

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS ALEN – ALEN MBAK
SRIPIT MELALUI *BUSINESS MODEL CANVAS***

SKRIPSI

Diajukan Guna untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M.)
pada Program Studi Manajemen



OLEH :

SHERLY YULIA PUTRI
NPM 19.1.02.02.0263

**PRODI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2023**

Skripsi oleh:

SHERLY YULIA PUTRI

NPM: 19.1.02.02.0263

Judul:

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS ALEN-ALEN MBAK
SRIPIT MELALUI *BUSINESS MODEL CANVAS***

Telah disetujui untuk diajukan Kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Nusantara PGRI Kediri


Tanggal : 10 juli 2023

Pembimbing I



Dian Kusumaningtyas, M.M
NIDN. 0703108302

Pembimbing II



Susi Damayanti, S.Pd, M.M
NIDN. 0723117802

Skripsi oleh:

SHERLY YULIA PUTRI

NPM: 19.1.02.02.0263

Judul:

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS ALEN-ALEN MBAK
SRIPIT MELALUI *BUSINESS MODEL CANVAS***

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri

Pada tanggal : 18 juli 2023

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

- | | |
|---------------|------------------------------|
| 1. Ketua | : Dian Kusumaningtyas, M.M |
| 2. Penguji I | : Itot Bian Raharjo, M.M. |
| 3. Penguji II | : Susi Damayanti, S.Pd., M.M |



Mengetahui,
Dekan FEB,
Dr. Subagvo, M.M
NIDN. 0717066001

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Sherly Yulia Putri
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/Tgl. Lahir : Trenggalek, 28 juli 2000
NPM : 19.1.02.02.0263
Fak : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 18 juli 2023
Yang Menyatakan



SHERLY YULIA PUTRI
NPM: 19.1.02.02.0263

MOTTO

Tidak ada orang yang hanya beruntung. Setiap orang merasakan pedihnya terpuruk, agar dia membangun tubuh yang selalu bangkit setelah jatuh, dan berdiri penuh kesyukuran di dalam kehidupan yang lebih baik.

Mario Teguh

Kupersembahkan karya ini buat:

Diriku dan Seluruh Keluargaku Tercinta.

Abstrak

Sherly Yulia Putri : Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Alen-Alen Mbak Sripit Melalui Business Model Canvas, Skripsi, Manajemen, FEB UNP Kediri, 2023.

Kata kunci: Pengembangan bisnis, BMC, SWOT.

Penelitian ini dilatar belakangi bahwa UMKM Kabupaten Trenggalek menempati urutan 24 dari 38 Kabupaten dan Kota di Provinsi Jawa Timur untuk perkembangan dari tahun 2015-2023 dan cukup tertinggal dari Kabupaten dan Kota disekitarnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi bisnis alen-alen mbak sripit melalui *Business Model Canvas*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Objek pada peneltian ini adalah UMKM Alen-alen Mbak Sripit yang berada di Desa Pojok kecamatan Pogalan Kabupaten Trenggalek. Sumber data primer dan sekunder. Prosedur pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dokumentasi. Teknik analisis data yaitu menggunakan reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan.

Hasil analisis data menggunakan *Businees Model Canvas* pada usaha Alen-alen Mbak Sripit menunjukkan bahwa ada hal yang perlu ditambahkan pada *cutomer segment* adalah memperluas sasaran pelanggan dengan cara mengidentifikasi segmen pelanggan baru. *value proposition* perlu mengembangkan dan memperbaiki produk atau layanan yang sudah ada, dengan menambahkan *channels* yaitu menambahkan aliran distribusi seperti shopee, tiktok, dan tokopedia. Menambahkan wadah untuk menampung ide dan saran dari pelanggan untuk dijadikan bahan evaluasi bisnis pada *customers relationship*, menambah variasi produk atau layanan baru untuk menjangkau segmen pasar yang lebih luas pada *revenue streams*, pengembangan pada *key resources* yaitu mengembangkan diversifikasi sumber daya untuk mengurangi ketergantungan sumber daya utama, *key activities* perlu mengidentifikasi aktivitas utama yang menjadi keunggulan kompetitif, pada *key partnership* yaitu menjalin kerjasama dengan mitra untuk memperoleh sumber daya tambahan, pada *cost structure* dapat melakukan analisis menyeluruh terhadap biaya operasional.

Usaha Alen-alen Mbak Sripit dalam 9 aspek BMC meliputi *customer segement*, *value proposition*, *channels*, *customer relationship*, *revenue streams*, *key resources*, *key activities*, *key partnership*, *cost structure* telah menggambarkan model bisnis dan menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana Alen-alen Mbak Sripit menciptakan dan memberikan nilai pada bisnisnya. Dengan kondisi tersebut Alen-alen Mbak Sripit masih perlu dikembangkan untuk menunjang perkembangan pada usahanya.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kami panjatkan kehadiran Allah Tuhan Yang Maha Kuasa, karena hanya atas perkenan-Nya tugas penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan. Skripsi dengan judul “ Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Alen – Alen Mbak Sripit Melalui *Business Model Canvas*” ini ditulis guna memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri

Pada kesempatan ini diucapkan terimakasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan hidayah- Nya dengan memberikan kehidupan, kesehatan, umur panjang, keikhlasan serta cobaan yang membuat saya lebih sabar sehingga saya bisa melewati dan menempuh studi beserta menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak, ibu dan kakak saya yang selalu ada disamping penulis serta memberikan banyak pelajaran tentang hal positif serta selalu memberikan motivasi, doa dan sabar ketika menghadapi lika liku kehidupan.
3. Dr. Zaenal Affandi, M.Pd., selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri karena telah memberikan motivasi kepada mahasiswa untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Dr. Subagyo, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri karena telah memberikan motivasi kepada mahasiswa.
5. Restin Meilina, M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas

Nusantara PGRI Kediri karena telah tak henti-hentinya memberikan semangat kepada mahasiswa untuk tidak pernah lelah dalam mengerjakan skripsi ini.

6. Dian Kusumaning, M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang telah rela meluangkan waktu dan bimbingan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
7. Susi Damayanti, S.Pd, M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang telah rela meluangkan waktu dan bimbingan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
8. Sringatin selaku pemilik Alen-Alen Mbak Sripit yang telah meluangkan waktu untuk membantu menyusun skripsi
9. Pihak-pihak lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, saran serta kritik yang membangun sangat penulis harapkan. Demikian semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak yang berkepentingan.

Kediri, 18 juli 2023



Sherly Yulia Putri
NPM. 19.1.02.02.0263

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGAJUAN:.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
A. Kajian teori.....	9
1. Strategi Pengembangan Bisnis	9
2. Business Model Canvas (BMC).....	11
3. SWOT.....	19
B. Penelitian terdahulu.....	21
C. Kerangka Berpikir	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	29
1. Pendekatan penelitian.....	29
2. Jenis penelitian	30
B. Kehadiran Peneliti.....	30

C. Situs Penelitian.....	31
D. Tahapan Penelitian	31
1. Tahap Pra Lapangan	31
2. Tahap Pelaksanaan	31
3. Tahap Analisis Data	32
E. Sumber Data dan Teknik Pemilihan Informan.....	32
1. Sumber Data	32
2. Teknik Pemilihan Informan.....	33
F. Prosedur Pengumpulan Data	34
1. Wawancara	35
2. Observasi	39
3. Dokumentasi.....	40
G. Teknik Analisis Data.....	41
H. Uji keabsahan Temuan	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
A. Gambaran Umum Informan dan Diskripsi Situs Penelitian.....	44
B. Deskripsi Data Hasil Penelitian.....	45
1. BMC Business Model Canvas.....	45
2. SWOT.....	52
C. Interpretasi dan pembahasan	56
1. BMC	57
2. Matrik SWOT.....	64
BAB V PENUTUP.....	84
A. Temuan.....	84
B. Implikasi.....	84
C. Rekomendasi	85
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN LAMPIRAN	89

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Matriks SWOT.....	21
Tabel 2.2	Penelitian terdahulu.....	22
Table 3.1	Wawancara dengan Pemilik Usaha Alen-alen Mbak Sripit.....	36
Tabel 4.1.	Hasil Wawancara BMC.....	45
Tabel 4.2.	Hasil wawancara SWOT	53
Tabel 4.3	Business Model Canvas Alen-alen Mbak Sripit	63
Tabel 4.4	Analisis SWOT	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data UMKM di Jawa Timur tahun 2015-2023	1
Gambar 2.9 Elemen Dasar BMC Menurut	18
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	28

DAFTAR LAMPIRAN

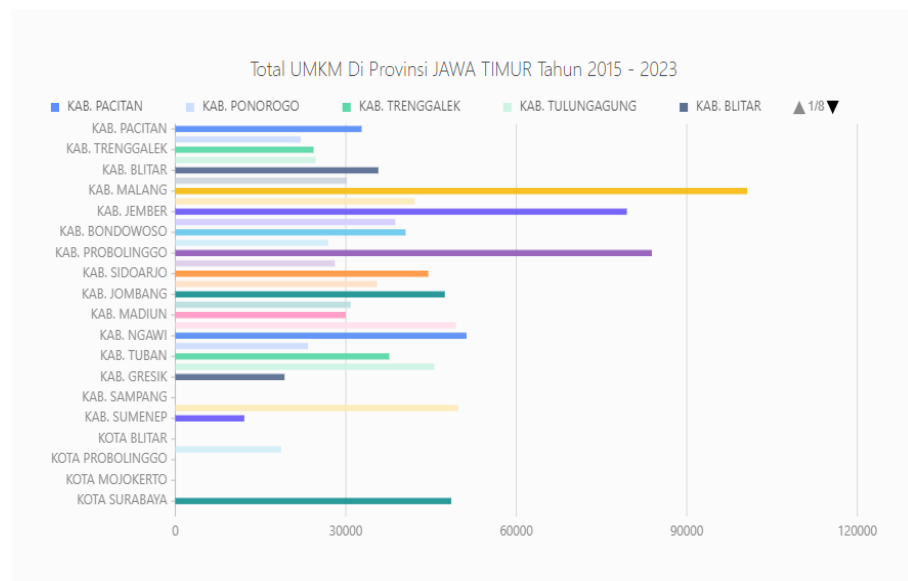
Lampiran 1 Transkrip wawancara.....	90
Lampiran 2 Dokumentasi.....	101
Lampiran 3 Kartu Bimbingan	105
Lampiran 4 Surat Ijin Penelitian	107
Lampiran 5 Surat Balasan Informan	108

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

UMKM di negara berkembang seperti Indonesia ini berkaitan dengan masalah ekonomi dan sosial. Sektor UMKM terbukti mampu memberikan lapangan kerja dan kesempatan bagi usaha kecil dan menengah (UMKM) untuk berkembang di masyarakat. Berikut ini data UMKM di Jawa Timur dari tahun 2015 – 2023:



Gambar 1.1
Data UMKM di Jawa Timur tahun 2015-2023
(sumber : Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur)

Dapat dilihat dari gambar tersebut UMKM Kabupaten Trenggalek menempati urutan 24 dari 38 Kabupaten dan kota di Provinsi Jawa Timur untuk perkembangan dari tahun 2015-2023 dan cukup tertinggal dari Kabupaten dan Kota disekitarnya oleh karena fenomena tersebut peneliti

ingin menganalisis perkembangan bisnis yang terdapat di Kabupaten Trenggalek khususnya di Kecamatan Pogalan karena didaerah tersebut dikenal dengan industri rumahan camilan khas Trenggalek.

UMKM mempunyai peran penting dan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, UMKM juga berperan dalam mendistribusikan hasil-hasil pembangunan. Selama ini UMKM telah memberikan kontribusi pada Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 57-60% dan tingkat penyerapan tenaga kerja sekitar 97% dari seluruh tenaga kerja nasional (Sarwono, 2015).

Menurut Data Badan Pusat Statistik keberadaan UMKM sudah tidak bisa diragukan lagi karena terbukti mampu bertahan dan menjadi penggerak perekonomian terutama pasca krisis ekonomi pada tahun 1997-1998. UMKM memiliki potensi yang begitu besar namun kenyataanya UMKM masih mengalami masalah yang hingga kini masih menjadi kendala adalah keterbatasan modal yang dimiliki dan sulitnya UMKM mengakses sumber permodalan. UMKM memerlukan strategi peningkatan daya saing yang tepat untuk menghadapi kendala, tantangan, dan memanfaatkan peluang pasar menurut (Amilia & Choiron, 2017:52)

Tujuan dibentuk dan diberdayakannya UMKM telah tercantum dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil, dan menengah pada pasal 3 dan pasal 5. Dengan bunyi sebagai berikut : Pasal 3 “ usaha Mikro, Kecil, dan Menengah bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun

perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan.”

Pasal 5 “ Tujuan pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah :

- a. Mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang dan berkeadilan
- b. Menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang Tangguh dan mandiri
- c. Meningkatkan peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi, dan pengentasan rakyat dari kemiskinan”

Terkait dengan tujuan tersebut dan didukung dengan pemasaran yang bagus, salah satu metode perkembangan usaha yang paling strategis yaitu *Business Model Canvas*, *Business Model Canvas (BMC)* adalah sebuah manajemen strategi bisnis yang memungkinkan kita untuk menggambarkan, mendesain kemudian mengerucutkan beberapa aspek bisnis menjadi satu strategi bisnis yang utuh, model bisnis ini pertama kali diperkenalkan oleh Alexander Osterwalder dalam bukunya yang berjudul *Business Model Generation*. Dalam buku tersebut, Alexander menjelaskan sebuah *framework* sederhana untuk mepresentasikan elemen-elemen penting yang terdapat dalam sebuah model bisnis. Dalam keseluruhan, BMC bertujuan untuk membantu perusahaan memahami, merancang, dan mengelola model bisnis mereka dengan cara yang lebih terstruktur, inovatif, dan berfokus pada nilai pelanggan.

Menghadapi persaingan produk yang terjadi di pasar saat ini, harus

dilakukan secara terus menerus inovatif. Strategi yang dipilih adalah diversifikasi dan inovasi produk. Dengan membuat produk yang berbeda yang unik, dan belum pernah dilakukan sebelumnya, tentu akan menambah nilai produk. Dalam menentukan diversifikasi dan inovasi produk, manajemen yang tepat strategi, model bisnis dan analisis yang diperlukan. Model bisnis didefinisikan sebagai pemaparan strategi yang harus dilakukan oleh UMKM produsen makanan khas Trenggalek sebelum mulai bersaing dengan bisnis lain. Ada banyak strategi yang dijelaskan dimodel bisnis karena mereka berhubungan dengan banyak aspek bisnis. Model bisnis termasuk mengatur tujuan hubungan pelaku bisnis dengan pemasok, dengan distributor atau langsung dengan pelanggan.

Mendeskripsikan model bisnis dengan tepat akan membantu UMKM produsen makanan khas Trenggalek menemukan tujuan bisnis dengan jelas, mendiskusikan target yang harus dicapai terlebih dahulu, dengan demikian dapat memenangkan persaingan. Business Model Canvas atau BMC merupakan sebuah strategi manajemen yang disusun untuk menjabarkan ide dan juga konsep sebuah bisnis ke dalam bentuk visual. Secara sederhana, Business Model Canvas yaitu kerangka manajemen untuk mempermudah dalam melihat gambaran ide bisnis dan juga realisasinya secara cepat.

Kabupaten Trenggalek sebagai salah satu daerah yang memiliki kontur tanah pegunungan dan terletak di bagian selatan dari Provinsi Jawa Timur. Daerah ini memiliki ratusan lebih pelaku UMKM yang tersebar di beberapa kecamatan atau desa yang membentuk sebuah sentra industri

dengan berbagai macam aneka produk komoditas. UMKM di Kabupaten Trenggalek telah menyumbang lebih dari 70% jumlah PDRB pada 3 tahun terakhir (BPS, 2017).

Indonesia sendiri merupakan negara yang memiliki ragam budaya, dan berbagai jenis kearifan lokal suatu daerah yang dapat dijadikan sebagai investasi yang menarik dengan pemanfaatan yang baik dalam hal pengelolaannya. Salah satu yang masih bisa bertahan dan terjaga di era yang sudah *modern* seperti sekarang adalah jajanan khas daerah. Jajanan tradisional sendiri masih berkembang dan tumbuh di beberapa Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), salah satunya yaitu di Kabupaten Trenggalek. Dimana UMKM itu sendiri berasal dari kegiatan *home industri* atau industri rumah tangga dalam suatu masyarakat ataupun kelompok tertentu.

Salah satu usaha olahan makanan yang berasal dari ubi kayu yang cukup terkenal dan sering menjadi buah tangan unggulan Kabupaten Trenggalek adalah alen-alen. Alen-alen adalah makanan ringan yang berbahan dasar ubi kayu yang dialuskan menjadi tepung tapioca dan campuran bahan bumbu masak lainnya yang memiliki cita rasa yang renyah dan gurih.(Imron & Khoiriyah, 2021)

Alen-alen pada umumnya di produksi oleh usaha rumahan. Permintaan pasar terhadap alen-alen ini cukup tinggi, terlebih saat ini banyak para produsen yang mengembangkan berbagai varian rasa. Berdasarkan fenomena ini, alen-alen memiliki prospek yang sangat baik untuk dikembangkan dalam skala yang lebih besar dan lebih bervariasi.

Dari fenomena tersebut munculah ide bisnis usaha rumahan yang sudah berdiri sejak 2004 yaitu Alen-Alen Mbak sripit bisnisnya dulu sempat diberi nama anaknya tetapi selang beberapa bulan tidak laku mungkin tidak

terlalu dikenal orang akhirnya diganti nama menjadi alen- alen Mbak Sripit yaitu nama pemiliknya sendiri atau nama julukan setelah itu banyak yang mengenal, sekarang sudah memiliki 9 orang karyawan. Di tempat usaha ini Mbak Sripit memproduksi alen-alen yang dikreasikan dengan berbagai macam varian rasa. Dikarenakan bisnis ini termasuk usaha rumahan jadi untuk lingkup pemasaran belum terlalu optimal hanya mengandalkan pemasaran melalui mulut ke mulut oleh karena itu jika ingin membeli alen-alen mbak sripit di toko online belum tersedia dengan adanya permasalahan tersebut peneliti sangat penting dilakukan dengan kombinasi antara *Business Model Canvas* (BMC) dan SWOT untuk menjadikan penilaian yang fokus serta evaluasi pada model bisnis perusahaan sehingga menjadi acuan untuk merubah atau menambah bisnis model yang diterapkan sekarang sehingga kedepannya dapat menentukan strategi apa yang tepat untuk diterapkan pada usaha Alen – Alen Mbak Sripit.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan dan fenomena di Usaha Alen-alen Mbak Sripit di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Alen– Alen Mbak Sripit Melalui Business Model Canvas”**.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian hanya membahas usaha Alen-alen Mbak Sripit dengan pedekatan Business Model Canvas menggunakan Sembilan elemen.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan fokus penelitian maka penelitian ini memiliki rumusan masalah. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah Bagaimana strategi bisnis alen-alen mbak sripit melalui Business Model Canvas?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang, fokus penelitian dan rumusan masalah maka tujuan dari penelitian kali ini adalah Untuk mengetahui strategi bisnis alen-alen mbak sripit melalui Business Model Canvas.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat pada penelitian kali ini ialah sebagai berikut .

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memberi manfaat untuk menambah pengetahuan sekaligus dapat mengembangkan bisnis dengan pendekatan Business Model Canvas

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Dari hasil peneltian yang dilakukan dapat digunakan sebagai masukan serta evaluasi pada Usaha Alen-alen Mbak Sripit dalam menerapkan Business Model Canvas.

b. Bagi Peneliti

- 1) Peneliti memperoleh tambahan wawasan dan ilmu pengetahuan praktis tambahan di luar teori yang didapatkan di bangku kuliah
- 2) Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi sehingga dapat menjadi suatu acuan untuk penelitian selanjutnya.

c. Bagi Pelanggan

Dari penelitian ini dapat memenuhi kebutuhannya dalam pasar sesuai strategi pemasaran yang ditetapkan oleh Usaha Alen-alen Mbak Sripit.

DAFTAR PUSTAKA

- Amilia, W., & Choiron, M. (2017). Studi Kelayakan Usaha Dan Daya Saing Pada Industri Tepung Tapioka Di Kecamatan Pogalan Kabupaten Trenggalek. *JSEP (Journal of Social and Agricultural Economics)*, 10(2), 51. <https://doi.org/10.19184/jsep.v10i2.5654>
- Atmoko, T. P. H. (2018). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 1(2), 83–96. <https://doi.org/10.17509/jithor.v1i2.13769>
- Ermaya, S. K., & Darna, N. (2019). Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Pendekatan Business Model Canvas (Studi Kasus: Industri Kecil Kerupuk). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 1(3), 207–210.
- Fahmi, R. R., & Hayati, M. (2020). Strategi Pengembangan Bisnis Beras Ud. Sovi Jaya Di Kecamatan Kamal, Kabupaten Bangkalan. *Agriscience*, 1(2), 487–506. <https://doi.org/10.21107/agriscience.v1i2.8741>
- Hambali, A., & Andarini, S. (2021). Formulasi Strategi Pengembangan Bisnis Menggunakan Pendekatan Business Model Canvas (Bmc) Dan Swot Analysis Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Pada Piring Seng Coffee & Co Tunjungan Surabaya. *Journal of Applied Business Administration*, 5(2), 131–142. <https://doi.org/10.30871/jaba.v5i2.2969>
- Imron, M., & Khoiriyah, R. (2021). Upaya Peningkatan Produksi Alen–Alen Sebagai Produk Unggulan Kabupaten Trenggalek Melalui Pelatihan dan Pemanfaatan Mesin Produksi Berdaya Guna. *E-Repository Dosen Universitas ...*, 1(2). <http://ejournal.unigamalang.ac.id/index.php/RDOS/article/view/605>
- Irnandha, A., & Utama, A. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Jalur Darat (Studi Kasus Kepuasan Pelanggan JNE Cabang Hijrah Sagan Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, 5(6), 660–669.
- Isnawati, S. I., Ramadhani, N. L., & Bangsa, J. R. (2023). *Business Model Canvas (BMC) dalam Pengembangan Bisnis Fashion Muslim*. 20(1), 51–64.
- Lubis, M. S., Rafita Yuniarti, & Ariandi. (2020). Pemanfaatan Pewarna Alami Kulit Buah Naga Merah Serta Aplikasinya Pada Makanan. *Amaliah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 110–114. <https://doi.org/10.32696/ajpkm.v4i2.512>

- Mahendra, A. H. I., & Asmawi. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Industri Kecil Gantra Betta Fish Tulungagung Dalam Perspektif Swot Dan Bmc. *Jurnal Riset Ekonomi*, 1(4), 322–332.
- Nurmalasari, I., & Karimah, D. Z. (2020). Peran Manajemen Sdm Dalam Lembaga Pendidikan Untuk Meningkatkan Mutu Pendidik. *MANAGERE : Indonesian Journal of Educational Management*, 2(1), 33–44. <https://doi.org/10.52627/ijeam.v2i1.14>
- Prabowo, R., & Zoelangga, M. I. (2019). Pengembangan Produk Power Charger Portable dengan Menggunakan Metode Quality Function Deployment (QFD). *Jurnal Rekayasa Sistem Industri*, 8(1), 55–62. <https://doi.org/10.26593/jrsi.v8i1.3187.55-62>
- Prihatminingtyas, B. (2019). *Pengaruh Modal, Lama Usaha, Jam Kerja, dan Lokasi Usaha terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Ladungsari*. 7(2), 147–154.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/COMMON.V3I1.1950>
- Rizki, M., Doriza, S., & Dudung, A. (2022). Konsep Sistem Manajerial Pada Prodi Rekayasa Keselamatan Kebakaran. *Manajer Pendidikan: Jurnal Ilmiah Manajemen Pendidikan Program Pascasarjana*, 16(1), 1–3. <https://doi.org/10.33369/mapen.v16i1.21148>
- Sari, D. N., & Rahmadani, F. (2021). Strategi Pengembangan Umkm Sangkar Burung Di Nagari Barulak Kecamatan Tanjung Baru. *MABIS: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 1(2), 150–165. <https://doi.org/10.31958/mabis.v1i2.4616>
- Sarwono, H. A. (2015). Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm). *Bank Indonesia Dan LPPI*, 1–135.
- STEI INDONESIA. (2017). Bab iii metoda penelitian 3.1. *Bab III Metoda Penelitian, Bab iii me*, 1–9.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.
- Sugiyono, D. (2019). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R&D*. Alfabeta.
- Sukarno, B. R., & Ahsan, M. (2021). Implementasi Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Business Model Canvas. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 4(2), 51–61. <https://doi.org/10.15642/manova.v4i2.456>
- Suparyanto Dan Rosad (2015, 5(3), 248–253. Manajemen Pemasaran, In Media,

Yogyakarta

- 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. <https://doi.org/10.33557/mbia.v19i3.1177>
- Widyastuti, utari. (2017). Pelaksanaan Layanan Bimbingan Belajar Siswa Kelas V Di Sdit Az-Zahra Sragen. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 5–24.
- Yusuf, R., Hendawati, H., & Wibowo, L. A. (2020). Pengaruh Konten Pemasaran Shoppe Terhadap Pembelian Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(2), 506–515. <https://doi.org/10.38035/JMPIS>
- Zafirah, & Syaifullah. (2022). 16180-48823-1-Pb (1). *Ilmiah Rekayasa Dan Manajemen Sistem Informasi*, 8(1), 67–77. <https://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/RMSI/article/view/16180>
- Zulkarnaen, W., & Amin, N. N. (2018). Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Terhadap Rema Laundry Dan Simply Fresh Laundry Di Jalan CikZulkarnaen, W., & Amin, N. N. (2018). Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Terhadap Rema Laundry Da. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 2(1), 106–128.