

**IMPLEMENTASI METODE *LEAN CANVAS* PADA AGROWISATA
ONOKABE DI DESA JEKEK KABUPATEN NGANJUK**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Penulisan Skripsi Guna Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M.) Pada Prodi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas usantara PGRI Kediri



OLEH:

SUNDUS KHUROTUL A'YUNIL ULAFIYAH

NPM: 19.1.02.02.0138

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI**

2023

Skripsi oleh:

SUNDUS KIHUROTUL A'YUNIL ULAFIYAH

NPM: 19.1.02.02.0138

Judul:

**IMPLEMENTASI METODE *LEAN CANVAS* PADA AGROWISATA
ONOKABE DI DESA JEKEK KABUPATEN NGANJUK**

Telah Disetujui untuk Diajukan Kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Prodi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal: 30 Juni 2023

Pembimbing I



Dr. GESTY ERNESTIVITA, M.M.
NIDN. 0720059101

Pembimbing II



M. ZUHDI SASONGKO, M.M.T.
NIDN. 0709097606

Skripsi oleh:

SUNDUS KIHUROTUL A'YUNIL ULAFIYAH

NPM: 19.1.02.02.0138

Judul:

**IMPLEMENTASI METODE *LEAN CANVAS* PADA AGROWISATA
ONOKABE DI DESA JEKEK KABUPATEN NGANJUK**

Telah Dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri
Pada tanggal: 17 Juli 2023

Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua : Dr. Gesty Ernestivita, M.M.
2. Penguji I : Sigit Ratnanto, M.M.
3. Penguji II : M. Zuhdi Sasongko, M.MT.



Mengetahui,

Dekan FEB,



Dr. SUBAGYO, M.M.
NIDN. 0717066601

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Sundus Khurotul A'yunil Ulafiyah
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/tgl. Lahir : Nganjuk/11 April 2000
NPM : 19.1.02.02.0138
Fakultas : 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 pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Nganjuk, 01 Mei 2023 .

Yang Menyatakan



SUNDUS KHURUTUL A. U.
NPM. 19.1.02.02.0138

Motto:

Melangkah – Mencoba – Gagal

Sudah luar biasa, daripada

Takut Melangkah – Tidak Dapat Apa-Apa – Kecewa

[Tulisan seseorang, semoga Allah SWT senantiasa menjaganya]

...

وَأُفَوِّضُ أَمْرِي إِلَى اللَّهِ

“Dan aku menyerahkan urusanku kepada Allah”

[40:44]

Kupersembahkan karya ini buat:

Diri sendiri, keluarga dan seluruh support system.

Abstrak

Sundus Khurotul A'yunil Ulafiyah: Implementasi Metode *Lean Canvas* Pada Agrowisata Onokabe Di Desa Jekek Kabupaten Nganjuk, Skripsi, Manajemen, FEB UNP Kediri, 2023.

Kata kunci: *Lean canvas, business model canvas, marketing strategy*, agrowisata

Penelitian ini dilatarbelakangi permasalahan yang terjadi pada Agrowisata Onokabe. Fenomena yang terjadi saat ini adalah terdapat pengunjung hanya pada hari libur atau weekend dan tanggal merah. Namun pada saat hari weekday sangat sepi pengunjung. Selain itu pengunjung Agrowisata Onokabe cenderung didominasi oleh anak kecil dari lembaga pendidikan Paud dan TK untuk mereka bertamasya. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengelolaan pada Agrowisata Onokabe melalui metode *Lean Canvas* sebagai strategi pemasarannya. Metode dalam penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif analitik dengan pendekatan kualitatif. Untuk mendeskripsikan pola *Lean Canvas* sebagai *marketing strategy*, dilakukan dengan teknik observasi secara langsung terhadap objek yang akan diteliti. *Marketing strategy* yang dilakukan Agrowisata Onokabe diawali dengan mengumpulkan data dari pengunjung yang datang ke agrowisata. Pengunjung Agrowisata Onokabe berasal dari berbagai kalangan diantaranya ibu rumah tangga, pelajar, komunitas, lembaga pendidikan seperti Paud dan TK. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian yaitu metode observasi, wawancara, dokumentasi dan tinjauan pustaka. Teknik analisis yang digunakan yaitu teknik analisis deskriptif analitik, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Dari hasil pembahasan diketahui bahwa menerapkan strategi menggunakan pola *Lean Canvas* dapat membantu pengelola Agrowisata Onokabe yakni BUMDES untuk menarik banyak pengunjung dari berbagai kalangan. Semakin banyak pengunjung maka dapat menjaga eksistensi dari Agrowisata Onokabe.

KATA PENGANTAR

Puja dan puji syukur peneliti haturkan atas kehadiran Allah SWT karena berkat rahman dan karuniaNya penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyanggah gelar Sarjana Manajemen (S.M.) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Atas tersusunnya skripsi ini peneliti ucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada para pihak yang turut berkontribusi:

1. Dr. Zainal Affandi selaku Rektor UNP Kediri.
2. Dr. Subagyo, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Restin Meilina, M.M. selaku Kepala Program Studi Manajemen UNP Kediri.
4. Dr. Gesty Ernestivita, M.M. selaku dosen pembimbing 1 dalam proses penyusunan skripsi.
5. M. Zuhdi Sasongko, M.MT. selaku dosen pembimbing 2 dalam proses penyusunan skripsi.
6. Bapak Muhammad Johanudin selaku Kepala Desa Jekek.
7. Bapak Ibnu Hayyin selaku ketua BUMDES Desa Jekek.
8. Anisa Maulidya selaku pengelola Agrowisata Onokabe dan Bendahara BUMDES Desa Jekek.
9. Orang tua beserta keluarga, rekan seperjuangan dan seluruh pihak terkait yang mendukung dan berkontribusi untuk menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat banyak sekali kekurangan, maka diharapkan kritik dan saran yang membangun.

Nganjuk, 01 Mei 2023

SUNDUS KHUROTULA. U.
NPM. 19.1.02.02.0138

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	4
C. Rumusan Masalah	4
D. Tujuan Penelitian.....	5
E. Manfaat Penelitian	
1. Teoritis.....	6
2. Praktis	6
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kajian Teori	
1. Pemasaran (<i>Marketing</i>)	
a. Pengertian Pemasaran (<i>Marketing</i>).....	8
b. Unsur <i>Marketing</i>	10

c. Konsep Pemasaran.....	10
2. Strategi Pemasaran (<i>Marketing Strategy</i>)	
a. Konsep Strategi Pemasaran	12
b. Tipe strategi	13
c. Elemen <i>Marketing Strategy</i>	15
d. Fungsi Strategi Pemasaran.....	15
e. Macam-macam Strategi	16
3. <i>Business Model Canvas</i>	
a. Pengertian <i>Business Model Canvas</i>	17
b. Komponen <i>Business Model Canvas</i> (BMC).....	17
4. <i>Lean Canvas</i>	
a. Pengertian <i>Lean Canvas</i>	20
b. Komponen <i>Lean Canvas</i>	22
c. Manfaat <i>Lean Canvas</i>	26
d. Keunikan <i>Lean Canvas</i>	26
B. Penelitian Terdahulu	27
C. Kerangka Berpikir	32

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	
1. Jenis Penelitian	32
2. Pendekatan Penelitian.....	33
B. Kehadiran Peneliti	34
C. Situs Penelitian.....	36
D. Tahapan Penelitian	36
1. Membuat Rancangan Penelitian	37

2. Menentukan Lokasi Penelitian	37
3. Menentukan Subjek Penelitian	37
4. Pengumpulan Data.....	37
5. Analisis Data	38
6. Penyajian Data.....	38
7. Penarikan Kesimpulan.....	38
E. Sumber Data dan Teknik Pemilihan Informan	
1. Sumber Data	
a. Data Primer	38
b. Data Sekunder.....	39
2. Teknik Pemilihan Informan	
a. Kriteria Pemilihan Informan.....	40
b. Teknik Pengambilan Informan	41
F. Prosedur Pengumpulan Data	
1. Observasi	41
2. Wawancara	42
3. Dokumentasi.....	42
4. Tinjauan Pustaka	43
G. Teknik Analisis Data	
1. Reduksi Data (<i>Data Reduction</i>).....	45
2. Penyajian Data (<i>Data Display</i>).....	46
3. Penarikan simpulan (<i>Conclusion and Verifying</i>).....	47
H. Uji Keabsahan Temuan	
1. Ketekunan Pengamatan (<i>Persitent Observatian</i>)	48
2. Triangulasi.....	48

a. Triangulasi Dengan Sumber	49
b. Triangulasi Teknik.....	49
c. Triangulasi Peneliti.....	49
d. Triangulasi Teoritik	50
3. Diskusi (<i>Peerdierieting</i>)	50

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Informan dan Deskripsi Situs Penelitian

1. Gambaran Umum Informan	51
2. Deskripsi Situs Penelitian.....	51
a. Subjek Penelitian	51
b. Karakteristik Situs Penelitian	54

B. Deskripsi Data Hasil Penelitian

1. Hasil Observasi	
a. Identifikasi Target Pasar	56
b. Penentuan Proposisi Nilai.....	58
c. Pengembangan Strategi	59
2. Hasil Wawancara	
a. Pengelola.....	65
b. Karang Taruna	68
c. Pengunjung	70

C. Interpretasi dan Pembahasan

1. Interpretasi Peran <i>Lean Canvas</i>	78
a. Identifikasi Target Pasar	78
b. Penentuan Proposisi Nilai.....	79
c. Pengembangan Strategi Pemasaran	79

d. Pengujian Hipotesis	79
e. Fokus Pada Pengunjung.....	80
2. Interpretasi Perbedaan dan Persamaan	
a. Perbedaan.....	80
b. Persamaan	81
3. Interpretasi Pemetaan	
a. <i>Lean Canvas</i>	83
b. <i>Business Model Canvas</i>	84
4. Interpretasi Pola kerja <i>Lean Canvas</i>	
c. Membuat Versi Awal <i>Lean Canvas</i>	84
a. Validasi Asumsi.....	85
b. Iterasi dan Perbaikan.....	85
c. Implementasi dan Pengujian.....	85
d. Evaluasi dan Penyesuaian.....	86
BAB V PENUTUP	
A. Temuan.....	86
B. Implikasi	
1. Implikasi Teoritis.....	87
2. Implikasi Praktis	89
C. Rekomendasi	92
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN.....	99

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 2.1 Gambaran Umum Informan.....	51
Tabel 2.2 Analisis Hasil Wawancara.....	76
Tabel 3.1 Perbedaan <i>Lean Canvas</i> dengan BMC.....	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Business Model Canvas</i>	20
Gambar 2.1 <i>Lean Canvas</i>	25
Gambar 3.1 Kerangka Berpikir	33
Gambar 4.1 Lokasi Situs Penelitian.....	53
Gambar 4.2 Pemetaan <i>Lean Canvas</i>	83
Gambar 4.3 Pemetaan <i>Business Model Canvas</i>	84

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Permohonan Izin Penelitian.....	100
Lampiran 2. Surat Keterangan Izin.....	101
Lampiran 3. Lembar Pengajuan Judul Skripsi.....	102
Lampiran 4. Lembar Berita Acara.....	103
Lampiran 5. <i>Script</i> Wawancara dengan Pengelola.....	105
Lampiran 6. <i>Script</i> Wawancara dengan Karang Taruna.....	108
Lampiran 7. <i>Script</i> Wawancara dengan Pengunjung 1.....	111
Lampiran 8. <i>Script</i> Wawancara dengan Pengunjung 2.....	114
Lampiran 9. Dokumentasi Penelitian.....	117

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Secara sederhana, agrowisata didefinisikan sebagai perpaduan antara pariwisata dan pertanian. Dalam Surat Keputusan Bersama Menteri Pertanian dan Menteri Pariwisata, Pos, dan Telekomunikasi Nomor 204/KPTS/HK/050/4/1989 dan Nomor KM. 47/PW.DOW/MPPT/89 tentang Koordinasi Pengembangan Wisata Agro, pengertian agrowisata adalah bentuk kegiatan pariwisata yang memanfaatkan usaha agro sebagai objek wisata dengan tujuan untuk memperluas pengetahuan, menambah pengalaman rekreasi dan sebuah usaha di bidang pertanian.

Agrowisata menjadi alternatif untuk menaikkan pendapatan serta kelangsungan hidup masyarakat sekaligus menggali potensi perekonomian masyarakat desa khususnya para petani kecil. Kegiatan agrowisata sama halnya dengan kegiatan pedesaan dan pertanian yang berkaitan dengan kegiatan pengembangan wisata untuk memberikan nilai tambah dan meningkatkan kesejahteraan desa tersebut. Agrowisata Onokabe yang terletak di Kecamatan Baron Desa Jekek merupakan daerah pengembangan agrowisata berkonsepkan taman bermain dan kebun buah. Agrowisata Onokabe menjadi alternatif masyarakat desa untuk berlibur kendati demikian tidak terlalu jauh dan tidak perlu mengeluarkan biaya besar. Sehingga keberadaan agrowisata ini sangat cocok untuk masyarakat desa.

Agrowisata Onokabe ramai didatangi pengunjung hanya di hari-hari *weekend* dan tanggal merah lainnya sehingga pada saat *weekday* Agrowisata Onokabe cenderung sepi pengunjung. Maka demikian perlu adanya analisis menyeluruh guna mengidentifikasi kendala dan manfaat dari keberadaan Agrowisata Onokabe sehingga dapat diketahui sebab akibatnya dan diberikan solusi menyeluruh.

Alat analisis yang digunakan yakni menggunakan metode *Lean Canvas*. Maurya, (2010) mengatakan bahwa *Lean Canvas* merupakan sebuah adaptasi yang diambil dari *Business Model Canvas* karya Alex Osterwalder yang ia jelaskan dalam bukunya *Business Model Generation*.

Sedangkan menurut pendapat Maurya, (2010) *Lean Canvas* merupakan sebuah alat pengujian dan validasi hipotesis. Model bisnis ini adalah alat pendamping untuk buku yang menyederhanakan cara peneliti dalam mengambil dokumentasi model bisnis, pengukuran kemajuan, dan mengkomunikasikan pembelajaran dengan pihak internal dan eksternal.

Jadi *Lean Canvas* merupakan sebuah metode adaptasi dari *Business Model Canvas* oleh Alexander Osterwalder yang selanjutnya digagas oleh Ash Maurya menjadi sebuah perencanaan bisnis yang tertuang dalam satu lembar halaman. Pada lembar halaman ini terdapat sejumlah blok untuk memetakan poin-poin penting guna mengubah suatu ide bisnis menjadi lebih konkret. Pembuatan *Lean Canvas* sangat berguna untuk memudahkan merancang ide yang konkrit dan sederhana tentang suatu hal yang harus diimplementasikan. Pengadaptasian *Lean Canvas* dari *Business Model Canvas* menggunakan

prinsip serupa, namun *Lean Canvas* bertujuan guna memangkas lebih banyak informasi maupun tugas yang tidak diperlukan dan memakan banyak waktu. Sehingga *Lean Canvas* adalah alat yang relatif mapan.

Penelitian yang hampir sama pernah diteliti oleh Husnayain & Mawardi (2019) dengan judul “Implementasi *Lean Canvas* pada *startup* dalam menghadapi persaingan studi pada *startup* Talangin” disimpulkan bahwasanya penerapan *Lean Canvas* sangat membantu *startup* Talangin untuk menetapkan strategi ke depan. Model bisnis *Lean Canvas* membantu *Startup* Talangin menemukan keunikan pada produk dan memudahkannya untuk melakukan sebuah inovasi untuk dijadikan suatu keunggulan bersaing sehingga *Startup* Talangin mampu bersaing dan berkembang.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Fernando (2018) yang berjudul “Perancangan *Business Plan* Pada Odit Dengan Menggunakan *Business Lean Canvas*” disimpulkan bahwa Odit melibatkan tiga aspek perencanaan bisnis yang dilakukan yaitu aspek operasional, aspek pemasaran, dan aspek finansial. Sehingga rencana bisnis yang dihasilkan telah sesuai. Dapat disimpulkan bahwa perencanaan strategis termasuk syarat penting untuk memenangkan persaingan. perencanaan strategis terdiri dari aspek pemasaran, aspek keuangan, dan aspek operasional yang terintegrasi kedalam proses perancangan rencana-rencana bisnis. Proses perancangan yang dilaksanakan adalah proses pembuatan rencana bisnis yang dilakukan melalui analisis dan perencanaan tiga aspek penting yang harus ada dalam perencanaan bisnis.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Oditi telah tepat dalam perencanaan bisnis yang dilakukan.

Berdasarkan hasil penelitian diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian disebuah Agrowisata dengan menerapkan metode yang sama yaitu *Lean Canvas* dengan judul: Implementasi Metode *Lean Canvas* Pada Agrowisata Onokabe Di Desa Jekek Kabupaten Nganjuk.

B. Fokus Penelitian

Menurut Sugiyono (2015) penelitian kualitatif bersifat holistik artinya menyeluruh dan tidak dapat dipisah-pisahkan sehingga peneliti kualitatif tidak mendefinisikan penelitiannya hanya berdasarkan variabel penelitian, tetapi berdasarkan situasi sosial secara umum yang meliputi berbagai aspek yakni tempat (place), partisipan (actor) dan aktivitas (activity) yang bekereja secara sinergis.

Berdasarkan pengamatan penulis dan latar belakang diatas maka fokus penelitian ini adalah sebuah proses analisis dalam merancang ide strategi pemasaran menggunakan model *Lean Canvas* yang diterapkan pada Agrowisata Onokabe, serta *output* berupa rancangan *plot Lean Canvas* untuk pengembangan Agrowisata Onokabe sehingga menimbulkan daya tarik dan minat pengunjung.

C. Rumusan Masalah

Dari pemaparan latar belakang diatas, diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *Lean Canvas* mampu berperan sebagai metode analisis dalam mengimplementasikan strategi *marketing* dari Agrowisata Onokabe?
2. Bagaimana persamaan serta perbedaan *Business Model Canvas* dengan *Lean Canvas*?
3. Bagaimana pemetaan metode *Lean Canvas* pada Agrowisata Onokabe sehingga mampu memberikan daya tarik dan menarik minat pengunjung?
4. Bagaimana pola kerja *Lean Canvas* dalam mengatasi sekaligus memberikan solusi pada permasalahan yang ada pada Agrowisata Onokabe?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai peneliti dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis *Lean Canvas* berperan sebagai metode analisis dalam mengimplementasikan strategi *marketing* dari Agrowisata Onokabe.
2. Untuk menganalisis persamaan serta perbedaan pada *Business Model Canvas* dengan *Lean Canvas*.
3. Untuk menganalisis pemetaan metode *Lean Canvas* pada Agrowisata Onokabe sehingga mampu memberikan daya tarik dan menarik minat pengunjung.
4. Untuk menganalisis pola kerja *Lean Canvas* dalam mengatasi sekaligus memberikan solusi pada permasalahan yang ada pada Agrowisata Onokabe.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan baik bagi peneliti maupun pembaca diantaranya:

1. Teoritis

Secara teoritis peneliti berharap hasil dari penelitian dapat menjadi bahan referensi khususnya dibidang jurusan manajemen serta dapat menambah ilmu pengetahuan tentang strategi pemasaran dibidang agrowisata yang merupakan sinergitas dari dua sektor yakni sektor pertanian dan pariwisata.

2. Praktis

- a. Sebagai bahan kajian bagi para pembaca dalam strategi pemasaran pada Agrowisata Onokabe di Desa Jekek Kabupaten Nganjuk.
- b. Menjadi panduan dalam menjalankan bisnis dengan penerapan *marketing strategy* yang tepat untuk mencapai *goals* yang dituju.
- c. Bagi Agrowisata Onokabe, adapun manfaat yang didapat dalam penulisan laporan dan penerapan *Lean Canvas* pada Agrowisata Onokabe di Desa Jekek meliputi:
 - 1) Diharapkan dengan adanya penelitian ini memberikan pengarahan untuk membangun agrowisata lebih baik, maju dan berkembang agar dapat berjalan lancar,
 - 2) Mengetahui perbedaan antara *Business Model Canvas* dengan *Lean Canvas*.

- 3) Mengetahui implementasi atau bentuk nyata dari *Lean Canvas* pada Agrowisata Onokabe dalam menarik minat pengunjung.
- 4) Mengetahui kendala yang ditemukan dilokasi observasi dan menghadirkan solusi yang tepat guna dari penerapan *Lean Canvas* pada Agrowisata Onokabe.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2009). *Manajemen Penelitian* (10th ed.). Jakarta: PT. Rineka Cipta. Perpusnas, (Online), tersedia: <https://opac.perpusnas.go.id/>, diunduh 12 Desember 2022.
- Fernando, D. (2018). *Perancangan Business Plan Pada Oditi Dengan Menggunakan Business Lean Canvas* [Universitas Katolik Parahyangan]. Repository, (Online), tersedia: <https://repository.unpar.ac.id/>, diunduh 10 Desember 2022.
- Gunawan, I. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik* (Suryani (ed.); 4th ed.). Jakarta: Bumi Aksara.
- Harianto, E. (2018). Implementasi Lean Canvas Pada Entrepreneurial Project Startup Bisnis, (Online), *10*(1), 1–16. tersedia: (<http://jurnal.ukdc.ac.id/>) diunduh 10 November 2022.
- Hasan, M. I. (2002). *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya* (C). Jakarta: Ghalia Indonesia. Perpusnas, (Online), tersedia: <https://onesearch.id/>, diunduh 12 Desember 2022.
- Husnayain, I., & Mawardi, M. K. (2018). *Implementasi Lean Canvas Pada Startup Dalam Menghadapi Persaingan (Studi Pada Startup Talangin)*. (Online), *55*(2), 30–38, tersedia: (<https://mill.onesearch.id/>), diunduh 10 Desember 2022.
- Mahendra, I. P. D. S. (2022). Perbandingan Model Business Model Canvas Dengan Lean Canvas Pada Startup Piecework. *Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, (Online), *9*(3), 2412–2427, tersedia: (<https://doi.org/10.35957/jatisi.v9i3.2818>), diunduh 10 Desember 2022.
- Maurya, A. (2010). Running Lean - A systematic process for iterating your web application from Plan A to a plan that works. In *O'Reilly Media*. Canada: O'Reilly Media. Books.google, (Online), tersedia: <https://books.google.co.id/>, diunduh 11 Desember 2022.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi Revi). Bandung: PT

- Remaja Rosdakarya. Perpusnas, (Online), tersedia: <https://opac.perpusnas.go.id/>, diunduh 12 Desember 2022.
- Mukhtar, Widodo, & Erna. (2000). *Konstruksi ke arah penelitian deskriptif*. Yogyakarta: Avyrouz. UPT Perpustakaan Isi Yogyakarta, (Online), tersedia: <https://opac.isi.ac.id/>, diunduh 12 Desember 2022.
- Mullins, J., Walker, O., Harper Boyd, J., & Larreche, J.-C. (2013). *Marketing Management 8th Edition : A Strategic Decision - Making Approach* (7th ed.). Boston: McGraw-Hill/Irwin. Perpusnas RI, (Online), tersedia: <http://digilibfeb.ub.ac.id/>, diunduh 12 Desember 2022.
- Osterwalder, Alexander; Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook For Visionaries, Game Changers, and Challengers*. John Wiley & Sons. Open Library, (Online), tersedia: <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/>, diunduh 29 Mei 2023.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Smith, A., & Movement, T. (2012). *Business Model Generation*. In *Kybernetes* (Vol. 41, Issue 5/6). New Jersey: John Wiley and Sons. Open Library, (Online), tersedia: <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/>, diunduh 12 Desember 2022.
- Prastowo, A. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian* (Cet. 3). Yogyakarta: Ar-ruzz Media. Perpusnas, (Online), tersedia: <https://onesearch.id/>, diunduh 12 Desember 2022.
- Rahayu, B. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Denpasar. Perpustakaan Gunung Sitoli Kota, (Online), tersedia: <https://perpustakaan.gunungsitolikota.go.id/>, diunduh 12 Desember 2022.
- Satriadi, Manawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Saidah, N. (2021). *Manajemen Pemasaran* (M. Suardi (ed.); 1st ed., Vol. 4, Issue 1). Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru (Anggota IKAPI). Repository Unmuh Jember, (Online), tersedia: <https://www.samudrabiru.co.id/>, diakses 11 Desember 2022.
- Strauss, A. C., & Corbin, J. (2008). *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*. In *Management Learning* (Vol. 31, Issue 4). Sage Publications, Inc. Semantic Scholar, (Online), tersedia: <https://www.semanticscholar.org/>, diunduh 12 Desember 2022.

- Subhash C, J. (2000). *Business Marketing: Planning and Strategy* (6th ed., Vol. 6). South-Western Educational Publishing. Books Google, (Online), tersedia: <https://books.google.co.id/>, diunduh 11 Desember 2022.
- Sugiyono, P. D. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. In *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta. Perpustakaan, (Online), tersedia: <https://opac.perpusnas.go.id/>, diunduh 12 Desember 2022.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran* (3rd ed.). Yogyakarta: CV. Andi Offset. Opac Balikpapan, (Online), tersedia: <http://opac.balikpapan.go.id/>, diunduh 12 Desember 2022.
- Weddiawati, T., & Rahmayani, E. F. (2021). Implementasi Lean Canvas Pada Startup Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Barbershop. *Jurnal Manajemen Bisnis*, (Online), 18(1), 108–118, tersedia: (<https://journal.undiknas.ac.id/>), diunduh 10 November 2022.
- Yudi, R. (2021). *Penerapan Metode Lean Canvas Untuk Pengembangan Startup Safir*, (Online), tersedia: <https://dspace.uui.ac.id>, diunduh 10 November 2022.
- Republik Indonesia. 1989. Surat Keputusan Bersama Menteri Pertanian dan Menteri Pariwisata, Pos, dan Telekomunikasi Nomor 204/KPTS/HK/050/4/1989 dan Nomor KM. 47/PW.DOW/MPPT/89 tentang Koordinasi Pengembangan Wisata Agro. Jakarta: Menteri Pertanian dan Menteri Pariwisata, Pos, dan Telekomunikasi.