

DAFTAR PUSTAKA

- Ayu, J. P. (2021). Perencanaan Model Bisnis pada UMKM dalam Mengembangkan Oleh-oleh Khas Bekasi. *Journal of Research on Business and Tourism*, 1(1), 75. <https://doi.org/10.37535/104001120216>
- Darwis, D., Faradiba, B., & Budiono, I. N. (2023). Pendampingan Penyusunan Business Plan bagi Pelaku Industri Kue Karasa di Kecamatan Cempa Kabupaten Pinrang. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(3), 414–420. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v8i3.4756>
- David, F. R. (2011). *Strategic Management Concept and Cases*. New York: Pearson Educate
- Indriyani, T. I. D. dan R. (2016). Strategi Pengembangan Usaha pada Populer Bakery di Sidoarjo. *Agora, Volume 4*(Nomor 1), 845–854. <https://media.neliti.com/media/publications/287052-strategi-pengembangan-usaha-pada-populer-a121a159.pdf>
- Kurnia Hanifa, R., Azwar, A., & Sofa, N. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Melalui Pendekatan Business Model Canvas (Studi Pada Usaha Rumahan Achiella Cake). *Jurnal Administrasi Profesional*, 1(01), 38–46. <https://doi.org/10.32722/jap.v1i01.5078>
- Leschke, J. (2013). Business Model Mapping: A New Tool to Encourage Entrepreneurial Activity and Accelerate New Venture Creation. *Journal of Marketing Development & Competitiveness*, 7(1), 18–26. <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=89904028&site=ehost-live>
- Maryam, H., Fuady, H., Suriadi Fakultas Ekonomi Bisnis, I., & Mataram, U. (2020). *Pengembangan Usaha Dengan Pola Kelompok Usaha Bersama (Kube) Pada Pelaku Usaha Mikro Kecil DiDesa Dara Kunci Sambalia Lombok Timur*. 2, 2–3.
- Meldayanoor, M., Darmawan, M. I., & Nurinayah, E. (2019). Analisis Segmenting, Targeting, Positioning (STP) Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Kerupuk Buah UD. Sukma Cap MD Desa Sumber Makmur Kec. Takisung Kab. Tanah Laut Kal-Sel. *Jurnal Teknologi Agro-Industri*, 6(1), 9–19. <https://doi.org/10.34128/jtai.v6i1.82>
- Munawwarah. (2018). *Desain dan Inovasi Usaha Produksi Karasa di Kelurahan Cempa, Kabupaten Pinrang, Provinsi Sulawesi Selatan*. Fakultas Pertanian: Universitas Hasanuddin
- Narmila. 2019. *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Kue Karasa di Kecamatan Cempa Kabupaten Pinrang*. Skripsi. Universitas Hasanuddin
- Osterwalder, A dan Pineur, Y. 2010. *Business Model Canvas*. Self published. Last Edition
- Osterwalder, A dan Pineur, Y. 2012. *Business Model Generation: A Handbook For Visionaries, Game Changes, and Challengers*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc
- Indonesia. 2021. *Peraturan Pemerintah No. 7 Tentang Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. Jakarta
- Indriyani, T. I. D., & Yuliati, L. N. (2018). Strategi Pengembangan Bisnis Rumahan Dengan Pendekatan Model Bisnis Kanvas. *Jurnal Administrasi Bisnis Dan Manajemen*, 4(2), 296–307.



- <https://doi.org/10.17358/jabm.4.2.296>
- Purwanto, N. (2020). Provisioning For New Entrepreneurs Using The Canvas Business Model In The Mlaras Village Business Group. *Jurnal Karya Abdi*, 1(02), 115–126. <https://doi.org/10.32520/karyaabdi.v1i02.1264>
- Rachmawati, R. (2011). Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan. *Jurnal Kompetensi Teknik*, 2(2), 143–150.
- Salim, Sahrani. (2015). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Produksi Kue Karasa di Kecamatan Cempa Kabupaten Pinrang*. Skripsi. Universitas Hasanuddin.
- Setijawibawa, M. (2015). Pengembangan Bisnis Pada Depot Dahlia Menggunakan Business Model Canvas. *Jurnal Agora*, 3(2), 305–313.
- Sudding, M. R., & ...Halimah, A. S. (2022). SEGMENTASI PASAR KUE KHAS KARASA (Studi Kasus Industri Karasa Pinrang Sulawesi Selatan. *Jurnal Pertanian ...*, 24(1), 11–18. <http://www.e-journal.janabadra.ac.id/index.php/JA/article/view/1478>
- Sukarno, B. R., & Ahsan, M. (2021). *Implementasi strategi pengembangan bisnis dengan business model canvas. IV*, 51–61.
- Suwarni, E., & Handayani, M. A. (2020). *Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah Keripik Pisang Dengan Pendekatan Business Model Kanvas : 19(3)*, 320–330.
- Tampubolon, J., Sugihen, B. G., & Samet, M. (2006). *Cara Install 2 3. 2(2)*.
- Umar, H. (2008). *Strategic Managemen In Action*. Jakarta: Pt. Gramedia Pustaka Utama.



LAMPIRAN

Lampiran 1. Perubahan antara Model Bisnis Terkini dan Model Bisnis yang di Rancang.

9 Elemen BMC	BMC Existing	BMC Transformatif	Alasan Perubahan
A. Segmentasi Pelanggan	Masyarakat umum, masyarakat wilayah Pinrang, dan penggemar makanan manis	Wisatawan	Pada model bisnis yang di rancang menambahkan wisatawan karena Desa Cempa salah satu Desa yang sering dikunjungi oleh wisatawan, yang mana wisatawan tersebut menjadikan kue karasa sebagai oleh-oleh untuk dibawa pulang ke kota asal. Sehingga kue karasa lebih dikenal oleh masyarakat luar
B. Nilai Unggulan	Harga terjangkau, makanan ringan khas daerah, dan kualitas bahan	Mudah di temukan dan kemasan memuat informasi produk	Pada model bisnis yang di rancang menambahkan mudah di temukan, agar lebih mmeudahkan konsumen dan mendekatkan produk dengan konsumen, untuk kemasan yang memuat infoermasi produk tidak hanya sekedar mencamtumkan nama produk, kontak, komposisi, dan halal akan tetapi juga seharusnya menampilkan tanggal pembuatan dan berakhirnya masa ketahanan produk
C. Saluran Distribusi	Harga terjangkau, <i>reseller</i> (toko maupun pasar lokal), dan media sosial (<i>facebook</i> dan <i>whatsapp</i>)	Toko oleh-oleh diluar wilayah Pinrang dan <i>E-commerce</i>	Pada model bisnis yang di rancang menambahkan dua saluran distribusi karena dibutuhkan cakupan yang lebih luas terhadap distribusi produk selain di Kecamatan Cempa maupun seluruh wilayah Pinrang. Maka perlu mendistribusikan produk ke toko oleh-oleh diluar wilayah Pinrang seperti daerah Ibukota dan menggunakan <i>E-commerce</i> untuk menjangkau pasar lebih luas lagi
D. Bina Pelanggan	Mengenal pelanggan lebih dekat, menyimpan kontak pelanggan dan respon yang cepat	Program loyalitas pelanggan	Pada model bisnis yang di rancang menambahkan loyalitas pelanggan yaitu dengan memberikan diskon untuk pembelian produk dalmjumlah yang banyak sehingga dapat menarik minat pelanggan maupun mempertahankan pelanggan.



E. Sumber Penghasilan	Penjualan kue karasa	-	Pada bagian ini peneliti tidak menambahkan maupun mengurangi dan mengganti. Peneliti tetap mempertahankan karena permintaan kue karasa yang dianggap masih stabil. Maka aliran pendapatan usaha untuk saat ini cukup difokuskan dari penjualan produk kue karasa.
F. Aktivitas Utama	Produksi kue karasa dan bekerja sama dengan <i>reseller</i> dan toko lokal	Pelaksanaan <i>workshop</i> dan rapat rutin	Pada model bisnis yang di rancang menambahkan pelaksanaan <i>workshop</i> dan rapat rutin karena dapat mendiskusikan bagaimana bentuk strategi penjualan kedepannya
G. Sumberdaya Utama	Tepung beras dan hubungan dengan toko <i>supplier</i>	<i>Platform</i> media sosial atau <i>e-commerce</i> dan team marketing	Pada model bisnis yang di rancang menambahkan <i>Platform</i> media sosial atau <i>e-commerce</i> dan team marketing karena dapat membantu untuk mempromosikan, melatih kemampuan memasarkan dan memperluas saluran distribusi produk
H. Mitra Utama	Toko sembako, toko oleh-oleh dan minimarket serta distributor	Pabrik penggiling tepung dan toko cetak	Pada model bisnis yang di rancang menambahkan Pabrik penggiling tepung karena lebih memudahkan apabila sudah bekerja sama dan untuk tabel yang di gunakan berbentuk stiker yang di tempel pada plastik produk, dengan bekerta sama dengan toko cetak dapat di beri harga yang lebih murah karena mencetak banyak
I. Struktur Biaya	Biaya produksi	Biaya <i>marketing</i> dan promosi	Pada model bisnis yang di rancang menambahkan biaya <i>marketing</i> dan promosi termasuk biaya penyelenggaraan, promosi, dan sumberdaya yang di perlukan karena dengan ditambkannya ini di harap mampu memperluas relasi dan distribusi penjualan produksi dan penjualan kelompok serta anggotanya dapa meningkat secara berkala



Lampiran 2. Dokumentasi Sumber Daya dan Dokumentasi Lapangan

**Wawancara dengan ketua kelompok usaha "Gemilang"*



**Wawancara dengan bendahara dan sekretaris kelompok usaha "Gemilang"*





**Proses pembuatan adonan dan menggoreng adonan menjadi kue karasa*





**Proses pelelehan gula merah dan mencampurkan kue karasa dengan gula merah yang telah dilelehkan*





**Label kemasan kue karasa kelompok usaha "Gemilang"*



**Kue karasa yang telah di kemas plastik*





**Rumah produksi kue karasa*





**Alat pengering kue karasa*



**Tugu setra Industri kue karasa*

