

PENGEMBANGAN BISNIS WARUNG SEDERHANA BIRU MENGGUNAKAN 10 TYPES OF INNOVATION DAN BUSINESS MODEL CANVAS

Ahmad Lutfi Dwi Ananda¹, Aries kurniawan²

Ahmadlutfiananda@gmail.com, ariesaja@umg.ac.id

Fakultas ekonomi, Universitas Muhammadiyah Gresik, Gresik

Abstrak | Warung Sederhana Biru memerlukan sebuah pengembangan usaha dari segi inovasi agar dapat menarik semua kalangan untuk bisa menjadi target pelanggan dan dapat mempertahankan bisnis warung sederhana dari pesaing lainnya. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana pengembangan inovasi Warung Sederhana Biru melalui inovasi, taktikal dan model business canvas. Sehingga dapat berkembang dari para pesaing sekitar. Penelitian ini menggunakan metode ten types of innovation, pengambilan data dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini dilakukan di Warung Sederhana Biru berlokasi di Lidah wetan Gang 8, Kecamatan Lakarsatri, Kabupaten Surabaya. Hasil penelitian ini Warung Sederhana Biru menggunakan 4 inovasi dan 4 taktikal. Inovasi yang digunakan adalah Network, Process, Product System, Channel dan Taktikal Collaboration, Localization, Complement, dan disarankan menambahkan inovasi Go Direct. Business Model Canvas yang menjadi penunjang perkembangan Warung Sederhana Biru yaitu sebuah kollaborasi dengan para mahasiswa dan organisasi di area kampus.

Kata Kunci: Pengembangan Bisnis, Inovasi, Business Model Canvas, Ten Types of Innovation.

Abstract | *Warung Sederhana Biru requires business development in terms of innovation so that it can attract all groups to become target customers and can maintain the simple shop business from other competitors. The aim of this research is to find out how to develop Warung Simple Biru's innovation through innovation, tactics and the business canvas model. So that it can develop from surrounding competitors. This research uses the ten types of innovation method, collecting data by interviews, observation and documentation. This research was conducted at Warung Simple Biru which is located in Lidah Wetan Gang 8, Lakarsatri District, Surabaya Regency. The results of this research, Warung Simple Biru uses 4 innovations and 4 tactics. The innovations used are Network, Process, Product System, Channel and Tactical Collaboration, Localization, Complement, and it is recommended to add Go Direct innovation. The Business Model Canvas that supports the development of Warung Simple Biru is a collaboration with students and organizations in the campus area.*

Keywords: Business Development, Innovation,, Business Model canvas, 10 Type of Innovation.

Pendahuluan

Warung Sederhana merupakan tempat usaha yang menyajikan menu makanan minuman dan disajikan dengan sederhana yang dijual secara umum (Septio, 2022). Warung sederhana adalah warung yang menggunakan perlengkapan yang sangat sederhana untuk melakukan kegiatannya. Warung sederhana banyak dijumpai pada sebuah kota di ujung barat provinsi Jawa Tengah dan Jawa Timur, tetapi di luar pulau Jawa pun label warung sederhana cukup dikenal sebagai warung “sederhana” dengan sajian khas kuliner Jawa Tengah dan Jawa Timur. Citra warung sederhana sebagai warungnya kalangan menengah kebawah, memang tidak dapat dielakkan, karena menu yang disajikan, desain ruang, bahkan penjualnya juga terkesan sederhana” sesuai dengan situasi dan kondisi ekonomi kalangan menengah kebawah. Dengan demikian, maka untuk kalangan menengah keatas tentu warung sederhana tidak sesuai dengan selera mereka, bahkan mereka kerap menganggap warteg identik dengan tempat duduknya yang kotor dan kuno, sehingga ada gengsi jika harus duduk santai apalagi berlama-lama dengan pasangan atau klien.

Keberadaan warung sederhana sebagai bagian (institusi pendukung) dalam kehidupan kaum urban menengah kebawah tidak dapat dinafikan (Surya,2011). Keberadaan warung sederhana, sebagai simbol ketahanan pangan rakyat telah teruji dari masa ke masa (Asytuti, 2015). Pada saat banyak restoran bersaing untuk memberikan aneka menu pilihan, keunikan desain interior, dan simbol prestige bagi konsumennya, warung sederhana tetap setia kepada rakyat kecil berkantong tipis.

Di kota-kota besar, warung sederhana bukan lagi tempat mangkal masyarakat kecil. Keberadaan warung sederhana sebagai bagian dalam kehidupan kaum urban menengah kebawah tidak dapat dinafikan. Kehadiran warung sederhana di Kabupaten Gresik memiliki andil membantu pemerintah dalam mengurangi angka pengangguran karena mampu membuka lapangan pekerjaan bagi banyak orang.

Inovasi merupakan suatu proses untuk mengubah kesempatan menjadi ide yang dapat dipasarkan. Inovasi lebih dari sekedar ide yang baik. Suatu gagasan murni memegang peranan penting, dan fikiran yang kreatif mengembangkan menjadi gagasan berharga (Reniati,2013). Warung Sederhana Biru memerlukan sebuah pengembangan usaha dari segi inovasi agar dapat menarik semua kalangan untuk bisa menjadi target pelanggan dan dapat mempertahankan bisnis warung sederhana dari pesaing lainnya. Adanya pengembangan usaha dengan menambahkan inovasi dapat menambahkan value Warung Sederhana Biru dari pesaingnya.

Metode

Jenis penelitian yaitu penelitian metode Ten Types of Innovation. Metode Ten Types of Innovation merupakan sebuah metode yang melakukan sebuah penelitian untuk mencari sebuah inovasi usaha dengan cara observasi secara langsung. Sumber data didapat dengan melakukan studi literatur dari buku-buku yang terkait dan data dari internet untuk melengkapi gambar-gambar yang lebih update. Data yang diperoleh digabungkan dengan hasil pengamatan (observasi) di Warung Sederhana Biru sehingga diperoleh rumusan masalah. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran positif melalui observasi dan wawancara yang bersumber dari objek penelitian (responden). Teknik analisis data deskriptif kualitatif merupakan salah satu teknik atau metode yang digunakan dalam penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menitikberatkan pada pengamatan fenomena dan memerlukan insting yang tajam dari penelitinya (Wantoro,2019). Penelitian ini akan dilakukan di Warung Sederhana Biru yang bertempat di alamat di Lidah wetan Gang 8, Kecamatan Lakarsatri, Kabupaten Surabaya. Sumber utama yang dijadikan bahan penelitian adalah melalui wawancara langsung yang diperoleh dari Satu Owner, Dua Karyawan Warung Sederhana Biru.

Hasil dan Pembahasan

Business Model Canvas Toko NBC

Business model canvas ini memastikan bahwa bisnis dari hulu hingga hilir sudah diatur sebaik mungkin untuk mendukung bisnis berjalan sesuai rencana. Business model canvas menyajikan konsep bisnis model yang sederhana dengan satu lembar kanvas yang berisi rencana bisnis dengan sembilan elemen kunci yang terintegrasi dengan baik di dalamnya dengan mencakup analisis strategi secara internal maupun eksternal perusahaan (Osterwalder, 2012).

Inovasi Warung Sederhana Biru menciptakan sebuah ide-ide baru untuk memperbaiki Warung Sederhana Biru ini dapat memberikan sebuah perkembangan yang sangat signifikan dan dilakukannya sebuah perancangan strategi business model canvas yang dapat menciptakan Warung Sederhana Biru menjadi usaha yang dapat bersaing dengan para pesaing di area sekitar.

Setelah beberapa metode dirancang memunculkan penambahan strategi business model canvas :

- 1) Customer segment, Target konsumen dari Warung Sederhana Biru adalah Mahasiswa, Organisasi Kampus, Birokrasi Kampus, Pelanggan Online
- 2) Value Propositions, Nilai jual Warung Sederhana Biru memberikan banyak varian menu makanan dan harga jual sesuai dengan kantong pelajar.
- 3) Channel, Penjualan langsung di Warung Sederhana Biru dan penjualan online melalui Marketplace.
- 4) Customer Relationship, Warung Sederhana Biru melakukan hubungan dengan customer dengan menggunakan Marketplace, Whatsapp Business dan penjualan langsung.
- 5) Revenue Streams, Untuk pendapatan Warung Sederhana Biru didapat dari hasil penjualan produk makanan.
- 6) Key Partner Warung Sederhana Biru, Supplier barang dan bahan masakan, Organisasi Kampus.
- 7) Key Resources, Warung Sederhana Biru memiliki pegawai dan peralatan warung.
- 8) Key Activities, Warung Sederhana Biru melakukan aktivitas diantaranya adalah, Pembelian Bahan baku, Persiapan menu jualan, penyajian.
- 9) Cost Structure Warung Sederhana Biru, Bahan Baku, Gaji Karyawan, Listrik dan Air.

<p>Customer Segment</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mahasiswa • Organisasi Kampus • Birokrasi Kampus • Pelanggan Online 	<p>Value Proposition</p> <p>Nilai jual Warung Sederhana Biru memberikan banyak varian menu makanan dan harga jual sesuai dengan kantong pelajar.</p>	<p>Customer Relationship</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Whatsapp Business 2. Marketplace. 3. Penjualan secara langsung
<p>Channel</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Toko Offline 2. Toko Online 	<p>Key Activities</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Pembelian Bahan baku 2) Persiapan menu jualan 3) penyajian. 	<p>Key Partners</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Supplier barang dan bahan masakan 2) Organisasi Kampus.

Key Resources	Revenue Streams	Cost Structure
1. pegawai 2. peralatan warung	hasil penjualan produk makanan.	Bahan Baku, Gaji Karyawan, Listrik dan Air.

Tabel 1. Business Model Canvas Warung Sederhana Biru

10 Types of Innovation Warung Sederhana Biru

Analisa Industri

Dalam Analisa pasar warung makanan terdapat beberapa hasil wawancara Ibu Enik selaku owner dan kutipan menurut para ahli, terdapat beberapa analisa pasar yaitu :

1. Network : Collaboration, Menjalin kerjasama dengan para mitra untuk menjalin keuntungan. Penggerak atau kunci dari industri kreatif ini tidak lain adalah kolaborasi. Kolaborasi ini akan menghasilkan interaksi, diskusi, kompromi dan juga kerja sama (Zubaidah, 2018).
2. Process : Localization, Menyesuaikan penawaran, proses, untuk menargetkan budaya atau wilayah. Lokasi usaha adalah pemacu biaya yang begitu signifikan, lokasi usaha sepenuhnya memiliki kekuatan untuk membuat (atau menghancurkan) strategi sebuah bisnis. Penelitian terdahulu menemukan bahwa lokasi usaha berhubungan dengan penjualan bisnis (Indarti, 2004)
3. Product System : Complement, Jual tambahan terkait atau produk tambahan atau layanan kepada pelanggan. Kutipan owner Warung Sederhana Biru “Adanya kelengkapan sebuah produk membuat ketertarikan pada pelanggan, karena adanya banyak menu pilihan”.
4. Channel : Go Direct, Memanfaatkan E-Commerce seperti Gofood, Shopeefood dan Grabfood. E-commerce merupakan teknologi internet yang dapat melakukan pembelian maupun penjualan secara online, juga dapat sebagai manajemen rantai pasokan (Albayati et al, 2012).

Analisa Pesaing

Melihat banyaknya pesaing di daerah Warung Sederhana Biru perlu adanya analisis pesaing untuk dapat melihat nilai keunggulan dan kelemahannya. Pesaing baru yang terjun dalam bidang industri ini tergolong banyak mengingat makanan merupakan kebutuhan pokok setiap manusia. Tetapi tentu saja masuk dalam suatu bidang baru tidaklah mudah dan pasti mengalami berbagai hambatan. Pesaing baru Warung Sederhana Biru ada 2 yaitu Republik Nasgor dan Spesial belut penyetan Cak Ganteng.

Hasil kesimpulan analisa pesaing pada Republik Nasgor yang dimiliki oleh Bapak Rokim (41 Tahun) :

1. Product System : Complement, Republik Nasgor juga menjual produk tambahan yang menghilangkan value brand.
2. Customer Engagement : Personalisasi, Menawarkan menu yang standart sampai pelanggan merasa percaya.

Hasil kesimpulan Analisa Pesaing Spesial belut penyetan Cak Ganteng (Bapak Odi 29 Tahun) :

1. Profit Model : Premium, Harga dengan margin yang lebih tinggi dari pesaing, biasanya untuk produk unggulan.
2. Product Performance : Superior Product, Menghandalkan sebuah cita tasa produk masakanya yang khas.
3. Product System : Complement, menjual produk tambahan yang menghilangkan value brand.

Dari hasil dua analisa pesaing dari Republik Nasgor dan Spesial belut penyetan Cak Ganteng dapat Memunculkan sebuah inovasi bagi Warung Sederhana Biru :

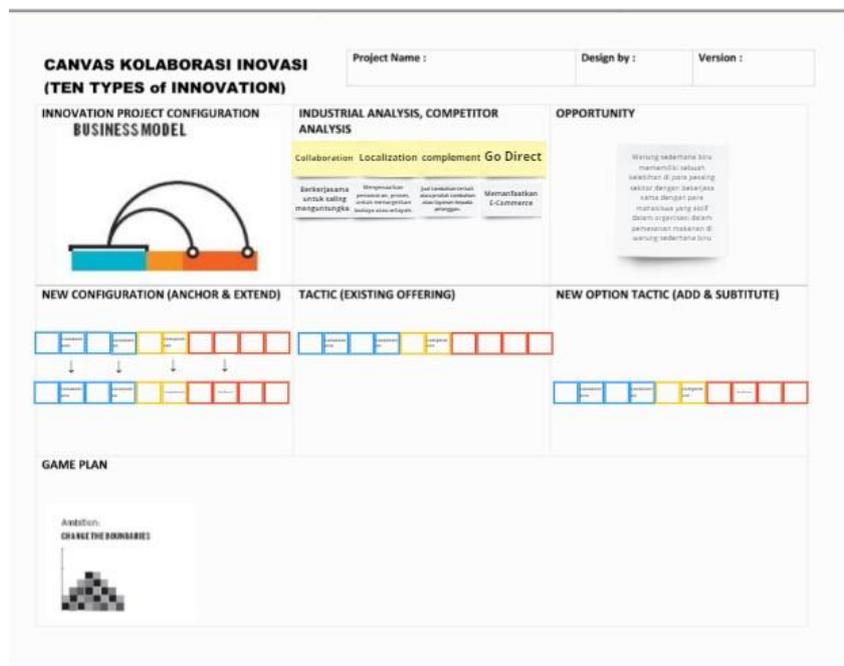
1. Network : Collaboration, Berkolaborasi dengan orgnisasi di kampus dalam pemesanan makanan
2. Process : Localization, Warung sederhana biru menargetkan para Mahasiswa di Universitas Negeri Surabaya
3. Product System : Complement, Menjual produk tambahan.
4. Channel : Go Direct, Memanfaatkan E-Commerce seperti Whatsapp Business, Gofood, Shopeefood, dan Grabfood

	Profit Model	Network	Structure	Process	Product Performance	Product System	Service	Channel	Brand	Customer Engagement
	Configuration			Offering		Experience				
analisa pasar		Collaboration Berkerjasama untuk saling menguntungkan Jual beli langsung antara penjual dan pembeli		Localization Menargetkan mahasiswa umum, untuk mahasiswa lokal dan non lokal Pilih lokasi yang strategis agar mahasiswa dapat dengan mudah akses		complement Jual tambahan selain jasa produk kulineran dan layanan rumah tinggal Value Produk Akan meningkat		Go Direct Memanfaatkan E-Commerce Jual dan pembelian online		
Republik Nasgor						complement Menjual produk tambahan Jual Produk Akan meningkat				Personalisasi Memberikan layanan yang disesuaikan dengan preferensi pembeli
Spesial belut penyaji cak-ganteng	Premium Menjual produk yang lebih mahal dan eksklusif			Superior Product Meningkatkan nilai rasa makanan		complement Menjual produk tambahan Jual Produk Akan meningkat				
Warung sederhana biru		Collaboration Berkerjasama dengan supplier di kampus dalam pemasaran makanan		Localization Menjual sederhana biru menargetkan para mahasiswa umum Pilih lokasi yang strategis agar mahasiswa dapat dengan mudah akses		complement Menjual produk tambahan Value Produk Akan meningkat		Go Direct memanfaatkan layanan Shopeefood, Gofood, dan Grab food Jual dan pembelian produk		

Gambar 1. Analisis Types of Innovation
Sumber: Miro (2023)

Analisa Inovasi Bisnis dan Taktikal Warung Sederhana Biru

Warung Sederhana Biru melakukan sebuah inovasi untuk pembaruan bisnis dengan menambahkan ide-ide baru, kreatifitas yang akan menambah peluang serta dapat memecahkan masalah yang ada. Ungkapan pelanggan, Tina “Mahasiswa dikampus Unesa sangat terbantu dengan adanya Warung Sederhana Biru, karena harga konsumsi jika beli di Warung Sederhana Biru sangatlah membantu dalam meminimalisir biaya anggaran event organisasi dan terkadang dikasih bonus gratisan”. Ungkapan pelanggan Rachel “Warung Sederhana Biru membantu kami para perantauan yang mager jika lagi dikos, kita dapat memesan melalui Shopeefood dan harganya juga tidak terlalu mahal untuk sekelas memesan makanan online”. Sebuah tipe inovasi memberdayakan Network dengan para mahasiswa merupakan langkah yang baik untuk dapat bersaing dengan para pedagang kulineran lainnya. Inovasi Network adalah Bermitra dengan pedagang lain untuk saling menguntungkan, agar bisa beli langsung. Inovasi Network merupakan salah satu cara marketing secara langsung kepada customer, maka Warung Sederhana Biru perlu adanya marketing secara online. Warung Sederhana Biru menambah marketing secara online di tipe inovasi Channel yaitu tipikal Go Direct. Warung Sederhana Biru mengambil tingkatan Model Shifting, Shifting tersebut memfokuskan pada configuration untuk dapat dikembangkan ke samping kanan pada Offering dan Experience. Warung Sederhana Biru memasuki Level kedua yaitu Change The Boundaries, karena menerapkan empat taktikal inovasi. Jadi banyak yang harus dipakai atau diperbarui untuk dapat bertahan dari para pesaing daerah sekitar. Warung Sederhana Biru melakukan penambahan dan perubahan inovasi sebanyak empat types innovation.



Gambar 2. Canvas Kolaborasi Warung Sederhana Biru
 Sumber: Miro (2023)

Pemilihan Inovasi & Taktik Warung Sederhana Biru

Inovasi yang dilakukan Warung Sederhana Biru untuk pembaruan bisnis dengan menambahkan ide-ide baru, kreativitas yang akan menambah peluang serta dapat memecahkan masalah yang ada. Ungkapan salah satu mahasiswa yang menjadi pelanggan Warung Sederhana Biru, Nabila “Saya selalu kerepotan jika mencari konsumsi yang anggaranya harus sesuai dengan yang dianggarkan kampus”. Ungkapan pelanggan Wahyu “Seharusnya di Warung Sederhana Biru didaftarkan di Marketplace seperti Gojek dan shopeefood, jika saya lagi mager bisa mesan lewat aplikasi saja hehe”. Inovasi sistem produk membantu Warung Sederhana Biru untuk membangun ekosistem yang memikat dan menyenangkan pelanggan serta bertahan melawan pesaing. Inovasi bisnis yang diterapkan Warung

Sederhana Biru di dalam bisnisnya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan untuk meningkatkan keuntungan berikut ini strategi yang diterapkan oleh Warung Sederhana Biru di antaranya menerapkan, Collaboration, Localization, Complement, dan Go Direct. .

Warung Sederhana Biru menggunakan taktikal Shifting Business Model. Shifting tersebut bertujuan untuk melakukan kombinasi membuat kekuatan produk dan penawaran value baru untuk konsumen serta memberikan solusi mudah dan kenyamanan yang dibutuhkan oleh pelanggan. Inovasi bisnis yang diterapkan Warung Sederhana Biru di dalam bisnisnya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan serta untuk meningkatkan keuntungan berikut ini strategi yang diterapkan oleh Warung Sederhana Biru di antaranya menerapkan, Collaboration, Localization, Complement, dan Go Direct.

1. Collaboration

Setiap bulan di universitas pasti mengadakan sebuah acara atau event kampus, maka dari itu Warung Sederhana Biru fokus menargetkan para mahasiswa agar dapat mesupplay konsumsi makanan di area tersebut. Warung Sederhana Biru melakukan sebuah inovasi dengan cara berkolaborasi sama para pelajar atau mahasiswa yang aktif di organisasi untuk dapat mensupplay konsumsi makanan sebuah event yang diadakan para mahasiswa. Warung

Sederhana Biru memberikan pemesanan makanan sesuai keinginan pelanggan dan budget keuangan para pelanggan. Salah satu contoh yang telah terjadi Warung Sederhana Biru berkolaborasi dengan Ukm pencak silat untuk menyuplay sebuah konusmsi makanan sebuah event pertandingan pencak silat di Gor Universitas Negri Surabaya.

2. Localization

Warung Sederhana Biru melakukan sebuah adaptasi terhadap lingkungan tempat jualanya agar dapat mudah untuk menjual. Warung Sederhana Biru menekankan biaya modalnya untuk dapat memberikan harga jual yang rendah, karena area jualanya di area para pelajar. Memberikan harga jual yang rendah dengan banyaknya varian menu makanan adalah sebuah salah satu solusi agar dapat memberikan daya tarik kepada para mahasiswa untuk dapat berlangganan di Warung Sederhana Biru.

3. Complement

Warung Sederhana Biru menjual banyak varian menu makanan agar bertujuan menarik para pelanggan agar dapat memilih menu makanan yang mereka inginkan. Warung Sederhana Biru selalu mengikuti perkembangan menu makanan yang diinginkan oleh para pelanggan. Jika menu tersebut peminatnya banyak maka Warung Sederhana Biru akan menambahkan menu tersebut. Langkah tersebut termasuk sebuah salah satu inovasi Complement.

Warung Sederhana Biru memiliki tiga taktikal inovasi yang terdiri dari Collaboration, Localization dan Complement. Namun tiga inovati tersebut belum dapat menjadikan Warung Sederhana Biru mampu bersaing dengan usaha rumah makan lainnya. Maka seharusnya perlu tambahan tipe inovasi untuk Warung Sederhana Biru semakin kuat bersaing dengan usaha rumah makan lainnya, Inovasi Warung Sederhana Biru akan ditambahkan sebuah inovasi Go Direct.

1. Go Direct

Warung Sederhana Biru mendaftarkan menu makananya ke sebuah market place agar dapat melebarkan sebuah pasarnya lagi. Warung Sederhana Biru mendaftarkan di beberapa aplikasi seperti Shopeefood, Gofood, Whatsapp Business untuk menjangkau pelanggan area sekitar yang ingin memesan tanpa harus datang dan menunggu di tempat. Banyak para mahasiswa yang mau makan siang mager untuk jalan ke lokasi tempat makan, maka dari itu Warung Sederhana Biru melakukan sebuah inovasi Go Direct untuk dapat menambahkan solusi bagi permasalahan tersebut. Warung Sederhana Biru termasuk warung tergal yang mengikuti trend untuk dapat berkembang dan bersaing dengan para pengusaha makanan lainnya.



Gambar 3. Canvas Game Plan Innovation

Sumber: Miro (2023)

Kesimpulan

Dari hasil penelitian ini, ditemukan pengembangan bisnis Warung Sederhana Biru dapat dilakukan dengan menggunakan metode Ten Types of Innovation dan business model canvas. Penjelasan kesimpulan proses inovasi bisnis Warung Sederhana Biru :

Inovasi Ten Types of Innovation yang digunakan Warung Sederhana Biru :

1. Network : Collaboration, Warung Sederhana Biru melakukan kerjasama dengan para mahasiswa yang aktif dalam organisasi untuk dapat mensuplay konsumsi makanan berat ke event kampus.
2. Process : Localization, Warung Sederhana Biru melakukan adaptasi dengan lingkungan likasnya, jadi Warung Sederhana Biru membuatkan makanan yang cocok dengan para mahasiswa atau pelajar di daerah sekitar.
3. Product System : Complement, Warung Sederhana Biru membuat tambahan variasi menu untuk pelanggan dapat memilih menu yang disukainya.

Inovasi Ten Types of Innovation yang disarankan untuk dapat digunakan Warung Sederhana Biru:

1. Channel : Go Direct, Warung Sederhana Biru menambahkan fitur toko online agar dapat membuka peluang pasar lebih besar lagi.

Strategi Business Model Canvas Warung Sederhana Biru :

1. Customer segment, Target konsumen dari Warung Sederhana Biru adalah Mahasiswa, Organisasi Kampus, Birokrasi Kampus, Pelanggan Online
2. Value Propositions, Nilai jual Warung Sederhana Biru memberikan banyak varian menu makanan dan harga jual sesuai dengan kantong pelajar.
3. Channel, Penjualan langsung di Warung Sederhana Biru dan penjualan online melalui Marketplace.
4. Customer Relationship, Warung Sederhana Biru melakukan hubungan dengan customer dengan menggunakan Marketplace dan Whatsapp Business
5. Revenue Streams, Untuk pendapatan Warung Sederhana Biru didapat dari hasil penjualan produk makanan.
6. Key Partner Warung Sederhana Biru, Supplier barang dan bahan masakan, Organisasi Kampus.
7. Key Resources, Warung Sederhana Biru memiliki pegawai dan peralatan warung.
8. Key Activities, Warung Sederhana Biru melakukan aktivitas diantaranya adalah, Pembelian Bahan baku, Persiapan menu jualan, penyajian.
9. Cost Structure Warung Sederhana Biru, Bahan Baku, Gaji Karyawan, Listrik dan Air.

Daftar Referensi

- Adisasmita, Rahardjo. (2006). *Pembangunan Pedesaan dan Perkotaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ainiyah, L. A. A. L. A., & Sugiyono, S. (2016). Identifikasi Miskonsepsi Siswa dalam Materi Geometri pada Pembelajaran Matematika Siswa Kelas VIII SMP Negeri 1 Punggelan. *Jurnal Pedagogi Matematika*, 5(1).
- Asytuti, R. (2015). Pengusaha warung Tegal di Jakarta (Pendekatan modal sosial). *Jurnal Hukum Islam*, 13-24.
- AW, S. A. (2006). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Warung Lesehan Nasi Gudeg di Jalan Solo Yogyakarta.
- Fadly, M., & Wantoro, A. (2019). Model Sistem Informasi Manajemen Hubungan Pelanggan Dengan Kombinasi Pengelolaan Digital Asset Untuk Meningkatkan Jumlah Pelanggan. *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya*, 1, 46-55.
- Hastiyanto, Febri (2010), *Spirit Warteg dan Kultur Wirausaha Tegal*, Tegal, Radar Tegal.
- Indarti, Nurul. (2004). Business Location and Success: The Case of Internet Cafe Business in Indonesia. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 6(2), 171-192
- Juanda, (2004), Analisis Karakteristik Usaha Warung Tegal di Kebayoran Baru Jakarta Selatan dan Implikasinya terhadap Pemberian Kredit Mikro pada PT Bank BNI, IPB
- Lupiyoadi, R. (2001), *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*, Salemba Empat, Jakarta.
- L. Alrubaiee, H. Alshaibi dan Y. Al-bayati, "Relationship between B2B E- Commerce Benefits, E-Market-Place Usage and Supply Chain Management," *Global Journal of Management and Business Research*, vol. 12, no. 9, June 2012.
- Maflahah dan Akhmad Ramdhon. (2018). Warung Tegal : Relasi Kampung Menyangga Kota, *Journal of Development and Social Change*, Vol. 1, No. 2
- Moleong, L.J. 2018. *Metode Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya: Bandung.
- Osterwalder, Alexander & Pigneur, Yves. 2019. *Business Model Generation*. PT Elex Media Komputindo KOMPAS GRAMEDIA. Jakarta
- Patton, MQ. 1990. *Qualitative Evaluation Methods*. SAGE. Beverly Hills
- Reniaty, 2013. *Kreativitas Organisasi dan Inovasi Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Setiawan, H. C. B., Kurniawan, A., & Komara, B. D. (2022). *Strategi Digital*
- Tourism dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Desa Hendrosari Kabupaten Gresik. *SAUJANA: Jurnal Perbankan Syariah dan Ekonomi Syariah*, 4(02), 1-11.
- Septio, M. (2022). Sistem Informasi Pemesanan Makanan Berbasis Web Dengan Framework Codeigniter (Studi Kasus: Warung Sederhana). *Journal of Student Development Informatics Management (JoSDIM)*, 2(1), 12-32.
- Taylor, SJ dan R Bogdan. 1984. *Introduction to Qualitative Research Methods: The Search for Meanings*, Second Edition. John Wiley and Sons. Toronto
- Yulianti, F. D. (2023). Product Innovation PT. FIF Group Uses 10 Types Of Innovation. *International Journal of Economics, Business and Innovation Research*, 2(2), 256-263.
- Zubaidah, S. (2018). Mengenal 4C: Learning and innovation skills untuk menghadapi era revolusi industri 4.0. 2nd Science Education National Conference, 1-18.