

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. Pranata and M. M. Marianti, “Analisis Rantai Nilai Kopi Untuk Meningkatkan Nilai Tambah Pada Petani Di Indonesia,” *J. Adm. Bisnis*, vol. 13, no. 1, 2017, doi: 10.26593/jab.v13i1.3112.
- [2] K. Kusmarwanti and N. Nurhadi, “Kopi Dalam Sejumlah Resensi Sastra Di Koran Nasional Indonesia,” *Diksi*, pp. 145–154, 2020.
- [3] A. Wibowo, “Potensi dan Tantangan Kopi di Era Milenial,” no. June 2019, 2020.
- [4] U. C. D. T. Ucd and A. Col, “KAJIAN SIKAP DAN PERILAKU KONSUMEN DALAM PEMBELIAN KOPI SERTA PENDAPATNYA TERHADAP VARIAN PRODUK DAN POTENSI KEDAINYA,” vol. 3, no. 2, pp. 13–14, 2017.
- [5] C. D. Rumiarti, B. R. Setiawan, and I. D. M. P. Wiana, “Kajian Perencanaan Strategis Sistem Informasi pada Bisnis Ritel Berbasis Metodologi Ward & Peppard : Studi Kasus PT. Gramedia Asri Media,” *J. Teknol. Inf. dan Ilmu Komput.*, vol. 6, no. 3, p. 245, 2019, doi: 10.25126/jtiik.201963926.
- [6] N. I. Nizar, “Analisis Model Bisnis Dan Strategi Perusahaan Start Up E-Commerce (Studi Kasus Pada Gerobakonline.Com),” *J. Mandiri*, vol. Vol. 1, pp. 99–113, 2017.
- [7] A. Osterwalder, Y. Pigneur, A. Smith, and T. Movement, *Business Model Generation: A handbook for visionaries, game changers and challengers*, vol. 5, no. n<sup>o</sup> 7. 2011.
- [8] R. P. Pelagicus, P. Kecamatan, and K. Kota, “Bisnis Model Canvas Pada Industri Pengolahan ( Studi Kasus Di Cv . Alfaraya Metra Bahari Kelurahan,” vol. 4, no. 1, pp. 1–18.
- [9] A. Makkulau, “Analisis Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Market Share Dengan

Menggunakan Pendekatan Analisis Business Model Canvas (Bmc) Dan Swot Analysis Pada Pt Semen Tonasa,” *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Inform.,* vol. 14, no. 2, pp. 149–159, 2018, doi: 10.26487/jbmi.v14i2.3304.

- [10] “PENTINGKAH BMC UNTUK MEMBANGUN BISNIS.” .
- [11] A. F. P. Putra, “Strategi Pengembangan Model Bisnis Klaster Industri Tomat Krispi Daumato Berdasarkan Analisis SWOT dan BMC,” *J. Ind. View*, vol. 2, no. 1, pp. 33–42, 2020, doi: 10.26905/jiv.v2i1.4211.
- [12] D. A. Kurniawan, F. S. Ari A, L. Rusli, R. Y. A, and A. Ika K, “Pelatihan Analisis SWOT Dan BMC Pada Asosiasi UMKM Ponorogo,” *Cendekia J. Pengabd. Masy.*, vol. 2, no. 1, p. 67, 2020, doi: 10.32503/cendekia.v2i1.1001.
- [13] R. M. Azhar, O. Suparno, and S. Djohar, “Pengembangan Model Bisnis pada Lokawisata Baturaden Menggunakan Business Model Canvas,” *Manaj. IKM J. Manaj. Pengemb. Ind. Kecil Menengah*, vol. 12, no. 2, p. 137, 2018, doi: 10.29244/mikm.12.2.137-144.
- [14] A. Village *et al.*, “Skripsi Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dari Program Studi Ekonomi Islam Oleh : RIZKI FIRMANSYAH PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA,” 2019.
- [15] D. P. Indah and Wilopo, “Pengembangan Value Proposition Dalam Pembentukan Strategi Pemasaran,” *Adm. Bisnis*, vol. 51, no. 2, pp. 151–157, 2017.
- [16] B. Permadi, R. Nurmalina, and Kirbrandoko, “Analisis Pengembangan Model Bisnis Kanvas CV Kandura Keramik Bandung,” *J. Apl. Manaj.*, vol. 14, no. 1, 2016, doi: 10.18202/jam23026332.14.1.10.
- [17] R. Destriana, “Analisis Dan Perancangan E-Bisnis Dalam Budidaya Dan Penjualan Ikan Cupang Menggunakan Metodologi Overview.,” *JIKA (Jurnal Inform.,* vol. 3, no.

- 1, pp. 51–58, 2019, doi: 10.31000/jika.v3i1.2045.
- [18] Handa Gustiawan, “strategi bisnis pengolahan ikan pada ud sby corporation di desa wangundadi kecamatan duduk sampeyan kabupaten gresik,” *Ayaaη*, vol. 8, no. 5, p. 55, 2019.
- [19] R. Hutahaean, I. Fahmi, and A. M. Yusuf, “Perumusan Strategi Bisnis PT XYZ,” *J. Apl. Bisnis dan Manaj.*, vol. 3, no. 3, pp. 447–457, 2017, doi: 10.17358/jabm.3.3.447.
- [20] K. Koeksistensi, M. Aceh, and P. Konflik, “POTENSI BUDAYA MINUM KOPI (NGOPI) DALAM MEMBANGUN KEMBALI KOEKSISTENSI MASYARAKAT ACEH PASKA KONFLIK,” vol. 19, no. 1, pp. 86–102, 2019.
- [21] D. Gumulya and I. S. Helmi, “Kajian Budaya Minum Kopi Indonesia,” *J. Dimens. Seni Rupa dan Desain*, vol. 13, no. 2, p. 153, 2017, doi: 10.25105/dim.v13i2.1785.
- [22] R. Widjayanto, “Budaya Nongkrong Di Kedai Kopi,” *e-Proceeding Manag.*, vol. 7, no. 2, pp. 7017–7027, 2020.
- [23] A. Garnida, “Analisis spirit entrepreneur bisnis coffee to go dalam membidik kaum millennial di indonesia,” vol. V, no. 1, pp. 86–92, 2021.
- [24] “PENGERTIAN BISNIS : Fungsi, Konsep, Tujuan, Manfaat, Jenis & Macam Macam Bisnis.” .
- [25] H. Penelitian, D. Pengabdian, K. Masyarakat, I. Fahmi, R. Fachruddin, and V. Silvia, “Analisis E-Business pada Keputusan Kewirausahaan Bisnis Digital (Sebuah Kajian Literatur Studi),” *Pros. Semin. Nas. Kewirausahaan*, vol. 1, no. 1, pp. 71–75, 2019.
- [26] R. Setiawan, “Antara E-Commerce, M-Bisnis & E-Bisnis Dalam Bisnis Online,” 2019, doi: 10.31219/osf.io/mnkv7.
- [27] A. Firdaus *et al.*, “EXPLORE – Volume 11 No 1 Tahun 2021 E-Marketplace Berbasis Web Untuk Pelayanan Jasa Pet Care Jakarta Timur EXPLORE – Volume 11 No 1 Tahun 2021,” vol. 11, no. 1, pp. 25–31, 2021.

- [28] W. Widiyarini and Z. F. Hunusalela, "Perencanaan Strategi Pemasaran Menggunakan Analisis SWOT dan QSPM dalam Upaya Peningkatan Penjualan T Primavista Solusi," *JABE (Journal Appl. Bus. Econ.*, vol. 5, no. 4, p. 384, 2019, doi: 10.30998/jabe.v5i4.4186.
- [29] S. Prawitasari, Yati, "Analisis SWOT Sebagai Dasar Perumusan Strategi Pemasaran Berdaya Saing," *Anal. SWOT Sebagai Dasar Perumusan Strateg. Pemasar. Berdaya Saing*, no. 1, p. 75, 2010.
- [30] D. Liani, "Analisis TOWS dalam Menentukan Strategi Pemasaran guna Meningkatkan Volume Penjualan pada CV Permadi Karya Mandiri Blitar," *J. Penelit. Manaj. Terap.*, vol. 4, no. 2, pp. 200–210, 2019.