

# Upaya Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era Digitalisasi Bisnis

<sup>1)</sup>Eka Yuniar\*, <sup>2)</sup>Dicky Andriyanto, <sup>3)</sup>Fachmi Resya, <sup>4)</sup>Dwi Indriani Fidiastutik Wijaya, <sup>5)</sup>Prilinaya Yudhistira, <sup>6)</sup>Mujiono, <sup>7)</sup>Maria Qori'ah

<sup>1,2,3)</sup>Program Studi Manajemen Pemasaran Internasional, Politeknik Negeri Jember, Jember, Indonesia

<sup>4,5)</sup>Program Studi Akuntansi Sektor Publik, Politeknik Negeri Jember, Jember, Indonesia

<sup>6)</sup>Program Studi Teknik Komputer, Politeknik Negeri Jember, Jember, Indonesia

<sup>7)</sup>Program Studi Pendidikan Islam Anak Usia Dini, Institut Agama Islam Ibrahimy - Genteng, Banyuwang, Indonesia  
Email Corresponding: [eka\\_yuniar@polije.ac.id](mailto:eka_yuniar@polije.ac.id)

## INFORMASI ARTIKEL

## ABSTRAK

### Kata Kunci:

Model Bisnis Canvas  
UMKM  
Digitalisasi Bisnis  
Platform Bisnis  
Edupreneur

Digitalisasi bisnis memiliki pengaruh cukup signifikan terhadap kegiatan bisnis yang dijalankan oleh sektor UMKM di Indonesia. Namun, pada kenyataannya tidak semua pelaku UMKM memahami bagaimana konsep bisnis yang terbaru dan berbasis digital untuk meningkatkan nilai bisnisnya. Permasalahan ini menjadi hambatan bagi pelaku UMKM untuk mempertahankan bisnisnya ditengah modernisasi dan masifnya kompetitor yang terus berkembang memperbaiki kualitas bisnis supaya menarik minat pelanggan. Berdasarkan fenomena tersebut, maka perlu dilaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat yang menekankan kepada manajemen bisnis terbaru menyesuaikan era digital saat ini. Tujuan dilaksanakannya pengabdian adalah memperkenalkan manajemen bisnis terbaru kepada pelaku UMKM supaya bisa diterapkan sesuai gaya konsumen saat ini. Metode pengabdian dilaksanakan dengan cara seminar dan memperkenalkan model bisnis canvas kepada para pelaku UMKM. Model bisnis canvas pada topik pengabdian ini diharapkan mampu menjadi pilihan tata kelola bisnis UMKM yang lebih sesuai untuk diimplementasikan di era digital saat ini karena memiliki poin – poin penting penunjang bisnis, sehingga hasil akhir yang diharapkan adalah perolehan pendapatan lebih maksimal.

## ABSTRACT

### Keywords:

Business Model Canvas  
Small Medium Enterprise  
Digital Business  
Business Platform  
Edupreneur

Business digitalisation has a significant influence on business activities run by the MSME sector in Indonesia. However, in reality, not all MSME players understand how the latest and digital-based business concepts can increase their business value. This problem is an obstacle for MSME players to maintain their business amid modernisation and massive competitors who continue to develop to improve business quality in order to attract customers. Based on this phenomenon, it is necessary to carry out community service activities that emphasise the latest business management to adjust to the current digital era. The purpose of the service is to introduce the latest business management to MSME players so that it can be applied according to current consumer styles. The community service method is carried out by means of seminars and introducing the canvas business model to MSME players. The canvas business model in this service topic is expected to be an option for MSME business governance that is more suitable for implementation in the current digital era because it has important points of business support, so that the expected end result is maximum revenue generation.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



## I. PENDAHULUAN

Sektor UMKM menjadi pilar penting bagi perekonomian Indonesia untuk pemerataan pendapatan dan meminimalisir angka pengangguran yang menjadi program prioritas pemerintah Indonesia. Ketika pandemi mewabah di Indonesia menyebabkan sebagian besar perusahaan mengalami penurunan dan penutupan, UMKM masih stabil ditengah minat permintaan produk oleh konsumen yang semakin rendah karena pembatasan sosial selama pandemi berlangsung (Nasution, 2018). UMKM memiliki kontribusi yang sangat besar dalam pembentukan PDB yang mana pada tahun 2020 sebesar 61,07% atau senilai Rp. 8.537 triliun

3647

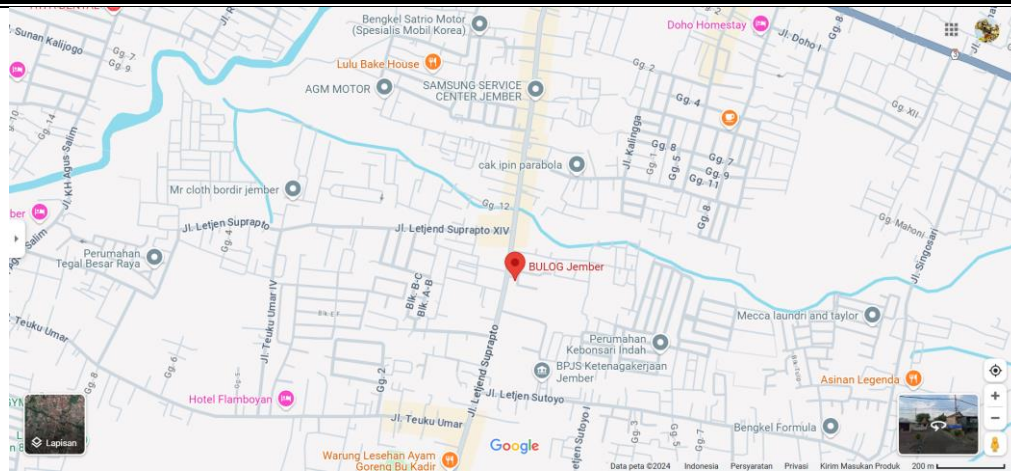
(liputan6.com, 28 April 2021). UMKM juga memiliki peran yang signifikan dalam hal penyerapan tenaga kerja, serta pertumbuhan investasi hulu ke hilir dalam skala kecil dan menengah. Selain itu, kebutuhan tenaga kerja di sektor UMKM tidak membutuhkan kualifikasi pendidikan tinggi, sehingga mampu menjangkau masyarakat untuk bisa bekerja.

Keberlangsungan UMKM tidak hanya ditunjang dari peran serta pemerintah melalui kebijakan yang mendukung dan mempermudah akses pelaku UMKM, akan tetapi juga dibutuhkan peningkatan kompetensi pelaku UMKM untuk menyesuaikan kegiatan bisnis yang selalu dinamis (Puspita et al., 2020; Viknesuari et al., 2022). Peningkatan kompetensi yang saat ini dibutuhkan karena memasuki era digital adalah digital marketing, yaitu kemampuan pelaku usaha untuk memasarkan produk dengan memanfaatkan digitalisasi yang sudah sangat masif perkembangannya. Digital marketing dinilai lebih mampu memasarkan produk dengan jangkauan luas dan minim biaya (Anita Wulandari et al., 2023; Setyowati et al., 2021). Menurut Naufalin (2020) keterampilan digital yang masih terbatas merupakan masalah utama bagi UMKM. Akses teknologi dan infrastruktur yang terbatas, perubahan pelayanan dari offline ke online, persaingan usaha yang ketat dan perubahan regulasi turut menjadi penyebab masih belum optimalnya digitalisasi. Selain itu, ketidakpahaman terhadap manfaat dan potensi yang ditawarkan oleh digitalisasi menjadi hambatan lainnya. UMKM seringkali terhambat dalam mengadopsi teknologi baru karena kurangnya pengetahuan mengenai cara mengoperasikan alat digital yang tersedia, serta ketakutan akan biaya yang mungkin timbul dari transformasi digital tersebut (Zikri, 2024).

Berdasarkan data dari Dinas Koperasi Kabupaten Jember pada tahun 2024 Kabupaten Jember memiliki 647.000 UMKM yang mana 514.859 diantaranya tergolong usaha mikro. Hal tersebut menjadikan Kabupaten Jember menjadi kabupaten dengan jumlah anggota UMKM terbesar di Jawa Timur. Banyaknya jumlah UMKM yang tersebar di wilayah Kabupaten Jember dan pemanfaatan digitalisasi dalam UMKM akan memberikan nilai manfaat dalam meningkatkan daya saing usaha serta mampu menjangkau pasar yang lebih luas. Untuk menghadapi tantangan digitalisasi oleh UMKM, penerapan *Business Model Canvas* (BMC) dapat menjadi solusi yang efektif (Hendrasto et al., 2024; Hutasuhut et al., 2020). BMC adalah alat yang digunakan untuk menggambarkan, merancang, dan menganalisis model bisnis secara menyeluruh dalam bentuk visual (Hendrasto et al., 2024). Dalam konteks UMKM, penerapan BMC sangat berguna untuk membantu pelaku usaha memahami elemen-elemen penting yang membentuk keberhasilan bisnis, seperti segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran distribusi, hubungan pelanggan, sumber daya kunci, aktivitas kunci, mitra kunci, struktur biaya, dan aliran pendapatan (Alam & Puguh Hayu Triono, 2023; Hidayah et al., 2023; Kadek et al., 2024; Mandamdari & Widjojoko, 2022; Wardana & Sitania, 2023). Dengan BMC, UMKM dapat mengidentifikasi potensi pasar yang lebih luas dan merancang pendekatan yang lebih inovatif dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing (Ningsih et al., 2023). Selain itu, penerapan *Business Model Canvas* ini membantu pelaku UMKM untuk lebih fokus pada aspek-aspek yang memiliki dampak langsung terhadap pertumbuhan bisnis, serta dapat memberikan panduan yang jelas dalam membuat keputusan strategis yang berdampak jangka panjang pada keberlanjutan usaha (Ong, 2023). Sehingga dalam menghadapi tantangan ini, penerapan *Business Model Canvas* (BMC) menjadi sangat relevan bagi UMKM.

## II. MASALAH

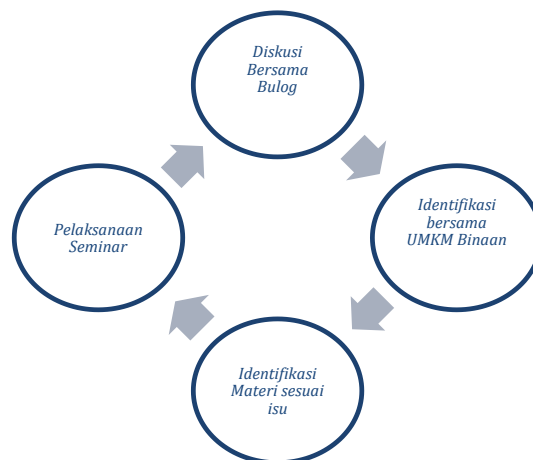
Permasalahan yang diangkat sebagai topik kegiatan adalah ketertinggalan UMKM binaan yang tidak menggunakan teknologi informasi untuk meningkatkan daya saing bisnis. Hal tersebut disebabkan sebagian besar peserta merupakan pengusaha dengan rentang usia tua yang cenderung tidak menguasai digitalisasi bisnis. Oleh karena itu, perlu diselenggarakannya manajemen bisnis yang baik karena dinilai lebih memiliki pengaruh signifikan terhadap wawasan pelaku UMKM untuk mengelola bisnisnya. Kegiatan pengabdian dilaksanakan di aula kantor Bulog Cabang Jember yang berlokasi di Kabupaten Jember. Berikut ini foto lokasi pengabdian diselenggarakan:



Gambar 1. Peta Lokasi Kegiatan

### III. METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan bekerja sama antara Politeknik Negeri Jember dan Institut Agama Islam Ibrahimy Genteng – Banyuwangi dengan Bulog Kantor Cabang Jember yang memiliki UMKM binaan. UMKM yang dibina memiliki rata – rata omset antara Rp. 10.000.000 sampai dengan Rp. 1 Milyar. Pelaksanaan kegiatan dilaksanakan di aula Bulog Jember dan narasumber dari civitas akademika Jurusan Bisnis - Politeknik Negeri Jember serta Institut Agama Islam Ibrahimy Genteng – Banyuwangi dengan mengangkat isu digitalisasi marketing dan edupreneur. Metode pelaksanaan berupa seminar oleh dosen jurusan bisnis yang membahas strategi meningkatkan nilai jual dengan memanfaatkan teknologi digital. Poin penting disampaikan adalah metode bisnis menggunakan pendekatan bisnis canvas, yaitu metode pengukuran bisnis secara komprehensif termasuk didalamnya merancang strategi membangun digitalisasi bisnis supaya produk bisa dikenal luas di pasaran.



Gambar 2. Metode Pelaksanaan Kegiatan

#### A. Diskusi Bersama Mitra Pengabdian (Bulog)

Tahapan pertama kegiatan pengabdian dilaksanakan dengan cara berdiskusi langsung bersama mitra pengabdian yaitu Kantor Bulog Cabang Kabupaten Jember yang memiliki UMKM binaan untuk membahas isu – isu terbaru, khususnya pada lingkup manajemen bisnis. Binaan Bulog adalah pelaku UMKM yang mayoritas pemiliknya adalah individu dengan usia cukup tua dan masih mempertahankan tata kelola secara sederhana seperti membangun hubungan baik dengan pelanggan melalui pemberian potongan pembelian pada produk tertentu. Selain itu, permasalahan lainnya adalah pelaku UMKM kurang memahami manajemen bisnis digital yang saat ini sedang masif dijalankan oleh pelaku UMKM lainnya, sehingga berpengaruh terhadap pendapatan mereka yang cenderung tidak mengalami peningkatan secara signifikan setiap tahunnya. Supaya memperoleh pendalaman isu dan masalah terhadap UMKM binaan Bulog Kabupaten Jember, maka langkah selanjutnya adalah mengidentifikasi secara langsung bersama para pelaku UMKM

mengenai kendala mereka dalam menjalankan usaha.

### **B. Identifikasi Bersama UMKM Binaan Bulog**

Pada tahapan ini dilaksanakan sebagai upaya mendalami permasalahan pelaku UMKM binaan Bulog Kabupaten Jember dalam menjalankan bisnisnya. Kendala yang ditemukan berdasarkan hasil wawancara adalah manajemen bisnis yang dirasa tidak maksimal dan kurang efektif untuk diimplementasikan. Keterangan pelaku UMKM selaras dengan diskusi bersama Bulog yang lebih menekankan pada aspek manajerial bisnis menjadi permasalahan utama. Oleh karena itu, dibutuhkan suatu kegiatan yang dapat menambah aspek wawasan pelaku UMKM mengenai tata kelola bisnis yang lebih baik.

### **C. Identifikasi Materi Pengabdian**

Tahapan selanjutnya adalah kegiatan diskusi yang dilakukan oleh tim pengabdian dari Politeknik Negeri Jember bersama Universitas Islam Ibrahimy – Genteng untuk menentukan materi yang dipergunakan menjawab hambatan pelaku UMKM menjalankan bisnis. Proses penentuan materi dilakukan dengan cara merangkum sejumlah riset – riset terbaru yang meneliti permasalahan bisnis dalam lingkup entitas kecil – menengah. Model bisnis canvas dipilih setelah riset – riset sebelumnya menemukan bukti empiris bila model tersebut mampu menstimulus pelaku usaha untuk mengidentifikasi faktor – faktor apa saja yang berpengaruh penting terhadap kesuksesan bisnis (Carter & Carter, 2020; Ferasso, 2021; Shpak et al., 2020). Melalui bukti empiris ini, maka tim pengabdian kepada masyarakat memilih materi model bisnis canvas sebagai topik atau materi yang akan disampaikan kepada pelaku UMKM binaan Bulog Kabupaten Jember.

### **D. Pelaksanaan Pengabdian**

Kegiatan pengabdian dilaksanakan melalui kegiatan seminar yang diikuti oleh 55 pelaku UMKM yang berada dibawah binaan Bulog Kabupaten Jember. Mayoritas adalah pelaku bisnis yang memperdagangkan kebutuhan pokok seperti beras, minyak, dan gula. Para peserta diperkenalkan dengan model bisnis canvas yang dinilai lebih sesuai dengan kondisi bisnis saat ini serta diberikan latihan singkat untuk mengidentifikasi tata kelola bisnis berbasis model canvas. Proses penyampaian materi di awal sempat kurang maksimal diterima oleh peserta karena baru mengenal model canvas, namun pada sesi diskusi dan latihan mampu diikuti secara maksimal karena terdapat kegiatan praktik penyusunan tata kelola bisnis berbasis canvas yang didampingi oleh tim pengabdian.

## **IV. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pelaksanaan kegiatan pengabdian dengan memfokuskan pada peningkatan nilai penjualan UMKM binaan Bulog Cabang Jember memperoleh antusias tinggi dari peserta UMKM. Kegiatan tidak hanya dilaksanakan dengan seminar, namun juga diskusi bersama untuk bertukar pengalaman antara pemateri dan sesama peserta. Peserta sangat antusias untuk berdiskusi karena nilai penjualan menjelang akhir tahun 2024 tidak meningkat pesat dan cenderung stagnan sampai dengan menurun. Kesulitan lainnya adalah peserta belum memaksimalkan teknologi dan minim literasi untuk dimanfaatkan sebagai indikator meningkatkan bisnis. Penyampaian materi metode bisnis canvas menghasilkan suatu perubahan pemikiran dan perilaku serta kesadaran pelaku UMKM yang lebih maju karena poin – poin pada bisnis canvas mendorong nilai penjualan menjadi lebih besar.



Gambar 3. Pemaparan Materi oleh Narasumber

Kegiatan tidak hanya di isi dengan seminar, akan tetapi dilaksanakan pula praktik menggunakan tabel canva yang terdiri dari beberapa poin penting proses identifikasi bisnis yang lebih komprehensif. Selain itu kegiatan pengabdian diisi dengan penyerahan penghargaan bagi pelaku UMKM yang dinilai memiliki manajemen bisnis menarik dari pihak narasumber dan Bulog. Manajemen bisnis tersebut dapat diimplementasikan oleh pelaku UMKM lainnya dalam rangka memberi wawasan tambahan supaya bisnis yang dijalankan bisa memperoleh target keuntungan yang lebih tinggi di tahun selanjutnya. Keuntungan yang tinggi merepresentasikan tingkat keberhasilan atau capaian peserta untuk mengelola manajemen usaha dengan lebih efektif dan efisien di masa depan. Temuan pada saat pelaksanaan pengabdian adalah tidak semua peserta menerapkan manajemen bisnis yang bersifat konvensional atau lebih berfokus pada perolehan keuntungan semata dalam menjalankan strategi bisnisnya dan tidak merancang strategi bisnis secara berkelanjutan.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan sebagaimana metode pelaksanaan pada gambar 2, yaitu diawali dengan mengidentifikasi isu bersama pihak Bulog yang memiliki UMKM binaan di wilayah Kabupaten Jember. UMKM binaan Bulog Jember dengan jumlah 55 anggota binaan dengan rata-rata usia binaan 40-50 tahun dengan latar belakang pendidikan sebagian besar adalah sekolah menengah atas dengan pemahaman akan teknologi dan manajemen bisnis yang terbatas tentunya membutuhkan metode pendampingan yang berbeda dengan yang berusia muda. Bulog menjelaskan bila pihaknya menginginkan UMKM binaannya memiliki daya saing bisnis yang lebih baik di masa depan, sehingga diharapkan dapat memunculkan lapangan kerja baru bagi warga disekitar UMKM dan dapat menyediakan produk dengan harga lebih terjangkau. Langkah kedua adalah berdiskusi dengan beberapa pihak UMKM binaan untuk menggali lebih dalam permasalahan yang sering dialami selama menjalankan bisnis. Poin yang diperoleh adalah pelaku UMKM tidak memiliki metode bisnis modern yang bisa dijadikan sebagai tolak ukur keberhasilan menjalankan bisnis, sehingga permasalahan ini sepatutnya memperoleh perhatian penting dan solusi untuk memperlancar kegiatan bisnis UMKM. Pada tahapan ini ditemukan bahwa mayoritas pelaku UMKM tidak memiliki metode bisnis yang mumpuni dan hanya berfokus kepada perolehan laba tanpa berpegang teguh pada model bisnis tertentu. Pelaku UMKM hanya berpikir untuk menghabiskan produk dan mengejar keuntungan atau laba bersih.

Tabel 1. Data Demografi Peserta Pengabdian Masyarakat

Keterangan	Jumlah
Jenjang Pendidikan	
a. SMA	42
b. S1	13
Jenis Kelamin	
a. Perempuan	40
b. Laki – laki	15
Usia (tahun)	
a. 20 – 30	12
b. 31 – 40	15
c. 41 - 50	28

Langkah ketiga adalah mengidentifikasi isu yang menjadi masalah UMKM dengan konsep bisnis modern yang dapat menjadi jawaban atas keresahan pelaku UMKM. Oleh karena itu, tim pengabdian dari Jurusan Bisnis Politeknik Negeri Jember dan Institut Agama Islam Ibrahimy Genteng – Banyuwangi memperkenalkan Business Model Canvas yang saat ini banyak diteliti dan memiliki pandangan positif untuk pengelolaan bisnis secara modern. Business Model Canvas memiliki indikator yang komprehensif dengan memadukan analisis keuangan, produksi, manajemen hubungan pelanggan, teknologi, dan marketing supaya mempermudah pelaku bisnis untuk menjalankan roda bisnisnya secara maksimal (Galardi et al., 2022; Shpak et al., 2020). Business Model Canvas lebih baik untuk diimplementasikan karena memiliki faktor – faktor penting yang selama ini cenderung tidak terpikirkan oleh pelaku bisnis karena mayoritas mereka hanya memikirkan upaya untuk memperoleh keuntungan semata (Andriyanto et al., 2022; Braun et al., 2021). Oleh sebab itu, solusi yang ditawarkan kepada pihak UMKM adalah memperkenalkan Business Model Canvas sebagai acuan baru mereka menjalankan usaha.



Gambar 4. Peserta Pengabdian Masyarakat

Langkah keempat adalah melaksanakan seminar sebagai wadah dalam memperkenalkan Business Model Canvas dan bagaimana untuk menggunakannya. Para pelaku UMKM binaan Bulog Jember sangat bersemangat mengikuti kegiatan seminar yang dibawakan oleh civitas akademika Politeknik Negeri Jember beserta Institut Agama Islam Ibrahimy Genteng – Banyuwangi karena sebelumnya tidak memiliki pengetahuan yang dinilai lebih sesuai dijalankan pada masa sekarang yaitu penggunaan Business Model Canvas. Dari hasil seminar yang sudah diselenggarakan, diharapkan menambah wawasan bagi pelaku UMKM untuk mencoba mengimplementasikan model canvas yang memungkinkan pelaku usaha UMKM binaan Bulog Jember dalam mengambil keputusan yang lebih baik supaya mendapat hasil bisnis yang lebih maksimal, berkelanjutan, dan dapat bersaing dengan kompetitor.

Tabel 2 Kerangka Business Model Canvas

<b>Key Partners</b> - Bulog Jember - Supplier Barang Lain - Pasar Grosir	<b>Key Activities</b> - Membangun hubungan pelanggan - Pelayanan pelanggan - Menjaga kualitas produk	<b>Value Propositions</b> - Produk berkualitas - Harga terjangkau - Stok selalu tersedia	<b>Customer Relationships</b> - Diskon - Promosi - Bazaar - Tergabung dalam komunitas	<b>Customer Segments</b> - Ibu Rumah Tangga - Pedagang/warung penjual makanan - Usaha makanan olahan
	<b>Key Resources</b> - Hubungan pelanggan - Sumberdaya manusia - Sumberdaya fisik		<b>Channels</b> - Media sosial WA, FB, IG dll. - Pengiriman gratis	
<b>Cost Structure</b> - Beban Operasional Toko - Beban Pemeliharaan Toko - Beban Komisi Penjualan - Pemberian diskon dan promo ke pembeli		<b>Revenue Streams</b> - Selisih margin dari penjualan produk mitra bulog - Pembagian keuntungan dengan supplier - Keuntungan dari produk yang dibeli dipasar grosir		

Penerapan Business Model Canvas pada UMKM binaan Bulog Jember memberikan sejumlah manfaat yang memiliki potensi dalam meningkatkan pendapatan pelaku usaha. Pertama Business Model Canvas

memberikan pemahaman yang lebih mendalam dalam pemenuhan kebutuhan pelanggan. Kedua, Business Model Canvas mendorong pelaku usaha UMKM dalam melakukan inovasi produk dan pelayanannya kepada konsumen. Ketiga, Business Model Canvas meningkatkan efisiensi dan efektifitas dalam operasional usaha sehingga membantu pelaku UMKM binaan Bulog dalam mengidentifikasi area yang perlu dikurangi biayanya dan meningkatkan keuntungan melalui analisis struktur biaya dan sumber pendapatan. Keempat, Business Model Canvas membantu pelaku UMKM binaan dalam merencanakan saluran distribusi yang efektif dan membangun hubungan pelanggan yang berkelanjutan.

Temuan menarik pada kegiatan pengabdian ini adalah mayoritas pelaku UMKM telah mengimplementasikan sebagian konsep model bisnis canvas, namun tidak dipraktikkan secara konsisten karena menganggapnya tidak membawa perubahan secara signifikan. Hal ini tentu tidak bisa langsung mengubah jalannya bisnis, terlebih berdampak langsung secara signifikan terhadap pemasukan sehari – hari. Tata kelola berbasis canvas perlu diimplementasikan secara berkelanjutan oleh pelaku UMKM. Pola pikir mereka masih cenderung kepada kembalinya modal dan keuntungan yang diperoleh, akan tetapi tidak melihat bagaimana prospek di masa depan yang seharusnya bisa dirasakan juga di periode – periode bisnis selanjutnya.

## V. KESIMPULAN

Pelaku UMKM binaan Bulog Jember dapat mengikuti secara penuh acara yang diselenggarakan oleh pihak Bulog Jember beserta Jurusan Bisnis - Politeknik Negeri Jember dan Institut Agama Islam Ibrahimy Genteng – Banyuwangi melalui sosialisasi Business Model Canvas. Teori canvas telah mendapat penilaian dari beberapa peneliti bahwa model tersebut mampu meningkatkan manajemen bisnis dan perolehan pendapatan dari bisnis yang dijalankan. Mengacu kepada hasil riset tersebut, maka model canvas diperkenalkan melalui sosialisasi kepada pihak UMKM binaan Bulog Jember. Pelaku UMKM sangat antusias mengikuti seminar dan berharap bisa mengimplementasikan canvas sesuai materi yang telah disampaikan oleh narasumber.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alam, S. R. N., & Puguh Hayu Triono, S. (2023). Perancangan Model Bisnis Menggunakan Business Model Canvas (Studi pada UMKM Boss Talasik). *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 5(2), 1239–1249. <https://doi.org/10.31539/jomb.v5i2.6355>
- Andriyanto, D., Utama, A. A. G. S., & Solikhah, T. I. (2022). Edukasi Strategi Bisnis BUMDes Berbasis Revitalisasi-Optimalisasi dan Canvas Business Model. *Jurnal ABDINUS : Jurnal Pengabdian Nusantara*, 6(2 SE-Artikel), 322–331. <https://doi.org/10.29407/ja.v6i2.16525>
- Anita Wulandari, Ikfina Rosyada Kamila, Rizkiyatul Awwalu Bil Khikmah, Bahtiar Arifuddin Faturahman, Gerry Mario Alexis Martua Manalu, & Dewi Puspa Arum. (2023). Peran Digital Marketing dan Branding Produk dalam Pengembangan UMKM di Kelurahan Karangtengah. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Waradin*, 3(2), 39–45. <https://doi.org/10.56910/wrd.v3i2.291>
- Bisnis, M. (2024). Analisis Business Model Canvas Pada PT . Cak Wang Macro Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Surabaya , Indonesia Politeknik Negeri Banyuwangi , Indonesia. 5, 302–309.
- Braun, A.-T., Schöllhammer, O., & Rosenkranz, B. (2021). Adaptation of the business model canvas template to develop business models for the circular economy. *Procedia CIRP*, 99, 698–702. <https://doi.org/10.1016/j.procir.2021.03.093>
- Carter, M., & Carter, C. (2020). The Creative Business Model Canvas. *Social Enterprise Journal*, 16(2), 141–158. <https://doi.org/10.1108/SEJ-03-2019-0018>
- Ferasso, M. (2021). Crafting scientific papers in business management: a canvas roadmap proposal. *Management Research: Journal of the Iberoamerican Academy of Management*, 19(2), 191–210. <https://doi.org/10.1108/MRJIAM-09-2020-1097>
- Galardi, M., Moruzzo, R., Riccioli, F., Granai, G., & Di Iacovo, F. (2022). Small Rural Enterprises and Innovative Business Models: A Case Study of the Turin Area. In *Sustainability* (Vol. 14, Issue 3). <https://doi.org/10.3390/su14031265>
- Hendrasto, N., Chairiyati, F., Haidar, A., Herindar, E., & Rehman, H. M. (2024). The Impact of Knowledge About Business Model Canvas (BMC) on Entrepreneurial Interest of Young Generation in Jabodetabek. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 10(1), 146–153. <https://doi.org/10.17358/ijbe.10.1.146>
- Hidayah, R., Farid, E. S., & Adda, H. W. (2023). Penerapan Bisnis Model Kanvas Dalam Upaya Pengembangan Usaha Sweet Banana. *Jurnal EMA*, 8(1), 10. <https://doi.org/10.51213/ema.v8i1.316>
- Hutasuhut, S., Irwansyah, Rahmadsyah, A., & Aditia, R. (2020). Impact of business models canvas learning on

- improving learning achievement and entrepreneurial intention. *Cakrawala Pendidikan*, 39(1), 168–182. <https://doi.org/10.21831/cp.v39i1.28308>
- Kadek, N., Oktavia, I., Ahmad, A. M., & Annisa, V. (2024). *Analisis Business Model Canvas Pada Usaha Kuliner*. 3(April), 36–42.
- Mamabolo, A. (2019). Business Model Canvas 日本語版. *Business Model Canvas*, XXIII(2), 5–7.
- Mandamdari, N., & Widjojoko, T. (2022). Analisis Business Model Canvas (BMC) Pada UMKM Almeidah Desa Siwarak, Kecamatan Karangreja, Kabupaten Purbalingga. *Jurnal Pajak Dan Bisnis*, 3(2), 121–129.
- Nasution, D. S. (2018). Peningkatan kapasitas manajemen usaha bagi pelaku usaha sektor industri UKM roti sebagai upaya peningkatan daya saing usaha menuju industri mandiri. *Transformasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 14(1), 27–34. <https://doi.org/10.20414/transformasi.v14i1.572>
- Ningsih, R., Wijaya, F., & ... (2023). Analysis of business development using a business model canvas approach. *Journal of Management ...*, 6(1), 117–124.
- Ong, L. (2023). Penguatan Kewirausahaan melalui Pengenalan Business Model Canvas. *Journal of Sustainable Community Development*, 5(1), 123–131.
- Puspita, V. A., Veranita, M., & Gunardi, G. (2020). Perbaikan Tata Kelola Bisnis UMKM Kerupuk Kulit Singkong menuju Ketahanan Bumdes Jagabaya. *Wikrama Parahita : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 29–37. <https://doi.org/10.30656/jpmwp.v4i1.2137>
- Setyowati, L., Karmina, S., Sutrisno, A., Arizal, F. W., & Mabaroh, B. (2021). Pengembangan ‘gully’ melalui pengadaan alat produksi, strategi pemasaran dan desain label kemasan untuk IRT susu olahan. *Transformasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 17(2), 256–268. <https://doi.org/10.20414/transformasi.v17i2.3805>
- Shpak, N., Naychuk-Khrushch, M., Kohut, U., Honchar, M., & Sroka, W. (2020). The Usage of Modern Instruments of Business Planning Administration for Small Enterprises: A Case Study Analysis. *Central European Business Review*, 2020(1), 20–42. <https://econpapers.repec.org/RePEc:prg:jnlcbr:v:2020:y:2020:i:1:id:227:p:20-42>
- Viknesuari, S., Naffarindra, K., & Ramadhanti, F. (2022). Pendampingan Peningkatan Produktivitas dan Daya Saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah Teh Tarik Jelly Campernik Cianjur. *Wikrama Parahita : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 107–115. <https://doi.org/10.30656/jpmwp.v6i1.3784>
- Wardana, M. H., & Sitania, F. D. (2023). Strategi Pengembangan Bisnis Melalui Pendekatan Business Model Canvas pada Kedai Kabur Bontang. *Jurnal Teknik Industri (JATRI)*, 1(1), 10–17. <https://doi.org/10.30872/jatri.v1i1.492>
- Zikri, H. (2024). Transformasi Ekonomi Digital untuk Meningkatkan Produktivitas dan Daya Saing UMKM di Indonesia 1. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 02(01), 16–25.