



**LAPORAN PENELITIAN**

**JUDUL:**

**IMPLEMENTASI INOVASI PRODUK UNTUK MENINGKATKAN  
DAYA SAING MELALUI PENDEKATAN *BUSINESS MODEL*  
CANVAS PADA INDUSTRI TAS ANYAMAN IBU RIA**

**Oleh:**

Laila Nur Azizah	(2012010330)
Dr. H. Samari, M.M.	(0712026201)
Rino Sardanto, M.Pd.	(0730127403)

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI  
JULI 2024**

## HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul Penelitian : Implementasi Inovasi Produk Untuk Meningkatkan Daya Saing Melalui Pendekatan *Business Model Canvas* Pada Industri Tas Ayamam Ibu Ria
2. Ketua
  - a. Nama Lengkap : Laila Nur Azizah
  - b. NPM : 2012010330
  - c. Fak/Prodi : FEB/Manajemen
  - d. Alamat Rumah : Dsn Pengilen, Ds Mojokerep, Kec Plemahan, Kab Kediri
  - e. Telp./HP : 085816989570
  - f. Email : [lailanura268@gmail.com](mailto:lailanura268@gmail.com)
3. Anggota 1
  - a. Nama : Dr. H. Samari, M.M.
  - b. NIDN : 0712026201
  - c. Fak/Prodi : FEB/Manajemen
4. Anggota 2
  - a. Nama : Rino Sardanto, M.Pd.
  - b. NIDN : 0730127403
  - c. Fak/Prodi : FEB/Manajemen
5. Jangka waktu PKM : 6 bulan
6. Pembiayaan :
  - a. Diajukan ke YPLP-PT PGRI Kediri : -
  - b. Dari sumber lain : Rp 15.000.000Jumlah Seluruhnya : Rp 15.000.000

Mengetahui,  
Kaprodi Manajemen



Kediri, 15 Juli 2024  
Ketua,

Laila Nur Azizah  
NPM. 2012010330

Menyetujui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah Tuhan Yang Maha Kuasa, karena berkat rahmat dan ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan laporan penelitian deseminasi yang berjudul “Implementasi Inovasi Produk Untuk Meningkatkan Daya Saing Melalui Pendekatan *Business Model Canvas* Pada Industri Tas Anyaman Ibu Ria.”

Penelitian ini guna untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Pada kesempatan ini diucapkan terimakasih dan penghargaan yang setulusnya kepada:

1. **Allah SWT**, yang telah memberikan nikmat Islam, Iman, dan Ikhsan, kesehatan dan limpahan rahmat dan kasih sayang yang tak terhingga.
2. **Kedua orang tua yang sangat berjasa dalam hidup penulis, Bapak Sukandar dan Ibu Su'ini**. Terimakasih atas do'a, cinta, kepercayaan dan dukungan moril maupun material yang telah diberikan, sehingga penulis merasa terdukung disegala pilihan dan keputusan yang diambil oleh penulis, serta tanpa lelah mendengar keluh kesah penulis hingga di titik ini. Semoga Allah SWT memberikan keberkahan di dunia serta tempat terbaik di akhirat kelak, karena telah menjadi figur orang tua terbaik bagi penulis.
3. **Kakak dan adik saya Yeni Lestari dan Virra Aprilia Nur Hidayah** Terimakasih atas dukungannya secara moril maupun materil, terimakasih

juga atas segala motivasi yang telah diberikan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.

4. **Dr. Zaenal Afandi, M.Pd.**, selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri yang telah memberikan dorongan motivasi kepada mahasiswa.
5. **Dr Amin Tohari, M.Si.**, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri yang telah memberikan kesempatan untuk menyelesaikan laporan penelitian deseminasi ini.
6. **Restin Meilina, M.M.**, selaku Ketua Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan dukungan secara moril dan membantu dalam penyusunan laporan penelitian deseminasi ini.
7. **Rino Sardanto, M.Pd., dan Dr. H. Samari, M.M.**, selaku Dosen Pembimbing yang telah rela meluangkan waktu dan bimbingan kepada penulis dalam proses penyusunan laporan penelitian deseminasi.
8. **Ibu Riatul Laili**, selaku pemilik industri tas anyaman yang telah memberikan segala informasi yang berkaitan dengan penelitian ini.
9. **Teman-teman Manajemen Angkatan 2020**, yang telah menjadi patner diskusi dikelas dan luar kelas serta segala dukungan moril, tenaga dan kesetiiaanya.
10. **Seluruh Dosen dan Karyawan Prodi Manajemen**
11. **Almamaterku Universitas Nusantara PGRI Kediri**
12. Serta semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penyelesaian laporan penelitian deseminasi ini.

Penulis menyadari bahwa laporan penelitian deseminasi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, saran serta kritik yang membangun sangat penulis harapkan.

Demikian semoga laporan penelitian deseminasi ini dapat bermanfaat dan berguna untuk kemajuan ilmu pengetahuan di masa yang akan datang.

Kediri, 15 Juli 2024

Penulis

**Laila Nur Azizah**

NPM: 2012010330

## RINGKASAN

**Laila Nur Azizah** : Implementasi Inovasi Produk Untuk Meningkatkan Daya Saing Melalui Pendekatan *Business Model Canvas* Pada Industri Tas Anyaman Ibu Ria, Laporan Penelitian, Manajemen, FEB UNP Kediri 2024

**Kata Kunci:** Inovasi, Daya Saing, Model Bisnis dan *Business Model Canvas*

Industri tas anyaman Ibu Ria saat ini sedang memperbaiki inovasi produknya dengan menampilkan produk unggulan yang memiliki perbedaan dengan ciri khas yang unik sehingga menjadikan industri ini memiliki potensi yang besar untuk dapat meningkatkan daya saing yang berkelanjutan. Menurunnya penjualan di industri tas anyaman Ibu Ria yang dikarenakan banyaknya pesaing produk sejenis dan juga belum memiliki strategi *Business Model Canvas* dalam menjalankan bisnisnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Observasi, wawancara, dan dokumentasi digunakan mengumpulkan data. Trigulasi sumber dilakukan dengan mewawancari tiga narasumber yaitu pemilik, karyawan dan pembeli. Teknik analisis data termasuk reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan, dan *Business Model Canvas*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa industri tas anyaman Ibu Ria telah meningkatkan keunggulannya industrinya dengan melakukan inovasi yang ada pada produknya, tetapi permasalahan yang ada yaitu belum melakukan penerapan inovasi baru melalui *Business Model Canvas* karena belum mempunyai pendekatan model bisnis untuk usahanya. Padahal melalui pendekatan BMC industri tas anyaman Ibu Ria dapat lebih mudah untuk menciptakan inovasi dan perubahan yang lebih baik untuk meningkatkan daya saing maupun untuk meningkatkan penjualan produknya. Pada elemen *customer segments*, *customer relationship* dan *channels* adalah tempat terjadinya perubahan dan inovasi produk yang dapat dilakukan oleh industri tas anyaman Ibu Ria agar mampu bersaing dengan usaha yang sejenis.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>RINGKASAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Tujuan Penelitian .....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>8</b>
A. Inovasi.....	8
B. Daya Saing .....	9
C. Model Binis.....	10
D. <i>Business Model Canvas</i> .....	11
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>17</b>
A. Deskripsi Metode Penelitian.....	17
B. Rincian Proses Pengumpulan Data .....	18
C. Sasaran Penelitian .....	20
D. Instrumen Penelitian .....	21
E. Prosedur Analisis Data.....	23
F. Keabsahan Temuan.....	24
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>26</b>
A. Hasil Penelitian .....	26

B. Hasil Pembahasan .....	37
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>43</b>
A. Kesimpulan .....	43
B. Saran .....	44
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>47</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>50</b>
A. Lampiran 1 .....	51
B. Lampiran 2 .....	52
C. Lampiran 3 .....	53
D. Lampiran 4 .....	57
E. Lampiran 5 .....	59
F. Lampiran 6 .....	69
G. Lampiran 7 .....	73



**DAFTAR TABEL**

Tabel	Halaman
3.1 : Deskriptif Informan.....	20
4.1 : Tabel Informan .....	26

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar	Halaman
1.1 : <i>Business Model Canvas Tamplate</i> .....	13
4.1 : Kondisi <i>Business Model Canvas</i> Industri Tas Anyaman Ibu Ria .....	41
4.2 : Usulan <i>Business Model Canvas</i> Industri Tas Anyaman Ibu Ria .....	42

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran	Halaman
1 : Surat Izin Penelitian.....	51
2 : Surat Balasan dari Industri Tas Anyaman Ibu Ria .....	52
3 : <i>Informant Consent</i> .....	53
4 : Instrumen Penelitian.....	57
5 : Tabulasi Angket atau Transkripsi Wawancara.....	59
6 : Dokumentasi .....	69
7 : Artikel yang di publikasikan .....	73

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pada era globalisasi bisnis semakin mudah beroperasi saat ini, yang ditandai oleh pesatnya kemajuan ilmu teknologi dan arus informasi. Ekonomi Indonesia berkembang dengan sangat cepat, terutama di bidang kerajinan, makanan dan fashion. Dengan perkembangan ini, untuk dapat bersaing dengan semua perusahaan yang serupa, setiap bisnis harus memiliki tingkat persaingan yang cukup karena suatu bidang usaha pasti akan muncul lebih banyak bisnis sejenis, seperti yang terjadi pada industri kerajinan yang menghasilkan persaingan bisnis yang semakin kompetitif.

Kediri merupakan sebuah Kota di Jawa Timur yang memiliki potensi luar biasa untuk mengembangkan industri kreatif (Sardanto, 2016). Pemerintah Kota Kediri mengajak para pelaku industri kreatif untuk kerja sama meningkatkan potensi dalam era industri 4.0. Bisnis kerajinan anyaman yang berkembang di Desa Kayen Kidul Kediri terutama di industri tas anyaman Ibu Ria. Kerajinan mengayam itu telah dilakukan selama bertahun-tahun oleh warga Desa Kayen Kidul, mulai dari praktik adat hingga menjadi bisnis keluarga. Usaha kerajinan anyaman kecil dan menengah sangat membantu ekonomi masyarakat desa untuk bertahan dalam krisis dengan memanfaatkan sumber daya lokal seperti bahan baku, modal, dan sumber daya manusia (Christanti et al., 2017).

Industri tas anyaman Ibu Ria menghasilkan berbagai produk kerajinan cantik hasil karya tangan kreatif dan ketrampilan masyarakat yang bekerja disana. Kerajinan tangan ini mempunyai ciri khas dan keunikan tersendiri karena dibuat dengan ketelatenan tangan manusia bukan dengan mesin. Tas anyaman dibuat dengan berbagai macam desain, motif, model dan gambar yang menarik, serta dirancang untuk memenuhi kebutuhan penggunanya. Produsen menawarkan berbagai pilihan koleksi tas terbaru dengan menggabungkan elemen kreatif, berkualitas, praktis, dan fungsional dalam desainnya agar mampu bertahan di era persaingan produk sejenis yang semakin banyak.

Dalam pasar yang semakin kompetitif dan situasi pasar yang dinamis, keuntungan dari keunggulan bersaing tidak lagi dapat menghalangi persaingan namun, tingkat persaingan tersebut harus disikapi dengan sebaik-baiknya. Dalam hal ini dapat didefinisikan sebagai upaya yang optimal dan berkelanjutan untuk menghasilkan sesuatu yang lebih baik lagi dimasa mendatang (Sulistiyani; et al., 2020).

Meskipun mengalami pertumbuhan, industri tas anyaman juga masih menghadapi beberapa masalah, salah satu masalah yang dihadapi oleh industri ini adalah produktivitas dan tingkat inovatif yang rendah, untuk memaksimalkan inovasi bisnis pada sebuah perusahaan dalam menghadapi tantangan yang signifikan, mulai dari permasalahan *marketing* hingga keberlangsungan kegiatan suatu perusahaan, inovasi produk dapat diterapkan untuk membuat suatu perusahaan tetap bertahan bahkan setelah bertahun-tahun beroperasi (Sa'adati et al., 2019).

Inovasi rendah pada keadaan tersebut menyebabkan penjualan menurun karena industri tersebut jarang melakukan perubahan secara signifikan yang dilakukan dan Ibu Ria juga belum menerapkan strategi *Business Model Canvas* dalam operasional bisnisnya. Sehingga industri ini belum memiliki pendekatan khusus untuk mengelola bisnis mereka agar tetap kompetitif dan dapat tetap berkembang. Industri ini menjalankan bisnis hanya meningkatkan produk sejenis yang sudah ada saja yaitu produk tas, akibatnya mereka tidak memiliki *business plan* dan daya saing yang dimilikinya tergolong masih rendah. Inovasi produk, layanan, prosedur, teknologi, atau struktur organisasi dapat menjadi cara untuk mendapatkan keunggulan kompetitif (Sardanto et al., 2022).

Untuk menjadi lebih kompetitif, perusahaan harus terus berinovasi untuk menjadikan produk dan layanan lebih baik dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Proses manajemen inovasi merupakan cara perusahaan mengelola perubahan dan perbedaan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif jangka panjang (Lestari, E. R. 2019). Strategi manajemen inovasi adalah kumpulan aturan dan tindakan yang diambil oleh sebuah perusahaan untuk mencapai tujuan inovasinya. Strategi ini harus disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi masing-masing perusahaan.

Perusahaan harus memiliki daya saing yang kuat untuk tetap bisa bertahan dan berkembang dalam persaingan yang semakin ketat, terutama perusahaan sejenis yang berbeda dalam mencapai keunggulan bersaing. Keunggulan bersaing didefinisikan sebagai kemampuan suatu badan usaha untuk memberikan nilai yang lebih besar untuk produknya dibandingkan para

pesaingnya dan nilai tersebut benar-benar bermanfaat bagi pelanggan (Paryanti, 2015).

Agar industri tas anyaman Ibu Ria mampu berkompetisi dengan pesaing, strategi inovasi juga dapat dilakukan dengan membuat produk yang berbeda dan unik serta melakukan pemasaran yang kuat untuk memastikan bahwa produk tersebut dapat dikenal oleh banyak kalangan dan diminati oleh target pasar yang sesuai dengan kebutuhannya, inovasi produk dan penyesuaian strategi pemasaran sangat penting untuk mengantisipasi dan merespon perubahan tren kebutuhan pasar dengan cepat. Industri kerajinan tas anyaman harus terus mengevaluasi dan mengoptimalkan strategi kreatif dan pemasaran mereka sehingga dengan melakukan inovasi tersebut industri akan mendapatkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Salah satu faktor yang menentukan keunggulan kompetitif adalah dengan membuat kreativitas produk. Semua perusahaan harus membuat barang inovatif karena orang yang kreatif dapat menghasilkan ide baru dan cara baru melihat masalah dan peluang. Pebisnis dididik untuk berpikir berbeda dari kebanyakan orang karena nilai-nilai yang menarik tidak akan ada jika mereka berpikir seperti kebanyakan orang. Bisnis tidak dapat beroperasi tanpa produk, jadi produk sangat penting bagi mereka (Yusita & Soedjoko, 2022).

Untuk mempertahankan keunggulan bersaing, penulis telah memilih beberapa studi penelitian yang didasarkan pada penelitian ilmiah dari peneliti sebelumnya. Studi dari (Itta et al., 2021) membahas tentang *Business Model Canvas* sebagai alternatif bisnis kerajinan sedotan. (Ardhana et al., 2022) dan

(Nafi'ah & Widodo, 2022) membahas tentang penerapan model bisnis usaha kerajinan. (Rahmawati & Setiawan, 2022) dan (A. D. Lestari & Sardanto, 2021) membahas tentang *Business Model Canvas* (BMC) dan analisis SWOT untuk meningkatkan pemasaran dan daya saing usahanya. Studi lain dari (Putri et al., 2023) membahas tentang analisis pengembangan bisnis melalui *Business Model Canvas*. Sedangkan penelitian saya membahas tentang implementasi inovasi produk kerajinan pada industri tas anyaman Ibu Ria dan perubahan baru yang akan dilakukan untuk meningkatkan daya saing melalui *Business Model Canvas*.

Model bisnis adalah strategi yang dikembangkan ketika seseorang akan memulai sebuah bisnis. Inovasi model bisnis yang baik dapat menjadi keunggulan kompetitif bagi sebuah industri itu sendiri. Model bisnis adalah alat strategi manajemen dan kewirausahaan yang dapat membantu sebuah usaha dan bisnis untuk mendeskripsikan, merancang, menantang, menciptakan, dan memicu model bisnis (Suwarni & Handayani, 2021).

Salah satu usaha pengembangan industri tas anyaman agar tetap bersaing adalah dengan cara menyusun strategi inovasi dalam bisnis model canvas yang dipaparkan oleh (Osterwalder & Pigneur, 2014) *Business Model Canvas* terdiri dari sembilan blok elemen yang disebut “blok bangunan bisnis” masing-masing dengan poin penting yang menjelaskan bagaimana suatu organisasi dapat memperoleh manfaat dan membantu pelanggannya. Blok-blok elemen ini mencakup *Customer Segments*, *Value Propositions*, *Channels*,



*Customer Relationship, Revenue Streams, Key Resources, Key Activities, Key Partnership, dan Cost Structure.*

Manfaat dari *Business Model Canvas* adalah nilai yang memungkinkan sebuah bisnis untuk mendefinisikan, mempelajari, dan membuat desain yang inovatif dan kreatif untuk menentukan, memberikan, dan mengambil dimensi pasar dan meningkatkan permintaan melalui inovasi (Hammam & Pahlevi, 2022). *Business Model Canvas* (BMC) sangat penting untuk merancang inovasi model bisnis (Narto, 2017) Salah satu alat yang dibuat untuk membantu perusahaan memahami lebih baik tentang bisnis agar memiliki kemampuan berinovasi untuk bersaing dengan kompetisi bisnis yang semakin tinggi setiap tahunnya sehingga dapat mencapai tujuannya.

Oleh karena itu penulis ingin meneliti bagaimana implementasi inovasi produk tas anyaman Ibu Ria dalam meningkatkan daya saing melalui pendekatan *Business Model Canvas* dan apakah ada inovasi baru untuk dapat meningkatkan penjualan dan daya saing pada tas anyamannya. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut penelitian ini diberi judul **“Implementasi Inovasi Produk Untuk Meningkatkan Daya Saing Melalui Pendekatan *Business Model Canvas* Pada Industri Tas Anyaman Ibu Ria”**.

## **B. Tujuan Penelitian**

Dengan mempertimbangkan latar belakang dan fokus penelitian, tujuan penelitian adalah untuk mengetahui implementasi inovasi produk kerajinan dalam meningkatkan daya saing industri kerajinan tas anyaman Ibu Ria dengan

menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* dengan sembilan elemen yang meliputi *Customer Segments*, *Value Propositions*, *Channels*, *Customer Relationship*, *Revenue Streams*, *Key Resources*, *Key Activities*, *Key Partnership*, *Cost Structure* dan memahami inovasi atau perubahan yang dapat diambil agar meningkatkan daya saing pada industri tas anyaman Ibu Ria sehingga tidak mengalami penurunan penjualan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustiadi, A., Syarief, R., & Nurrochmat, D. R. (2018). Strategi Pengembangan Bisnis Rental Mobil Wiralodra 27 Dengan Pendekatan Model Bisnis Kanvas. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 4(1), 138–150. <https://doi.org/10.17358/Jabm.4.1.138>
- Ardhana, A., Salminah, M., & Buwono, C. (2022). *Pemetaan Model Bisnis Usaha Kerajinan Anyaman Rotan Di Desa Gohong , Kabupaten Pulang Pisau , Kalimantan Tengah The Mapping Of Rattan Weaving Craft Business Modeling Gohong Village , Pulang Pisau Regency , Central Kalimantan Pendahuluan Rotan Termasuk Tum.* 107–124. <https://doi.org/10.20886/Glm.2022.2.2.107-124>
- Asmara, A. Y., & Rahayu, S. (2019). Meningkatkan Daya Saing Industri Kecil Menengah Melalui Inovasi Dan Pemanfaatan Jaringan Sosial: Pembelajaran Dari Klaster Industri Software Di India. *Jp Feb Unsoed*, 3(Jurnal Pemasaran Kompetitif), 33. <http://www.kemenperin.go.id/artikel/5210/Daya-Saing-Ikm-Perlu-Ditingkatkan>
- Christanti, Y., Umar, A., Sasongko, A. H., & Widyastuti, I. T. (2017). Business Model Sebagai Strategi Bersaing Untuk Pelaku Bisnis Pemula Studi Kasus : Bisnis Hijab. *Buletin Bisnis & Manajemen*, 03(01), 1–12.
- Durrotus Sa'adati1, Farda Hasun2, M. R. (2019). Evaluasi Model Bisnis Pada Dinni Batik Dengan Menggunakan Pendekatan Business Model Canvas. *E-Proceeding Of Engineering*, 6(1), 6316. <https://libraryproceeding.telkomuniversity.ac.id/index.php/engineering/article/view/9847>
- Hammam, A., & Pahlevi, R. W. (2022). *Analisis Perkembangan Usaha Dandellion Menggunakan Pendekatan Business Model Canvas.* 20(1), 105–123.
- Itta, D., Helmi, M., & Ardhana, A. (2021). Bussines Model Canvas Sebagai Alternatif Strategi Bisnis Kerajinan Sedotan Purun Di Desa Tumbang Nusa, Kecamatan Jabiren Kabupaten Pulang Pisau. *Jurnal Hutan Tropis*, 9(3), 271. <https://doi.org/10.20527/Jht.V9i3.12315>
- Lestari, A. D., & Sardanto, R. (2021). *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unp Kediri Implementasi Swot Dan Business Model Canvas Guna Terciptanya Keunggulan Kompetitif Produk Pada Barelo Cafe Nganjuk.* 880–892.
- Lestari, E. R. (2019). *Manajemen Inovasi: Upaya Meraih Keunggulan Kompetitif.* Universitas Brawijaya Press.
- Luthan, M. Z., Winandi, R., & Rifin, A. (2019). Analisis Pengembangan Model Bisnis Kanvas. *Forum Agribisnis: Agribusiness Forum*, 9(2), 185–199.

<https://journal.ipb.ac.id/index.php/fagb/article/view/28141>

- Mohammad, R. ;, & Niode, I. Y. (2020). Analisis Strategi Daya Saing (Competitive Advantage) Kopia Karanji Gorontalo. *Oikos Nomos: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 1–14. <https://doi.org/10.37479/jkeb.v13i1.7062>
- Montenegro, J. F., Contreras, P. A., & Saenz, F. (2021). Hybridization Of The Kano Model And Business Model Canvas: Aeronautical And Metalworking Industry In Bogota, Colombia. *Heliyon*, 7(10). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.E08097>
- Nafi'ah, Y. K. ;, & Widodo, M. W. (2022). Analisis Penerapan Strategi Business Model Canvas (BMC) Pada Kelompok Paguyuban Amreh Mulyo. *Economic Education And Entrepreneurship Journal*, 5(2), 179–183. <https://doi.org/10.23960/E3j/V5i2.175-183>
- Narto. (2017). Pengembangan Bisnis Model Untuk Meningkatkan Daya Saing Industri Batik Sumenep Madura. *Proceeding Snst Ke-8*, 105–110.
- Nugroho, S. J. (2019). *Perilaku Konsumen Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Osterwalder, A. ;, & Pigneur, Y. (2014). *Business Model Generation*. Penerbit PT Elex Media Komputindo.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2019). *Business Model Generation: A Handbook For Visionaries, Game Changers, And Chalangers*. Wiley.
- Paryanti, R. (2015). *Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Pada Hotel Resty Menara Pekanbaru)*. 2(0), 1–23.
- Prasetyo, B. D. (2020). *Strategy Branding Teori Dan Perspektif Komunikasi Dalam Bisnis*. UB Press.
- Putri,R.T., B. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Fakultas Perikanan Udayana : Denpasar.
- Putri, S. Y., Kusumaningtyas, D., & Damayanti, S. (2023). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Alen-Alen Mbak Sripit Melalui Business Model Canvas. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi*, 8(1), 496–506.
- Rahmawati, Y. D., & Setiawan, I. (2022). Business Model Canvas Dan Analisis SWOT Untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran Rumah Batik Anto Djamil. *JUSIFO (Jurnal Sistem Informasi)*, 8(2), 91–102. <https://doi.org/10.19109/Jusifo.V8i2.13983>
- Sardanto, R. (2016). Kajian Tenun Ikat Berbasis Kearifan Lokal. In *Proceeding Seminar Nasional Kewirausahaan Dan Inovasi Bisnis VI*. Jakarta : SNKIB UNTAR.

- Sardanto, R., Damayanti, S., Muslih, B., Sumantri, B. A., & Ainun, F. (2022). Pelatihan Penyusunan Bisnis Model Kanvas Untuk. *Abdimas Akademika*, 3(02), 127–135.
- Sardanto, R., & Rahman, D. (2023). Strategi Inovasi Sablon Shift Untuk Meningkatkan Daya Saing Pasca Covid-19 Di Industri Sablon Kaos. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 14(1), 44–50. <https://doi.org/10.36982/jiegmk.v14i1.3127>
- Silaningsih, Y. E. Dan. (2020). *Manajemen Bisnis Dan Inovasi*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif Dan R&D* (2nd Ed.). ALFABETA, Cv: BANDUNG.
- Sulistiyani, Aditya, P., & Setiyanto; (2020). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Daya Saing Umkm. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, Volume 3, Pege (Hal.): 31 – 39.
- 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>
- Warnaningtyas, H. (2020). Desain Bisnis Model Canvas (BMC) Pada Usaha Batik Kota Madiun. *EKOMAKS: Jurnal Manajemen, Ilmu Ekonomi Kreatif Dan Bisnis*, 9(79), 52–65. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/2708>
- 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. <https://doi.org/10.24912/jmie.v5i2.11433>
- Yuliani, N., & Yuniarto, A. (2021). Strategi Pengembangan Bisnis Pada Toko Online Mart . Lo . Gue Dengan Pendekatan Business Model Canvas. *Ikrath-Ekonomika*, 3(4), 181–192.
- Yusita, D. G. R., & Soedjoko, D. K. H. (2022). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Perumahan Greenland Kediri 1),2)*. 624–631.
- Zafar, M. W., Saud, S., & Hou, F. (2019). The Impact Of Globalization And Financial Development On Environmental Quality: Evidence From Selected Countries In The Organization For Economic Co-Operation And Development (OECD). *Environ Sci Pollut Res* 26. <https://doi.org/10.1007/s11356-019-04761-7>