

**PENGEMBANGAN STRATEGI *BUSINESS MODEL CANVAS*
(BMC) PADA UMKM RG DESIGN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar S.Bns.



Disusun oleh:

Dian Samsul Ma'rup

1901749

**PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
KAMPUS TASIKMALAYA**

2023

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul "**Pengembangan Strategi *Business Model Canvas (BMC)* pada *UMKM RG Design***" ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri.

Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Tasikmalaya, 04 Januari 2023

Dian Samsul Ma'rup

LEMBAR PENGESAHAN
PENGEMBANGAN STRATEGI *BUSINESS MODEL CANVAS* (BMC)
PADA UMKM RG DESIGN

Disetujui dan disahkan oleh:
Pembimbing I,



Mira Nurfitriya, S.Pd., M.Sc., CIPE.

NIP 920200119911219201

Pembimbing II,



Nizza Nadya Rachmani, S.Hut., M.M., CIPE.

NIP 920200419920802201

Diketahui,

Ketua Program Studi Kewirausahaan,



Azizah Fauziah, S.Pd., M.Pd.

NIP 92017121991020201

PENGEMBANGAN STRATEGI *BUSINESS MODEL CANVAS* (BMC) PADA UMKM RG DESIGN

Dian Samsul Ma'rup

1901749

ABSTRAK

Penelitian ini berfokus pada pengembangan strategi *business model canvas*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana gambaran strategi *business model canvas* saat ini, mengetahui bagaimana evaluasi *business model canvas* dengan menggunakan *business model canvas evaluation* dan mengetahui bagaimana pengembangan strategi *business model canvas* pada UMKM RG Design. Objek yang dipilih pada penelitian ini adalah RG Design karena adanya permasalahan dalam kurangnya pemanfaatan dan pengoptimalan peluang bisnis yang ada dan pengembangan untuk mempertahankan bisnis di tengah ketatnya persaingan bisnis konveksi dan sablon. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dokumen dan triangulasi. Analisis data yang digunakan adalah *tools business model canvas*. Hasil penelitian ini menunjukkan gambaran strategi *business model canvas* RG Design saat ini yang menunjukkan produk dan jasa yang ditawarkan kepada pelanggan dengan nilai proposisi kinerja, desain, harga, pengurangan resiko, kemampuan dalam mengakses dan kenyamanan dengan saluran pemasaran melalui media social Facebook, Instagram, dan WhatsApp Bisnis dan *e-commerce* Shopee, Lazada dan Tokopedia. Pendapatan didapatkan dari penjualan produk dan jasa yang ditawarkan. Berdasarkan hasil evaluasi seluruh elemen BMC RG Design berwarna kuning yang mengindikasikan kondisi waspada terhadap ancaman yang ada. Sehingga RG Design harus secepatnya mengambil kebijakan yang tepat. Pengembangan strategi *business model canvas* yang dilakukan terhadap RG Design dapat memudahkan dalam pengambilan keputusan dalam inovasi, perencanaan, implementasi, evaluasi bisnis maupun pengembangan bisnis RG Design. Pengembangan yang dilakukan dapat memberikan solusi dari permasalahan yang ada pada RG Design serta memenuhi berbagai keinginan dan kebutuhan pelanggan dengan lebih baik.

Kata Kunci: Bisnis model canvas, strategi bisnis, UMKM

**DEVELOPMENT OF THE BUSINESS MODEL CANVAS (BMC) STRATEGY
IN MSME RG DESIGN**

Dian Samsul Ma'rup

1901749

ABSTRACT

This research focuses on developing a business model canvas strategy. The purpose of this research was to find out how the current business model canvas strategy were described, find out how to evaluate the business model canvas using business model canvas evaluation and find out how to develop a business model canvas strategy at UMKM RG Design. The object chosen in this study is RG Design because of the problems in the lack of utilization and optimization of existing business opportunities and development to maintain business in the midst of intense competition in the convection and screen printing business. This research method used a qualitative method with a case study approach. Data collection techniques were carried out through observation, interviews, documents and triangulation. The data analysis used is the business model canvas tool. The results of this study shows an overview of RG Design's current business model canvas strategy which shows the products and services offered to customers with the value propositions of performance, design, price, risk reduction, ability to access and convenience with marketing channels through social media Facebook, Instagram, and WhatsApp Business and e-commerce Shopee, Lazada and Tokopedia. Revenue is obtained from the sale of products and services offered. Based on the evaluation results, all elements of BMC RG Design are yellow, which indicates a state of alert to existing threats. So that RG Design must immediately take the right policy. The development of a business model canvas strategy carried out on RG Design can facilitate decision making in innovation, planning, implementation, business evaluation and business development of RG Design. The development carried out can provide solutions to existing problems at RG Design and better fulfill the various wants and needs of customers.

Keywords: *Business model canvas, business strategy, MSMEs.*

Dian Samsul Ma'rup, 2023

PENGEMBANGAN STRATEGI BUSINESS MODEL CANVAS (BMC) PADA UMKM RG DESIGN
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul “**Pengembangan Strategi *Business Model Canvas* (BMC) pada UMKM RG Design**”. Sholawat serta salam penulis sampaikan kepada baginda alam Nabi Muhammad SAW yang telah menerangi umat manusia dengan cahaya kebenaran yang mudah-mudahan sampai kepada keluarganya, sahabatnya, para pengikutnya hingga kita selaku umatnya hingga akhir zaman.

Tujuan dari penulisan skripsi ini untuk memenuhi Sebagian syarat dalam memenuhi salah satu syarat menempuh ujian akhir, yaitu sidang skripsi untuk memperoleh gelar Sarjana Bisnis Program Studi Kewirausahaan Unieversitas Pendidikan Indonesia.

Penulis mengucapkan terimakasih banyak kepada semua pihak yang telah membimbing, membantu dan membagi sebagian ilmunya sehingga pennulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat konstruktif untuk menyempurnakan skripsi ini. Penulis berharap agar skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi pembaca.

Pangandaran, Januari 2023



Dian Samsul Ma'rup

UCAPAN TERIMA KASIH

Syukur Alhamdulillah atas segala nikmat Kesehatan, waktu luang dan akal rasional yang telah Allah SWT limpahkan sehingga dapat diselesaikannya skripsi ini dengan waktu yang ideal. Dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dukungan dari berbagai pihak.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dukungan dari berbagai pihak. Penulis secara khusus mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu. Penulis banyak menerima bimbingan, petunjuk dan bantuan serta dorongan dari berbagai pihak baik yang bersifat moral maupun material. Pada kesempatan kali ini penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof, Dr. M. Solehuddin, M.Pd, M.A. selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Prof. Dr. Nandang Rusmana, M.Pd. selaku Direktur Universitas Pendidikan Indonesia.
3. Ibu Azizah Fauziah, S.Pd., M.Pd., CIPE selaku Ketua Prodi Kewirausahaan Universitas Pendidikan Indonesia.
4. Ibu Mira Nurfitriya, S.Pd., M.Sc., CIPE. Selaku pembimbing akademik dan dosen pembimbing skripsi 1 yang telah membimbing dengan memberikan yang terbaik untuk kelancaran skripsi penulis. Terima kasih telah meluangkan waktu dan memberikan masukan yang bermanfaat.
5. Ibu Nizza Nadya Rachmani, S.Hut., M.M., CIPE. Selaku dosen pembimbing skripsi 2 yang telah membimbing memberikan arahan, sara, dan motivasi dalam penyusunan skripsi.
6. Ibu Ghia Ghaida Kanita selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan semangat dan bimbingannya dalam perkuliahan dan penyusunan skripsi ini. Terima kasih telah menjadi dosen pembimbing akademik yang dapat menjadi panutan bagi penulis.

7. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Kewirausahaan dan tenaga pendidik yang telah memberikan ilmu yang berharga kepada penulis semoga ilmu yang diberikan senantiasa menjadi catatan pahala yang tak terhingga.
8. Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan yang telah menyelenggarakan program Bidikmisi, dengan bantuan beasiswa ini penulis dapat menyelesaikan perkuliahan hingga selesai.
9. Terima kasih kepada *owner* RG Design, Bapak Ridwan Rifa'i yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk melakukan penelitian di perusahaan tersebut.
10. Kedua orang tua Mamah Ee Nurhaenah dan Bapak Syamsudin yang telah menghantarkan penulis menjadi orang yang berilmu yang pastinya bermanfaat bagi orang banyak. Semoga menjadi amal jariyah bagi kedua orang tua hingga akhir jaman.
11. Terima kasih kepada Kakak saya yang telah memberikan motivasi dan membangun semangat penulis selama berkuliah hingga menyelesaikan penulisan skripsi ini.
12. Keluarga besar tercinta Abah Karja (alm.) dan keluarga besar Abah Oyon (alm.) yang telah memberikan dukungan, semangat, kehangatan keluarga, dan kasih sayang kepada penulis.
13. Terima kasih kepada seluruh civitas akademik MAN 2 Pangandaran yang telah memberikan dukungan, semangat dan amanah yang begitu besar untuk terus melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi. Semoga ilmu yang Bapak Ibu Guru berikan kepada penulis menjadi amal jariyah.
14. Rekan satu perjuangan skripsi yang telah berkomitmen dalam menyelesaikan Pendidikan sarjana dalam waktu 3,5 tahun. Terima kasih Muhammad Aqshal Faryza, Muhammad Luthfi Hidayat dan Saddam Wildhan Aulia Arshandya telah saling bertukar pikiran, saling membantu serta menguatkan dalam menyelesaikan skripsi ini.

15. Teman seperjuangan kelas C Kewirausahaan Angkatan 2019 yang telah menemani penulis di kala suka dan duka selama perkuliahan, Bagus Permana Sidiq, Muhammad Rian Anggara Rindani, Nathan Sihombing. Terima kasih telah menemani perjalanan penulis selama perkuliahan, canda tawa serta duka telah kita lewati bersama. Semoga kelak kita akan bertemu kembali dengan kabar kesuksesan masing-masing dan keadaan sehat walafiat.
16. Rekan-rekan KWU Angkatan 2019 yang kebersamaian perjuangan angkatan 2019 prodi ini semoga silaturahmi ini tidak terputus sampai kapanpun.
17. Terima kasih warung nasi Ibu Ami dan juga Ibu Siti Kost Pelangi yang telah membantu perihal akomodasi selama penulis berkuliah di Tasikmalaya. Semoga setiap kebbaikannya menjadi amal ibadah di hadapan Yang Maha Esa.
18. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, tanpa mengurangi rasa hormat terima kasih atas kebaikan yang telah diberikan semoga menjadi amal kebaikan dihadapan Yang Maha Esa.

Terima kasih yang sebesar-besarnya semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlimpah atas do'a dan dukungan yang diberikan dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Pangandaran, Januari 2023



Dian Samsul Ma'rup

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat dari segi teori	7
1.4.2 Manfaat dari segi praktis	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Kajian Pustaka	9
2.1.1 Manajemen Strategi.....	9
2.1.1.1 Konsep Manajemen Strategi.....	9
2.1.1.2 Definisi Manajemen Strategi.....	9
2.1.1.3 Elemen Manajemen Strategi.....	10
2.1.2 Strategi Bisnis.....	11
2.1.3 Business Model Canvas (BMC)	12
2.1.3.1 Konsep Business Model Canvas (BMC).....	12
2.1.3.2 Definisi <i>Business Model Canvas</i> (BMC)	13
2.1.3.3 Indikator <i>Business Model Canvas</i> (BMC).....	14
2.2 Penelitian Terdahulu	16
2.3 Kerangka Pemikiran	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Objek Penelitian.....	31

3.2	Metode dan Desain Penelitian	31
3.2.1	Metode Penelitian	31
3.2.2	Desain Penelitian	32
3.2.3	Prosedur Penelitian	32
3.3	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	33
3.3.1	Sumber Data	33
3.3.2	Teknik Pengumpulan Data	33
3.4	Teknik Analisis Data	34
3.5	Kisi-Kisi Instrumen Wawancara.....	35
3.6	Rancangan Analisis Data.....	37
3.7	Responden Penelitian	39
3.8	Waktu dan Jadwal Penelitian.....	40
3.9	Alat Evaluasi.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		42
4.1	Gambaran Umum UMKM RG Design.....	42
4.1.1	Visi Misi RG Design	43
4.1.2	Struktur Organisasi dan Deskripsi Pekerjaan	44
4.2	Identifikasi <i>Business Model Canvas</i> RG Design.....	45
4.2.1	<i>Customer Segment</i>	46
4.2.2	<i>Value Proposition</i>	46
4.2.3	<i>Channels</i>	49
4.2.4	<i>Customer Relationship</i>	49
4.2.5	<i>Revenue Stream</i>	50
4.2.6	<i>Key Activities</i>	50
4.2.7	<i>Key Resources</i>	52
4.2.8	<i>Key Partnerships</i>	53
4.2.9	<i>Cost Structure</i>	53
4.3	Evaluasi <i>Business Model Canvas</i> (BMC) RG Design.....	54
4.3.1	<i>Customer Segment</i>	56
4.3.2	<i>Value Proposition</i>	57
4.3.3	<i>Channels</i>	57
4.3.4	<i>Customer Relationship</i>	58

4.3.5	<i>Revenue Stream</i>	58
4.3.6	<i>Key Activities</i>	59
4.3.7	<i>Key Resource</i>	59
4.3.8	<i>Key Partnerships</i>	60
4.3.9	<i>Cost Structure</i>	60
4.4	Pengembangan Strategi <i>Business Model Canvas</i> RG	
	Design.....	61
4.4.1	<i>Customer Segment</i>	62
4.4.2	<i>Value Proposition</i>	64
4.4.3	<i>Channels</i>	66
4.4.4	<i>Customer Relationships</i>	67
4.4.5	<i>Revenue Streams</i>	67
4.4.6	<i>Key Resources</i>	70
4.4.7	<i>Key Activities</i>	69
4.4.8	<i>Key Partnerships</i>	70
4.4.9	<i>Cost Structure</i>	71
	BAB V SIMPULAN DAN SARAN	72
5.1	Simpulan	72
5.2	Implikasi	73
5.3	Saran	73
	DAFTAR PUSTAKA	75
	LAMPIRAN	83
	BIODATA PENULIS	100

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1 Kisi-Kisi Instrumen Wawancara.....	35
Tabel 4.1 Daftar Harga Produk RG Design	47
Tabel 4.2 <i>Indonesian in 2022: Looking at Fashion Trends and Economy Revival</i>	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Jumlah UMKM di Provinsi Jawa Barat dari Tahun 2016-2021.....	1
Gambar 1.2 Data Jumlah UMKM Kategori Konveksi di Kabupaten Pangandaran dari Tahun 2017-2021.....	2
Gambar 1.3 Data Pendaptan RG Design pada Tahun 2021.....	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	32
Gambar 3.1 Prosedur Penelitian.....	35
Gambar 3.2 Sembilan Elemen Bisnis Model Kanvas.....	37
Gambar 3.3 <i>BMC Tools Evaluation</i>	43
Gambar 4.1 Produk Seragam Sekolah.....	45
Gambar 4.2 Struktur Organisasi RG Design.....	46
Gambar 4.3 BMC RG Design.....	48
Gambar 4.4 Hasil Evaluasi BMC RG Design.....	56
Gambar 4.5 Grafik Hasil Evaluasi SWOT BMC RG Design.....	57
Gambar 4.6 Pengembangan BMC RG Design.....	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kisi-Kisi Instrumen Wawancara Penelitian.....	83
Lampiran 2 Pertanyaan Wawancara.....	86
Lampiran 3 Hasil Wawancara.....	88
Lampiran 4 Kuesioner <i>BMC Evaluation Tools</i>	93
Lampiran 5 Hasil <i>BMC Evaluation Tools</i>	101

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, U., Sasongko, A. H., Aguzman, G., & Sugiharto. (2018). Business model canvas as a solution for competing strategy of small business in Indonesia. *International Journal of Entrepreneurship*, 22(1), 1–9.
- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: CV. Syakir Media Press.
- Ahmad. (2020). *Manajemen Strategis*. Makassar: Cv. Nas Media Pustaka.
- Akhmad, K. A. (2015). Pemanfaatan Media Sosial bagi Pengembangan Pemasaran UMKM (Studi Deskriptif Kualitatif pada Distro di Kota Surakarta). *DutaCom Journal*, 9(1), 43–54.
- Athia, I., Saraswati, E., & Normaladewi, A. (2018). Penerapan Business Model Canvas (Bmc) Untuk Mendorong Mindset Kewirausahaan Di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Malang. *Jurnal Ketahanan Pangan*, 2(1), 66–75.
- Awaluddin, R. (2019). Pemetaan Inovasi Bandara Internasional Jawa Barat Dengan Bisnis Model Canvas. *Journal Mantik Penusa*, 3(3), 85–91.
- Azhar, R. M., Suparno, O., & Djohar, S. (2018). Pengembangan Model Bisnis pada Lokawisata Baturaden Menggunakan Business Model Canvas. *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 12(2), 137.
- Banani, A. (2020). Bagaimana Menggapai Keunggulan Bersaing Yang Berkelanjutan. *Jurnal Fakultas Ekonomi Unsoed Jurusan Manajemen*, 1(1), 1–20.
- Budiman, A., & Koeswandi, T. (2019). Studentpreneurship Training Through the Development of Business Model Canvas. *The International Journal of Business Review (The Jobs Review)*, 2(1), 57–62.
- Daud, M. N. (2017). Analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku Produksi Roti Wilton Kualasimpang. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2), 760–774.
- Dewi, N. P. D. E., & Seminari, N. K. (2017). Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Upaya Membangun Keunggulan Bersaing Pada Hotel Alila Ubud. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(11), 6120–6140.

- Dewi, S., & Hawidi, R. G. (2021). Pendampingan Analisis Implementasi Perjanjian Kerjasama Sewa Menyewa Mobil Perusahaan : Studi Pada Pt Universal Yasa Solutions. *Conference on Community Engagement Project*, 1(1), 412–417.
- Jabarprov.go.id. (2022). Jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berdasarkan Kabupaten/Kota di Jawa Barat. Diakses pada 5 Juli 2022, dari <https://opendata.jabarprov.go.id/id/dataset/jumlah-usaha-mikro-kecil-menengah-umkm-berdasarkan-kabupatenkota-dan-kategori-usaha-di-jawa-barat>
- Dunan, H., & Angestu, B. (2020). Analisis Strategi Bisnis Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada Love Shop Boutique Di Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 11(1), 53–62.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif. *Humanika*, 21(1), 33–54.
- Farida, S. I. (2021). Manajemen Sumber Daya Manusia. Purbalingga: In *Eureka Media Aksara*.
- Patricia, W., & Sultan, M. A. S. (2019). Implementasi Bisnis Model Kanvas dalam Perancangan Manajemen Bisnis Aplikasi JASKOST. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 10(1), 93–100.
- Fitriani, R., Nugraha, & Djamaludin. (2020). Strategi Pengembangan Sektor Industri Alas Kaki Berbahan Kulit dengan Metode Analisis SWOT dan Bisnis Model Canvas. *Jurnal Sains, Teknologi dan Industri*, 18(1), 34–42.
- Griffin, R.W. (2016). *Management*. Mason: Cengage Learning
- Halim, A. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(2), 157–172.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Issue March). CV. Pustaka Ilmu.
- Harfiani, R., & Pasaribu, M. (2019). Implementasi Business Model Canvas Pada CV. Media (Penerbit dan Distributor Buku Pelajaran PAUD). *Pusat Kewirausahaan, Inovasi dan Inkubator Bisnis Fakultas Ekonomi dan Bisnis*, 1(1), 200–208.

- Hartatik, & Baroto, T. (2017). Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Metode Business Model Canvas. *Jurnal Teknik Industri*, 18(2), 113–120.
- Hermawan, A., & Pravitasari, J. (2013). Business Model Canvas (Kanvas Model Bisnis). *Akselerasi*, 1(1) 1–23.
- Husen, T. I., & Mandaraira, F. (2021). Penerapan Strategi Bisnis di Masa Pandemi Covid-19 (Studi pada UMKM Wizz Kitchen Aceh Barat). *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 5(2), 191–198.
- Jawad, A. A., Mulyono, A., Purwanto, Y., Teknik, F., Studi, P., Industri, T., & Pamulang, U. (2021). *Strategi Pengembangan Produk Dan Market Keset*. 3(1), 71–79.
- Jessica, N., Bisnis, P. M., Manajemen, P. S., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2017). Analisis Business Model Canvas Pada Tirotti Bakery. *Agora*, 5(3). 1-8.
- Joni, I. D. M. A. B. (2018). Analisa Implementasi E-Scm Pada Model Bisnis Distribution Outlet (Distro). *Jurnal Pendidikan Teknologi Dan Kejuruan*, 15(1), 146–156.
- Jufidar, J., Abbas, F., & Safwadi, I. (2019). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Merek dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Skuter Metik Merek Honda di Kota Banda Aceh. *Jurnal Humaniora : Jurnal Ilmu Sosial, Ekonomi Dan Hukum*, 3(1), 14–25.
- Juliningrum, E., & Sudiro, A. (2013). *Pengaruh Kompensasi, Budaya Organisasi, terhadap Motivasi Kerja dan Kinerja Pegawai*. 11(4), 665–676.
- Karyono, O. (2018). Membangun Daya Saing Melalui Strategi Bisnis. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 8(1), 182–190.
- Kemenkopukm.go.id. (2022). Perkembangan Data Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dan Usaha Besar (UB) Tahun 2018-2019. Diakses pada 5 Juli 2022, dari <https://satudata.kemenkopukm.go.id/file/arsip/b9a28d5c-ca1c-4b97-969d-ddaf4573af9f.pdf?type=download>
- Kim, W. C., & Mauborgne, R. (2015). *Blue Ocean Strategy: Menciptakan Ruang Pasar Tanpa Pesaing dan Menjadikan Persaingan Tidak Lagi Relevan*. Jakarta Selatan: PT. Mizan Publika.
- Kuswandi, S., Banjarnahor, A. R., Surya, C. M., Mardia, M., Purba, B., Manullang, S. O., Faza, I., Rosmawati, R., Simanjuntak, M., & Sudarmanto, E. (2021).

- Manajemen Aset dan Pengadaan. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Lesmana, A. C. (2022). Pengembangan Strategi Pemasaran Melalui Pelatihan Business Model Canvas Pada Mitra Umkm Di Kota Bandung. *Desa Dan Masyarakat*, 3, 2716–4705.
- Listritika S, B. K. dan I. W. (2019). Pengaruh Rangkap Jabatan Terhadap Efektivitas Kinerja P2K3 Dalam Upaya Peningkatan Keselamatan Dan Kesehatan Kerja Di Pt X. *Jurnal Kesehatan Masyarakat (e-Journal)*, 7(3), 60–65.
- Lukiastuti, F. (2021). Orientasi Wirausaha, Orientasi Pasardan Kinerja: Pengaruh Mediasi Strategi Cost Leadership Di Masa Pandemi Covid 19 (Studi Pada UKM Laundry di Kota, Semarang). *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 168–190.
- Maryani, L. (2019). Peran Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing di Industri Fashion. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 5(1), 48–60.
- Mustikowati, R. I., & Tysari, I. (2015). Orientasi Kewirausahaan, Inovasi, Dan Strategi Bisnis Untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan (Studi Pada Ukm Sentra Kabupaten Malang). *Jurnal Ekonomi MODERNISASI*, 10(1), 23.
- Nazarudin. (2020). Manajemen Startegik. Palembang: CV. Amanah.
- Novianto, E. (2019). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2022). Business Model Generation. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Market Research & Consumer Insights. (2022). Looking at Fashion trends and Economy Revival. Populix
- Porter, M. E. (1998). *Competitive Strategy : Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: The Free Press.
- Rainaldo, M., Wibawa, B. M., & Rahmawati, Y. (2017). Analisis Business Model Canvas Pada Operator Jasa Online Ride-Sharing (Studi Kasus Uber di Indonesia). *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 6(2), 2–6.
- Ratihah, R., Hartanti, H., & Setyaningsih, E. D. (2021). Inovasi dan Daya Kompetitif Para Wirausahawan UMKM: Dampak dari Globalisasi Teknologi Informasi. *Jurnal Ecodemica Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 5(2), 152–163.

- Ratnasari, S. D., & Sunarto. (2021). Analisis penerapan bisnis model canvas (studi pada UKM di kota batu malang). *EKONIKA Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 6(2), 307.
- Rezeki, F., Sijabat, R., Pontoan, K. A., Poluakan, M. V., Bili, A. C. B., Sudirman, A., Mahanani, E., Dwianggoro, P., Irmal, Suryani, Dewi, M. S., Satmoko, N. D., Wardhana, A., & Nani. (2022). *Bisnis Internasional*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Saleh, M.Y. & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makassar: CV. Sah Media.
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan Media Sosial untuk Efektifitas Komunikasi. *Entrepreneur Jurnal*, 1(1), 1–7.
- Setijawibawa, M. (2015). Pengembangan Bisnis Pada Depot Dahlia Menggunakan Business Model Canvas. *Agora*, 3(2), 305–313.
- Sitio, V. S. S. (2017). Strategi Bisnis Model dengan Pendekatan Business Model Canvas (Studi kasus di industri kecil dan menengah (IKM) Bir Pletok Bu Lina di Kelurahan Ciracas, Jakarta Timur). *Journal of Economics and Business Aseanomics*, 2(1), 36-51.
- Solihin, I. (2009). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Erlangga.
- Sort, J. C., & Nielsen, C. (2018). Using the Business Model Canvas to Improve Investment Processes. *Journal of Research in Marketing & Entrepreneurship*, 20(1), 10–33.
- Suarmaja, I. B. K., & Suparna, G. (2017). Perumusan Strategi Bisnis Dan Implikasinya Terhadap Strategi Pemasaran Pada Pt . Tirta Mumbul Jaya Abadi Singaraja. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Udayana*, 1(1), 1203–1218.
- Sudrartono, T. (2019). Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Tingkat Penjualan Produk Fashion Usaha Mikro Kecil. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1), 55–66.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif* . Bandung: CV. Alfabeta.
- Sukmadewi, Y. D. (2018). Kajian Legalitas Dan Manajemen Merek Pada Umkm Munaku Sulam Pita Semarang. *Law Reform*, 14(2), 275.
- Sularsih, H., & Nasir, A. (2021). Strategi UMKM Dalam Meningkatkan Pendapatan Dimasa Pandemi Covid-19 Guna Mempertahankan Kelangsungan

- Usaha Di Era Revolusi Industri 4.0 (Studi Pada UMKM Makanan Dan Minuman Di Kabupaten Pasuruan). *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 16(4), 763–772.
- Sultan, R., & Hasbi, I. (2018). Analisis Bisnis Model Kanvas pada Kadatuan Koffie Bandung. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 116–123.
- Suwarni, E., & Handayani, M. A. (2021). Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah Keripik Pisang Dengan Pendekatan Business Model Kanvas. *Mbia*, 19(3), 320–330.
- Taufiqurrahman. (2016). Mengenal Manajemen Strategik. Jakarta Pusat: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama.
- Warnaningtyas, H. (2020). Desain Bisnis Model Canvas (BMC) Pada Usaha Batik Kota Madiun. *EKOMAKS: Jurnal Manajemen, Ilmu Ekonomi Kreatif Dan Bisnis*, 9(2), 52–65.
- Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2012). Strategic Management And Business Policy Toward Global Sustainability. London: Pearson Education.
- Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti. (2018). Strategi dan Program Pemasaran. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1), 59–66.
- Widiyanti, W. (2021). Business Model Canvas Sebagai Alat Bantu Dalam Menentukan Strategi Bisnis Jasa Penyewaan Mainan. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 5(2), 285.
- Xing, K., & Ness, D. (2016). Transition to Product-Service Systems : Principles and Business Model. *Product-Service Systems across Life Cycle Transition*, 8(1), 525–530.
- Yin, R. K. (2018). Case Study Research and Applications. New Delhi: Sage Publications.
- Yushita, A. N. (2017). Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi. *Nominal :Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, VI, 15.