishing SPOPI as a basis for business decision-making. The method used is a descriptive qualitative approach through in-depth interviews with prospective management and stakeholders. The analysis covers legal, management, market, consumer behavior, technical, financial, as well as economic, social, environmental, and risk aspects. The results indicate that SPOPI is feasible to be implemented. Non-financially, feasibility is supported by complete legal compliance, a strategic location in BSD, and a unique positioning as the “Encyclopedia of Indonesian Coffee Beans.” Financially, the business shows positive projections, with an NPV of Rp8,603,536,000, an IRR of 22.71%, and a Payback Period of 5 years and 5 months, while supporting local farmers and environmental sustainability.

Keywords: Feasibility Study, Coffee Industry, Coffee Beans, MSME, Nusantara Coffee.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah lama diakui sebagai pilar utama penggerak perekonomian nasional di Indonesia (Utami, 2021). Sektor ini memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional, bahkan mencapai lebih dari 60% dari total PDB (Frihatni, Sudirman, & Mandacan, 2022). Peran UMKM tidak hanya bersifat ekonomi, tetapi juga sosial, termasuk penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, dan pemerataan pembangunan ekonomi antar wilayah (Novitasari, 2022). Selain itu, UMKM mampu beradaptasi terhadap perubahan preferensi konsumen dan perkembangan teknologi digital, sehingga berfungsi sebagai katalis inovasi dan pengurangan kesenjangan sosial-ekonomi (Amalina & Subiyantoro, 2024; Gabriella et al., 2025).

Salah satu subsektor UMKM yang mengalami pertumbuhan pesat adalah industri kopi (Setyawan, Nugraha, & Prakoso, 2023). Pertumbuhan ini didukung oleh posisi Indonesia sebagai salah satu produsen kopi terbesar di dunia (Ibnu & Rosanti, 2022). Varietas kopi Nusantara seperti Arabika Gayo, Mandailing, dan Robusta Lampung memiliki karakteristik unik dan bernilai tinggi di pasar global maupun domestik (Delifru, 2025). Peningkatan konsumsi kopi domestik yang mencapai rata-rata 1,5 kg per kapita pada periode 2019–2020 menunjukkan bahwa kopi telah bertransformasi menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat (Amanda & Rosiana, 2023). Perkembangan coffee shop modern dan tradisional, serta meningkatnya minat terhadap

specialty coffee dan single origin, membuka peluang besar bagi UMKM untuk berkembang. UMKM berbasis kopi kini tidak hanya berfokus pada produk, tetapi juga pada inovasi layanan dan edukasi konsumen (Widiasyih, Pramono, & Lestari, 2024). Selain itu, tren konsumsi specialty coffee memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk memasuki pasar niche dengan nilai tambah tinggi (Pangesa, Rahman, & Putra, 2025).

Namun demikian, tingginya tingkat persaingan dalam industri kopi menuntut pelaku usaha untuk memiliki perencanaan yang matang dan berbasis analisis (Nugroho et al., 2025). Bagi UMKM baru seperti SPOPI, tahap awal pendirian merupakan fase kritis yang penuh risiko. Oleh karena itu, diperlukan Studi Kelayakan Bisnis (SKB) sebagai alat untuk mengevaluasi kelayakan usaha dari berbagai aspek, seperti pasar dan pemasaran, teknis, manajemen, hukum, dan keuangan (Siregar, Hutagalung, & Simanjuntak, 2025; Firdauzi et al., 2025).

Pelaksanaan SKB pada tahap awal dapat membantu meminimalkan risiko kegagalan usaha serta memberikan dasar yang kuat dalam pengambilan keputusan investasi (Tarigan, Silalahi, & Ginting, 2024). Selain itu, analisis kelayakan juga berperan dalam memastikan bahwa usaha yang dijalankan memiliki prospek keberlanjutan yang baik dan mampu bersaing di pasar (Agamila et al., 2025).

Berdasarkan latar belakang tersebut, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan usaha biji kopi Nusantara “SPOPI” secara komprehensif. Analisis dilakukan dari aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis, aspek manajemen, aspek hukum, serta aspek finansial menggunakan indikator Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), dan Payback Period. Hasil analisis ini

diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis bagi pengembangan usaha SPOPI di masa depan.

Meskipun memiliki potensi yang besar, SPOPI menghadapi berbagai tantangan, antara lain tingginya persaingan industri, kebutuhan investasi awal yang cukup besar, serta ketergantungan pada rantai pasok dari petani kopi di berbagai daerah yang rentan terhadap fluktuasi produksi dan kondisi alam. Oleh karena itu, diperlukan analisis yang komprehensif untuk mengidentifikasi risiko dan merumuskan strategi mitigasi yang tepat guna menjamin keberlanjutan usaha (Umiyati, Tobing, & Umbu Zogara, 2024).

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini berfokus pada analisis studi kelayakan bisnis UMKM biji kopi Nusantara “SPOPI” yang direncanakan beroperasi pada akhir tahun 2026. Lokasi kegiatan ditetapkan di Ruko Enchante Nomor 19, kawasan BSD (Bumi Serpong Damai), yang dipilih berdasarkan pertimbangan strategis, meliputi potensi pasar, tingkat aksesibilitas, serta lingkungan bisnis yang mendukung perkembangan usaha.

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif, yang bertujuan untuk memberikan gambaran komprehensif terkait kelayakan usaha dari berbagai aspek. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggali informasi secara mendalam dan kontekstual terkait kondisi riil usaha yang akan dijalankan (Firdauzi et al., 2025).

Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder, yaitu:

1. **Data primer**, diperoleh melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan calon pemilik/manajemen UMKM SPOPI, serta pihak terkait seperti pelaku industri kopi, calon konsumen, dan pihak yang memahami aspek perizinan usaha di kawasan BSD.
2. **Data sekunder**, diperoleh dari studi literatur, laporan industri, jurnal ilmiah, serta dokumen pendukung lainnya yang relevan dengan topik studi kelayakan bisnis dan industri kopi.

Tahapan Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan secara sistematis melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

1. **Tahap Identifikasi Masalah**
Mengidentifikasi peluang dan tantangan usaha SPOPI, termasuk kondisi pasar, persaingan, serta potensi risiko yang mungkin dihadapi.
2. **Tahap Pengumpulan Data**
Mengumpulkan data primer dan sekunder yang relevan untuk mendukung analisis kelayakan bisnis.
3. **Tahap Analisis Kelayakan**
Analisis dilakukan secara komprehensif meliputi:
 - **Aspek pasar dan pemasaran:** segmentasi pasar, target pasar, positioning, dan potensi permintaan.
 - **Aspek teknis:** lokasi usaha, kapasitas produksi, serta teknologi yang digunakan.
 - **Aspek manajemen:** struktur organisasi dan kesiapan sumber daya manusia.
 - **Aspek hukum:** legalitas usaha dan perizinan.

- **Aspek finansial:** analisis kelayakan menggunakan indikator investasi seperti Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), dan Payback Period.

4. Tahap Evaluasi dan Interpretasi Data

Hasil analisis dari masing-masing aspek diintegrasikan untuk menentukan tingkat kelayakan usaha secara keseluruhan.

5. Tahap Penyusunan Rekomendasi

Merumuskan strategi dan rekomendasi yang dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan bagi pengembangan usaha SPOPI ke depan.

Metode ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang komprehensif, objektif, dan sistematis dalam menilai kelayakan usaha, sehingga dapat menjadi dasar dalam meminimalkan risiko dan meningkatkan peluang keberhasilan bisnis (Agamila et al., 2025).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menghasilkan analisis studi kelayakan bisnis UMKM biji kopi Nusantara “SPOPI” yang dikaji secara komprehensif melalui sembilan aspek utama. Hasil analisis tidak hanya menunjukkan kelayakan usaha, tetapi juga memperlihatkan dampak strategis yang dapat dihasilkan baik secara ekonomi maupun sosial. Adapun hasil pembahasan pada masing-masing aspek adalah sebagai berikut:

1. Aspek Legalitas (*Legal Aspects*)

Hasil analisis menunjukkan bahwa SPOPI telah memiliki kelengkapan legalitas usaha berupa Nomor Induk Berusaha (NIB), Nomor Pokok Wajib

Pajak (NPWP), Sertifikat Halal, serta Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT). Selain itu, perlindungan terhadap merek telah dilakukan melalui Hak Kekayaan Intelektual (HKI). Kelengkapan ini menunjukkan kesiapan usaha dalam menjalankan operasional secara formal serta meningkatkan kepercayaan pasar. Dengan demikian, aspek legalitas dinyatakan layak dan mendukung ekspansi usaha.

2. Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia (*Management and Human Resource Aspects*)

Struktur organisasi SPOPI disusun secara fungsional dengan pembagian tugas yang jelas antara operasional, pemasaran, dan keuangan. Pengelolaan SDM difokuskan pada peningkatan kompetensi melalui pelatihan intensif, terutama dalam membangun peran karyawan sebagai *coffee storyteller*. Hal ini menjadi nilai tambah dalam meningkatkan pengalaman pelanggan. Secara keseluruhan, aspek manajerial menunjukkan kesiapan dalam mendukung keberlanjutan usaha.

3. Aspek Pasar dan Pemasaran (*Market and Marketing Aspects*)

Analisis pasar menunjukkan bahwa SPOPI memiliki peluang besar dengan memanfaatkan tren konsumsi kopi yang terus meningkat. Strategi positioning sebagai “*Encyclopedia of Indonesian Coffee Beans*” menempatkan SPOPI pada segmen pasar khusus (*niche market*). Strategi pemasaran dilakukan melalui pendekatan omnichannel, yaitu kombinasi

toko fisik di BSD dan platform digital. Hal ini memberikan dampak signifikan terhadap potensi jangkauan pasar yang lebih luas dan kompetitif.

4. Aspek Perilaku Konsumen (*Consumer Behavior*)

Hasil analisis menunjukkan bahwa konsumen target cenderung dipengaruhi oleh gaya hidup dan kebutuhan akan pengalaman dalam menikmati kopi berkualitas. Konsumen tidak hanya membeli produk, tetapi juga nilai edukasi dan budaya. Temuan ini memperkuat strategi SPOPI dalam mengintegrasikan aspek edukatif sebagai diferensiasi utama.

5. Aspek Teknis (*Technical Aspects*)

Dari sisi teknis, lokasi usaha di kawasan BSD dinilai strategis karena dekat dengan target pasar. Perencanaan operasional telah mencakup pemilihan mesin produksi, pengelolaan bahan baku, serta desain tata letak yang efisien. Kesiapan teknis ini berdampak pada konsistensi kualitas produk serta efisiensi proses produksi.

6. Aspek Keuangan (*Financial Aspects*)

Hasil analisis finansial menunjukkan indikator yang sangat positif, yaitu:

- a) NPV sebesar Rp8.603.536.000 (positif)
- b) IRR sebesar 22,71% (di atas tingkat diskonto 10%)
- c) Payback Period selama 5 tahun 5 bulan
- d) BEP pada penjualan 2.438 kg

Hasil ini menunjukkan bahwa usaha memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi serta risiko finansial yang relatif terkendali. Dampaknya, usaha dinilai layak dan menguntungkan secara ekonomi.

7. Aspek Ekonomi, Sosial, dan Politik (*Economic, Social, and Political Aspects*)

Keberadaan SPOPI memberikan dampak nyata, antara lain:

- a) **Ekonomi:** meningkatkan pendapatan petani kopi lokal
- b) **Sosial:** membuka lapangan kerja dan meningkatkan literasi kopi
- c) **Politik:** selaras dengan kebijakan pemerintah dalam mendukung UMKM

Dampak ini menunjukkan bahwa usaha tidak hanya berorientasi profit, tetapi juga memiliki kontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan.

8. Aspek Lingkungan dan Industri (*Environmental and Industrial Aspects*)

SPOPI menerapkan prinsip keberlanjutan melalui pengelolaan limbah dan efisiensi rantai pasok. Kemitraan langsung dengan petani menjadi strategi untuk menciptakan sistem distribusi yang lebih adil dan efisien. Hal ini memperkuat posisi SPOPI dalam industri kopi yang kompetitif sekaligus ramah lingkungan.

9. Antisipasi Risiko (*Risk Anticipation*)

Identifikasi risiko menunjukkan kesiapan mitigasi yang baik, meliputi:

- a. Risiko operasional → melalui SOP dan pelatihan

b. Risiko keuangan → melalui pengelolaan arus kas

c. Risiko pasokan → melalui diversifikasi sumber bahan baku

d. Risiko pasar → melalui inovasi produk dan adaptasi tren

Pendekatan ini memberikan dampak positif terhadap stabilitas usaha dalam jangka panjang.

Tabel 1 hasil aspek

No	Aspek	Indikator	Hasil	Layak/Tidak
1	Legal	Kelengkapan perizinan	Perizinan lengkap (NIB, NPWP, Halal, HKI, PIRT)	Layak
2	Management and Human Resource	Struktur organisasi & sistem kerja	Struktur jelas, jabatan & pelatihan terstruktur	Layak
3	Market and Marketing	Potensi pasar & strategi pemasaran	Pasar ±8%/tahun, target menengah-atas BSD, positioning & marketing mix kuat	Layak
4	Consumer Behavior	Motivasi & faktor pembelian	Dipengaruhi lifestyle & kualitas; sesuai tren home-brewing	Layak
5	Technical	Lokasi, kapasitas, teknologi, layout	okasi strategis; kapasitas sesuai target; layout efisien	Layak
6	Financial	PP, ARR, NPV, IRR, PI, ROI, BEP	PP 5,5 th; ARR 12,4%; NPV+; IRR 22,71%; PI 4,28; ROI 12,4%; BEP 2.438 kg / Rp780,16 jt	Layak
7	Economic, Social, Politics, and Environment	Dampak makro, tenaga kerja, kepatuhan regulasi	Membuka kerja, memberdayakan petani, patuh kebijakan (AMDAL & limbah)	Layak
8	Environmental & Industrial	Keberlanjutan rantai pasok & posisi industri	Green operation, rantai pasok berkelanjutan, distributor kopi kuat	Layak
9	Anticipating Risk	Identifikasi & mitigasi risiko	Risiko SDM, keuangan, pasar, alam dipetakan dengan mitigasi jelas	Layak

Sintesis Hasil (Penguatan Dampak)

Secara keseluruhan, hasil analisis menunjukkan bahwa SPOPI tidak hanya layak secara finansial, tetapi juga memiliki dampak strategis dalam meningkatkan nilai tambah komoditas kopi Nusantara. Program ini memperlihatkan bahwa pendekatan berbasis studi kelayakan mampu memberikan gambaran yang jelas dalam pengambilan keputusan bisnis. Dampak utama yang dihasilkan meliputi peningkatan kesiapan usaha, penguatan daya saing, serta kontribusi terhadap ekonomi lokal dan nasional.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis studi kelayakan bisnis, UMKM biji kopi Nusantara "SPOPI" dinyatakan layak untuk dijalankan dan dikembangkan. Kelayakan ini didukung oleh aspek non-finansial yang kuat, meliputi legalitas usaha yang lengkap, kesiapan manajemen dan sumber daya manusia, serta posisi pasar yang unik. Dari aspek finansial, usaha menunjukkan prospek yang sangat positif dengan nilai NPV sebesar Rp8.603.536.000, IRR sebesar 22,71%, dan Payback Period selama 5 tahun 5 bulan. Selain memberikan keuntungan ekonomi, SPOPI juga memiliki kontribusi sosial melalui pemberdayaan petani kopi lokal dan penciptaan lapangan kerja. Penerapan prinsip keberlanjutan serta strategi mitigasi risiko yang telah dirancang semakin memperkuat prospek usaha ini. Dengan demikian, SPOPI direkomendasikan untuk direalisasikan dengan tetap memperhatikan inovasi produk, penguatan strategi pemasaran, serta adaptasi terhadap dinamika pasar guna menjaga keberlanjutan usaha secara optimal

DAFTAR PUSTAKA

- Agamila, A., Soedjado, H., Soedjadi, M. T. Y., Setiawan, B., & Murhadi. (2025). Studi kelayakan operasional untuk pendirian resort di kawasan terpencil. *Jurnal Manajemen Riset Inovasi*, 3(1). <https://doi.org/10.55606/mri.v3i1.3454>
- Amalina, A. K., & Subiyantoro. (2024). Peran UMKM (usaha mikro, kecil, menengah) dalam perekonomian nasional. *Jurnal Ilmiah Universitas Multi Data Palembang*, 13(2). <https://doi.org/10.35957/forbiswira.v13i2.6760>
- Amanda, S., & Rosiana, N. (2023). Analisis daya saing kopi Indonesia dalam menghadapi perdagangan kopi dunia. *Forum Agribisnis*, 13(1). <https://doi.org/10.29244/fagb.13.1.1-11>
- Delifru. (2025). *Tren konsumsi kopi Indonesia Q3 2025*. Delifru Flavor Expert.
- Firdauzi, M., Pratama, A., Febriansyah, M., Hidayat, S., Oktaviana, M., & Hustia, A. (2025). Analisis studi kelayakan bisnis usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) pempek model Aisyah: Tinjauan dari aspek pasar dan pemasaran. *Jurnal Sains, Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Hukum*, 2(3). <https://doi.org/10.60126/sainmikum.v2i3.1020>
- Frihatni, A. A., Sudirman, I., & Mandacan, F. (2022). Dampak pandemi COVID-19 terhadap kinerja UMKM dan strategi bisnisnya: Studi kasus UMKM Irrenuang Parepare di Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, 22(2). <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jap/article/view/2388>
- Gabriella, A., Marion, G., Widiana, E., Syabina, Z. L., & Setiawan, B. (2025). PKM pendampingan marketing UMKM pecel lele OMA. *IKRAI-ITH Abdimas*, 9(2). <https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.v9i2.4067>
- Ibnu, M., & Rosanti, N. (2022). Tren produksi dan perdagangan negara-negara produsen kopi terbesar di dunia dan implikasinya bagi Indonesia. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, 16(2). <https://doi.org/10.55981/bilp.2022.5>
- Muttaqi, F., Alfaujianto, M., Surahmat, A., & Zogara, L. U. (2025). Peningkatan kompetensi desain antarmuka pengguna melalui pelatihan UI/UX di SMKN 6 Tangerang Selatan. *REDI: Jurnal Relawan dan Pengabdian Masyarakat*, 2(4), 19–29.
- Novitasari, A. T. (2022). Kontribusi UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi era digitalisasi melalui peran pemerintah. *JABE: Journal of Applied Business and Economic*, 9(2). <http://dx.doi.org/10.30998/jabe.v9i2.13703>

Jurnal Igakerta

Vol. 3, No. 1, Maret 2026

E-ISSN: 3048-4499

<https://igakerta.com/jurnal/index.php>

- Nugroho, S., Maulana, R. A., Pusparani, A. M., & Wati, D. R. (2025). Peramalan produksi, volume ekspor dan nilai ekspor kopi Indonesia tahun 2025–2035. *JAGO TOLIS: Jurnal Agrokompleks Tolis*, 5(2). <https://doi.org/10.56630/jago.v5i2.764>
- Pangesa, A., Rahman, F., & Putra, D. (2025). Peluang pasar specialty coffee di Indonesia: Analisis tren dan preferensi konsumen. *Jurnal Agribisnis Modern*, 4(1).
- Setyawan, B., Nugraha, A., & Prakoso, D. (2023). Pertumbuhan industri kopi dan dampaknya terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 8(2).
- Siregar, R., Hutagalung, M., & Simanjuntak, D. (2025). Analisis studi kelayakan bisnis sebagai dasar pengambilan keputusan investasi. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 6(1).
- Tarigan, H., Silalahi, P., & Ginting, R. (2024). Peran studi kelayakan bisnis dalam meminimalisir risiko usaha baru. *Jurnal Kewirausahaan Indonesia*, 5(2).
- Umiyati, H., Tobing, S. H., & Umbu Zogara, L. (2024). Pemberdayaan masyarakat dalam perbaikan perpustakaan di Kampung Markisa Kelurahan Pasar Baru Kota Tangerang melalui kuliah kerja nyata. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 39–43. <https://doi.org/10.70429/bhaktimas.v1i2.67>
- Utami, R. (2021). Peran strategis UMKM dalam perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Nasional*, 10(1).
- Umiyati, H., & Zogara, L. U. (2025). Peran pendampingan bimbingan belajar dalam mendukung pendidikan siswa SD dan SMP di Kelurahan Koang Jaya. *Jurnal Igakerta*, 2(2), xx–xx. <https://igakerta.com/jurnal/index.php>
- Widiyasih, N., Pramono, H., & Lestari, S. (2024). Strategi pengembangan UMKM kopi berbasis nilai tambah di era digital. *Jurnal Manajemen Inovasi*, 7(1).