

The Impact Of Using The Gofood Platform On Business Sustainability Mediated By Business Model Innovation: A Survey Of Fried Chicken Franchise Businesses In Sukabumi City

Pengaruh Pemanfaatan Platform Gofood Terhadap Keberlanjutan Usaha Melalui Inovasi Model Bisnis Sebagai Mediasi: Survei Pada Usaha Franchise Fried Chicken Di Kota Sukabumi

Riska Mawarni¹, Deni Muhammad Danial², Resa Nurmala³

Universitas Muhammadiyah Sukabumi^{1,2,3}

Riskamawarnie11@ummi.ac.id¹

**Corresponding Author*

ABSTRACT

This study aims to examine the impact of using the GoFood platform on business sustainability, with business model innovation serving as a mediating variable. Employing a quantitative approach and path analysis, data were collected from 31 managers of fried chicken franchise outlets in Sukabumi City. The results indicate that the use of the GoFood platform has a significant direct effect on business sustainability, and business model innovation also significantly influences business sustainability. However, business model innovation does not mediate the relationship between platform usage and business sustainability. These findings reveal a non-mediated relationship in which sustainability is achieved through daily transaction volumes driven by the platform's promotional features—rather than through fundamental changes to the business model—due to strict standardization imposed by the franchise headquarters.

Keywords: Digital Platform, GoFood, Business Model Innovation, Business Sustainability, Fried Chicken Franchise.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pemanfaatan platform GoFood terhadap keberlanjutan usaha dengan inovasi model bisnis sebagai variabel mediasi. Menggunakan pendekatan kuantitatif dan analisis jalur (path analysis), data dikumpulkan dari 31 manajer gerai franchise fried chicken di Kota Sukabumi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan platform GoFood berpengaruh signifikan secara langsung terhadap keberlanjutan usaha, dan inovasi model bisnis juga berpengaruh signifikan terhadap keberlanjutan usaha. Namun, inovasi model bisnis tidak memediasi hubungan antara pemanfaatan platform dengan keberlanjutan usaha. Hasil ini menunjukkan adanya hubungan non-mediasi di mana keberlanjutan dicapai melalui volume transaksi harian dari fitur promosi platform, tanpa perombakan model bisnis yang fundamental, akibat adanya standarisasi waralaba pusat yang ketat.

Kata Kunci: Platform Digital, GoFood, Inovasi Model Bisnis, Keberlanjutan Usaha, Franchise Fried Chicken.

1. Introduction

Transformasi digital yang semakin cepat telah merevolusi sektor kuliner secara fundamental melalui model bisnis Online-to-Offline (O2O) hal ini memicu pergeseran masif konsumen dalam bertransaksi dengan pemasok makanan.(Nur Fitriana et al., 2025; Li et al., 2020). Di Indonesia, aplikasi makanan online seperti GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood telah berkembang sangat pesat dan menjadi favorit masyarakat di Indonesia, Selain memberikan kepraktisan dan menghemat waktu dan tenaga, platform ini menawarkan kemudahan penting bagi gaya hidup modern (Indriyani et al., 2022).

Berdasarkan survei mengenai tingkat penetrasi aplikasi OFD di Indonesia, GoFood mendominasi pangsa pasar dengan persentase instalasi sebesar 76%, menjadikannya mitra strategis utama bagi para pelaku UMKM..(Tenggara strategic, 2022). Namun adopsi platform digital juga membawa tantangan profitabilitas. Potongan komisi platform sebesar 20% hingga 30% seringkali membebani margin keuntungan UMKM skala mikro. Oleh karena itu, keberlanjutan usaha tidak lagi hanya bergantung pada kehadiran digital, melainkan pada inovasi strategi yang mampu menyeimbangkan aksesibilitas platform dengan ketahanan finansial.(Putri et al., 2024)



Gambar 1.1 Data Layanan pesan-antar makanan yang paling banyak di install

Sumber : Tenggara Strategic, 2025

Namun, integrasi digital ini menciptakan paradoks profitabilitas. Di satu sisi, platform menawarkan akses pasar luas, namun di sisi lain membebani pelaku usaha dengan komisi 20% hingga 30%. Bagi *franchise fried chicken* skala mikro dengan margin keuntungan tipis, beban ini mengancam ketahanan finansial. Keberlanjutan usaha kini menuntut keseimbangan antara aksesibilitas digital dan ketahanan internal.

Di Kota Sukabumi, sektor ini mengalami hiperkompetisi dengan setidaknya 31 *brand* yang bersaing. Observasi menunjukkan disparitas kinerja: sebagian gerai unggul, sementara yang lain stagnan dan bergantung pada promosi platform. Ketergantungan ini berisiko menciptakan "jebakan profit" (*profit trap*). Penelitian ini mengisi celah literatur mengenai peran mediasi inovasi model bisnis dalam memitigasi dampak beban komisi platform.

2. Tinjauan Pustaka (*Literature Review*)

2.1 Manajemen Strategi (*Grand Theory*)

Manajemen strategi merupakan seni dan ilmu dalam memformulasikan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsional yang memungkinkan organisasi mencapai tujuannya (David, 2011). Dalam konteks bisnis modern yang penuh dengan ketidakpastian (*shocks*) dan persaingan hiperkompetitif, keberhasilan jangka panjang (*sustainability*) organisasi sangat bergantung pada proses perencanaan yang adaptif terhadap lingkungan eksternal (Addae-Korankye & Aryee, 2021). Bagi sektor UMKM, manajemen strategi yang konsisten—meliputi perencanaan yang jelas dan evaluasi berkala—menjadi faktor kunci dalam menciptakan ketahanan kinerja saat menghadapi krisis (Muyuni & Phiri, 2024).

Dalam penelitian ini, Manajemen Strategi digunakan sebagai payung ilmu untuk melihat bagaimana *Franchise Fried Chicken* Sukabumi membuat strategi untuk menghadapi persaingan ketat dan perubahan lingkungan digital.

2.2 Strategi Bisnis (*Middle-Range Theory*)

Strategi bisnis berfungsi sebagai jembatan yang menentukan bagaimana perusahaan mengejar dan mempertahankan keunggulan kompetitif di industri (Chen & Keung, 2019). Porter (1985) menekankan bahwa perusahaan umumnya menempuh dua jalur utama: keunggulan biaya (*cost leadership*) atau diferensiasi (*differentiation*).

Dalam konteks *franchise* di Sukabumi, pelaku usaha sering kali terjebak dalam perang harga di platform digital yang mengakibatkan inefisiensi. Penelitian menunjukkan bahwa ketika perusahaan gagal mencapai keunggulan biaya, mereka wajib beralih ke strategi diferensiasi melalui inovasi (Mulyaningsih et al., 2021). Strategi ini memastikan bisnis tidak hanya bertahan (*survive*), tetapi juga mencapai konsistensi pertumbuhan dan ketahanan eksistensi (Sopandi et al., 2022).

2.3 Variabel Penelitian (*Applied Theory*)

Applied theory yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel itu sendiri yaitu pemanfaatan platform GoFood sebagai variabel X, inovasi model bisnis sebagai variabel mediasi, dan keberlanjutan usaha sebagai variabel Y.

2.3.1 Pemanfaatan Platform GoFood

Pemanfaatan platform *Online Food Delivery* (OFD) didefinisikan sebagai layanan yang memfasilitasi model bisnis *Online-to-Offline* (O2O) (Li et al., 2020). Lebih spesifik dalam konteks GoFood, pemanfaatan mencakup optimalisasi fitur dalam aplikasi GoBiz—seperti pengelolaan menu, pembayaran non-tunai, dan fitur promosi—yang merupakan wujud nyata dari kewirausahaan digital (Adi Prasetyo et al., 2022).

Dalam penelitian ini, variabel Pemanfaatan Platform GoFood diukur menggunakan dimensi yang dikembangkan oleh (Asad et al., 2023) yang terdiri dari; (1) Kualitas Informasi, (2) Kualitas Sistem, (3) Kualitas Layanan.

2.3.2 Inovasi Model Bisnis (BMI)

Inovasi model bisnis adalah proses mendesain ulang elemen penciptaan nilai untuk mengatasi kelemahan manajerial dan teknis pada *franchise* (Subardjo & Rahmawati, 2022). Optimalisasi platform digital menuntut perubahan cara pandang pelaku usaha, yakni melakukan transformasi strategis dalam penyajian produk dan pemasaran (Nur Fitriana et al., 2025). Dalam penelitian ini, inovasi model bisnis diukur melalui inovasi produk, proses, pemasaran, dan biaya untuk memitigasi dampak komisi aplikasi..

Inovasi menciptakan keterampilan berwirausaha yang berkualitas untuk menambah nilai bagi pelanggan. (Novia Ramdani et al., 2024) Mengacu pada literatur tersebut, dimensi dan indikator yang digunakan disesuaikan dengan masalah "jebakan profit" akibat komisi aplikasi: (1) Inovasi Produk & Penawaran (Product Innovation), (2) Inovasi Proses & Distribusi (Process Innovation), (3) Inovasi Pemasaran & Biaya (Marketing & Cost Innovation).

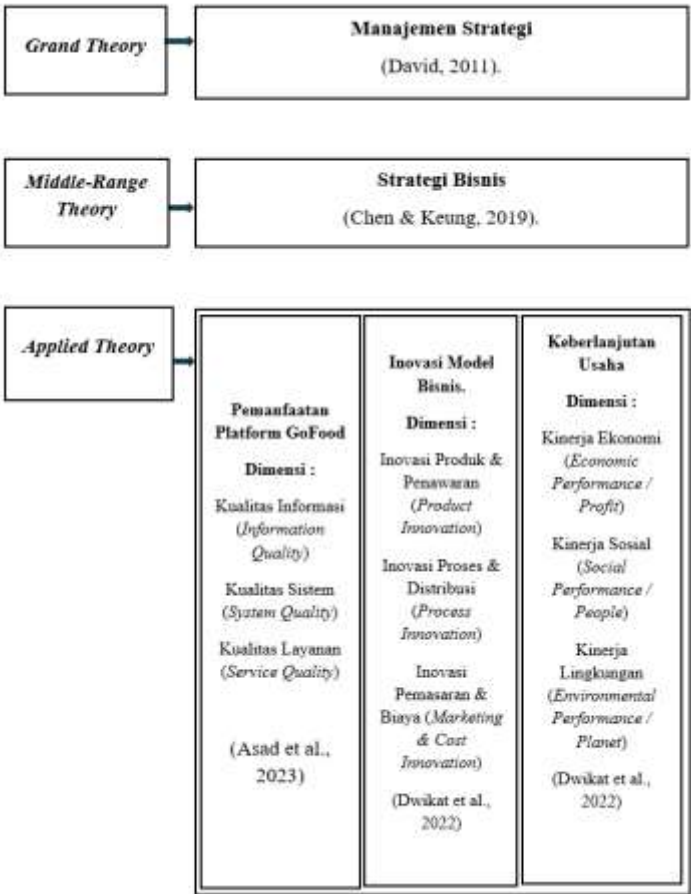
2.3.3 Keberlanjutan Usaha

Keberlanjutan usaha (*business sustainability*) adalah kondisi konsistensi perusahaan dalam mempertahankan eksistensinya melalui strategi pengembangan dan perlindungan sumber daya di tengah persaingan ekonomi (Sopandi et al., 2022). Konsep ini relevan dengan pilar *Triple Bottom Line* (Profit, People, Planet) yang mengukur keberlanjutan dari dimensi kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan (Syafitri & Pramono, 2022). Adopsi digital yang tepat terbukti memiliki dampak signifikan terhadap ketiga dimensi keberlanjutan tersebut (Utama et al., 2024).

Dukungan empiris mengenai peran teknologi terhadap keberlanjutan usaha juga ditemukan dalam penelitian terbaru oleh Hamsal (dikutp dalam Utama et al., 2024). Meskipun

dilakukan pada sektor industri yang berbeda, penelitian tersebut membuktikan bahwa Adopsi Digital (Digital Adoption) memiliki dampak signifikan terhadap keberlanjutan bisnis (Business Sustainability) dalam dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan. Hal ini memperkuat dugaan bahwa pemanfaatan platform digital seperti GoFood oleh Franchise juga akan bermuara pada peningkatan kinerja keberlanjutan.

Adapun kerangka konseptual dari penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual
Sumber : Diolah Penulis, 2025

2.4 Penelitian terdahulu

Penelitian ini didasarkan pada beberapa studi empiris yang relevan untuk mempertegas posisi kebaruan (*novelty*) riset ini. Ramdani & Danial (2024) menemukan bahwa kemampuan inovasi dan kreativitas berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha *franchise* di Sukabumi, yang mempertegas bahwa inovasi adalah aset vital di pasar lokal. Selain itu, Sopandi & Danial (2022) membuktikan bahwa perencanaan strategis adalah prasyarat mutlak bagi keberlanjutan usaha.

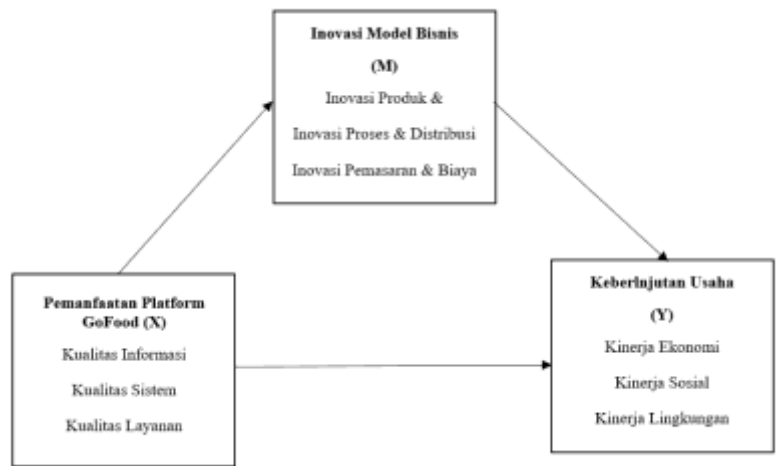
Di sisi lain, Li et al. (2020) menyoroti tantangan struktur komisi platform digital yang dapat menggerus profitabilitas. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang umumnya hanya menguji pengaruh langsung, penelitian ini menawarkan kebaruan dengan menempatkan Inovasi Model Bisnis sebagai variabel mediasi untuk memecahkan dilema "jebakan profit" dalam ekosistem digital.

Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu

Peneliti & Tahun	Judul Penelitian	Hasil Utama	Perbedaan dengan penelitian ini
Ramdani & Danial, (2024)	Pengaruh Kemampuan Inovasi..	Inovasi berpengaruh pada keberhasilan	Menggunakan mediasi Inovasi Model Bisnis
Li et al. (2020)	Review of online food delivery...	Dampak komisi pada profitabilitas	Fokus pada peran mediasi Inovasi Model Bisnis

Berdasarkan telaah terhadap penelitian-penelitian di atas, terdapat celah penelitian (research gap) yang perlu diisi. Mayoritas penelitian sebelumnya, seperti (Ramdani et al., 2024) dan (Sopandi et al., 2022) cenderung menguji pengaruh langsung inovasi atau strategi terhadap keberhasilan usaha. Belum banyak penelitian yang secara spesifik menempatkan Inovasi Model Bisnis (BMI) sebagai variabel mediasi untuk memecahkan dilema "jebakan profit" pada ekosistem GoFood. Penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut dengan menawarkan kebaruan (novelty) berupa pengujian model integratif: bagaimana Inovasi Model Bisnis (seperti strategi harga dan bundling) memediasi pengaruh Pemanfaatan Platform GoFood terhadap Keberlanjutan Usaha, khususnya pada sektor mikro Fried Chicken di Kota Sukabumi yang menghadapi hiperkkompetisi.

Berdasarkan kajian teori yang telah dipaparkan maka, dapat diperoleh paradigma dari penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 2.2 Paradigma Penelitian

Sumber : Diolah Penulis, 2025

2.5 Hipotesis

- H1 : Pemanfaatan platform GoFood berpengaruh positif terhadap inovasi model bisnis
- H2 : Inovasi Model bisnis berpengaruh positif terhadap keberlanjutan usaha
- H3 : Pemanfaatan platform GoFood berpengaruh positif terhadap keberlanjutan usaha
- H4 : Inovasi model bisnis memediasi hubungan antara pemanfaatan platform GoFood dan keberlanjutan usaha.

3. Metode Penelitian

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif kausal. Pendekatan ini dipilih untuk menganalisis hubungan sebab-akibat antara variabel independen

(Pemanfaatan Platform GoFood), variabel mediasi (Inovasi Model Bisnis), dan variabel dependen (Keberlanjutan Usaha).

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh gerai *franchise fried chicken* di Kota Sukabumi yang aktif terdaftar pada platform GoFood. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Non-Probability Sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Kriteria inklusi responden meliputi: (1) pemilik atau pengelola gerai *franchise*, dan (2) gerai yang telah aktif beroperasi sebagai mitra GoFood (*GoBiz*) minimal selama 6 bulan. Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh ukuran sampel sebanyak 31 responden, yang telah memenuhi kaidah Teorema Limit Pusat untuk statistik parametrik.

3.3 Operasionalisasi Variabel

Variabel diukur menggunakan skala *semantic differential* dengan bobot nilai 1 hingga 7 untuk memberikan tingkat presisi yang lebih tinggi pada persepsi responden. Operasionalisasi variabel mencakup:

3.3.1 Pemanfaatan Platform GoFood (X)

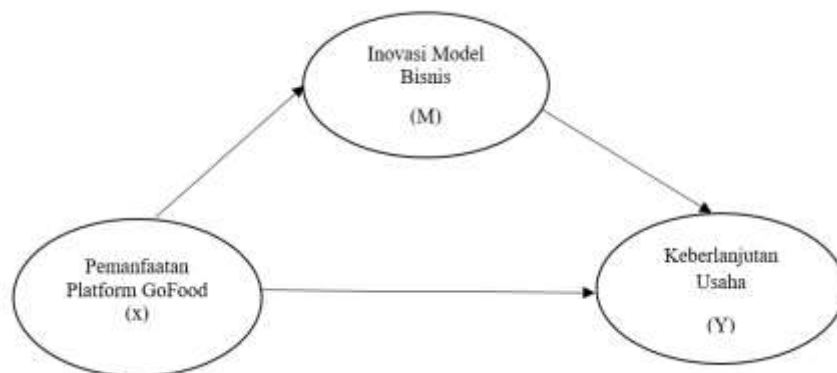
Variabel ini diukur melalui dimensi kualitas informasi, kualitas sistem, dan kualitas layanan (Asad et al., 2023).

3.3.2 Inovasi Model Bisnis (M)

Variabel ini diukur melalui dimensi inovasi produk, proses, pemasaran, dan biaya (Dwikat et al., 2022).

3.3.3 Keberlanjutan Usaha (Y)

Variabel ini diukur melalui dimensi kinerja ekonomi, kinerja sosial, dan kinerja lingkungan (Dwikat et al., 2022).



Gambar 3.1 Model Penelitian

Sumber : Diolah Penulis, 2025

Keterangan :

X : Pemanfaatan Platform GoFood

M : Inovasi Model Bisnis

Y : Keberlanjutan Usaha

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Data primer dikumpulkan melalui kuesioner tertutup yang disebarikan kepada responden. Selain itu, teknik observasi non-partisipatif dilakukan untuk memvalidasi kondisi aktual akun GoFood milik responden di lapangan.

3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS melalui tiga tahapan utama:

3.5.1 Uji Kualitas Instrumen

Uji validitas menggunakan korelasi *Bivariate Pearson* dan uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha*.

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Meliputi uji normalitas (*Kolmogorov-Smirnov*), uji multikolinearitas (VIF), dan uji heteroskedastisitas.

3.5.3 Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Digunakan untuk menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung. Uji hipotesis dilakukan dengan *Uji t* (parsial) dan *Uji Sobel* (*Sobel Test*) khusus untuk mengevaluasi peran mediasi variabel inovasi model bisnis.

4. Hasil dan Pembahasan)

4.1 Hasil Penelitian

Hasil pengujian statistik menggunakan *Path Analysis* dan *Sobel Test* terhadap 31 gerai *franchise fried chicken* di Kota Sukabumi disajikan dalam tabel rekapitulasi berikut:

Tabel 1. Rekapitulasi Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Jalur Hubungan	Koefisien	Sig.	Hasil
H1	Pemanfaatan Platform GoFood → Inovasi Model Bisnis	0,019	0,904	Ditolak
H2	Inovasi Model Bisnis → Keberlanjutan Usaha	0,270	0,012	Diterima
H3	Pemanfaatan Platform GoFood → Keberlanjutan Usaha	0,238	0,010	Diterima
H4	Pemanfaatan Platform GoFood → Inovasi Model Bisnis → Keberlanjutan Usaha	0,1186 (Z)	0,9055	Diterima

Sumber: Data Primer Diolah (2026).

Berdasarkan Tabel 1, model penelitian ini membentuk hubungan *non-mediated* atau hubungan langsung tanpa mediasi. Nilai R^2 sebesar 0,353 menunjukkan bahwa Pemanfaatan Platform GoFood dan Inovasi Model Bisnis berkontribusi sebesar 35,3% terhadap variasi keberlanjutan usaha.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Pemanfaatan GoFood terhadap Inovasi Model Bisnis

Temuan menunjukkan bahwa pemanfaatan platform GoFood tidak berpengaruh signifikan terhadap inovasi model bisnis (Sig. 0,904 > 0,05). Hal ini mengonfirmasi bahwa meskipun 76% pasar dikuasai oleh GoFood, adopsi teknologi ini bagi pelaku franchise di Sukabumi baru menyentuh level operasional taktis untuk menjaga omzet harian (business as usual), belum ke arah transformasi model bisnis yang strategis. Pelaku usaha cenderung bersifat reaktif terhadap perubahan pasar ketimbang memanfaatkan fitur lanjutan GoBiz untuk merestrukturisasi proposisi nilai mereka secara fundamental.

4.2.2 Pengaruh Inovasi Model Bisnis terhadap Keberlanjutan Usaha

Inovasi model bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan usaha (Sig. 0,012 < 0,05). Di tengah hiperkompetisi 31 gerai fried chicken di Sukabumi, inovasi—seperti paket bundling dan efisiensi biaya—menjadi motor utama keunggulan bersaing. Hal ini sejalan dengan temuan Dwikat et al. (2022) bahwa inovasi bisnis strategis berkorelasi positif terhadap kinerja keberlanjutan UMKM di lingkungan yang turbulen.

4.2.3 Pengaruh Pemanfaatan GoFood terhadap Keberlanjutan Usaha

Pemanfaatan platform GoFood berpengaruh positif signifikan terhadap keberlanjutan usaha (Sig. 0,010 < 0,05). Platform ini berfungsi sebagai *direct driver* yang memberikan perluasan jangkauan pasar instan. Sebagaimana dikemukakan Danial (dalam Fauzi et al., 2020), kewirausahaan digital memungkinkan UMKM menciptakan peluang baru dengan keunggulan nilai layanan yang terintegrasi, yang pada akhirnya menopang perputaran modal harian mitra.

4.2.4 Analisis Peran Mediasi Inovasi Model Bisnis

Hasil Sobel Test (Z-value 0,1186 < 1,96 dan p-value 0,9055 > 0,05) membuktikan bahwa inovasi model bisnis tidak memediasi pengaruh pemanfaatan GoFood terhadap keberlanjutan usaha. Hal ini disebabkan oleh patahnya hubungan kausalitas antara variabel X ke M. Karakteristik bisnis franchise yang memiliki standar operasional baku dari manajemen pusat membatasi ruang gerak pengelola gerai lokal untuk melakukan inovasi produk atau sistem distribusi secara mandiri. Akibatnya, platform digital dieksploitasi hanya sebagai alat bantu penjualan konvensional, bukan sebagai instrumen transformasi model bisnis yang strategis.

5. Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai pengaruh pemanfaatan platform GoFood terhadap keberlanjutan usaha *franchise fried chicken* di Kota Sukabumi, dapat disimpulkan bahwa:

1. Pemanfaatan platform GoFood tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap inovasi model bisnis. Hal ini terjadi karena pelaku usaha cenderung menggunakan platform digital sebatas saluran penjualan harian (*business as usual*) daripada sebagai instrumen transformasi bisnis.
2. Inovasi model bisnis berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap keberlanjutan usaha. Pelaku usaha yang mampu melakukan inovasi—seperti *bundling* produk atau strategi harga yang fleksibel—terbukti lebih berhasil dalam menjaga stabilitas keuntungan.
3. Pemanfaatan platform GoFood memiliki pengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap keberlanjutan usaha. Aksesibilitas digital terbukti menjadi penggerak utama dalam menjaga perputaran modal dan jangkauan pasar bagi UMKM.
4. Inovasi model bisnis tidak terbukti memediasi hubungan antara pemanfaatan platform GoFood dengan keberlanjutan usaha. Keberlanjutan usaha pelaku *franchise* di Sukabumi diperoleh secara langsung melalui efektivitas penggunaan fitur-fitur platform digital secara fungsional, tanpa melalui transformasi model bisnis yang kompleks.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, penulis mengajukan beberapa saran:

1. Bagi Pelaku Usaha (*Franchise*), Pengelola gerai disarankan untuk mengoptimalkan fitur pada aplikasi GoBiz (seperti fitur promosi dan analisis data penjualan) guna mendukung

keberlanjutan usaha secara lebih efektif. Selain itu, pelaku usaha diharapkan tetap berupaya melakukan inovasi internal yang kreatif dalam batasan standar waralaba yang ada.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya, Disarankan untuk mengembangkan model penelitian dengan menambahkan variabel lain seperti literasi digital atau persepsi kemudahan penggunaan teknologi, serta memperluas cakupan sampel ke lintas aplikasi (GrabFood/ShopeeFood) untuk mendapatkan generalisasi yang lebih komprehensif. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode kualitatif atau studi kasus mendalam pada *brand* tertentu untuk mengeksplorasi bagaimana hambatan birokrasi waralaba memengaruhi kemampuan inovasi di tingkat gerai.

Ucapan Terima Kasih (*Acknowledgements*)

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan dalam penyelesaian penelitian ini:

1. Universitas Muhammadiyah Sukabumi, khususnya Program Studi Administrasi Bisnis yang telah memfasilitasi proses akademik selama masa penelitian.
2. Bapak Dr. R. Deni Muhammad Danial, S.Sos., M.M. dan Ibu Resa Nurmala, S.AB., M.A., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan masukan berharga dalam penyusunan artikel ini.
3. Para pemilik dan pengelola gerai Franchise Fried Chicken di Kota Sukabumi yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan informasi sebagai responden dalam penelitian ini.
4. Keluarga tercinta atas doa, motivasi, dan dukungan moral yang tak terhingga sepanjang perjalanan studi penulis.

Daftar Pustaka

- Addae-Korankye, A., & Aryee, B. A. (2021). The relationship between strategic management practices and the growth of small and medium enterprises (SMEs) in Ghana. *Business: Theory and Practice*, 22(1). <https://doi.org/10.3846/btp.2021.12549>
- Adi Prasetyo, D., Devalia Nifatul Imamah, I., & Adi Firmansyah, G. (2022). Strategi pemanfaatan GoFood untuk ekspansi franchise selama pandemi Covid-19 di Banyu Urip Kidul, Surabaya. *ETNIK: Jurnal Ekonomi-Teknik*, 1(2).
- Ahmadi, M. A. (2023). Manajemen strategi dalam meningkatkan loyalitas nasabah bank. *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro*, 7(1), 15-25. <https://doi.org/10.56858/jmpkn.v7i1.167>
- Amory, J. D. S., J. R., & Hayadin, M. R. (2025). Integrasi teknologi informasi dan komunikasi dalam model bisnis franchise: Kajian literatur tentang inovasi dan keberlanjutan. *Jurnal Minfo Polgan*, 13(2), 2455-2462. <https://doi.org/10.33395/jmp.v13i2.14519>
- Asad, M., Aledeinat, M., Majali, T., Almajali, D. A., & Shrafat, F. D. (2023). Mediating role of green innovation and moderating role of resource acquisition with firm age between green entrepreneurial orientation and performance of entrepreneurial firms. *Cogent Business & Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2291850>
- Dwikat, S. Y., Arshad, D., & Mohd Shariff, M. N. (2022). The influence of systematic strategic planning and strategic business innovation on the sustainable performance of manufacturing SMEs: The case of Palestine. *Sustainability (Switzerland)*, 14(20). <https://doi.org/10.3390/su142013388>
- Fauzi, T. H., Harits, B., Danial, R. D. M., & Komariah, K. (2020). Adaptive strategies of external environmental effects in digital entrepreneurship in the strategic management perspective. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 9(3), 38-45. <https://doi.org/10.36941/ajis-2020-0040>

- Li, C., Miroso, M., & Bremer, P. (2020). Review of online food delivery platforms and their impacts on sustainability. *Sustainability (Switzerland)*, 12(14). <https://doi.org/10.3390/su12145528>
- Mulyaningsih, M., Danial, R. D. M., Komariah, K., Firdausijah, R. T., & Yuniarti, Y. (2021). The effect of strategic planning on competitive advantages of small and medium enterprises. *Management Science Letters*, 11, 411-416. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.9.028>
- Muyuni, B. M., & Phiri, J. (2024). SME strategic management practices during the COVID-19 pandemic in developing countries: An empirical test of the threat rigidity hypothesis. *Open Journal of Business and Management*, 12(01), 540-562. <https://doi.org/10.4236/ojbm.2024.121033>
- Novia Ramdani, S., Deni Muhammad Danial, R., & Nurmala, R. (2024). Pengaruh kemampuan inovasi dan kreativitas terhadap keberhasilan usaha. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(22), 1231-1240. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14591105>
- Nur Fitriana, Puspita, D. A., Ichsandra, A., Dhani, D. R., Viola, E., Butar Butar, M. E., Fahira, P. A., Nurjanah, S., & Sianturi, Y. (2025). Transformasi strategis franchise kuliner melalui optimalisasi platform digital dan penataan visual: Studi kasus Waroeng Seblak Mama. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 6(2). <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v6i2.2456>
- Sopandi, A., Danial, R. D. M., & Jhoansyah, D. (2022). Strategy of the influence of planning, competitive advantage on business sustainability in Padang restaurant, Sukabumi City. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(4), 2110-2121.
- Subardjo, A., & Rahmawati, M. I. (2022). Inovasi model bisnis inkubasi dan kolaborasi dalam meningkatkan kinerja franchise Surabaya di era 4.0. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 2(1), 17-24. <https://doi.org/10.54082/jupin.36>
- Syafitri, E., & Pramono, I. P. (2022). Pengaruh implementasi intellectual capital terhadap keberlanjutan usaha di masa pandemi. *Jurnal Riset Akuntansi*, 2(2), 91-98. <https://doi.org/10.29313/jra.v2i2.1265>
- Utama, D. R., Hamsal, M., Rahim, R. K., & Furinto, A. (2024). The effect of digital adoption and service quality on business sustainability through strategic alliances at port terminals in Indonesia. *Asian Journal of Shipping and Logistics*, 40(1). <https://doi.org/10.1016/j.ajsl.2023.12.001>