

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. 2015. Metodologi Penelitian Kuantitatif. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Afridhal. M. (2017). Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong Di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen. *Jurnal S. Pertanian*. Volume 1. Nomor 3. Halaman 223 – 233.
- Alt, R., & Zimmermann, H. D. (2014). Status of business model and electronic market research: An interview with Alexander Osterwalder. *Electronic Markets*, 24(4), 243-249.
- Almi. F. (2021). Perancangan Model Bisnis Dengan Pendekatan Business Model Canvas Pada Usaha Lightmos. *Jurnal e-Proceeding of Engineering*. Volume 8. Nomor 5. ISSN : 2355-9365
- Amalia. A, Dkk. (2012) Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada Ukm Batik Semarang Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Volume 1. Nomor 2. Halaman 282 - 294
- Apryliawan,. (2021) *Wisata Edukasi Rumah Sutera Di Wajo*. Diss. Universitas Hasanuddin.
- Asyah. R. (2021). Strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabunganku amanah ib di bprs kota Mojokerto cabang Jombang, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi PGRI Dewantara, *Skripsi*. Tidak diterbitkan
- Atsar. A., (2017). Perlindungan Hukum Terhadap Pengetahuan Dan Ekspresi Budaya Tradisional Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat

Ditinjau Dari Undang-Undang No. 5 Tahun 2017 Tentang Pemajuan Kebudayaan Dan Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta, *Jurnal Law Reform*. Volume 13, Nomor 2, Hal. 284-299

Alyas, Alyas and Rakib, Muhammad (2017) Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan (Studi Kasus pada Usaha Roti Maros di Kabupaten Maros). *Jurnal Sosiohumaniora*, 19 (2). pp. 114-120. ISSN 1411-0911

Bambang Soegono, (2005) *Metodologi Penelitian Hukum*, Jakarta Raja Grafindo Persad, h.111.

Carter, M., & Carter, C. (2020). The Creative Business Model Canvas. *Social Enterprise Journal*, 16(2), 141-158.

Carvalho, L., Galina, S., & Sánchez-Hernández, M. I. (2020). An international perspective of the business incubators' perception about business model canvas for startups. *Thunderbird International Business Review*, 62(5), 503-513.

David, Fred R., (2010) *Manajemen Strategis Konsep*, Edisi Dua Belas, Buku 1, Salemba Empat, Jakarta.

Dwi. A dan Dwi Susilowati. (2017) Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkh) Berbasis Industri Kreatif Di Kota Malang. *Jurnal Ilmu Ekonomi*. Volume 1. Nomor 1. Halaman 120 -142

Fransisca, Y. Dkk. (2021). Analisis Bisnis Model Canvas Pada Operator Jasa Online Ride-Sharing Noompang. *Bisnis dan Iptek*. Volume 14. Nomor 1. Halaman 46-55

- Gladwell M. (2000) *THE TIPPING POINT Bagaimana Hal-Hal Kecil Berhasil Membuat Perbedaan besar*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Hafsah, M.J., (2004). Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM), Infokop, Nomor 25 Tahun XX, hal 40–44.
- Hardi. A. (2015) Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Makanan Dan Minuman Pada Depot Time To Eat Surabaya, *Agora*. Volume 3. Nomor 1. Halaman 182 - 194
- Hunger, J. David., dan Thomas L. Wheelen., *Manajemen Strategis, Terjemahan Julianto Agung*, Edisi kelima, Andi Yogyakarta, 2001
- Husada, A. 2016. Peran UMKM dalam Perkembangan. *Jurnal Analisa Sosiologi*. Volume 5. Nomor 2. Halaman 40-52
- Iman. D, Dkk. PENGARUH PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL TERHADAP KESADARAN KONSUMEN PADA PRODUK INTERNASIONAL (Studi pada Pengguna Produk Uniqlo di Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Volume. 24 No. 1. Halaman 1-9
- Keane, S. F., Cormican, K. T., & Sheahan, J. N. (2018). Comparing how entrepreneurs and managers represent the elements of the business model canvas. *Journal of Business Venturing Insights*, 9, 65-74.
- Maidiana. (2021) Penelitian Survey. *Alacrity : Journal Education*. Volume 1. Nomor 2. Halaman 20-29
- Komariatun, Y, Dkk. *Upaya peningkatan kualitas tenun ikat bandar Kediri*. *Journal.uny.ac.id*. Volume. 1. Nomor 1. Halaman 1-8

- Kotler, P. (2011). *Marketing Management* (14 ed.). Prentice Hall.
- Kühne, B., & Böhmman, T. (2018). Requirements for representing data-driven business models-Towards extending the business model canvas.
- Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2014). *Business Model Generation*. Cetakan ke-7. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Priska, L. 2015. Strategi Pengembangan Bisnis Pada Depot Selaris Dengan Pendekatan Business Model Canvas. *Agora*. Volume 3. Nomor 2. Halaman 292 - 301
- Rahmana, A, Dkk. 2012. Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Sektor Industri Pengolahan. *Jurnal Teknik Industri*. Volume 13, Nomor 1, Halaman 14 – 21
- Resmi. D. Dkk (2016). PENGARUH EKSPOR TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI INDONESIA (Effect of Export on Indonesian's Economic Growth). *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Pembangunan*. Volume 5. Nomor 2. Halaman 10-31
- Ruth. F, (2015). Strategi Pengembangan Usaha Kuliner di Kota Malang Berbasis Ekonomi Kreatif. *Jurnal Ekonomi dan Studi pembangunan*. Volume. 7. Nomor 1. Halaman 12 - 20
- Kritiyanti, M. 2021. Peran Strategis Usaha Kecil Menengah (UKM) Dalam Pembangunan Nasional. *Majalah Ilmiah Informatika*. Volume 3. Nomor 1. Halaman 63-89
- Rusniati, Ashanul. 2014. Perencanaan Strategis Dalam Perspektif Organisasi. *Jurnal Intekna*. Nomor 2. Halaman 104 - 209

Safitri, F, Denada. 2020. Strategi Bekraf terhadap Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia melalui Regional Comprehensive Economic Partnership. *Journal Contemporary Diplomacy*. Volume 4. Nomor 1. Halaman 93-101

Situmorang, J., 2008. Strategi UMKM dalam Menghadapi Iklim Usaha yang Tidak Kondusif, *Infokop*, Volume 16, Hal 88–101.

Siyoto, S. S dan Sodik, M. A. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.

_____. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. (Sutopo, Ed.). Bandung: ALFABETA, cv.

_____. (2015). *Metode Penelitian dan Pengembangan*, Penerbit Alfabeta Bandung. Yogyakarta.

Tambunan, T., 2002. *Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia: Beberapa Isu Penting*, Salemba, Jakarta.

Verrue, J. (2014). A critical investigation of the Osterwalder business model canvas: an in-depth case study. In *Belgian Entrepreneurship Research Day*.

Winarni, E.S., 2006. Strategi Pengembangan Usaha Kecil melalui Peningkatan Aksesibilitas Kredit Perbankan, Infokop Nomor 29, Tahun XXII.

BIODATA

Identitas Diri

Nama : Muhammad Akbar
Tempat, tanggal lahir : Kampiri, 06 April 2001
Jenis kelamin : Laki-Laki
Alamat Rumah : Jl. Poros Sengkang-Bone No. 121
Telpon Rumah dan Hp : 0822 9652 3106
Alamat *E-mail* : mhmmdakbr0604@gmail.com

Riwayat Pendidikan

- Pendidikan Formal
 1. TK PGRI Pammana
 2. SDN 93 Pallawarukka
 3. SMPN 1 PAMMANA
 4. SMAN 9 WAJO

Riwayat Prestasi

-

Pengalaman

- Organisasi
 1. Ketua osis Mabbulo Sibatang SMAN 9 WAJO 2017-2018
 2. Staf *MD (manajemen developmen)* IMMAJ FEB-UH periode 2022
 3. Staf bidang Pengadara Hiperमawa Komisariat Pammana Periode 2021-2022
 4. Ketua Umum Hiperमawa Komisariat Pammana Periode 2022-2023

Demikian biodata ini dibuat dengan sebenarnya,

Makassar, 12 April 2023


Muhammad Akbar

PETA TEORI

No	Penulis/Topik/Judul Buku/Artikel	Tujuan Penelitian/Penulis Buku/Artikel	Konsep/Teori/Hipotesis	Variabel Penelitian dan Teknik Analisis	Hasil Penelitian/Isi Buku
1	Priska, 2015, 1. Strategi Pengembangan Bisnis Pada Depot Selaris Dengan Pendekatan Business Model Canvas	memformulasikan strategi pengembangan bisnis yang tepat dan dapat diterapkan bagi Depot Selaris menggunakan Bisnis Model Canvas.	Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, dalam penyajiannya peneliti memberikan gambaran model bisnis dengan menggunakan <i>Business Model Canvas</i> (BMC), kemudian mengevaluasi menggunakan analisis SWOT pada setiap elemen <i>Business Model Canvas</i> (BMC), dan membuat <i>Business Model Canvas</i> (BMC) yang baru pada Depot Selaris.	Variabel Penelitian: 1. Analisis Swot 2. Bisnis model kanvas 3. Model Bisnis 4. Strategi Pengembangan bisnis. Teknik Analisis: Analisa deskriptif kualitatif	hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa elemen bisnis model Depot Selaris yang paling kuat adalah <i>key partnerships</i> , diikuti elemen <i>value propositions</i> . Dari hasil analisis SWOT untuk pengembangan model bisnis, perusahaan disarankan untuk mengembangkan hubungan dengan pelanggan. Selain itu, perusahaan disarankan juga untuk memperbaiki <i>key resource</i> .
2	Hardi, 2015, 2. Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Makanan Dan Minuman Pada Depot Time To Eat Surabaya	mengetahui bagaimana strategi pengembangan bisnis yang tepat menggunakan analisa lingkungan internal sudut pandang sumber daya, eksternal jauh & industri, disempurnakan dengan rencana bisnis.	1. Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah, dan Usaha Besar 2. competitive advantage dideskripsikan sebagai "anything that a firm does especially well compared to rival firms."	Variabel Penelitian: 1. Strategi pengembangan Bisnis 2. Resources Based View 3. Rencana Bisnis 4. Swot Teknik Analisis: Analisa deskriptif kualitatif	Hasil penelitian ini adalah perubahan strategi fokus pada ceruk pasar spesifik disertai rencana bisnis sederhana yang menggantikan strategi <i>cost leadership</i> yang terbukti telah diimplementasikan selama ini oleh objek penelitian

No	Penulis/Topik/Judul Buku/Artikel	Tujuan Penelitian/ Penulis Buku/Artikel	Konsep/Teori/Hipotesis	Variabel Penelitian dan Teknik Analisis	Hasil Penelitian/Isi Buku
3	Afridhal 2017 : 3. Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong Di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen	merumuskan strategi yang tepat dalam pengembangan usaha, Roti Tanjong di kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen	Strategi pengembangan	Variabel Penelitian: 1. Roti Tanjong, 2. Kekuatan, 3. Kelemahan, 4. Peluang 5. Ancaman. Teknik Analisis: analisis SWOT dan analisis Matriks SWOT	Hasil penelitian menunjukkan bahwa alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam mengembangkan usaha adalah adalah perbaikan sarana dan prasarana produksi dan sumber daya manusia, sedangkan prioritas strategi yang dapat diterapkan dalam mengembangkan industri rumah tangga roti tanjong di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen berdasarkan analisis matriks QSP didapatkan hasil bahwa perbaikan sarana dan prasarana produksi, dan sumber daya manusia serta penanaman modal swasta akan berhasil dengan adanya dukungan dari pemerintah
4	Alyas, et,al.,, 2017, 4. Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan (Studi Kasus pada Usaha Roti Maros di Kabupaten Maros				Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan usaha kecil dalam penguatan ekonomi kerakyatan pada usaha Roti Maros di Kabupaten Maros yang dapat digunakan yaitu pengembangan pasar dan produk, serta penetrasi pasar secara intensif dengan meningkatkan promosi, kualitas, serta inovasi produk Roti Maros

No	Penulis/Topik/Judul Buku/Artikel	Tujuan Penelitian/ Penulis Buku/Artikel	Konsep/Teori/Hipotesis	Variabel Penelitian dan Teknik Analisis	Hasil Penelitian/Isi Buku
5	Amalia, F., 2017, Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada Ukm Batik Semarang Di Kota Semarang	<ol style="list-style-type: none"> Mengetahui strategi perusahaan yang dilakukan dalam bidang strategi produk untuk mengembangkan usaha Batik Semarang. Mengetahui strategi perusahaan yang dilakukan dalam bidang strategi penetapan harga untuk dapat mengembangkan usaha Batik Semarang 	<ol style="list-style-type: none"> Usaha Kecil dan Menengah Perumusan Strategi Bauran Pemasaran 	<p>Variabel Penelitian:</p> <ol style="list-style-type: none"> Business Development Marketing Mix SWOT Analysis <p>Teknik Analisis: analisis SWOT dan analisis Matriks SWOT</p>	<p>hasil yang diperoleh dengan menggunakan analisis SWOT 13 strategi alternatif: (1) Menggunakan teknologi modern untuk meningkatkan produksi (2) menjaga kualitas produk (3) mengembangkan usaha dengan bantuan dana dari pemerintah (4) memberikan pelatihan kepada karyawan (5) Merekrut tenaga ahli (6) Akuntansi administrasi dan keuangan (7) Bekerja sama dengan grosir batik (8) Meningkatkan promosi melalui internet terutama saat diadakan SEMAGRES (9) Menawarkan produk keorganisasi atau kelompok kerja (10) Meningkatkan kualitas layanan pelanggan (11) Meningkatkan kreativitas desain dan motif menarik (12) Penambahan modal dengan meminjamkan ke pemerintah melalui BUMN (13) Meningkatkan saluran distribusi</p>

No	Penulis/Topik/ Judul Buku/Artikel	Tujuan Penelitian/Penulis Buku/Artikel	Konsep/Teori/Hipotesis	Variabel Penelitian dan Teknik Analisis	Hasil Penelitian/Isi Buku
6	Dwi et al., 2017, Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Berbasis Industri Kreatif Di Kota Malang	mengetahui UMKM berkembang berbasis industri kreatif dengan melihat kekuatan, kepekatkan, suguhan, dan peluang di bidang kuliner, seni, fashion, musik, dan permainan interaktif di Kota Malang, serta menentukan strategi utama menuju industri UMKM	memberikan gambaran yang lebih detail mengenai suatu gejala atau fenomena dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana pengembangan di lihat dari kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang di UMKM berbasis ekonomi kreatif di sektor kuliner	Variabel Penelitian: 1. <i>Creative Industry,</i> 2. <i>Strength,</i> 3. <i>Weekness,</i> 4. <i>Opportunity,</i> 5. <i>Treath</i> Teknik Analisis: analisis Deskriptif kualitatif	Hasil penelitian memiliki beberapa sektor, yaitu memiliki kekuatan, minggu, pelakuan, peluang yang berbeda-beda. Selain itu, terdapat permasalahan di setiap sektor seperti Sumber Daya Manusia (SDM) di bidang kuliner, seni, fashion, musik, dan bermain interaktif. Pada faktor kelembagaan meliputi kuliner, seni, fashion, musik. Pada faktor infrastruktur dan teknologi meliputi seni dan permainan interaktif. Dan faktor pemasaran meliputi sektor kuliner, seni, fashion, musik, sehingga perlu adanya kerjasama antara sektor industri kreatif dengan pemerintah maupun swasta
7	Ruth, 2015, Strategi Pengembangan Usaha Kuliner Di Kota Malang Berbasis Ekonomi Kreatif	mengetahui strategi pengembangan usaha kuliner di Malang	Ekonomi kreatif	Variabel Penelitian: 1. Development Strategy for SMEs 2. Creative Economic, 3. Creative City Teknik Analisis: kualitatif deskriptif	Berdasarkan penelitian ini ditemukan bahwa pada klaster kuliner di Jl. Pulosari dan Jl. Kawi memiliki potensi besar untuk dikembangkan dengan model pengembangan ekonomi kreatif

KUESIONER PENELITIAN

Nama Informan :
Usia :
Pekerjaan Utama :
Pekerjaan Sampingan :

A. COSTUMER SEGMENT (*segemen konsumen*)

1. Selain daripada masyarakat Wajo itu sendiri, baiknya Sutera juga dipasarkan kepada touris yang berkunjung ke danau tempe atau tempat-tempat bersejarah di Kabupaten Wajo
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Kurang Setuju
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju

2. Untuk menambah elektabilitas dari produk Sutera sengkang, perayaan hari-hari besar di Kabupaten Wajo, para tokoh adat, pemerintah dan beberapa elemen yang terlibat didalamnya menggunakan Sutera Sengkang
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Kurang Setuju
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju

B. VALUE PROPOSITIONS (*Proporsi Nilai*)

1. Menggunakan alat tenun tradisional dapat menjamin kualitas Sutera
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Kurang Setuju
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju

2. Menggunakan ATM (alat tenun mesin) untuk meningkatkan kualitas Sutera
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Kurang Setuju
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju

C. CHANNELS (*saluran*)

1. Media online (Instagram, Fb, dan Toko Online lainnya) dapat membantu mengembangkan pemasaran UKM Sutera di Kabupaten Wajo
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Kurang Setuju
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju

2. Memperbanyak distribusi dan pengecer dapat meningkatkan penjualan Sutera
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju

- c. Kurang Setuju
- d. Tidak Setuju
- e. Sangat Tidak Setuju

D. COSTUMER RELATIONSHIP

1. Memberikan bonus/diskon bagi konsumen yang melakukan pembelian berulang/pemebelian dengan massa yang besar
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Kurang Setuju
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju
2. Dengan pemberian bonus/diskon sebagai hak istimewa kepada konsumen dengan pembelian berulang/pembelian dengan massa yang besar, dapat menjadi suatu variable konsumen menjadi loyal produk UKM Sutera di Kabupaten Wajo yakni Sutera sengkang
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Kurang Setuju
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju

E. REVENUE STREAMS (*arus pendapatan*)

1. Untuk meningkatkan UKM Sutera secara Profit, maka dibutuhkan produktifitas pada penjualan, maka dari itu Sutera sengkang menjadi komoditi yang diekspor keluar daerah Kabupaten Wajo
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Kurang Setuju

- d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju
2. Selain daripada ekspor keluar, terdapat Sentra UKM Sutera, selain daripada menjadi pusat produksi , juga menjadi pusat perbelanjaan khusus Sutera
- a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Kurang Setuju
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju

F. KEY RESOURCES (*sumber daya utama*)

1. UKM Sutera melaukan kerjasama dengan pihak pembudidaya ulat Sutera
- a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Kurang Setuju
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju
2. Pemerintah memberikan lahan khusus sentra UKM Sutera
- a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Kurang Setuju
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju

G. KEY ACTIVITIES (*aktivitas kunci*)

1. Perlu adanya pihak yang mengorganisir jalannya UKM dan mengontrol ketersediaan bahan baku (*Ulat Sutera*) dan kegiatan menenun dalam proses penyeimbangan produksi dan permintaan pasar
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Kurang Setuju
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju

H. KEY PARTNERS (*kemitraan utama*)

1. Mengembangkan UKM Sutera khususnya produsen, perlu bekerjasama dengan pembudidaya ulat Sutera
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Kurang Setuju
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju

I. COST STRUCTURE (*struktur biaya*)

1. Dalam pengembangan UKM Sutera, haruslah ada biaya (pengeluaran) dengan jumlah yang sama setiap periodenya untuk biaya produksi
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Kurang Setuju
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju

2. Selain daripada biaya tetap, biaya variable dalam hal ini pengeluaran dengan jumlah yang tidak tentu setiap periodenya, musti diminimalisir dengan memperbaiki manajemen UKM Sutera
- a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Kurang Setuju
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju

Wajo, April 2023

Peneliti/Mahasiswa



MUHAMMAD AKBAR

A021191200