

DAFTAR PUSTAKA

- Alaydrus, A. Z. A., Hadi Pranoto, Diashafa, A. K., & Irsyad Faridl, A. (2024). Sosialisasi Pembuatan Business Model Canvas (Bmc) Untuk Mendorong Mindset Kewirausahaan Di Kalangan Mahasiswa. *Proficio*, 5(2), 268–273. <https://doi.org/10.36728/jpf.v5i2.3481>
- Antaka, T., & Iklima, S. (2021). Journal of Islamic Economic Scholar. *Journal of Islamic Economic ...*, 1(3), 209–217. <https://core.ac.uk/download/pdf/287181168.pdf>
- Arifah, N. al, & Misidawati, D. N. (2024). Analisis Pasar Dan Strategi Pemasaran Dalam Studi Kelayakan Bisnis. *Journal of Management, Economics, and Entrepreneur*, 3(1), 21.
- Camilleri, M. A. (2018). Market Segmentation, Targeting and Positioning. *Tourism, Hospitality and Event Management*, 69–83. https://doi.org/10.1007/978-3-319-49849-2_4
- Dewi, D. H., Firdaus, A., & Riandi, N. (2022). Penyuluhan dan Pendampingan Kewirausahaan dengan Analisis Business Model Canvas (BMC) Bagi Pelaku UMKM (Desa Cilember Kecamatan Cisarua, Kabupaten Bogor). *Jurnal Pengabdian Masyarakat Darul Ulum*, 1(2), 143–153.
- Galendra, A. N., & Aziz, F. (2024). Analisis Rencana Bisnis Pada Nayanika Beauty Bar. 11(3), 2440. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/05/makin-meroket-pendapatan-produk->
- Gea, S. (2022). Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Peningkatan Volume Penjualan. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 48–54. <https://doi.org/10.56248/jamane.v1i1.12>
- Imamuddin. (2022). Peran UMKM dalam meningkatkan perekonomian masyarakat. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Luntungan, W. G. A., & Tawas, H. N. (2019). Strategi Pemasaran Bambuden Boulevard Manado: Analisis SWOT. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(4), 5495–5504.
- Maria, G., & Rumbino, Y. (2020). *Getrudis Maria Abuk dan Yusuf Rumbino*. 14(2), 68–75.
- Meftahudin, M., Putranto, A., & Wijayanti, R. (2018). Penerapan Analisis SWOT dan Five Forces Porter Sebagai Landasan untuk Merumuskan Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Laba Perusahaan (Studi Pada Tin Panda Collection di Kabupaten Magelang). *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, 1(1), 22–30. <https://doi.org/10.32500/jematech.v1i1.209>

- Paskalino Jimmy Foris, & Ronny H. Mustamu. (2015). Analisis strategi bersaing pada perusahaan plastik dengan Porter five forces. *Agora*, 3(1), 736–741.
- Pravitasi, A. H. dan R. J. (2013). Business Model Canvas (Kanvas Model Bisnis). *Akselerasi.Id*, 1–23.
- Rahim, E., & Mohamad, R. (2021). Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Perspektif Syariah. *MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 2(1), 15–26.
<https://doi.org/10.54045/mutawazin.v2i1.234>
- S Sulistiyani, A Pratama, S. S. (2020). *ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA PENINGKATAN DAYA SAING UMKM*. 1–8.
- Saputri, R. R. (2022). *Strategi Minimum Viable Product Dalam Pengembangan Produk Startup di Aplikasi Pembayaran Digital Bangbeli (PT. Doa Anak Digital) Kabupaten Malang Jawa Timur*. 1–137.
- Setia, F., & Barkah, C. S. (2022). Usulan Strategi Optimalisasi Akun Media Sosial Dalam Upaya Meningkatkan Reach Melalui Instagram Advertising (Studi Kasus: Humingbad Clothing). *Jurnal Sekretaris & Administrasi Bisnis (JSAB)*, 6(1), 24.
<https://doi.org/10.31104/jsab.v6i1.265>
- Wandrial, S. (2011). *ANALISIS INTERNAL PERUSAHAAN (STRENGTH & WEAKNESS), MENGGUNAKAN KONSEP ‘ RESOURCE-BASED VIEW OF THE FIRM ’ DENGAN KERANGKA VRIO PENDAHULUAN Latar Belakang Masalah*. 627–637.
- Widjaya, P. G. (2017). Analisis Segmentating, targeting, positioning. *Agora*, 5(1), 20–28.
- Zainuri, R., & Budi Setiadi, P. (2023). Tinjauan Literatur Sistematis: Analisis Swot Dalam Manajemen Keuangan Perusahaan. *Jurnal Maneksi*, 12(1), 22–28.
<https://doi.org/10.31959/jm.v12i1.1364>