

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, 2 juni 2022, HIPMI Sebut Jumlah Pengusaha Harus 14 Persen dari Populasi Agar Indonesia Jadi Negara Maju, diakses 16 januari 2022 dari <https://pasardana.id/article/2022/6/2/hipmi-sebut-jumlah-pengusaha-harus-14-persen-dari-populasi-agar-indonesia-jadi-negara-maju/>
- Arifin. 2018. Penerapan Blue Ocean Strategy (BOS) Dalam Usaha Memasuki Usaha Pasar Internasional, Studi pada UMKM Pricilla Jilbab Bolak Balik . Jurnal Administrasi Bisnis, 61(2): 38–47. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2570>
- Amperiyanto, Rifqi Adi, and Nurul Azizah. "Pengaruh Communication Marketing dan Customer Engagement Pada Viral Marketing Terhadap Brand Awareness (Studi Kasus Clothing Brand Cluve Limited Gresik)." Jurnal Analitika Bisnis, Ekonomi, Sosial dan Politik 1.02 (2021): 131-138.
- Azizah, Nurul & Huurin’In, Alfi & Yusuf, Dimas & Rakhmawati, Lilis. (2022). DAMPAK KEBIJAKAN PPKM BAGI PERKEMBANGAN PEREKONOMIAN UMKM DI KELURAHAN PUCANG. Jurnal Bisnis Indonesia. DOI : <https://doi.org/10.33005/jbi.v13i1.3076>
- Azizah, Nurul & Kriswibowo, Arimurti. (2021). Penerapan e-Management Sebagai Bentuk Efisiensi Tata Kelola Organisasi Pada Yayasan Ponpes Al -Idris Surabaya. JATI EMAS (Jurnal Aplikasi Teknik dan Pengabdian Masyarakat). DOI: <https://doi.org/10.36339/je.v5i3.466>
- Badan pusat statistik, Produksi Daging Sapi menurut Provinsi (Ton), 2020-2022, diakses 16 januari 2022 <https://www.bps.go.id/indicator/24/480/1/produksi-daging-sapi-menurut-provinsi.html>
- Chan, Kim, W. dan Mauborgne R. Blue Ocean Strategy :Fenomena pada Produk Industri di Indonesia. Jakarta : Serambi Makalah: Blue ocean strategy. 2014
- Chan, Kim W. dan Renee Mauborgne, Blue Ocean Strategy:Menciptakan Ruang Pasar Tanpa Pesaing dan Menjadikan Persaingan Tidak Lagi Relevan, Jakarta: Noura Books, 2016
- Gunawan, J., Salsabila, A. T., Nisa, K., & Azizah, N. (2022). SOSIALISASI PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING BAGI PELAKU UMKM DI KELURAHAN TEGALSARI. Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Masyarakat, 5(2), 146–150. <https://doi.org/10.29303/jppm.v5i2.3543>
- Kim, W. & Mauborgne. 2005. Blue Ocean Strategy: Menciptakan Ruang Pasar Tanpa Pesaing dan Biarkan Kompetisi Tak Lagi Relevan, Indonesia. Harvard Business School Publishing Corporation

- Puspitasari, D., & Novasari, L. (2019). PENGEMBANGAN USAHA MELALUI PENERAPAN BLUE OCEAN STRATEGY (BOS) PADA UKM BATIK ZIE SEMARANG. *AKURAT | Jurnal Ilmiah Akuntansi FE UNIBBA*, 10(3), 31–40. Retrieved from <https://ejournal.unibba.ac.id/index.php/akurat/article/view/167>
- Samsul Alam, “Impact of Blue Ocean Strategy on Organizational Performance: A literature review toward implementation logic”. lam, S. and Islam, M. T. (2017). Impact of blue ocean strategy on organizational performance: A literature review toward implementation logic. *IOSR Journal of Business and Management*, 19(1), 1-19. https://www.researchgate.net/publication/312489650_Impact_of_Blue_Ocean_Strategy_on_Organizational_Performance_A_literature_review_toward_implementation_logic
- Samrin. ANALISIS BLUE OCEAN STRATEGY BAGI INDUSTRI KERAJINAN DI KOTA TANJUNG BALAI. *JUMANT*, [S.l.], v. 11, n. 1, p. 217-234, may 2019. ISSN 2088-3145. Available at: <https://jurnal.pancabudi.ac.id/index.php/JUMANT/article/view/515>
- Suyudi, M., & Suryana, H. 2020. Perancangan Strategi Bisnis Dengan Pendekatan Blue Ocean Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus: PD.Hj.Imat Cianjur). *Jurnal Media Teknik Dan Sistem Industri*, 4(1), 47. <https://doi.org/10.35194/jmtsi.v4i1.893>
- Thabet Abdul Majeed Turki, “The implications of the Blue Ocean Strategy on marketing performance: an analytical study of the opinions of a sample of workers in Asiacell Telecom in Iraq”, *Journal of Positive School Psychology* <http://journalppw.com> 2022, Vol. 6, No. 5, 1945 – 1957