

DAFTAR PUSTAKA

- Abd Rahim dan Diah Retno Dwi Hastuti. (2005). *Sistem Manajemen Agribisnis*. Makassar: Universitas Negeri Makassar.
- Altieri, Miguel A. 1995. *Agroecology: The Science of Sustainable Agriculture*. Second Edition. Boca Raton: CRC Press.
- Assauri, S. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press.
- BPS. 2015. *Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Bunch, R. 2008. An Odyssey of Discover, diperoleh pada 13 Mei 2018 di: http://www.newfarm.org/features/1002/roland_bunch/
- Chris Fill dan Barbara Jamieson. 2006. *Marketing Communication*. Great Britain: Edinburgh Business School.
- Dharmmesta, B. S. 2008. Proses Manajemen Pemasaran dan Strategi Pemasaran, diperoleh pada 14 Mei di <http://widyo.staff.gunadarma.ac.id/Downloads/files/39419/proses+manajemen+pemasaran+dan+strategi+pemasaran.pdf>
- Feenstra, G. 2016. What is Sustainable Agriculture?, diperoleh pada 14 Mei 2018 di: <http://asi.ucdavis.edu/programs/sarep/about/what-is-sustainable-agriculture>
- Firdaus, M. 2008. *Manajemen Agribisnis*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Goneos-Malka, AC. 2012. Marketing Communication Chapter 3, diperoleh pada 15 Mei 2018 di <https://repository.up.ac.za/bitstream/handle/2263/30427/03chapter3.pdf?sequence=4>

- Haryanti, D. M., Hati, S.R.H., Astari, W., Susanto, K. 2016. *Berani jadi Wirausaha Sosial?*. Jakarta: Bank DBS Indonesia.
- Hermawan, A. 2012. *Komunikasi pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Jones, C. 2015. What is a Social Enterprise? (2), diperoleh pada 15 April 2018 di: <https://www.clearlyso.com/what-is-a-social-enterprise-2/>
- Kareh, A. 2017. Seven Steps To A Better Integrated Marketing Communications Strategy, diperoleh pada 15 Mei 2018 di <https://www.forbes.com/sites/forbesagencycouncil/2017/03/16/seven-steps-to-a-better-integrated-marketing-communications-strategy/#229177307841>
- Kasmir. 2013. *Kewirausahaan*. Edisi Revisi. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kirana, E. N. 2017. Analisis Kendala Proses Implementasi Inovasi pada Kewirausahaan Sosial. Studi pada Terasmitra, Jakarta. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Kotler, P. Kartajaya, H. Septiawan, I. 2010. *Marketing 3.0: From Products to Customers to the Human Spirit*. New Jersey: John Wiley.
- Kotler, P. Kartajaya, H. Huan, H. D. 2017. *Marketing for Competitiveness*. Jakarta: Bentang Pustaka
- Lupiyoadi, R. 2007. *Entrepreneurship: From Mindset to Strategy*. Edisi Kedua, Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.
- Marketeers. 2012. Bagaimana Membangun Komunikasi Pemasaran yang Efektif, diperoleh pada 15 Mei 2018 di <http://marketeers.com/bagaimana-membangun-komunikasi-pemasaran-yang-efektif/>
- Oentoro, D. 2012. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LaksBang.

- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas Jilid II*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Philip Kotler dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Pragiwaksono, P. 2016. *Juru Bicara*. Cetakan pertama. Jakarta: Bentang Pustaka.
- Qarina, A. N. 2017. Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran pada PT. Penerbit Elangga Surakarta dalam Usaha Menarik Pelanggan. Tugas Akhir. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Sekretariat SDGs Indonesia. 2018. Dokumen-dokumen Penyusunan Rencana Aksi TPB/SDGs Indonesia, diperoleh pada 11 Maret 2018 di <http://sdgs.bappenas.go.id/wp-content/uploads/2017/11/Kompilasi-Dokumen-SDGs.zip>
- Serikat Petani Indonesia. 2018. Isu Utama: Pertanian Berkelanjutan, diperoleh pada 9 Maret 2018 di: <http://www.spi.or.id/isu-utama/pertanian-berkelanjutan/>
- Shimp, T. A. 2003. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Sulaksana, U. 2007. *Integrated Marketing Communications*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Tantri, F. 2009. *Pengantar bisnis*. Cetakan Kedua. Jakarta: Rajawali Pers.
- Tirto. 2018. Bisnis Sosial ala Kaum Muda, diperoleh pada 9 Maret 2018 di: <https://tirto.id/bisnis-sosial-ala-kaum-muda-cFT9>