

DAFTAR PUSTAKA

Andersen, P. H., & Kheam, L. S. (1998). Strategic alliance and marketing strategy: Theoretical foundations and directions for future research. *International Journal of Marketing Research*, 15(2), 163–184.

Ansoff, H. I. (1957). Strategies for diversification. *Harvard Business Review*, 35(5), 113–124.

Badan Pusat Statistik. (2024). Statistik penyediaan makanan dan minuman 2023. Badan Pusat Statistik <https://www.bps.go.id/id/publication/2024/12/23/f2c7743c4712aaeaa4abf694/statistik-penyediaan-makanan-dan-minuman-2023.html>

Basuki, B., Putri, A. R., Winoto, A. B., & Oktavia, A. (2025). Analisis masalah yang dihadapi pelaku UMKM di Kabupaten Klaten. *Journal of Economics Research and Policy Studies*, 5(2), 323–337. <https://doi.org/10.53088/jerps.v5i2.1835>

Biro Data dan Sistem Informasi. (2026, 6 Januari). Statistik usaha penyediaan makanan dan minuman tahun 2024. Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. <https://kemenpar.go.id/statistik-usaha-restoran/statistik-usaha-penyediaan-makanan-dan-minuman-tahun-2024>

Brunner, M., Bachmann, N., Thienemann, A. K., Tuezuen, A., & Jodlbauer, H. (2025). To the end of the line – including intermediaries and end customers in the business model CANVAS. *Journal of Open Innovation: Technology,*

Market, and Complexity, 11(3), 100623. <https://doi.org/10.1016/j.>

Cahyanti, M. M., & Anjaningrum, W. D. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha kecil sektor industri pengolahan di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia (JIBEKA)*, 11(2), 73–79.

David, F. R., David, F. R., & David, M. E. (2023). *Strategic management: A competitive advantage approach, concepts and cases* (18th ed.). Pearson.

Fahluzi, A. M., & Solihati, K. D. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran Raa Cha Suki & BBQ Mall Plaza Atrium. *Journal of Business Administration Economic & Entrepreneurship*, 6(2), 79–90.

Fajri, M. H. F., Zaki, N. N., Pratama, R. A., & Noviyanti, I. (2024). Keberlanjutan usaha kuliner: Analisis tantangan dan strategi pengembangan. *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 9(3), 2297–2314. <https://doi.org/10.30651/jms.v9i3.23889>

Fatimah, S., Yahya, M., & Hasan, K. (2021). Pengaruh Modal Usaha, Kualitas Sumber Daya Manusia, dan Strategi Pemasaran Terhadap Pengembangan UMKM di Kecamatan Kota Kualasimpang Kabupaten Aceh Tamiang. *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(2), 154–165.

Finch, J., & Geiger, S. (2011). Constructing and contesting markets through the market object. *Industrial Marketing Management*, 40(6), 899–906. doi:10.1016/j.indmarman.2011.06.034.

Geissdoerfer, M., Vladimirova, D., & Evans, S. (2018). Sustainable

business model innovation: A review. *Journal of Cleaner Production*, 198, 401–416.
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.06.240>

Gumanti, R. M. (2025). Coffee shop marketing strategy analysis using STP and the Ansoff Matrix: A systematic literature review. *Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business*, 7(4), 3254–3266.
<https://ejournal.iainpalopo.ac.id/index.php/alkharaj>

Hasibuan, M. I., & Hasibuan, A. F. (2026). Analisis strategi pemasaran Ansoff Matrix dalam meningkatkan penjualan pada usaha Rumah Makan Dendeng Batokok di Jalan Rumah Sakit Haji Medan. *Didaktik: Jurnal Ilmiah PGSD FKIP Universitas Mandiri*, 12(1), 127–139.

Iswahyudi, M. S., et al. (2023). *Manajemen pengembangan bisnis: Teori dan panduan komprehensif*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.

Joyce, A., & Paquin, R. L. (2016). The triple layered business model canvas: A tool to design more sustainable business models. *Journal of Cleaner Production*, 135, 1474–1486. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.06.06>

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.

Nur'aini, R. D. (2020). Penerapan metode studi kasus Yin dalam penelitian arsitektur dan perilaku. *INERSIA: Informasi dan Ekspose Hasil Riset Teknik Sipil dan Arsitektur*, 16 (1), 92–104. <https://doi.org/10.21831/inersia.v16i1.31319>

Ola, C. (2024). Pendekatan Ansoff Matrix untuk optimalisasi pertumbuhan bisnis: Studi kasus pada K-Project Cake Coffee Roastery. *PENG: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 2(1b), 1949–1954. <https://doi.org/10.62710/q3rfbv45>

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers*. John Wiley & Sons.

Pearce, J. A., & Robinson, R. B. (2008). *Manajemen strategis: Formulasi, implementasi dan pengendalian* (Edisi 10). Jakarta: Salemba Empat.

Pearce, J. A., II, & Robinson, R. B. (2011). *Strategic management: Formulation, implementation, and control* (12th ed.). McGraw-Hill/Irwin.

Pramesti, N. A., Nugraha, H. S., & Ngatno, N. (2024). Analisis strategi pengembangan bisnis UMKM Singkong Keju Argotelo Salatiga melalui metode Business Model Canvas. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 13(3), 755–764. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>

Putri, N. K., & Tirtadidjaja, A. (2024). Analisis pengaruh tren kuliner terhadap minat beli produk di Lucy Curated Compound Adityawarman. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 4(3), 1345–1358.

Qomaro, G. W., Nasrulloh, N., & Salleh, A. Z. (2024). Leveraging the Ansoff Matrix for strategic growth in packaged food micro-enterprises. *Dinar: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 11(1), 51–66. <https://journal.trunojoyo.ac.id/dinar/index>

Rangkuti, F. (2016). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Rato, K. W., Pedi, M. A., Ngongo, A. T., Dappa, A., Sogara, M. U., & Lende, A. (2025). Analisis sistem persaingan bisnis kuliner Sirkey Cafe and Resto. *Tuturan: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora*, 3(1), 35–42. <https://doi.org/10.47861/tuturan.v3i1.1399>

Regina, T., Sugiyono, S., & Hendriyani, M. (2025). Strategi pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan UMKM sektor kuliner. *Kompleksitas: Jurnal Manajemen, Organisasi dan Bisnis*, 14(1), 7–17.

Rahayu, V. P., Astuti, R. F., Mustangin, M., & Sandy, A. T. (2022). Analisis SWOT dan Business Model Canvas (BMC) sebagai solusi dalam menentukan strategi pengembangan usaha kuliner. *International Journal of Community Service Learning*, 6(1), 112–121. <https://doi.org/10.23887/ijcs.v6i1.40965>

Rahmawati, Y., Widayati, C. C., & Perkasa, D. H. (2023). Pengaruh cita rasa, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen: Studi kasus pada Resto Street Sushi Cabang Meruya Jakarta Barat. *Jurnal Humaniora, Ekonomi Syariah dan Muamalah*,

1(3). <https://doi.org/10.38035/jhesm.v1i3.71>

Sarosa, S. (2021). Analisis data penelitian kualitatif. PT Kanisius. Sarosa, S. (2012). *Penelitian kualitatif: Dasar-dasar*. Indeks.

Sholeh, M. I., & Idris, I. (2024). Keberlanjutan bisnis kuliner di tengah dinamika pasar: Pengalaman Albarokah Chicken. *Jurnal Dinamika Bisnis dan Kewirausahaan*, 1(1), 47–56.

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sukarno, B. R., & Ahsan, M. (2021). Implementasi strategi pengembangan bisnis dengan Business Model Canvas. *Jurnal MANOVA*, 4(2), 51–61.

Sumiyati, S., & Rohman, A. (2022). Analisis persaingan bisnis pada usaha kuliner dalam meningkatkan pelanggan menurut perspektif etika bisnis Islam: Studi

kasus usaha bisnis kuliner sate Jl. Niaga Pamekasan. *Jurnal Kaffa*, 1(2), 1–24.

Tambunan, T. (2019). *UMKM di Indonesia: Perkembangan, Kendala, dan Tantangan*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Tohari, M. A., Muslihun, & Hidayat, N. (n.d.). Strategi pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah berbasis ekonomi kreatif bidang kuliner di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Az-Zahra: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*.

Wijayanti, N., & Hidayat, H. H. (2020). Model Business Canvas (BMC) sebagai strategi penguatan kompetensi UMKM makanan ringan di Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah. *Jurnal Agroindustri Halal*, 6(2), 114–121.

Whittington, R., Angwin, D., Regnér, P., Johnson, G., & Scholes, K. (2023). *Exploring strategy: Text and cases* (13th ed.). Pearson