

Strategi Pengembangan Bisnis Nii Kutchen Bakery Bengkalis Menggunakan Business Model Canvas dan Analisis SWOT

Feby Sisca¹, Hutomo Atman Maulana²

Politeknik Negeri Bengkalis, Jl. Bahtin Alam Sei Alam Bengkalis, Riau 28711^{1,2}

febysisca49@gmail.com Sisca¹, hutomomaulana@gmail.com²

Abstract

This study aims to design a strategy for developing a Bakery business using the Business Model Canvas and SWOT Analysis approach at Nii Kutchen Bakery Bengkalis. The type of research used by the author is descriptive qualitative with the aim of designing new strategies that are used to maintain business and develop businesses that are increasingly competitive. Data collection techniques in this study were interviews, observation and documentation. The object of this research is Nii Kutchen Bakery Bengkalis. The results of the study show that the results of the Business Model Canvas at Nii Kutchen Bakery Bengkalis indicate the need for a new strategy change because there are still many segments that cannot compete with competitors. So it can be concluded that it is necessary to design a new strategy through SWOT Analysis on each element of the Business Model Canvas to be implemented by Nii Kutchen Bakery Bengkalis in the future.

Keywords : Business Development Strategy, Bakery, Business Model Canvas, SWOT Analysis

1. PENDAHULUAN

Saat ini banyak sekali bidang usaha yang diminati oleh semua kalangan, mulai dari orang tua hingga kalangan muda. Seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi, bisnis di Indonesia semakin berkembang dan canggih setiap tahunnya. Kini bisnis tidak hanya dapat ditemukan secara offline, tetapi bisnis juga tersedia secara online melalui berbagai marketplace (Tokopedia, Shopee, Lazada, dll) dan melalui media sosial (Facebook, Instagram, WhatsApp, dll). Bisnis online memudahkan pelanggan untuk mendapatkan atau memesan produk tersebut dengan waktu dan kinerja yang efisien.

Perkembangan bisnis dewasa ini yang semakin pesat dan canggih menyebabkan para pengusaha harus terus bersaing agar produknya tidak ketinggalan zaman dan tidak kalah bersaing. Tidak hanya bersaing dalam menjual produk dengan harga yang relatif murah dan hemat tempat, tetapi juga banyak bermunculan produk-produk baru yang lebih trending atau mengikuti perkembangan zaman yang semakin canggih ini. Selain itu, banyak juga produk yang jenis dan kegunaannya hampir mirip dengan produk tersebut, hal ini memicu para pelaku bisnis untuk terus berinovasi dalam mengembangkan usahanya agar usahanya tetap lestari. Sehingga pengusaha harus terus memantau pesaing baru dan mengikuti perkembangan zaman yang berkembang setiap tahunnya.

Bisnis yang berkelanjutan tentunya memiliki strategi pengembangan bisnis. Menurut Iruthayasamy (2020) dalam judul buku “Memahami Strategi Bisnis” mengatakan bahwa promosi penjualan adalah strategi, merumahkan pekerja untuk memangkas biaya adalah strategi, memperkenalkan produk baru adalah strategi, restrukturisasi perusahaan adalah strategi, perubahan bisnis dan inovasi adalah strategi, dll. Jadi, strategi dalam pengembangan bisnis harus menghadirkan proposisi nilai unik yang tidak hanya berbeda dari pesaing tetapi juga berkelanjutan. Strategi bukan tentang menjadi lebih baik dari pesaing, tetapi juga menawarkan sesuatu yang unik dan bernilai bagi pelanggan.

Menurut Sitorus dan Utami (2017), strategi adalah rencana jangka panjang yang disusun oleh perusahaan dengan memaksimalkan sumber daya guna mencapai tujuan akhir perusahaan.

Suatu organisasi atau perusahaan perlu menyusun strategi untuk pengembangan perusahaannya agar dapat terus bertahan dan berkembang di masa yang akan datang. Diperlukan strategi untuk memikirkan bagaimana nanti bukan bagaimana. Dan apa yang harus dilakukan perusahaan untuk pengembangan usaha dalam jangka panjang.

Cake and bakery merupakan salah satu bisnis kuliner yang banyak diminati oleh para orang tua dan anak muda di seluruh dunia. Usaha kue dan roti juga menjadi salah satu bidang usaha yang banyak diminati oleh para pengusaha. Hal ini dikarenakan usaha kue dan roti merupakan salah satu bidang usaha yang memiliki peluang dan mudah dipasarkan. Apalagi berbagai macam olahan kue, baik itu kue ulang tahun, kue pernikahan, roti dengan berbagai rasa, donat yang unik, semuanya banyak diminati oleh semua kalangan baik anak kecil, muda, hingga orang tua. Karena semua orang bisa mengonsumsi makanan ini.

Menurut Baumassepe (2017), setiap bisnis harus memiliki model tersendiri berdasarkan industri yang ada. Pemahaman tentang bagaimana model bisnis merupakan syarat mutlak yang harus dilakukan oleh seorang wirausahawan sebelum mengembangkan usahanya. Bagi pengusaha yang sudah memiliki bisnis, penting baginya untuk segera mengetahui model bisnisnya saat ini dan perlu mengembangkannya secara terus menerus untuk beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis demi profitabilitas jangka panjang. Model bisnis menyederhanakan realitas bisnis yang kompleks menjadi elemen dasar yang mudah dibuat. Pada umumnya orang sudah mengenal “business plan” atau studi kelayakan sebelum memulai usaha. Namun, “rencana bisnis” tersebut dibuat dengan sangat detail meskipun masih banyak asumsi yang belum terbukti.

Kini hadirnya konsep Business Model Canvas (BMC) yang dipopulerkan oleh Osterwalder membantu para pengusaha memahami rencana bisnis mereka dengan cara yang sederhana. Business Model Canvas adalah alat pemodelan bisnis yang kini sangat populer di dunia kewirausahaan karena kemampuannya menggambarkan elemen inti bisnis dengan lebih mudah dalam satu kanvas. Selain itu, keunggulan BMC adalah kemudahan untuk mengubah model bisnis dengan cepat dan melihat implikasi dari perubahan satu elemen ke elemen bisnis lainnya.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Hamali (2016) analisis SWOT adalah analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Analisis SWOT adalah identifikasi sistematis kekuatan dan kelemahan organisasi serta peluang dan ancaman lingkungan di luar strategi yang menghadirkan kombinasi terbaik dari keempatnya. Perusahaan dapat menentukan strategi setelah mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yaitu dengan memanfaatkan kekuatan yang dimilikinya untuk memanfaatkan peluang yang ada, sekaligus meminimalkan atau mengatasi kelemahannya untuk menghindari ancaman yang ada.

Di Kabupaten Bengkalis terdapat lebih dari 100 usaha yang bergerak di bidang bakery. Munculnya bisnis bakery membuat persaingan di dunia bisnis bakery semakin ketat. Sehingga bisnis tersebut membutuhkan model bisnis yang dapat membuat bisnis tersebut bertahan yaitu dengan menggunakan business model canvas. Nii Kuchten Bakery Bengkalis merupakan toko roti yang berada di kecamatan Bengkalis yang memiliki outlet yang berlokasi di JL. Pramuka, Bengkalis yang berdiri pada tahun 2020 yang bergerak di bidang kuliner. Namun seiring berjalannya waktu, penjualan di Nii Kuchten Bakery mengalami penurunan dikarenakan bahan baku yang semakin tinggi dan banyaknya pesaing di bidang kuliner yang sama, sehingga Nii Kuchten Bakery membutuhkan strategi pengembangan bisnis yang baru agar bisnis tidak kalah saing dan tetap bertahan serta dapat meningkatkan keuntungan perusahaan. . Oleh karena itu, tulisan ini berupaya memberikan masukan mengenai strategi pengembangan usaha yang diharapkan dapat digunakan sebagai masukan untuk pengembangan Nii Kuchten Bakery Bengkalis. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penelitian ini akan

mengkaji lebih jauh tentang “Strategi Pengembangan Bisnis Nii Kutchen Bakery Bengkalis Menggunakan Business Model Canvas dan Analisis SWOT”.

Menurut SR, Nurmansyah (2018), strategi adalah merumuskan rencana yang tepat (doing the right things), dan mengeksekusi rencana untuk melaksanakan rencana tersebut dengan benar (doing things right). Strategi yang efektif tidak hanya bertanya (apa), tetapi juga bagaimana melakukannya dengan benar. Perusahaan dapat memenangkan persaingan jika memiliki kemampuan untuk mengeksekusi. Menurut SR, Nurmansyah (2018), bisnis tidak dapat dipisahkan dari salah satu atau seluruh kegiatan pembelian, produksi, penjualan, atau pertukaran barang dan jasa yang melibatkan orang atau perusahaan. Dalam menjalankan usaha seseorang harus mau berusaha dan bekerja keras tanpa mengenal waktu, tabah, tekun dan sabar, memiliki sikap inovatif dan kreatif dalam menciptakan peluang apa yang dapat dilakukan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

Setelah suatu usaha dijalankan dalam jangka waktu tertentu, tentunya setiap pengusaha menginginkan usahanya berkembang. Pengembangan usaha akan dilakukan ketika produk akan ditingkatkan atau mengembangkan jenis produk baru (diversifikasi produk) atau ingin mengembangkan dengan mengakuisisi perusahaan lain Sumual et al. (2019). Menurut Osterwalder (dalam Baumassepe, 2017), dibuatlah framework yang sederhana dan mudah dipahami untuk menggambarkan bisnis kita yaitu Business Model Canvas. Business Model Canvas adalah model bisnis yang dituangkan ke dalam gambar visual dan dibagi menjadi 9 Aspek Bisnis yang meliputi: Customer segment, Value proposition, Channel, Customer relationship, Revenue stream, Key resources, Key activities, Key partners dan Cost structure.

3. METODE PENELITIAN

Menurut Sugiyono (2013), penelitian kualitatif tidak menggunakan istilah populasi, tetapi oleh Spradley disebut dengan “situasi sosial” atau situasi sosial yang terdiri dari tiga unsur yaitu: tempat, pelaku, dan kegiatan yang berinteraksi secara sinergis. Populasi dalam penelitian ini adalah pemilik usaha, karyawan dan 2 pelanggan Nii Kuchan Bakery Bengkalis. Menurut Sugiyono (2013) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jika populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Sampel dalam penelitian ini adalah seluruh populasi penelitian yaitu pemilik usaha, karyawan dan 2 pelanggan Nii Kutchen Bakery Bengkalis.

Dalam penelitian ini menggunakan non probability sampling. Menurut Sugiyono (2013) nonprobability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan/peleuang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Jenis sampling yang digunakan adalah sampling jenuh. Menurut Sugiyono (2013) Sampling Jenuh adalah pemilihan sampel jika semua anggota dijadikan sampel.

Menurut Sugiyono (2013) Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama penelitian adalah untuk memperoleh data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber, dan berbagai cara. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, kuesioner dan observasi. Dan dalam penelitian ini menggunakan teknik pengolahan data yaitu reduksi data, display data dan verifikasi.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Nii Kuthen Bakery merupakan toko yang menjual aneka roti dan kue yang bergerak di bidang kuliner, berdiri pada tanggal 20 November 2020 yang beralamat di Jl. Pramuka,

Bengkalis. Pemilik Nii Kutchen Bakery bernama Ibu Rahmadania. Logo Nii Kutchen Bakery mengandung arti tersendiri di setiap kata, Nii adalah nama pemilik, Kutchen dalam bahasa Jerman adalah dapur, Bakery dalam bahasa Inggris adalah bakery, jadi jika digabungkan semua kata Nii Kutchen Bakery artinya dapur dan baking ada di depan, pemilik mengambil konsep dari Eropa dan Jepang dimana mereka memasak di depan ruangan, sehingga pelanggan dapat melihat langsung proses produksi.

1. Perancangan Model Bisnis Nii Kutchen Bakery Berbasis Business Model Canvas

Analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis terhadap 9 elemen dalam Business Model Canvas yang harus dianalisis secara berurutan agar tercipta integrasi yang tepat diantara elemen-elemen tersebut. Setelah sembilan elemen model bisnis di Nii Kutchen Bakery telah diidentifikasi dan dideskripsikan, langkah selanjutnya adalah memetakan elemen-elemen tersebut ke dalam kerangka kerja yang disebut “kanvas” secara berurutan. Dengan memetakan elemen-elemen tersebut ke dalam kanvas, akan memudahkan kita untuk merangkum semua aktivitas bisnis yang sedang berlangsung, dan memudahkan kita untuk menganalisa apa yang kurang tepat sehingga kita dapat mengambil langkah-langkah untuk mencapai tujuan bisnis kita. Pemetaan model bisnis Nii Kutchen Bakery dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Business Model Canvas



Gambar 1. Business Model Canvas Nii Kutchen Bakery

2. Implementasi Strategi SWOT Menjadi Elemen Pada Business Model Canvas Nii Kutchen Bakery Bengkalis

Setelah Business Model Canvas selesai dibuat, langkah selanjutnya adalah melakukan analisis SWOT berdasarkan pertimbangan informasi yang telah didapatkan di Nii Kutchen Bakery Bengkalis. Analisis SWOT menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bisnis.

Tabel 2 Matriks SWOT Nii Kutchen Bakery Bengkalis

Internal External	<u>Strength (S)</u> 1. Innovative product 2. Customers are well segmented 3. Affordable prices 4. Good product quality	<u>Weakness (W)</u> 1. Promotions that are still not updated on social media 2. Places that do not provide dine-in 3. There are not many product toppings 4. There is no BPOM product yet 5. Insufficient and undivided human resources
<u>Opportunity (O)</u> 1. There is no other bakery that provides ready products every day 2. Products that are not offered in other bakeries 3. There are events in Bengkalis/outside Bengkalis 4. The development of increasingly sophisticated technology 5. Establish cooperation with outside distributor agents	<u>SO Strategy</u> 1. Expanding customer segments 2. Expand marketing media 3. Include a business logo sticker on each product packaging 4. Increase out-of-home media or outdoor advertising	<u>WO Strategy</u> 1. Promoting updated products on social media every day 2. Adding new toppings or product variants
<u>Threat (T)</u> 1. Disloyal consumers 2. There are competitors who launch the same product 3. There are competitors who promote similar products widely 4. There are competitors who launch new products 5. Increase in product raw materials	<u>ST strategy</u> 1. Include the composition and expiration date on the product packaging 2. Providing fast response services to consumers	<u>WT Strategy</u> 1. Providing dine-in for consumers who want to enjoy their food on the spot 2. Adding human resources and dividing the share of each employee 3. Manage and include BPOM products on the packaging

3. Analisis SWOT Strategi Nii Kutchen Bakery Bengkalis

Setelah SWOT dibuat, langkah selanjutnya adalah menganalisis SWOT menggunakan matriks SWOT untuk menggambarkan dengan jelas peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan, yang disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahannya. Matriks ini

akan menghasilkan empat kemungkinan alternatif strategi, yaitu strategi SO (Strength-Opportunity), strategi ST (Strength-Threat), strategi WO (Weakness-Opportunity), dan strategi WT (Weakness-Threat).

Tabel 3 Strategi SWOT pada New Business Model Canvas Mapping

NO	BMC SWOT Strategy Elements	CS	VP	C	CR	RS	KR	KA	KP	CS
1	SO1 = Expanding customer segments									
2	SO2 = Expand marketing media									
3	SO3 = Include a business logo sticker on each product packaging									
4	SO4 = Increase out-of-home media or outdoor advertising									
5	ST1 = Include the composition and expiration date on the product packaging									
6	ST2 = Providing fast response services to consumers									
7	WO1 = Promoting updated products on social media every day									
8	WO2 = Adding new toppings or product variants									
9	WT1 = Providing dine-in for consumers who want to enjoy their food on the spot									
10	WT2 = Adding human resources									

	and dividing the share of each employee								
11	WT3 = Manage and include BPOM products on the packaging								

4. Strategi pengembangan bisnis Nii Kutchen Bakery Bengkalis dengan New Business Model Canvas

Business Model Canvas



Gambar 2. Kanvas Model Bisnis Baru Nii Kutchen Bakery

Terlihat dari penempatan BMC yang baru tersebut Nii Kutchen Bakery masih memerlukan perbaikan dalam mengembangkan usahanya agar perusahaan semakin sukses. Elemen pertama sangat berpengaruh pada elemen berikutnya hingga elemen terakhir. Hal ini menyebabkan hampir semua elemen membutuhkan pengembangan usaha sesuai dengan perkembangan saat ini.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pemetaan Business Model Canvas di Nii Kutchen Bakery Bengkalis menunjukkan perlunya perubahan strategi baru karena masih ada beberapa segmen yang masih belum bersaing dengan kompetitor.
2. Pada pembahasan sebelumnya, terdapat beberapa kanvas model bisnis baru dalam strategi pengembangan bisnis di Nii Kutchen Bakery Bengkalis, yaitu elemen customer segment adalah menciptakan segmen customer baru dengan customer yang berada di desa dan customer yang berada di luar Bengkalis, yaitu elemen value proposition meliputi stiker logo usaha, komposisi dan tanggal kadaluwarsa pada setiap kemasan produk, penambahan topping dan varian produk baru, serta pengelolaan dan pencantuman BPOM pada kemasan,

elemen channel yaitu membuat website, Facebook, poster dan varian banner, produk topping dan harga, pada elemen hubungan pelanggan yaitu pelayanan yang cepat tanggap, menyediakan media dine-in dan memperbanyak out-of-home atau outdoor advertising, pada elemen key resource yaitu menambah sumber daya manusia dan membagi pekerjaan masing-masing karyawan, dan pada elemen kegiatan utama yaitu mempromosikan produk terupdate di media sosial setiap hari.

3. Terdapat isu-isu strategis dalam identifikasi SWOT yang telah dilakukan terhadap sembilan elemen Business Model Canvas. Isu-isu strategis seperti harga terjangkau dan kualitas produk menjadi kekuatan strategis. Selain itu terdapat kelemahan yang harus diperhatikan seperti outlet yang tidak bisa dine-in dan kurangnya SDM dan distribusinya dalam melayani konsumen. Sedangkan peluang strategis yang harus dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya adalah tidak adanya bakery lain yang menjual produk serupa seperti blackforest ready cake dan donat setiap hari serta adanya peluang event-event besar yang berlangsung di kabupaten Bengkalis dan luar daerah. Selain itu, teknologi yang semakin canggih juga menjadi peluang bagi Nii Kutchen Bakery untuk mengembangkan usahanya ke luar pulau dengan mempromosikan bisnis dan produknya. Sedangkan yang menjadi ancaman bagi Nii Kutchen Bakery yang harus diperhatikan adalah pelanggan yang tidak loyal dan adanya kompetitor baru yang memasarkan produk sejenis, serta kenaikan bahan baku yang juga menjadi ancaman bagi Nii Kutchen Bakery dalam mempertahankan usahanya.

Model bisnis kanvas baru ini dapat dijadikan sebagai pilihan strategi pengembangan bisnis yang dapat diterapkan pada Nii Kutchen Bakery Bengkalis ke depannya. Dalam menyediakan dine-in untuk pelanggan, mengingat ruang bakery yang kecil, sebaiknya beberapa kursi dan satu meja diletakkan di outlet yang dapat digunakan oleh pelanggan. Dan pada dinding sebaiknya di tempelkan spanduk produk dan harga produk untuk memudahkan konsumen memesan dan dalam memperbanyak media luar ruang atau iklan luar ruang dapat dilakukan dengan cara mengganti Neon box bila ingin lebih berwarna dan meletakkan lampu di dalam kotak dan menyalakannya di malam hari agar orang yang lewat dapat melihat toko roti tersebut.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Abdulaziz, M. F., Sudiana, K., & Fitria, S., E. (2022). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Menggunakan Business Model Canvas (Bmc) Dan Analisis Strength, Weakness, Opportunity, Dan Threats (Swot) Pada Usaha Kecil Kue Ny Lina Di Kota Bogor. *eProceedings of Management*, 9(2).
- Abdurrahman, N. (2015) *Manajemen Strategi Pemasaran*, CV Pustaka Setia, Bandung.
- Agustini, F., Amanah, D., & Harahap, D. A. (2021). Strategi Pengembangan Produk Kerupuk Opak Minang Yolanda. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 293-300.
- Ariani, D. W. (2015) *Pengantar Bisnis*, Universitas Terbuka, Tangerang Selatan. Available from www.ut.ac.id.
- Baumassepe, A. N. (2017) *Modul Pelatihan Business Model Canvas*, Universitas Hasanuddin, Sulawesi Selatan.
- Dewi, Y.P., Hadayani, & Manurung, D. S. L. B. (2021) Development Strategy Athousehold Bread Industry of Anugrah Bakery In Palu Timur District Palu City, *Agrotekbis: E-Jurnal Ilmu Pertanian*, 9 (4) : 786 – 795.
- Fira, Z., & Syaifullah, S. E. (2022) Analisa Strategi Pengembangan Bisnis Menggunakan Strategi Pengembangan Menggunakan Pendekatan Swot Analysis dan Business Model Canvas. *Jurnal Ilmiah Rekayasa dan Manajemen Sistem Informasi*, 8(1), 68-77.

- Guntari, N. K. S., Suardi, I. D. P. O., & Parining, N. (2021) Business Development Strategy on Traditional Coconut Oil (Lengis Tanusan) Production during the Covid-19 Outbreak, *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 15(2), 357 – 369.
- Hamali, A. H. (2016) *Pemahaman Strategi Bisnis & Kewirausahaan*, Prenadamedia Group, Jakarta.
- Hayati, R. (2022) *Pengertian Data Kualitatif dan Kuantitatif, Jenis, Perbedaan, Serta Contohnya*, (Online), (<https://penelitianilmiah.com/data-kualitatif-dan-kuantitatif/>), accessed on 20 June 2022.
- Iruthayasamy, L. (2020) *Understanding Business Strategy*, Springer, Malaysia.
- Nursyafitri, G. D. (2022) *Pengertian Data Sekunder Menurut Beberapa Ahli*, (Online), (<https://www.dqlab.id/pengertian-data-sekunder-menurut-beberapa-ahli>), accessed on 20 June 2022.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2013) *Business Model Generation*, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Parwati, N. N., Suharta, I. G., & Tungga Atmadja, A. (2021) Development of Tri Datu Snack Culinary Business To Support The Local Economy In Mengesta Village, *International Journal of Arts, Humanities and Social Studies*, 3(6), 100-106.
- Populix. (2021) *Pengertian Data Kualitatif, Teknik Pengumpulan Data & Analisis*, (Online), (<https://info.populix.co/articles/data-kualitatif-adalah/>), accessed on 20 June 2022.
- Populix. (2021) *Pengertian Data Primer & Perbedaannya dengan Data Sekunder*, (Online), (<https://info.populix.co/articles/data-primer-adalah/>), accessed on 20 June 2022.
- Salman, D., Safitri, I., & Jayadi, H. (2021, March) Lemang culinary business development strategy. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 681, No. 1, p. 012113). IOP Publishing
- Sitorus, O., P., & Utami, N. (2017) *Strategi Promosi Pemasaran*, Fkip Uhamka, Jakarta.
- SR, Nurmansyah. (2018) *Manajemen Pemasaran Strategis*, Unilak Press, Pekanbaru.
- Sudaryono. (2016) *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*, CV Andi Offset, Yogyakarta.
- Sugiyono. (2013) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, Alfabeta, Bandung.
- Sumual, T., E., M., Sopotan., G., J., & Kawulur, A., F. (2019) *Manajemen Pengembangan Bisnis: (Pengembangan Empirik Pada “Tibo-Tibo” Perempuan Nelayan)*, R. A. De Rozarie, Surabaya.
- Suwarni, E., & Handayani, M. A. (2020). Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah Keripik Pisang Dengan Pendekatan Business Model Canvas. *MBIA*, 19(3), 320-330.
- Thabroni, G. (2022) *Metode Penelitian Deskriptif: Pengertian, Langkah & Macam*, (Online), (<https://serupa.id/metode-penelitian-deskriptif/>), accessed on 20 June 2022.
- Yulia, Y., Bahtera, N. I., Evahelda, E., Hayati, L., & Bahtera, N. T. (2020). Business development strategy using business model canvas approach. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 4(1), 106-115.