

DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, P., & Widiyanti, N. (2007). *Dinamika Koperasi*. Rineka Cipta.
- Bayu Pura, R., Andhika Putra, R., & Fitri, H. (2020). *Analisis Perumusan Strategi Bisnis Toserba 165 Universitas Putra Indonesia YPTK Padang*. 1(5), 490–501. <https://doi.org/10.31933/JEMSI>
- Buchari, A. (2016). *Pengantar Bisnis*. Alfabeta.
- Budiono, A. (2019). *Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Pendapatan Toko Mels Collection Menggunakan Analisis SWOT dan QSPM*. 6(2), 7425–7432.
- Darmawan, A., & Haryanto, T. (2020). *KOPERASI: Perkembangan dan Perspektifnya dalam Islam*. UM Purwokerto Press (Anggota APPTI).
- Dwi Komala, R. T. I. W. (2019). *Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Analisis SWOT Studi Pada Eduplex Coworking Space Bandung*. 6(1), 920–927.
- Ermaya, S. K. (2019). Strategi Pengembangan Koperasi dengan Analisis SWOT (Studi Kasus di KSU Maju Jaya). *Ekonomi Dan Bisnis*, 6(1), 86. <https://doi.org/10.35590/jeb.v6i1.812>
- Hanel, A. (2005). *Organisasi Koperasi : Pokok-Pokok Pikiran Mengenai Organisasi Koperasi dan Kebijakan Pengembangannya di Negara-Negara Berkembang*. Graha Ilmu.
- Hasibuan, M. (2004). *Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Bumi Aksara.
- Hendar. (2010). *Manajemen Perusahaan Koperasi*. Erlangga.
- ITANG, I. (2016). *BADAN USAHA KOPERASI DAN BADAN USAHA NON*

- KOPERASI (Studi Komparatif). *ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam*, 7(1), 53–76. <https://doi.org/10.32678/ije.v7i1.35>
- Kustiyah, E., & Irawan. (2014). *Hubungan Bauran Pemasaran dengan Volume Penjualan di Pasar Malam Ngarsopura Surakarta*. 12(01), 1–11.
- Liani, D. (2019). *Analisis TOWS dalam Menentukan Strategi Pemasaran guna Meningkatkan Volume Penjualan pada CV Permadi Karya Mandiri Blitar*. 200–210.
- Mumpuni, D. (2013). *Analisis Strategi SWOT untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Mie Soun Gelang Indah Cilacap*.
- Qanita, A. (2020). *Analisis Strategi dengan Metode SWOT dan QSPM Studi Kasus pada D'Gruz Caffe di Kecamatan Bluto Sumenep*. 1(2), 11–24.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2014). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sepang, J. L., Ekonomi, F., & Manajemen, J. (2014). *Marketing Mix Pengaruhnya Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Manado Sejati Perkasa Group*. 2(1), 421–430.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Suprihanto, J. (2014). *Manajemen*. Gajah Mada University Press.
- Syahrul, U. (2016). *ANALISIS QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING*

MATRIX (QSPM) UNTUK MENENTUKAN STRATEGI BISNIS. November, 24–26.

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. CV Andi Offset.

Wardoyo, G. Y. (n.d.). *APLIKASI MATRIK STRATEGI DALAM PERENCANAAN STRATEGI PERUSAHAAN (Studi Kasus : PT. ELNUSA OFS DIVISION BALIKPAPAN)*. 59–67.

Wesa, A., & Suryono, Y. (2014). *Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat Peserta Pelatihan Kelompok Prakoperasi di Kecamatan Namlea Kabupaten Buru*. 1(November), 149–159.

Dokumen:

Rapat Anggota Tahunan. Tahun Buku 2016. Koperasi Serba Usaha Budidaya. Bandung.

Rapat Anggota Tahunan. Tahun Buku 2017. Koperasi Serba Usaha Budidaya. Bandung.

Rapat Anggota Tahunan. Tahun Buku 2018. Koperasi Serba Usaha Budidaya. Bandung.

Rapat Anggota Tahunan. Tahun Buku 2019. Koperasi Serba Usaha Budidaya. Bandung.

Rapat Anggota Tahunan. Tahun Buku 2020. Koperasi Serba Usaha Budidaya. Bandung.