

Re- Desain UMKM BA Frozen Food Dalam Membangun Strategi Bisnis

Beraldi Arhamas¹, Alba Fajar Ramadhan², Salsa Noviyanti³ Azhari Amri⁴, Restu Kusumawardhani⁵

¹Program Studi Desain Media, ²Program Studi Akuntansi, Politeknik Bina Madani

Diterima : 17/05/2023

Revisi : 31/05/2023

Diterbitkan : 07/06/2023

Abstrak. Dalam menghadapi perubahan dinamis di pasar dan perkembangan teknologi yang pesat, UMKM seperti BA Frozen Food perlu mengadopsi strategi bisnis yang adaptif dan inovatif untuk tetap bersaing. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi proses re-desain UMKM BA Frozen Food dalam membentuk strategi bisnis yang kuat dan responsif terhadap kebutuhan pasar. Dalam konteks ini, re-desain bisnis bukan hanya tentang perubahan visual tetapi juga perubahan mendasar dalam struktur dan operasional. Melalui analisis mendalam terhadap proses re-desain yang telah diimplementasikan, penelitian ini mencoba mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang memengaruhi perubahan strategi bisnis UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses re-desain UMKM BA Frozen Food melibatkan langkah-langkah restrukturisasi internal, perubahan posisi pasar, dan peningkatan keberlanjutan lingkungan.

Kata kunci: Sosial Media, UMKM, dan Logo

Abstract. In facing dynamic changes in the market and rapid technological developments, MSMEs such as BA Frozen Food need to adopt adaptive and innovative business strategies to remain competitive. This research aims to explore the redesign process of BA Frozen Food MSMEs in forming a business strategy that is strong and responsive to market needs. In this context, business re-design is not just about visual changes but also fundamental changes in structure and operations. Through in-depth analysis of the redesign process that has been implemented, this research tries to identify the key factors that influence changes in MSME business strategies. The research results show that the BA Frozen Food MSME redesign process involves internal restructuring steps, changes in market position, and increased environmental sustainability.

Keywords: Social Media, MSMEs, and Logos

Correspondence author: Beraldi Arhamas, beraldi@gmail.com, Bekasi, and Indonesia



This work is licensed under a [CC-BY-NC](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

Pendahuluan

Makanan adalah kebutuhan yang tidak pernah berhenti dibutuhkan oleh manusia, selain kebutuhan pokok banyak orang yang senang mengeksplorasi dunia kuliner lebih jauh, sehingga banyak orang yang berwirausaha di bidang makanan, karena dengan berwirausaha mengajarkan kita untuk bekerja keras, menggapai target, dan selalu berjuang hingga kesuksesan.

Selain itu disisi finansial berwirausaha mengajarkan kita untuk menabung, mengelola uang dengan baik dan teratur. Kami dari kelompok *Project Best Learning* berkerjasama dengan pemilik usaha makanan awetan hewani atau saat ini biasa dikenal dengan *frozen food*, dengan nama usaha *BA Frozen Food*.

Hal ini dikarenakan makanan *frozen food* mampu memperpanjang masa penyimpanan produknya dengan tetap mempertahankan mutu dan kualitas produk, dan proses penyajian yang sangat mudah sehingga membantu konsumen dalam memudahkan proses penyajian yang lebih cepat dan praktis.

Namun Usaha dari *BA Frozen Food* saat ini hanya baru di kenal di area Babelan Bekasi dikarenakan pemasaran produknya hanya melalui *update status Whatsapp* oleh pihak *owner* sehingga kegiatan pemasaran produknya masih belum maksimal dan untuk laporan pembukuan *owner* hanya melalui aplikasi "*Selly*", yang saat ini hanya dapat mencatat penjualan saja.

Sehingga perlu perbaikan dalam laporan keuangan agar pihak *BA Frozen Food* dapat menganalisa apakah usaha yang dijalankan mengalami kemajuan atau penurunan. Untuk membantu dalam proses pengembangan usaha tersebut, kami sebagai mahasiswa ikut berpartisipasi membantu meningkatkan pendapatan usaha *BA Frozen Food* agar lebih dikenal oleh masyarakat luas.

Sehingga dapat meningkatkan perekonomian para pekerja dengan cara membantu usaha *BA Frozen Food* dibidang *marketing, media sosial, e-commerce* dan desain, sehingga memudahkan dalam pemasaran produk dari *BA Frozen food* ke khalayak ramai.

Dalam menghadapi era bisnis yang dinamis, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) seperti *BA Frozen Food* harus senantiasa beradaptasi dan berinovasi untuk tetap relevan di pasar yang terus berubah. Perubahan kebutuhan pelanggan, persaingan yang ketat, dan kemajuan teknologi menjadi tantangan yang memerlukan UMKM untuk melakukan re-desain strategis dalam membangun strategi bisnis mereka.

BA Frozen Food, sebagai entitas bisnis di sektor makanan beku, menghadapi dinamika pasar yang berkembang pesat. Perubahan gaya hidup konsumen, perkembangan teknologi, dan tuntutan keberlanjutan semakin menekankan pentingnya penyesuaian strategis.

Re-desain bukan hanya sekadar pembaruan estetika, tetapi juga melibatkan restrukturisasi fundamental dalam berbagai aspek bisnis, mulai dari model operasional hingga posisi pasar. Penelitian ini dilakukan untuk memahami proses re-desain UMKM *BA Frozen Food* sebagai langkah kritis dalam membangun strategi bisnis yang tangguh dan adaptif.

Metode Pelaksanaan

a) Pembaruan dan Penyesuaian Konten

Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi mengenai usaha yang Mitra kembangkan, metode ini dilakukan agar kami dapat memahami profil mitra. Sedangkan observasi dilakukan untuk pengamatan pengembangan usaha yang akan dilakukan mitra karena perlu banyak penelitian terhadap produk mitra agar mampu bertahan dan dikenal oleh masyarakat luas, selain itu juga dapat memperoleh informasi mengenai aktivitas penjualan mitra. Tentukan tujuan yang spesifik untuk strategi pemasaran media sosial, seperti meningkatkan kesadaran merek, meningkatkan keterlibatan pelanggan, atau meningkatkan penjualan. Identifikasi sasaran audiens yang ingin dicapai melalui media sosial.

b) Pengumpulan Data atau Pencatatan Data

Metode pengumpulan data sangat dibutuhkan untuk mencatat segala jenis aktifitas dan kendala-kendala apa saja yang dapat menghambat kelancaran usaha BA Frozen Food. Setelah melakukan observasi perlu pencatatan hasil data karena setiap trend pasar akan terus berubah – ubah maka dari itu melakukan pencatatan data agar produk BA Frozen Food sesuai dengan trend pasar. Melalui pengumpulan data yang sistematis dan analisis yang cermat, BA Frozen Food dapat membuat konten media sosial yang lebih terarah dan efektif. Dengan memahami audiens dan merespons tren serta umpan balik pelanggan, UMKM dapat memaksimalkan dampak pemasaran media sosial.

c) Dokumentasi

Melakukan dokumentasi berkaitan sangat erat untuk usaha BA Frozen Food karena dengan proses berjalannya sebuah usaha, mulai dari observasi, pencatatan data sampai pada informasi mengenai usaha BA Frozen Food, serta keinginan konsumen hingga konsumen dapat dengan mudah membeli produk BA Frozen Food, karena adanya dokumentasi usaha. Menggunakan sosial media salah satu informasi untuk membangun *brand awareness* serta informasi lain mengenai usaha BA Frozen Food. Dengan menerapkan metode ini, BA Frozen Food dapat secara efektif memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran yang kuat dan merancang konten yang relevan, menarik, dan berdampak positif pada kesuksesan bisnis UMKM mereka.

Hasil dan Pembahasan

Rancangan Konsep Media

Media adalah segala sesuatu yang mengaplikasi atau menyampaikan iklan atau dalam hal ini promosi usaha BA *Frozen Food*. Perencanaan atau pemilihan media merupakan suatu cara untuk menyampaikan pesan atau informasi yang dikehendaki sehingga mudah diingat dan dipahami khalayak sasaran dengan biaya yang paling efektif dan efisien.

Sehubungan dengan konsep pemasaran marketing melalui media sosial, maka perlu adanya media sebagai tempat untuk mempromosikan usaha. Beberapa konsep

media yang dilakukan selama menjalankan *Project Based Learning* BA *Frozen Food* adalah sebagai berikut :

Konseptualisasi

Membuat nama dan logo yang memiliki daya tarik dan mudah diingat. Memastikan bahwa *brand* memiliki citra visual yang kuat, dapat membantu dalam mengenali dan mengingat *brand*. Mengembangkan ide dan konsep untuk produk media, seperti foto, video atau iklan yang melibatkan pemikiran kreatif dan pemahaman target pasar.

Perencanaan Produksi

Mahasiswa membuat rencana produksi, seperti memastikan bahwa produksi berjalan dengan efisien. Foto dan video akan diproduksi dengan menggunakan produksi modern dan diterbitkan di *platform* media sosial.

Narasi

Mahasiswa memproduksi foto, video dan desain yang akan memperkenalkan produk kemasan dari BA *Frozen Food* dan menjelaskan keunggulan produk serta layanan yang diberikan

Elemen Visual

Foto, video dan desain akan menampilkan animasi produk, keunggulan produk, promosi, serta layanan.

Timeline

Produksi foto dan video akan dilakukan dalam waktu 10 hari dan diterapkan di platform media sosial dalam waktu 1 minggu setelah produksi selesai.

Editing dan Post Produksi

Melakukan *editing* dan *post*-produksi. Memastikan bahwa produk memiliki tampilan yang indah.

Konseptualisasi

Branding

Proses pembuatan, *tagline*, *design*, dan warna.

1) Nama atau *Brand*

BA_frozenfood

Nama BA singkatan dari Barokah Abadi, Kata *Frozen Food* jenis produk yang kita jalankan. Harapannya perpaduan antara "Barokah Abadi" dan "*Frozen Food*" akan menciptakan konsep usaha yang tidak hanya menghasilkan produk makanan yang tahan lama, tetapi juga membawa berkah dan kesuksesan yang terus berlanjut seiring waktu. Membuat konsep desain menu.



Pada Logo *type* tersebut menggunakan font *Milky Brush Regular* yang mengusung gaya santai dan ciri khas tulisan tangan dengan kuas. Topi koki adalah simbol yang mengidentifikasi seorang juru masak.

Shape bercak cat di *background* dapat menggambarkan sentuhan artistik, kekreatifan, atau penggunaan tangan dalam menciptakan makanan yang lezat.

2) Tagline

“Tuntaskan Lapar Dengan Yang Praktis”.

3) Warna

a) Warna Hijau

Melambangkan arti pertumbuhan, kesuburan, bahkan kesehatan bagi orang yang melihatnya.

b) Warna Jingga

Melambangkan rasa antusias, daya tarik, kegembiraan, kreatifitas, kebulatan tekad, perhatian, sukses, dorongan, dan perangsang.

Perencanaan Produksi

Memproduksi foto dan video sesuai dengan 4 pilar konten yang sudah di tentukan yaitu *entertainment, educate, inspire, convince*.

Elemen Visual

Elemen dasar dalam visual desain yaitu, garis (*line*), bangun (*shape*), warna (*color*), teksture (*texture*) dan ukuran (*size*).

Kami akan menjaga konsistensi visual dengan menggunakan palet warna hijau dan jingga yang sama di seluruh konten.

Menempatkan logo Barokah Abadi *frozen food* secara konsisten dalam konten. Memastikan elemen visual khusus seperti garis atau bingkai digunakan secara seragam, konsistensi ini akan memberi pengalaman yang lebih mengenali merek dan profesional kepada *audiens*.

Warna dan Skema Warna: Kami akan menggunakan palet warna yang telah ditetapkan, yaitu kombinasi warna hijau dan jingga. Warna-warna ini akan diintegrasikan secara konsisten dalam semua elemen visual, dari latar belakang hingga teks dan grafik.

Gaya Desain Umum: Kami akan mengadopsi gaya desain yang konsisten di seluruh konten, mengikuti panduan desain merek kami.

Logo dan Identitas Merek: Logo Barokah Abadi *Frozen Food* akan ditempatkan dengan konsisten di lokasi yang mudah terlihat dan relevan dalam semua konten. Ini akan membantu memperkuat identitas merek kami.

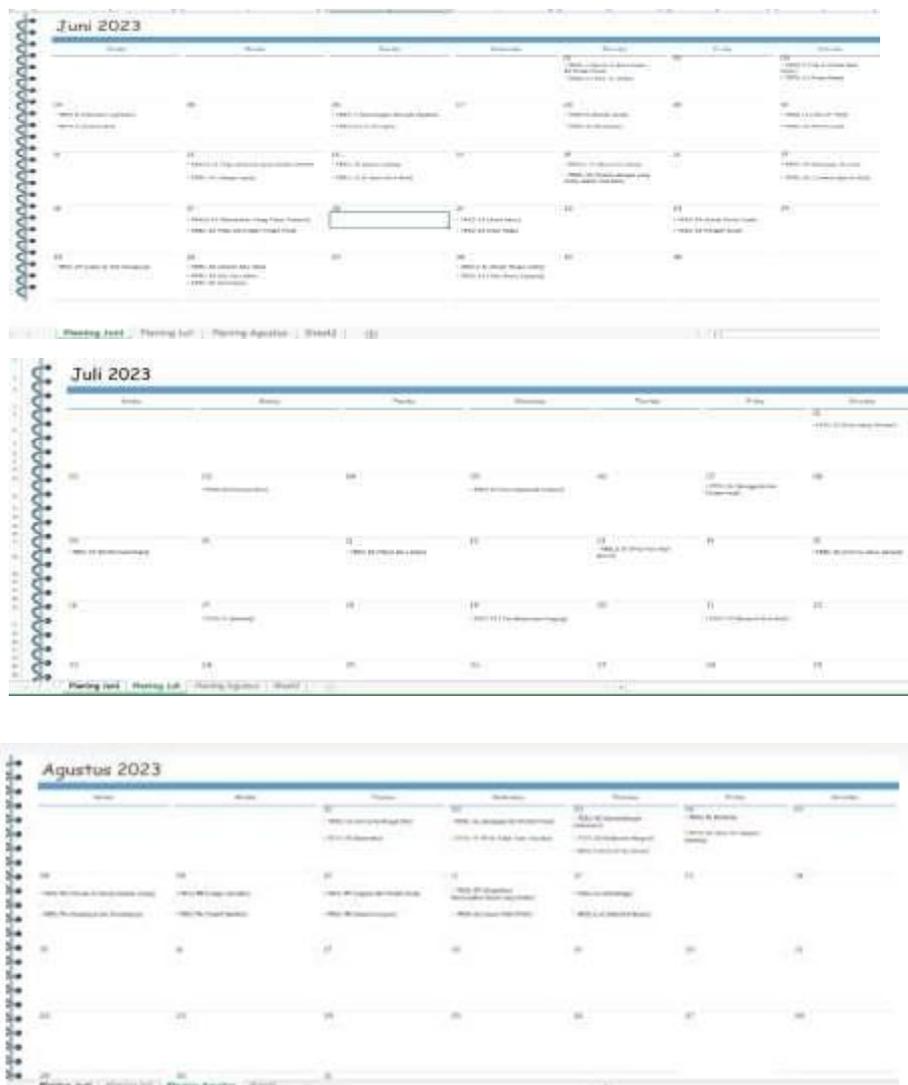
Tata Letak: Tata letak visual kami akan tetap seragam di semua konten, termasuk penempatan elemen-elemen seperti judul, teks, dan gambar. Hal ini akan menciptakan kesan profesional dan teratur.

Penggunaan Elemen Visual Tertentu: Elemen visual tertentu seperti garis atau bingkai mungkin juga akan diaplikasikan secara konsisten di seluruh konten untuk memberikan identitas visual yang unik.

Dengan menjaga konsistensi dalam semua elemen visual, kami berharap dapat membangun kesan yang kuat dan profesional dalam konten kami.

Timeline

Produksi foto dan video dilakukan dalam waktu 10 hari dan diterapkan di *platform* media sosial dalam waktu 1 minggu setelah produksi selesai.



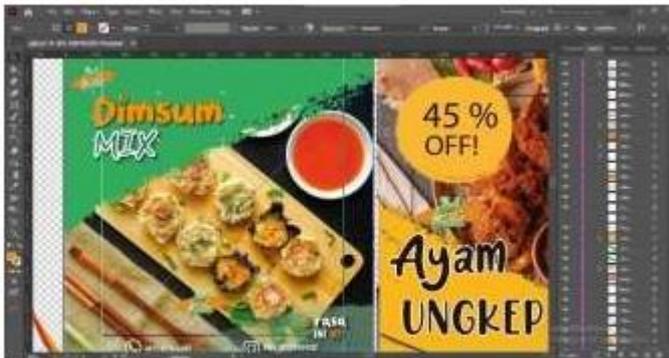
(contoh timeline post instagram)

Editing dan Post Produksi

Melakukan *shooting*, *editing* dan *post-produksi* dan memastikan bahwa produk, desain atau konten memiliki tampilan yang indah.



(contoh proses editing video)



(contoh proses desain feeds instagram)

Tema Konten

1) Entertain

Biasanya isinya menghibur, memberikan perhatian kepada orang lain. Seperti *quiz*, *giveaway*.

2) Educate

Content dengan tujuan memberikan informasi dan mengedukasi orang tentang hal tertentu, contoh *tips and trick*, *information*, *survey*, *funfact*.

3) Inspire

Konten menginspirasi, tentang bagaimana orang terinspirasi untuk menggunakan produk kita, misalnya : gimana cara masak yang enak menggunakan produk yang dijual, testimonial dan lain-lain.

4) Convince

Kategori ini merupakan jenis konten yang mengajak audiens melakukan sesuatu secara rasional dengan tujuan akhir adalah pembelian

Nama Brand

BA Frozen Food

Nama **BA** singkatan dari **Barokah Abadi**, Kata **Frozen Food** jenis produk yang kita jalankan. **Barokah Abadi** artinya dengan harapan usaha yang dijalankan menjadi berkah untuk semua dan abadi sepanjang masa. **Frozen Food** artinya proses mengawetkan produk makanan dengan cara mengubah hampir seluruh kandungan air dalam produk menjadi es.

Logo



Logo tersebut memakai *font Milky Brush Regular* yang memiliki gaya santai dan cirikhas yang terlihat seperti tulisan tangandengan kuas. Pilihan *font* ini bisa memiliki beberapa makna yang relevan seperti kesejukan dan kelezatan, kedekatan dan keterhubungan, kreasi dan unik. Topi koki adalah simbol yang mengidentifikasi seorang koki atau juru masak. Dalam logo, topi koki bisa menggambarkan profesionalisme, keahlian, dan kredibilitas dari tempat makan atau perusahaan kuliner. Warna Hijau melambangkan arti pertumbuhan, kesuburan, bahkan kesehatan bagi orang yang melihatnya. Warna Jingga melambangkan rasa antusias, daya tarik, kegembiraan, kreatifitas, kebulatan tekad, perhatian, sukses, dorongan, dan perangsang.

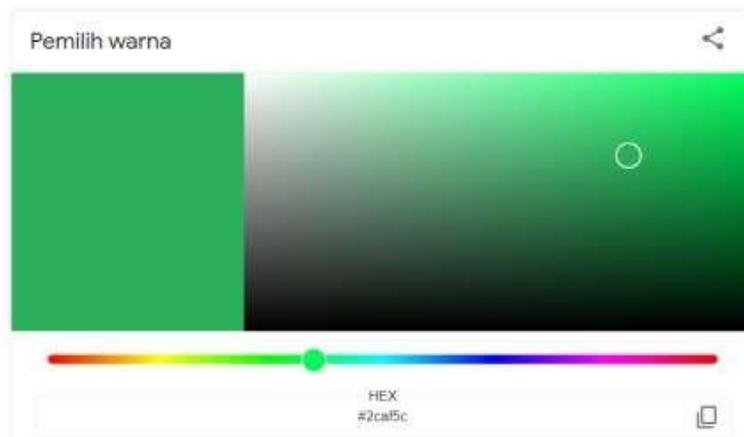
Tagline

“Tuntaskan Lapar Dengan Yang Praktis”

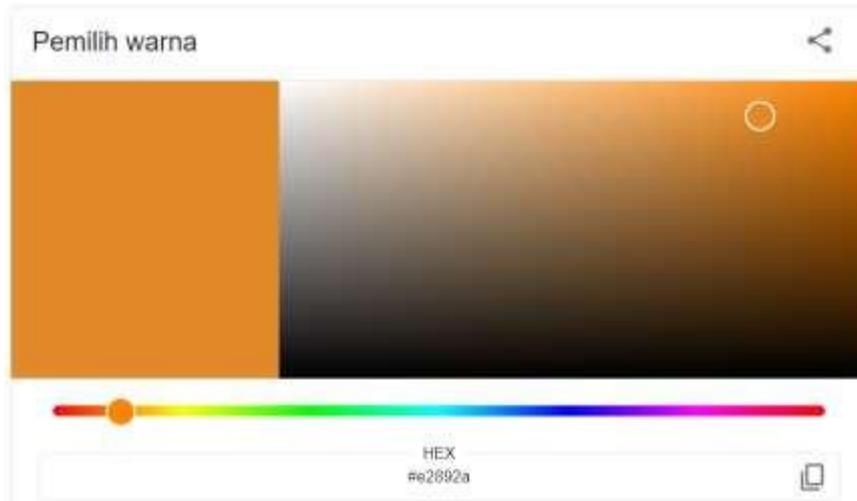
Mengandung arti bahwa seseorang diharapkan mengatasi rasa lapar dengan cara yang efisien, sederhana, dan efektif. Dalam konteks ini, "tuntaskan" merujuk pada tindakan mengatasi atau menyelesaikan, "lapar" mengacu pada perasaan kelaparan, dan "dengan yang praktis" menggambarkan pendekatan yang mudah dilakukan tanpa perlu melibatkan banyak langkah atau usaha yang berlebihan. Jadi, kalimat ini mengajukan gagasan bahwa seseorang sebaiknya memilih solusi yang praktis untuk mengatasi rasa lapar dengan cepat dan mudah.

Warna

- 1) **Warna Hijau.** Melambangkan arti pertumbuhan, kesuburan, bahkan kesehatan bagi orang yang melihatnya.
 - a. Kehidupan dan Pertumbuhan: Hijau sering dikaitkan dengan tumbuh-tumbuhan dan alam. Warna ini mencerminkan kehidupan, regenerasi, dan pertumbuhan. Daun-daun pohon dan tanaman hijau adalah contoh ikonik dari simbolisme ini.
 - b. Kesehatan dan Keseimbangan: Hijau juga sering dihubungkan dengan kesehatan dan keseimbangan. Dalam bidang medis, warna hijau sering digunakan untuk melambangkan institusi kesehatan dan penyembuhan.
 - c. Harmoni dan Ketenangan: Warna hijau dapat menciptakan perasaan ketenangan dan relaksasi. Pemandangan alam yang luas dan daerah pedesaan yang hijau sering kali dianggap menenangkan.



- 2) **Warna Jingga.** Melambangkan rasa antusias, daya tarik, kegembiraan, kreatifitas, kebulatan tekad, perhatian, sukses, dorongan, dan perangsang.
 - a. Energi dan Semangat: Warna jingga sering dikaitkan dengan energi, semangat, dan kegembiraan. Ini bisa menggambarkan rasa antusiasme dan semangat hidup.
 - b. Kreativitas: Warna jingga juga sering dikaitkan dengan kreativitas dan inspirasi. Dalam seni dan desain, warna ini bisa mewakili gagasan yang inovatif dan imajinatif.
 - c. Keberanian dan Kedewasaan: Kehangatan dan intensitas warna jingga dapat dihubungkan dengan sifat-sifat seperti keberanian, kedewasaan, dan tekad.
 - d. Kehangatan: Warna jingga memiliki nuansa hangat yang bisa menghadirkan perasaan nyaman dan hangat. Ini bisa merujuk pada aspek kebersamaan dan hubungan yang intim.



Konten Media Sosial

a. Feeds Instagram

Dalam hal pembuatan *output* konten *feeds* Instagram, mahasiswa memilih menggunakan media promosi yang efektif dan efisien yang sesuai dengan konsep yang diinginkan. Mahasiswa memilih menggunakan Canva sebagai media untuk melakukan proses *design*.

Penggunaan Canva sebagai media *design* adalah hal yang disengaja. Mahasiswa bisa saja menggunakan *Adobe Illustrator* dan/atau *Adobe Photoshop* untuk melakukan hal yang serupa. Mahasiswa memilih canva sebagai media *design* dengan alasan semua materi dan template design yang kelompok gunakan akan diberikan kepada tim dari BA *Frozen Food*. Mengingat bahwa BA *Frozen Food* digolongkan sebagai Usaha Modal Kecil Menengah (UMKM) dan belum memiliki tim visual yang memadai, kami memilih Canva sebagai media *design* dengan maksud mempermudah tim BA *Frozen Food* dalam mendesain visual untuk kedepannya selepas dari kegiatan PJBL.

Berikut konten *feeds* yang dihasilkan :



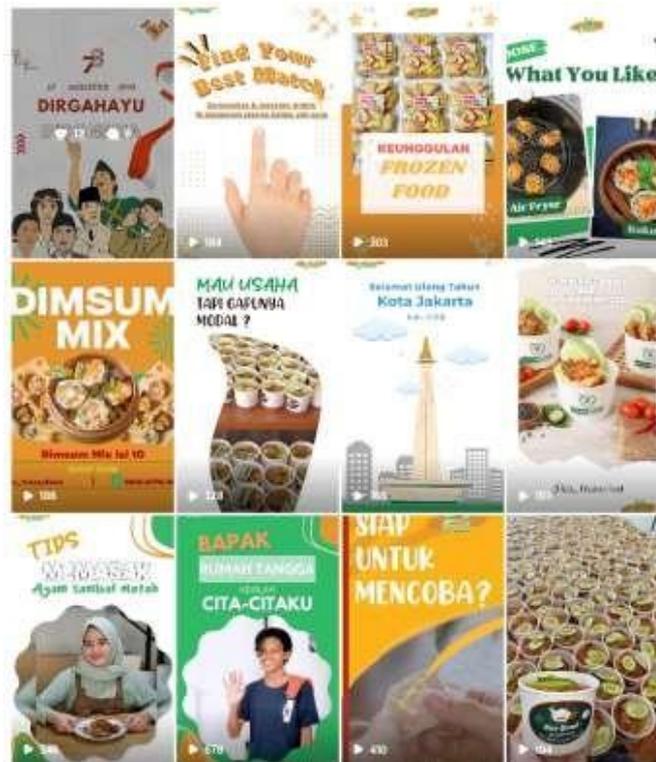
(tampilan *feeds* instagram)

Ukuran konten : Square

Warna : Hijau 2CAF5C dan Oranye E2892A

Penggunaan *Font* : bervariasi (*Monsterrat, Signika, Alice*, dan lain-lain)

b. *Reels* Instagram dan Video Tiktok



(contoh video yang di unggah ke Instagram dan Tiktok)

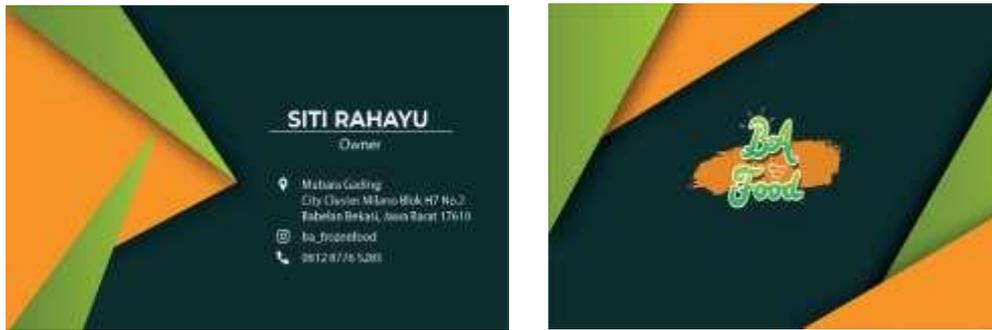
Ukuran konten : 16:9

Warna : Hijau 2CAF5C dan Oranye E2892A

Penggunaan *Font* : bervariasi (*Monsterrat, Signika, Alice*, dan lain-lain)

Hasil Media Lini Bawah (*Below The Line*)

a. Kartu Nama



(contoh desain kartu nama)



(Contoh *mockup* kartu nama)

- Ukuran : 3.5 x 2 inci.
- Penggunaan *Font* : *Montserrat*
- Warna : Oranye dan hijau yang di ambil dari warna logo,
- Background* : menggunakan warna biru tua.
- Informasi yang Diperlukan : Nama Anda, judul pekerjaan, alamat, nomor telepon, dan logo.
- Media Bahan : *Laminating Glossy*

b. Xbanner

(Contoh desain X Banner)



(contoh *mock up Xbanner*)

- Ukuran : 60 x 160 cm.
Penggunaan *Font* : *Now, Horizon, Archivo Black*
Warna : Hijau dan Oranye diambil dari warna logo
Ilustrasi Desain : Logo dan foto produk BA *Frozen*
Food Media Bahan : *Albatros*

c. Roll Banner



(contoh desain *Roll Banner*)



(contoh *mock up Roll Banner*)

- Ukuran : 100 x 200 cm
- Font : *Montserrat, Berlin sans, Freestyle Script*
- Warna : Menggunakan warna hijau dan oranye dari warna logo
- Ilustrasi Desain : Logo dan foto produk BA *Frozen Food*
- Media Bahan : *Albatros*

d. Spanduk



(contoh desain spanduk)



(contoh *mock up* Spanduk)

Ukuran	: 3x1 m
Penggunaan <i>Font</i>	: <i>BungeeLayers, OpenSans, Calibri</i>
Warna	: Oren dan hijau yang di ambil dari warna logo.
Informasi yang Diperlukan	: Nomor WhatsApp, nama Instagram, gofood, Shoppe food, grab food.
Ilustrasi Desain	: Logo dan foto produk BA <i>Frozen Food</i>
Media Bahan	: <i>Flexy China 280 gsm</i>

SIMPULAN

Project Based Learning (PjBL) adalah sebuah model pembelajaran dimana mahasiswa dilibatkan langsung dalam memecahkan permasalahan yang ditugaskan, memungkinkan para mahasiswa untuk aktif membangun dan mengatur pembelajarannya, dan dapat menjadikan mahasiswa yang realistis.

Dengan pembelajaran model *PjBL* dapat menuntun mahasiswa untuk lebih mandiri, mengaktualisasikan ketrampilan yang dimilikinya, mengembangkan pengetahuan dan penguasaan konsep berdasarkan

pengalaman belajar yang dimilikinya, juga bersosialisasi dengan teman dan lingkungannya.

1. Memberikan pemahaman dan sudut pandang yang berbeda kepada mahasiswa, ketika mahasiswa akan mendirikan usaha tidak hanya mencari keuntungan, tetapi lihat sudut pandang lainnya, seperti apakah usaha yang akan kita jalankan berdampak positif bagi lingkungan sekitar seperti merekrut karyawan dari lingkungan sekitar sehingga dapat meningkatkan perekonomian warga sekitar dan secara tidak langsung dapat mengurangi pengangguran. Atas dasar pemahaman tersebut dapat dijadikan pembelajaran oleh mahasiswa dalam berwirausaha.
2. Di era digital dan perkembangan media sosial yang sangat populer saat ini, media sosial dapat dijadikan media promosi dalam menjalankan bisnis usaha. Baik dalam pemasaran, pengembangan bisnis sehingga dapat dijadikan sebagai pembelajaran bagi mahasiswa dalam memanfaatkan media sosial yang ada saat ini seperti Tiktok . Selain digital, mahasiwa atau mitra BA *Frozen Food* juga harus melihat peluang untuk bekerjasama dengan *Café* atau *reseller* yang sangat dapat diandalkan dalam meningkatkan penjualan. Semakin banyak tim reseller yang bergabung menjual produk dari BA *Frozen Food*, maka semakin besar peluang BA *Frozen Food* agar lebih dikenal dan meningkatkan penjualan.
3. Dalam memulai usaha dibidang kuliner, terutama produk makanan olahan, kita harus membuat SOP pengolahan makana atau SOP produksi untuk menjaga kualitas produk.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang telah memberikan kesempatan serta bersedia usahanya untuk dikelola, dan kepada Politeknik Bina Madani terimakasih karena telah memberikan kesempatan kepada mahasiswanya untuk melakukan kegiatan ini, Ucapan terima kasih juga saya sampaikan kepada tim peneliti dan pihak lain yang terlibat dalam penulisan jurnal ini. Kerja sama dan kontribusi mereka telah memperkaya isi jurnal dan memberikan informasi yang lebih lengkap kepada pembaca. Setiap langkah dan kesimpulan yang dibuat sangat terbukti dan didukung dengan bukti yang kuat, yang menjadikan jurnal ini sebagai sumber referensi yang sangat berharga.

DAFTAR PUSTAKA

- Brown, T. (2009).
Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation. HarperCollins Publishers.
- Johnson, M. W., Christensen, C. M., & Kagermann, H. (2008).
Reinventing your business model. Harvard Business Review, 86(12), 50-59.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010).
Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. John Wiley & Sons.
- Tondreau, B. (2014).
Design Thinking for Entrepreneurs and Small Businesses: Putting the Power of Design to Work. Apress.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2010).
Marketing 3.0: From Products to Customers to the Human Spirit. John Wiley & Sons.
- Ardy, V., Sugiyanti, L., Ayub, A., & Zaenun, A. (2023).
Re-Desain Kemasan dan Pembuatan Konten Media Sosial UMKM Bumbu Rempah Sakato. *SENADA: Semangat Nasional Dalam Mengabdi*, 3(3), 68-76.