

Daftar Pustaka

- Abdulwase, R., Ahmed, F., Nasr, F., Abdulwase, A., Alyousofi, A., & Yan, S. (2020). The role of business strategy to create a competitive advantage in the organization. *Open Access Journal of Science*, 4(4), 135–138. <https://doi.org/10.15406/oajs.2020.04.00162>
- Afridhal, M. (2017). STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA ROTI TANJONG DI KECAMATAN SAMALANGA KABUPATEN BIREUEN. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 223–233.
- Amalia, D. N. (2021). *STRATEGI PENGEMBANGAN MARKETING MIX DENGAN The Development Strategy Of Marketing Mix With SWOT Analysis In*. 20(2), 421–441. <https://doi.org/10.31186/jagrisep.20.2.421>
- Artalia, A., Afifah Zainuri, M., Titian Cahya, B., & F Sanjaya, V. (2025). Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Analisis Swot Pada Kopi Robusta Lampung (Studi Pada Umkm Posko Coffe). *Jurnal Kajian Ilmu Dan Teknologi (JKIT)*, 1(2), 43–49. <https://doi.org/10.71200/jkit.v1i2.10>
- Bintang, N., & Tiara Narundana, V. (2022). Analisis Strategi Bisnis Kopi Tune Up Untuk Meningkatkan Penjualan. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(10), 1967–1980. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i10.291>
- Cuandra, F., Manajemen, P. S., & Batam, U. I. (2026). *IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN DIGITAL PADA MARKETPLACE UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PT . ILOCK NUSANTARA INDONESIA IMPLEMENTATION OF DIGITAL MARKETING STRATEGIES THROUGH MARKETPLACE TO INCREASE BRAND AWARENESS AT PT . ILOCK NUSANTARA*. 5(1), 28–33. <https://doi.org/10.58184/mestaka.v5i1.844>
- David, F. R. (2015). *Manajemen Strategik* (15th ed.). Penerbit Salemba Empat.
- DESI PERMATASARI. (2022). *Menjelajah Nikmatnya Kopi Indonesia*. <https://www.kompas.id/artikel/menjelajah-nikmatnya-kopi-indonesia>
- Fanani, F. (2024). *Mengenai Kopi Bajawa Flores NTT, Kenali Sejarah dan Daya Tariknya*. <https://mawatu.co.id/blog/kopi-bajawa/>
- Farah, N. T., Amiwantoro, S., Nikmah, F., Ikaningtyas, M., & Anyar, G. (2024). Implementasi Strategi Pemasaran Digital Dalam Pengembangan Bisnis Di Era Digitalisasi. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(4).
- Fitri Anggreani, T. (2021). Faktor- Faktor yang Mempengaruhi SWOT: Strategi Pengembangan SDM, Strategi Bisnis, dan Strategi MSDM. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(5), 619–629.
- Halawa, E. (2021). Analisis SWOT sebagai Dasar Perumusan Strategi Pemasaran Berdaya Saing (Studi Kasus pada Dasom Beauty & Me Nail Surabaya).

- Benchmark*, 1(2), 58–65. <https://doi.org/10.46821/benchmark.v1i2.143>
- Karburator Kreatif. (2019). *Kopi Bajawa, Kopi Kita*.
<https://www.youtube.com/watch?v=fXn2IqQPHMs>
- Manggu, B., & Beni, S. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah (Ukm) Kedai Kopi Ongaku Kota Bengkayang Berdasarkan Analisis Swot. *Sebatik*, 27(1), 407–414. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v27i1.2036>
- Moh. Erfan Arif, R. A. (2023). Strategi Bisnis. In *UB Press*.
https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=LrDBEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR4&dq=strategi+bisnis&ots=9R1doArnHi&sig=dISf_B8Yntm4w387g1HdWQ7qhsA&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Muhamad Rio Albariq, & Wijaya, F. (2024). Strategi Pengembangan Menggunakan Analisis Swot Kona Koffee Bandung. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(1), 638–642.
<https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i1.2051>
- Muhammad Mirza. (2025). *Kopi Bajawa: Keunikan Kopi dari Tanah Flores*.
https://www.empocoffee.id/kopi-bajawa/?srsltid=AfmBOorj0__BR7ZaDphmOXx6yL0mcvDhZvzvvg9LI5FvHWuVE24TJ5iXS
- Nida Wafa Nabilah. (2023). Pengaruh Implementasi Standar Proses Pembelajaran Guru Pendidikan Agama Islam Terhadap Hasil Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam di SMP Negeri 1 Sumberjaya Kabupaten Majalengka. *Repository UIN Siber Syeh Nurjati Cirebon*, 11–53.
https://repository.syekhnurjati.ac.id/11335/3/1908101195_3_bab2.pdf
- Rafiky, I., Novarika, W., & Sibuea, S. R. (2025). Strategi Pemasaran dengan Menggunakan Metode SWOT (Strengths Weaknesses Opportunity Threats) untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada UMKM Tahu Desa Tanah Rendah Kecamatan Air Putih Kabupaten Batu Bara. *Blend Sains Jurnal Teknik*, 3(3), 328–347. <https://doi.org/10.56211/blendsains.v3i3.768>
- Riska, M. (2019). *Cerita Felix Soba Meo memulai usaha dan mengangkat nama kopi bajawa*. <https://peluangusaha.kontan.co.id/news/cerita-felix-soba-meo-memulai-usaha-dan-mengangkat-nama-kopi-bajawa>
- Riski, M., Mario, W., Bhayangkara, U., & Raya, J. (2024). Ketertarikan Konsumen Melalui Testimoni dan Video Review di Media Sosial Instagram dan TikTok @adamasanya. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(7), 811–819. <https://doi.org/10.61722/jiem.v2i7.2284>
- Rochmawati, D. R., Hatimatunnisani, H., & Veranita, M. (2023). Mengembangkan Strategi Bisnis di Era Transformasi Digital. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(3), 223–232.
<https://doi.org/10.54259/mukasi.v2i3.2105>
- Rohiem, A. F., & Sari, J. (2023). Analisis SWOT Sarana Pembelajaran Digital

- Masive Open Online Course (MOOC) Ruang Guru. *Dirasat: Jurnal Manajemen Dan Pendidikan Islam*, 9(2), 126–136.
<https://doi.org/10.26594/dirasat.v9i2.3684>
- Rohmatiah, A., Nugroho, S. S., Mutmainah, M., & Aribowo, W. G. (2026). Urgensi Strategi Perencanaan Bisnis, Dukungan Pemerintah, dan Manajemen Inovasi dalam Keberlanjutan Bisnis. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 17(1), 222–233. <https://doi.org/10.33059/jseb.v17i1.13680>
- Setiawan, H. C. B., & Komara, B. D. (2020). the Alternative Blue Ocean Strategy: Bagaimana Strategi Perusahaan Industri Kopi Santri Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis? *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 3(1), 26. <https://doi.org/10.30587/jre.v3i1.1165>
- Surjono, H. D. (2018). Sani, Nur Miladiyah (2020) Implementasi Strategi 6R pada Bisnis Ritel untuk Menghadapi Persaingan Usaha dalam Prespektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Minimarket Pura Tanjung Mas Kudus). Undergraduate thesis, IAIN KUDUS. *Molucca Medica*, 11(April), 13–45. <http://ojs3.unpatti.ac.id/index.php/moluccamed>
- Syarifuddin, U., Bata, G., Misbahuddin, I., Mustafa, H., & Sani, A. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Anyaman Rotan dan Bambu melalui Pemasaran Online di Kecamatan Ma'rang Kabupaten Pangkep. *Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Anyaman Rotan Dan Bambu Melalui Pemasaran Online Di Kecamatan Ma'rang Kabupaten Pangkep*, 2(2), 1–24.
- Tasleem M, Khan N, N. A. (2019). *Impact of technology management on corporate sustainability performance: The mediating role of TQM*. <https://www.emerald.com/ijqrm/article-abstract/36/9/1574/148453/Impact-of-technology-management-on-corporate?redirectedFrom=fulltext>
- Yarlina, V. P., & Hunda, S. (2021). *Dan Industri Rumah Tangga Melalui Media Sosial Dan E-Commerce*. 5(6), 3465–3475.
- Yuli Nurhanisah. (2026). *Indonesia Juara Tempat Ngopi Dunia*. <https://indonesiabaik.id/infografis/indonesia-juara-tempat-ngopi-dunia>
- ZAENURI, A., ZUSRONY, E., & NURCAHYANINGSIH, W. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Usaha Pada Pelaku UMKM Kota Salatiga. *Dinamika: Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi*, 2(1), 57–63. <https://doi.org/10.51903/dinamika.v2i1.124>