



LAPORAN PENELITIAN

JUDUL:

**LEAN CANVAS SEBAGAI ALAT ANALISA PADA UMKM KOPI KITA
ROBUSTA DI KUNIRAN KAB.NGAWI UNTUK PENGEMBANGAN
BISNIS**

Oleh:

Kharisma Setyaningrum	(2112010119)
Dr. Ismayantika Dyah Puspasari, S.E, M.B.A,	(0706108902)
Rino Sardanto, S.Pd, M.Pd	(0730127403)

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
JUNI 2025**

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul Penelitian : Lean Canvas Sebagai Alat Analisa Pada Umkm Kopi Kita Robusta Di Kuniran Kab.Ngawi Untuk Pengembangan Bisnis
2. Ketua
 - a. Nama Lengkap : Kharisma Setyaningrum
 - b. NPM : 2112010119
 - c. Fak/Prodi : FEB/Manajemen
 - d. Alamat Rumah : Dusun Krajan, Desa Brentolo, Kecamatan Sine, Kabupaten Sine
 - e. Telp./HP : 085851376148
 - f. Email : rismasetya30@gmail.com
3. Jangka waktu Penelitian : 1 bulan
4. Pembiayaan :
 - a. Diajukan ke YPLP-PT PGRI Kediri : -
 - b. Dari sumber lain : Rp 10.000.000Jumlah Seluruhnya : Rp 10.000.000

Mengetahui,
Kaprodi Manajemen



Restin Meilina, M.M.
NIDN. 0721058605

Kediri, 3 Juli 2025
Ketua,



Kharisma Setyaningrum
NPM. 2112010119

Menyetujui,
Dekan/Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Amin Tohari, M.Si.
NIDN. 0715078102

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kami panjatkan kehadiran Allah Tuhan Yang Maha Kuasa, karena hanya atas perkenan-Nya tugas penyusunan proposal ini dapat diselesaikan. Penyusunan proposal ini merupakan bagian dari rencana penelitian guna penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri. Pada kesempatan ini diucapkan terima kasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada:

- A. Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis di berikan kesehatan dan dapat menyelesaikan laporan ini.
- B. Dr. Zainal Afandi, M.Pd., selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri yang selalu memberikan dorongan motivasi kepada mahasiswa.
- C. Dr. Amin Tohari M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri yang selalu memberikan dorongan motivasi kepada mahasiswa.
- D. Restin Meilina, M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri yang selalu memberikan dorongan motivasi kepada mahasiswa.
- E. Dr. Ismayantika Dyah Puspasari, M.B.A selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan selama penyusunan Laporan hasil penelitian ini hingga tepat waktu.
- F. Rino Sardanto, M.Pd., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan selama penyusunan Laporan hasil penelitian ini hingga tepat waktu.
- G. Kepada kedua orang tua yang aku sayangi yang menyayangi dengan penuh kasing sayang, yang telah merawat mendidik, dan memberikan semangat dengan cinta yang tulus serta tak kenal lelah mendoakan penulis.
- H. Teman-teman manajemen angkatan 2021 yang telah memberi semangat dan dukungan.

- I. Semua pihak yang telah memberikan bantuan baik mental maupun spiritual yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Disadari bahwa Laporan hasil penelitian ini masih banyak kekurangan, maka di harapkan masukan, kritik dan saran saran dari berbagai pihak sangat di harapkan. Akhirnya, disertai harapan semoga Laporan hasil penelitian ini ada manfaatnya bagi kita semua, khususnya bagi dunia pendidikan, meskipun hanya ibarat setitik air bagi samudra luas.

Kediri, 11 Juli 2025



Kharisma Setyaningrum
NPM.2112010119

RINGKASAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji bagaimana Lean Canvas dapat dimanfaatkan sebagai alat strategis untuk mendukung pertumbuhan Kopi Kita Robusta di Dk. Miridoyong, Rt. 03/Rw. 03, Ds. Kuniran, Kec. Sinus, Kab. Ngawi, Prov. Jawa Timur.

Penelitian menggunakan teknik kualitatif deskriptif untuk mengidentifikasi isu-isu utama yang dihadapi UMKM, seperti kapasitas produksi yang terbatas, pemasaran yang buruk, dan kebutuhan akan produk dan kemasan yang inovatif. wawancara mendalam, Observasi langsung dan analisis dokumen digunakan untuk mengumpulkan data.

Temuan hasil penelitian menunjukkan bahwa Lean Canvas efektif dalam mengidentifikasi dan merumuskan solusi atas permasalahan inti yang dihadapi UMKM ini. Melalui penerapan Lean Canvas, Kopi Kita Robusta dapat lebih memahami struktur bisnis mereka, mengidentifikasi peluang pasar, dan merancang strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran. Penelitian ini memperluas literatur tentang penerapan Lean Canvas dalam konteks UMKM kopi tradisional di Indonesia, yang belum banyak dibahas sebelumnya.

Hasil penelitian ini memberikan panduan strategis bagi UMKM untuk mengoptimalkan kapasitas produksi, memperluas jangkauan pasar melalui digitalisasi pemasaran, dan meningkatkan daya tarik produk melalui inovasi kemasan. Keterbatasan penelitian ini yaitu hanya berfokus pada satu UMKM skala kecil, sehingga hasilnya tidak dapat digeneralisasikan ke sektor lain. Selain itu, penelitian ini hanya mencakup analisis model bisnis tanpa mengevaluasi langsung implementasi strategi.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
KATA PENGANTAR	i
RINGKASAN	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Tujuan Penelitian	8
BAB II.....	10
KAJIAN TEORI	10
A. Model Bisnis	10
B. Strategi Pengembangan Bisnis.....	11
C. Lean Canvas	12
D. UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah).....	17
METODE PENELITIAN.....	21
A. Deskripsi Metode Penelitian	21
B. Rincian Proses Pengumpulan Data	21
C. Sasaran Penelitian	23
D. Instrumen Penelitian.....	24
E. Prosedur Analisis Data.....	27
BAB IV	29
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	29
A. Hasil Penelitian	29
B. Pembahasan.....	43
BAB V.....	46
KESIMPULAN DAN SARAN.....	46
A. Kesimpulan	46
B. Saran.....	46
DAFTAR PUSTAKA	48
LAMPIRAN.....	51

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 UMKM Kopi di Kab.Ngawi	3
Tabel 1. 2 Informan Penelitian.....	25
Tabel 1. 3 Pertanyaan Wawancara Semi-Terstruktur	26
Tabel 1. 4 Triangulasi Sumber	28
Tabel 1. 5 Hasil Wawancara	30
Tabel 1. 6 Lean Canvas Model	36

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Lean Canvas	17
Gambar 2. 2 Kopi Kita Robusta.....	35

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Ijin Penelitian	52
Lampiran 2 : Surat Balasan/Keterangan Telah Melakukan Penelitian Dari Perusahaan.....	53
Lampiran 3 : Informant Consent	54
Lampiran 4 : Instrumen Penelitian	55
Lampiran 5 : Tabulasi Angket.....	56
Lampiran 6 : Dokumentasi.....	59
Lampiran 7 : Artikel Yang Dipublikasikan.....	61

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia memiliki peranan yang sangat penting dalam perekonomian. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM berkontribusi sekitar 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja di sektor non-pertanian. Keberadaan UMKM tidak hanya memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan tetapi juga membantu mengurangi angka pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Di antara berbagai jenis UMKM, industri kopi menjadi salah satu sektor yang mengalami pertumbuhan pesat dalam beberapa tahun terakhir, sejalan dengan meningkatnya permintaan konsumen akan kopi berkualitas (Anggraini, 2022).

Indonesia adalah salah satu negara penghasil dan pengeksport biji kopi terbesar di dunia, dikenal dengan kualitas kopinya yang beragam dan unik. Menurut data dari Organisasi Kopi Internasional (*International Coffee Organization*), Indonesia menempati peringkat keempat dalam produksi kopi global setelah Brasil, Vietnam, dan Kolombia. Pada tahun 2022, produksi kopi Indonesia mencapai sekitar 11 juta kantong (setara dengan 660 ribu ton), dengan Vietnam yang menghasilkan sekitar 29 juta kantong, Brasil 38 juta kantong, dan Kolombia 12 juta kantong (International Coffee Organization, 2022).

Kopi Indonesia terkenal dengan berbagai varietas, seperti Arabika dan Robusta, yang tumbuh subur di berbagai daerah dengan iklim dan kondisi tanah yang beragam. Daerah penghasil kopi utama di Indonesia meliputi Sumatera, Jawa, Sulawesi, dan Bali, masing-masing dengan karakteristik rasa yang khas. Misalnya, kopi Sumatera dikenal dengan rasa *earthy* (beraroma

tanah), sedangkan kopi Jawa memiliki rasa yang lebih halus dan manis (Michaels, 2020).

Dalam hal ekspor, Indonesia juga merupakan salah satu negara penghasil kopi terkemuka. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2021, Indonesia mengekspor kopi senilai lebih dari 1,2 miliar dolar AS, dengan volume ekspor sekitar 8,8 juta kantong kopi. Negara tujuan utama ekspor kopi Indonesia meliputi Amerika Serikat, Jepang, dan Eropa, di mana kopi spesialti dari Indonesia semakin diminati karena kualitas dan keunikan rasa yang ditawarkannya (Statistik, 2021).

UMKM Kopi KITA Robusta yang berlokasi di Desa Kuniran, Miridoyong, telah berdiri sejak tahun 2019 dan berawal dari inisiatif sebuah keluarga yang mencoba mengolah biji kopi robusta secara mandiri. Awalnya, mereka membeli biji kopi kering dari petani setempat, lalu menyangrainya sendiri menggunakan wajan tanah liat tradisional (*wingko*), sebelum menggilingnya menjadi bubuk kopi siap konsumsi. Proses ini dilakukan secara sederhana namun penuh dedikasi terhadap kualitas dan keaslian rasa. Seiring berjalannya waktu dan meningkatnya minat masyarakat terhadap produk mereka, UMKM ini mulai membeli biji kopi dalam jumlah yang lebih besar dan memperluas proses produksinya. Produk kopi kemudian dikemas dalam dua varian, yaitu kemasan 165 gram yang dijual seharga Rp27.000 dan kemasan 400 gram dengan harga Rp60.000. Inisiatif kecil yang dimulai dari dapur rumah tangga ini kini telah berkembang menjadi sebuah usaha lokal yang memiliki potensi besar untuk terus tumbuh dan bersaing di pasar kopi nasional.

Namun, dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di industri kopi, UMKM Kopi Robusta tengah menghadapi berbagai tantangan dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat. Salah satu tantangan utama adalah dalam aspek produksi, di mana penggunaan metode tradisional memang menjaga keaslian cita rasa, namun membatasi kapasitas dan efisiensi

produksi. Sementara itu, kompetitor di industri kopi lokal mulai mengadopsi teknologi produksi modern untuk memenuhi permintaan pasar yang terus meningkat. Jika Kopi KITA Robusta tidak segera meningkatkan skala dan efektivitas produksinya, mereka berisiko tertinggal dalam kompetisi.

Dalam aspek pemasaran, UMKM ini masih mengandalkan promosi sederhana melalui *WhatsApp* dan dari mulut ke mulut (*word of mouth marketing*), sedangkan pesaing mereka telah aktif memanfaatkan berbagai platform media sosial besar dan strategi digital marketing terintegrasi untuk menjangkau konsumen lebih luas. Kurangnya kehadiran yang kuat di pasar digital menjadi hambatan besar bagi Kopi KITA Robusta untuk bersaing dan memperkuat posisi merek di tengah pasar yang semakin padat dan dinamis.

Untuk memahami posisi UMKM Kopi KITA Robusta di kuniran Kabupaten Ngawi dalam persaingan pasar perlu dilakukan analisis terhadap beberapa UMKM serupa yang beroperasi di wilayah tersebut analisis ini mencakup aspek proses produksi, media promosi serta keunggulan masing-masing UMKM. Adapun tabel UMKM di Kab.Ngawi sebagai berikut :

Tabel 1. 1 UMKM Kopi di Kab.Ngawi

Nama UMKM	Lokasi	Tahun Berdiri	Proses Produksi	Media Promosi	Keunggulan
KITA Robusta	Desa Kuniran	2021	Tradisional (wingko sangrai)	WhatsApp, WOMM	Cita rasa autentik, Biji kopi lokal
Robusta Jaya	Desa Dero	2020	Semi-modern	Instagram, Facebook	Kemasan menarik
Ngawi Coffee	Desa Kendal	2022	Tradisional	Instagram, WhatsApp	Biji kopi lokal
Robusta Sejati	Desa Gemarang	2021	Modern	Marketplace, TikTok	Jangkauan pasar luas

Sumber : (Hasil Obsevasi Peneliti, 2024)

Berdasarkan wawancara pada pengunjung kopi KITA Robusta. Kopi KITA Robusta dinilai memiliki rasa autentik yang khas dan tetap disukai oleh segmen pasar tertentu. Dibandingkan dengan UMKM lain, keterbatasan dalam promosi seperti belum mempunyai akun Instagram dan tiktok dan hanya mengandalkan promosi melalui *whatsapp* ini

menyebabkan UMKM ini sulit bersaing dengan kompetitor yang lebih banyak menggunakan platform digital dan memiliki kemasan yang lebih menarik. Berdasarkan wawancara dengan Pemilik UMKM Kopi Kita Robusta mengatakan memiliki keinginan untuk mengembangkan usahanya melalui e-commerce seperti tiktokshop dan shopee, tetapi beliau masih belum berpengalaman dan juga ingin menitipkan kerja sama dengan toko swalayan di wilayah kec.Sine agar lebih berkembang. Selain itu, penggunaan metode tradisional dalam produksi kopi, meskipun mempertahankan cita rasa asli, seringkali menjadi kendala dalam meningkatkan kapasitas produksi untuk memenuhi permintaan yang meningkat. Dari hasil observasi wawancara tersebut salah satu pendekatan yang dapat digunakan untuk merumuskan strategi bisnis adalah Lean Canvas.

Lean Canvas adalah cara untuk mengadaptasi model bisnis Canvas oleh Alexander Osterwalder, dan kemudian diluncurkan sebagai rencana bisnis oleh Ash Maurya pada satu halaman . Halaman ini memiliki banyak blok yang memungkinkan mengubah poin kunci untuk membuat ide bisnis yang lebih spesifik. Produksi Lean canvas sangat berguna untuk merancang ide konkret dan sederhana tentang apa yang mudah diterapkan oleh Menyesuaikan lean Canvas dari layar model bisnis menggunakan prinsip yang sama. Namun, Lean Canvas dimaksudkan untuk mengurangi informasi dan tugas tambahan yang tidak diperlukan, dan menghabiskan lebih banyak waktu dalam jam. Oleh karena itu, Lean Canvas adalah alat yang relatif mapan (Ulafiyah & Ernestivita, 2023).

Lean Canvas adalah alat yang dirancang untuk membantu pemilik usaha, terutama dalam konteks startup dan UMKM, untuk menggambarkan model bisnis mereka secara sederhana namun komprehensif. Dengan menggunakan Lean Canvas, pemilik usaha dapat mengidentifikasi masalah yang dihadapi, solusi yang ditawarkan, dan cara untuk mengoptimalkan biaya serta pendapatan. Oleh karena itu, penelitian ini akan mengkaji

penggunaan Lean Canvas sebagai alat analisis pada UMKM kopi KITA Robusta untuk membantu dalam pengembangan bisnis.

Banyak penelitian sebelumnya menunjukkan efektivitas Lean Canvas dalam pengembangan bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Salah satu penelitian yang dilakukan oleh Pradhana (2022) dengan judul “Pengembangan Model Bisnis Menggunakan Lean Canvas dengan Metode Design Thinking di Bulaf Café Pengembangan Model Bisnis Menggunakan Lean Canvas dengan Metode Design Thinking di Bulaf Café” mengungkapkan bahwa UMKM yang menerapkan Lean Canvas mampu mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan mereka dengan lebih efektif. Dalam studi tersebut, peneliti menemukan bahwa dengan memahami elemen-elemen dalam Lean Canvas, seperti masalah yang ingin dipecahkan, solusi yang ditawarkan, dan segmen pelanggan yang menjadi target, UMKM dapat merumuskan strategi pemasaran yang lebih tepat. Hal ini mencakup pemahaman yang lebih mendalam tentang segmentasi pasar dan preferensi konsumen, yang pada gilirannya membantu UMKM untuk lebih fokus dalam menawarkan produk atau layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan pasar (Raka Mahesa Pradhana et al., 2022).

Penelitian oleh Rahayu et al. (2023) menyatakan bahwa Penelitian tersebut berfokus pada solusi keterbatasan modal dengan pendekatan wisata edukasi berbasis budaya lokal. Namun, penelitian tersebut belum secara spesifik mengkaji penerapan Lean Canvas pada UMKM kopi skala mikro yang masih menjalankan proses produksi secara tradisional di wilayah pedesaan, seperti UMKM Kopi KITA Robusta di Desa Kuniran, Kabupaten Ngawi. Selain itu, belum banyak penelitian yang mengintegrasikan analisis Lean Canvas dengan strategi pengembangan bisnis berbasis potensi lokal dan pendekatan pemasaran digital yang sesuai untuk menjawab tantangan persaingan saat ini. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengisi kekosongan literatur dan memberikan gambaran strategis yang lebih aplikatif dan kontekstual dalam

pengembangan UMKM kopi tradisional di pedesaan (Rahayu et al., 2023).

Meskipun Lean Canvas telah banyak digunakan dalam penelitian sebelumnya sebagai alat untuk menganalisis model bisnis UMKM, sebagian besar studi seperti yang dilakukan oleh Rizaldi dan Hariastuti (2024) masih berfokus pada sektor industri non-kopi atau perusahaan dengan cakupan pasar yang relatif luas. Sementara itu, penerapan Lean Canvas secara khusus pada UMKM kopi di daerah pedesaan seperti Desa Kuniran, Kabupaten Ngawi, belum banyak dikaji secara mendalam. Padahal, UMKM seperti Kopi Kita Robusta memiliki karakteristik unik baik dari segi produk, pasar, maupun strategi pemasaran yang memerlukan pendekatan yang disesuaikan. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis model bisnis UMKM Kopi Kita Robusta menggunakan pendekatan Lean Canvas, guna menghasilkan strategi pengembangan bisnis yang relevan (Imama & Hariastuti, 2024).

Dari penelitian-penelitian di atas ini dapat disimpulkan bahwa Lean Canvas adalah alat yang sangat bermanfaat untuk merancang strategi bisnis UMKM, termasuk dalam pengembangan UMKM Kopi Kita Robusta.

Meskipun telah beroperasi selama tiga tahun, UMKM ini masih menghadapi tantangan signifikan dalam hal pemasaran dan pengembangan produk. Saat ini, strategi promosi yang digunakan terbatas pada media sosial WhatsApp dan *word of mouth marketing (WOMM)*, yang mungkin membatasi jangkauan pasar. Meskipun promosi dari mulut ke mulut dapat menjadi alat yang kuat, namun dengan terbatasnya media pemasaran, UMKM ini berisiko kehilangan potensi pelanggan yang lebih luas.

UMKM Kopi KITA Robusta menghadapi berbagai permasalahan yang perlu segera diatasi untuk mendukung keberlanjutan dan pertumbuhannya. Salah satu masalah utama adalah kapasitas produksi yang masih terbatas akibat penggunaan metode tradisional, yang membatasi

jumlah produk yang dapat dihasilkan. Di sisi lain, upaya pemasaran yang dilakukan juga masih kurang optimal, karena hanya mengandalkan promosi melalui *WhatsApp* dan metode dari mulut ke mulut, sehingga sulit menjangkau audiens yang lebih luas. Selain itu, persaingan pasar menjadi permasalahan signifikan, dengan banyak kompetitor yang sudah memanfaatkan strategi pemasaran digital, menawarkan produk dengan variasi yang lebih menarik, kemasan yang lebih modern, dan jangkauan distribusi yang lebih luas. Kombinasi ini menuntut UMKM Kopi KITA Robusta untuk berinovasi dalam aspek produksi, pemasaran, dan strategi bisnis agar dapat bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

Lebih jauh, permasalahan juga muncul dalam hal pengembangan produk. Dengan meningkatnya persaingan, UMKM kopi KITA Robusta perlu berinovasi tidak hanya dalam jenis kopi yang ditawarkan, tetapi juga dalam penyajian dan kemasan produk. Pengembangan produk yang inovatif, seperti pengenalan variasi rasa atau kemasan yang lebih menarik, yang dapat menarik perhatian konsumen yang lebih banyak dan meningkatkan daya saing di pasar. Untuk mengatasi permasalahan ini, UMKM perlu mempertimbangkan penerapan strategi pemasaran yang lebih luas, modern seperti memanfaatkan teknologi media sosial dan penggunaan alat analisis bisnis seperti Lean Canvas.

Masy'iroh (2023) menyebutkan bahwa Metode Lean Canvas dapat di gunakan sebagai alat untuk pengembangan bisnis dan dapat membantu UMKM kopi KITA Robusta untuk lebih memahami pasar dan pelanggan mereka (Masy'iroh, 2023). Dalam konteks serupa, Mahendra (2022) membandingkan Lean Canvas dengan Business Model Canvas (BMC), menemukan bahwa Lean Canvas lebih cocok untuk tahap awal bisnis karena sifatnya yang sederhana dan fokus pada solusi inti (Mahendra, 2022).

Beberapa penelitian menyoroti penerapan Lean Canvas dalam skala yang lebih luas. Suharto (2022) menunjukkan efektivitas Lean Canvas

dalam meningkatkan keterampilan kewirausahaan mahasiswa melalui proses pemetaan masalah dan solusi bisnis (Suharto, 2022). Yuhdi dan Suranto (2021) serta Sama dan Chandera (2021) mengaplikasikan Lean Canvas untuk pengembangan startup dan sistem teknologi, masing-masing dengan fokus pada segmentasi pelanggan dan kebutuhan pengguna.

Di sisi lain, kombinasi metode turut menegaskan fleksibilitas Lean Canvas. Aziz (2022) dan Rahayu et al. (2023) menunjukkan bahwa Lean Canvas, bersama dengan Design Thinking atau pendekatan sistematis lainnya, mampu merancang model bisnis yang adaptif dan relevan dengan pasar. Hal serupa ditemukan dalam penelitian Putri (2021), yang menggabungkan Lean Canvas dengan *Analytical Hierarchy Process* (AHP) untuk merumuskan strategi pengembangan bisnis di Dobro Coffee.

Secara keseluruhan, Lean Canvas telah terbukti sebagai alat strategis yang fleksibel, sederhana, dan aplikatif, baik untuk startup, UMKM, pendidikan kewirausahaan, maupun perancangan sistem teknologi. Alat ini membantu berbagai entitas bisnis dalam memetakan masalah, merancang solusi, dan menciptakan strategi adaptif untuk mencapai tujuan yang berkelanjutan.

Berdasarkan pada keadaan tersebut, diperlukan kajian yang mendalam berupa penelitian, dengan judul **“LEAN CANVAS SEBAGAI ALAT ANALISA PADA UMKM KOPI KITA ROBUSTA DI KUNIRAN KAB. NGAWI UNTUK PENGEMBANGAN BISNIS”**.

B. Tujuan Penelitian

Berikut adalah tujuan penelitian mengenai UMKM kopi KITA Robusta:

1. Untuk menganalisis dan memahami bagaimana penerapan lean canvas sebagai alat perencanaan strategis dalam merancang model bisnis UMKM "Kopi Kita Robusta". Hal ini bertujuan untuk membantu UMKM tersebut

mengidentifikasi elemen-elemen utama seperti masalah, solusi, nilai unik, dan segmen pelanggan secara sistematis.

2. Untuk mengeksplorasi langkah-langkah yang diperlukan dalam pengembangan bisnis UMKM "Kopi Kita Robusta". Fokusnya adalah meningkatkan operasional, manajemen, dan strategi bisnis sehingga UMKM tersebut dapat berkembang secara berkelanjutan dan kompetitif

DAFTAR PUSTAKA

- Aliami, S., Muslih, B., & Sardanto, R. (2022). Analisis Segmenting, Targeting, dan Positioning pada Batik Tulis Ningrat Prasojo. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 7(1), 67–78.
- ANGGRAINI, F. (2022). *STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS ONLINE MELALUI PENERAPAN LEAN CANVAS (Studi Kasus: AESHOP)*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU.
- Dobrowolski, Z., & Sułkowski, Ł. (2021). Business model canvas and energy enterprises. *Energies*, 14(21), 7198.
- Ferranti, E. J., & Jaluzot, A. (2020). Using the Business Model Canvas to increase the impact of green infrastructure valuation tools. *Forestry & Urban Greening*, 54(126776).
- Gruber, M., & Tal, S. (2024). Reflecting on the creation of the Market Opportunity Navigator (4th tool in the Lean Startup). *Journal of Business Venturing Design*, 3, 100017.
- Imama, N., & Hariastuti, N. L. P. (2024). Implementasi Metode Swot dan Lean Canvas Sebagai Upaya Menghadapi Persaingan Bisnis di CV. FJG. *Jurnal Teknik Industri Terintegrasi*, 7(2), 1310–1321. <https://doi.org/10.31004/jutin.v7i2.30603>
- International Coffee Organization. (2022). *Coffee Market Report: December 2022*.
- Mahendra, I. P. D. S. (2022). Perbandingan Model Business Model Canvas Dengan Lean Canvas Pada Startup Piecework. *JATISI (Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi)*, 9(3), 2412–2427. <https://doi.org/10.35957/jatisi.v9i3.2818>
- Makarim, S. A., & Dewi, L. S. (2024). *Ragam UMKM Menelusuri Jenis Usaha di Indonesia*. Sumatera Barat: Penerbit Takaza Innovatix Labs.
- Masy'iroh, I. N. (2023). Perancangan Business Plan Dan Analisis Kelayakan Pada Bisnis Online TSRH. Co Dengan Metode Lean Canvas. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(11), 4341–4352.

- Maximillian, S., Ayu Septi Fauji, D., & Sardanto, R. (2022). Analisis SWOT Untuk Menentukan Strategi Pemasaran Dan Menciptakan Competitive Advantages Pada Produk Sambel Pecel. *SENMA (Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNP Kediri ANALISIS)*, 23–30. <https://scholar.google.co.id/citations?user=pDQGWAQAAAAJ&hl=en>
- Michaels, J. (2020). *The Global Coffee Trade: A Comprehensive Guide to Coffee Production and Trade. Coffee Press.*
- Permana, S. H. (2021). Strategi Peningkatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial*, 8(1), 93–103. <https://doi.org/10.46807/aspirasi.v8i1.1257>
- Purnomo, H., Sardanto, R., & Muslih, B. (2021). Signifikansi harga, fasilitas dan layanan terhadap kepuasan konsumen jasa hotel. *Jurnal Ekobis: Ekonomi, Bisnis & Manajemen*, 11(1), 67–78.
- Puspasari, I. D., Aisyah, E. N., Fauji, D. A. S., Rahadheng, E. R., Nurjanah, D., Mahmud, Saptaria, L., Rahhma, F., Subhan, E. S., Arisman, & Utami, B. (2021). Transformasi bisnis digital. In *Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI*. Penerbit Fakultas Ekonomi.
- Rahayu, N. C., Hidayat, H. S., & Laily, D. W. (2023a). Implementasi Lean Canvas sebagai Alat Strategis dalam Pemecahan Masalah pada UMKM Kaamelo. *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(3), 64–76.
- Rahayu, N. C., Hidayat, H. S., & Laily, D. W. (2023b). IMPLEMENTASI LEAN CANVAS SEBAGAI ALAT STRATEGIS DALAM PEMECAHAN MASALAH PADA UMKM KAAMELO. *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(3), 64–76. <https://doi.org/10.55606/jumbiku.v3i3.3163>
- Raka Mahesa Pradhana, Didien Suhardini, & Annisa Dewi Akbari. (2022). Pengembangan Model Bisnis Menggunakan Lean Canvas dengan Metode Design Thinking di Bulaf Café. *JURNAL TEKNIK INDUSTRI*, 12(3), 219–231. <https://doi.org/10.25105/jti.v12i3.15649>
- Sivakumar, E., & Chawla, P. (2022). Decentralized lean business model canvas for blockchain-based enterprises. *Journal of Computer Science*, 18(5), 426–

440.

- Statistik, B. P. (2021). *Statistik Perdagangan Luar Negeri: Ekspor Kopi*.
- Subagyo, Ernestivita, G., & Sardanto, R. (2015). *Potensi & Permasalahan Serta Pengembangan UMKM Batik*.
- Sucipto, S., Rahmayantis, M. D., Pramesti, Y. S., Sahari, S., Jatmiko, J., Ramadhani, R. A., Mukmin, B. A., & Fauji, D. A. S. (2022). Peningkatan Kualitas Publikasi Ilmiah Melalui Workshop Series Literasi Ilmiah Pada Universitas Nusantara PGRI Kediri. *Kontribusi: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 128–138.
- Suharto, S. (2022). Implementasi Lean Canvas Sebagai Upaya Meningkatkan Skill Entrepreneurship Mahasiswa Di Perguruan Tinggi. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 7(1), 149–161. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v7i1.17965>
- Suryajaya, D. M. B. B., & Pradana, B. I. (2023). Strategi Pengembangan Startup Dengan Menggunakan Pendekatan Lean Canvas. *Jurnal Kewirausahaan Dan Inovasi*, 2(4), 1016–1027. <https://doi.org/10.21776/jki.2023.02.4.07>
- Ulafiyah, S. K. A., & Ernestivita, G. (2023). Implementasi metode lean canvas sebagai marketing strategy pada agrowisata onokabe desa jekek kabupaten nganjuk. *Manajemen Dan Bisnis*, 2, 907–916. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/3270%0Ah> <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/download/3270/2550>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun. (2008). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008. 1*.
- Wedawati, T., & Rahmayani, E. F. (2021). Implementasi Lean Canvas Pada Startup Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Barbershop. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 18(1), 108–118. <https://doi.org/10.38043/jmb.v18i1.2793>
- Yuhdi, R., & Suranto, B. (2021). Penerapan Lean Canvas Untuk Pengembangan Startup Safir. *AUTOMATA*, 2(2).