

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM MELALUI
BUSINESS MODEL CANVAS
(STUDI KASUS: WARUNG BAROKAH MBAH YUL)**

SKRIPSI

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



OLEH:

PUJI ASTRIYA ADINDA ANGGRAINI

NPM 2012010362

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2024**

Skripsi oleh:
PUJI ASTRIYA ADINDA ANGGRAINI
NPM: 2012010362

Judul:

**Analisis Strategi Pengembangan UMKM Melalui *Business Model Canvas*
(Studi Kasus: Warung Barokah Mbah Yul)**

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

Tanggal: 03 Juli 2024

Pembimbing I



Dr. Hermin Istiasih, S.T.,MM.,SMT
NIDN. 0014057501

Pembimbing II



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

Skripsi oleh:

PUJI ASTRIYA ADINDA ANGGRAINI

NPM: 2012010362

Judul:

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM MELALUI
BUSINESS MODEL CANVAS
(STUDI KASUS: WARUNG BAROKAH MBAH YUL)**

Telah dipertahankan didepan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri
Pada tanggal: 10 Juli 2024

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua : Dr. Hermin Istiasih, S.T.,M.M.,M.T
2. Penguji I : Dr. Ismayantika Dyah Puspasari, M.B.A
3. Penguji II : Susi Damayanti, S.Pd., M.M



UNIVERSITAS Mengetahui,
Dekan FEB,
PGRI
KED Dr. Amin Tohari, M.Si
NIDN. 0715078102

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Puji Astriya Adinda Anggraini
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/tgl. lahir : Kediri/ 20 Januari 2001
NPM : 2012010362
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, 10 Juli 2024
Yang Menyatakan



PUJI ASTRIYA ADINDA ANGGRAINI
NPM: 2012010362

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

skripsi yang baik adalah skripsi yang selesai

“It will pass, everything you’ve gone through it will pass”

(Rachel Venny)

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

Diriku dan Keluarga Tercinta

dan

Kepada jodohku kelak yang sudah tertulis Lauhul Mahfudz yang nantinya akan mendampingi hidupku, skripsi ini ku persembahkan untuk mu dan calon anak kita nanti.

ABSTRAK

Puji Astriya Adinda Anggraini: Analisis Strategi Pengembangan UMKM Melalui *Business Model Canvas* (Studi Kasus: Warung Barokah Mbah Yul) Skripsi, Manajemen, FEB UNP Kediri, 2024.

Kata kunci: Strategi Pengembangan, *Business Model Canvas*, 9 *Building Bloks*

Penelitian ini dilatar belakangi adanya persaingan ketat dalam bisnis, perubahan perilaku konsumen, perubahan teknologi dan kurangnya akses pasar. Maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui model UMKM Warung Mbah Yul jika dilihat menggunakan BMC dan mengetahui strategi apa yang tepat untuk mengembangkan usahanya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Objek pada penelitian ini adalah UMKM Warung Barokah Mbah Yul yang berada di Dusun Djengkol, Desa Plosokidul, Kecamatan Plosoklaten, Kabupaten Kediri. Sumber data primer dan sekunder. Prosedur pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data yaitu menggunakan reduksi data, penyajian data penarikan kesimpulan.

Hasil analisis data menggunakan BMC ada yang perlu ditambahkan pada *customer segmen* yaitu mengidentifikasi segmen pelanggan baru dan meningkatkan penargetan pelanggan yang menunjukkan perlunya dilakukan perluasan. *Value proposition* yaitu nilai tambah yang sudah optimal selalu menjaga kualitas bahan baku, berikutnya dapat menambahkan *channels* dengan memperluas saluran pemasaran melalui tiktok, shopee, dan instagram. Sebagai evaluasi pengembangan usaha wadah untuk menampung saran dan kritik pada *customer relationship*, berkolaborasi atau berinovasi menciptakan varian baru antara produk pendukung dan produk olahan bekicot untuk memperoleh tambahan pendapatan pada *revenue streams*, mempertahankan *key resources* dengan selalu konsisten memilih baku agar tetap stabil dan berkualitas dengan pemilihan pemasok yang terpercaya, *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. Kesimpulan dari penelitian ini Warung Barokah Mbah Yul dalam aspek BMC meliputi 9 *building blocks* yaitu *customer segment*, *value propositions*, *channel*, *customer relationship*, *revenue streams*, *key activities*, *key partnership*, *cost structure*, dan *key resources* telah menggambarkan kondisi usahanya saat ini. Analisis *Business Model Canvas* membantu dalam mengenali lingkungan usaha, membangun model bisnis yang terhubung, dan mengidentifikasi kebutuhan pengembangan lebih lanjut. Studi ini memberikan wawasan yang berharga bagi UMKM Warung Barokah Mbah Yul dalam mengembangkan strategi bisnis yang berkelanjutan dan sukses.

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas perkenanan-Nya tugas penyusunan Skripsi ini dapat terselesaikan dengan lancar. Tugas akhir penyusunan Skripsi merupakan bagian dari rencana penelitian sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada:

1. **Dr. Zaenal Affandi, M.Pd.**, selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri.
2. **Dr. Amin Tohari, M.Si.**, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. **Restin Meilina, M.M.**, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
4. **Dr. Hermin Istiasih, ST., MM., MT.**, selaku Dosen Pembimbing I dan **Susi Damayanti, S.Pd, M.M.**, selaku Dosen Pembimbing II yang telah rela meluangkan waktu dan bimbingan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. **Kepada Ibu Rudiati dan Ayah Pujiono**, sebagai orang tua yang selalu memberikan doa, dukungan semangat dan nasehat, serta kesabaran yang luar biasa dalam setiap langkah penulis hingga dapat menyelesaikan penelitian ini.
6. **Untuk Kedua Kakak Tercinta Puji Larasati dan Puji Dede Sudrajat**, yang selalu menjadi penyemangat dan motivasi bagi penulis.

7. **Yuliati** selaku pemilik Warung Barokah Mbah Yul yang telah meluangkan waktu untuk membantu menyusun skripsi ini.
8. **Sahabat dan teman-teman**, yang setia memberi semangat kepada saya.
9. **Seluruh Dosen dan Karyawan Prodi Manajemen.**
10. **Almamaterku tercinta Universitas Nusantara PGRI Kediri.**

Sebagai manusia biasa Penulis menyadari penyusunan Skripsi ini jauh dari kata sempurna karena keterbatasan kemampuan dan Ilmu Pengetahuan yang dimiliki Penulis. Oleh karenanya atas kesalahan dan kekurangan penulisan Skripsi ini, Penulis memohon maaf dan bersedia menerima kritikan yang membangun.

Terakhir, harapan Penulis, semoga Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi siapa saja yang membacanya.

Kediri, 05 Juli 2024

Puji Astriya Adinda Anggraini
NPM: 2012010362

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
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. Identifikasi Masalah.....	7
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	8
1. Manfaat Teoritis.....	8
2. Manfaat Praktis	9
BAB II LANDASAN TEORI	10
A. Kajian Teori	10
1. Strategi Pengembangan Bisnis	10
2. <i>Business Model Canvas</i> (BMC).....	13
B. Penelitian Terdahulu	20
C. Kerangka Berpikir.....	26
BAB III METODE PENELITIAN	28
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	28
1. Pendekatan Penelitian.....	28
2. Jenis Penelitian	28

B. Kehadiran Peneliti.....	29
C. Lokasi Penelitian.....	30
D. Tahapan Penelitian.....	30
E. Sumber Data dan Teknik Pemilihan Informan	32
F. Prosedur Pengumpulan Data.....	33
G. Teknik Analisis Data	38
H. Uji Keabsahan Temuan.....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
A. Gambaran Umum Informan dan Deskripsi Lokasi Penelitian.....	41
B. Deskripsi Data Hasil Penelitian	42
C. Interpretasi dan Pembahasan	46
BAB V PENUTUP.....	52
A. Temuan	52
B. Implikasi	53
C. Rekomendasi.....	53
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN-LAMPIRAN	58

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 2. 2 Kerangka Berpikir	26
Tabel 4. 1 <i>Business Model Canvas</i> Warung Barokah Mbah Yul	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 9 <i>Building Blocks BMC</i>	16
Gambar 3. 1 Peta Lokasi Warung Barokah Mbah Yul	30

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian.....	59
Lampiran 2 Surat Balasan Izin Penelitian	60
Lampiran 3 Informan Consent	61
Lampiran 4 Instrumen Penelitian	62
Lampiran 5 Transkripsi Wawancara	66
Lampiran 6 Dokumentasi	70
Lampiran 7 Kartu Bimbingan Skripsi	73

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bisnis kuliner adalah salah satu lokomotif kebangkitan industri kreatif Indonesia seperti yang dikatakan Sandiaga Uno selaku menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia (Alfarizi, 2022). UMKM atau yang biasa disebut usaha, mikro, kecil dan menengah merupakan satu bagian terpenting dalam perekonomian Indonesia. Sebagai negara berkembang, Indonesia memandang UMKM sebagai tumpuan utama sektor perekonomian masyarakat. Upaya tersebut dilakukan untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dalam mengembangkan kemandirian, khususnya di bidang perekonomian. UMKM berperan sebagai penyeimbang tingkat perekonomian masyarakat skala kecil. Karena UMKM hadir di berbagai lokasi dan menjangkau berbagai wilayah, maka dapat meningkatkan kualitas perekonomian masyarakat desa.

Menurut Hanim & MS. Noorman, (2018) meskipun masyarakat pedesaan pada umumnya miskin, mereka dapat menabung melalui investasi dan mengambil risiko. UMKM dapat dikatakan sebagai titik awal tabungan dan investasi di pedesaan, dan kelompok usaha ini dapat menjadi ajang uji coba dan mendorong kewirausahaan di pedesaan. Seperti halnya yang tertulis dalam kutipannya sebagai berikut.

“Perkembangan UMKM di negara berkembang dan maju terlihat dari kontribusinya terhadap produk domestik bruto (PDB) dan ekspor nonmigas, khususnya produk industri, serta terhadap inovasi dan pengembangan teknologi yang relatif rendah dan inilah perbedaan yang paling menonjol dibandingkan UMKM di negara maju (Hanim & MS. Noorman, 2018).”

UMKM yang ada di Indonesia terdiri dari beragam dan memiliki khasnya masing-masing, usaha kuliner menjadi salah satu jenis usaha yang banyak digeluti oleh banyak kalangan, dikarenakan peluang mendapatkan keuntungan cukup tinggi (Linkumkm, 2023). Seperti halnya di Dusun Djengkol, Desa Plosokidul, Kecamatan Plosoklaten, Kabupaten Kediri, Jawa Timur daerah tersebut disepanjang jalan raya belasan warung berjejer menjajakan sate bekicot, krengsengan bekicot, dan keripik bekicot. Dari belasan warung yang berjejer Warung Barokah Mbah Yul menjadi warung legenda yang sudah lama berjualan, sudah banyak pembeli luar daerah maupun dalam daerah yang berkunjung dan membeli produk olahan bekicot baik untuk dikonsumsi di warung maupun dijadikan oleh-oleh. Sejalan dengan hal tersebut (Nurmala et al., 2022) mengatakan, usaha kuliner jenis UMKM tidak akan hilang. Produk kuliner dan makanan salah satu kebutuhan pokok masyarakat sehari-hari sehingga akan selalu ada permintaan terhadap pangan selalu ada.

Warung Barokah Mbah Yul merupakan usaha kuliner yang memproduksi sate bekicot, krengsengan bekicot, keripik bekicot, kikil kambing, dan nasi pecel tumpang dari sekian produk menu yang ditawarkan olahan bekicot yang menjadi daya tarik konsumen. Warung Barokah Mbah Yul termasuk warung

legenda yang sekarang sudah di miliki oleh generasi kedua. Pemasaran produksi olahan bekicot Warung Mbah Yul saat ini masih menggunakan platform *Google Maps* dan *Whatsapp*.

Perkembangan dunia bisnis membuat peningkatan pesaing, keadaan ini menimbulkan persaingan antar perusahaan sehingga berdampak pada peningkatan volume produk dan perkembangan teknologi yang pesat (Nuzulia, 2020). Hal ini membuat seorang pebisnis harus lebih memperhatikan lingkungan. Gejala tersebut termasuk tantangan usaha era revolusi industri 4.0 seringkali dihadapkan dengan tantangan bisnis yang kompleks.

Perubahan teknologi dan perubahan perilaku konsumen yang dulunya *offline* sekarang menggali informasi secara online tantangan ini dipastikan siap untuk memanfaatkan peluang di era digital. Adapun tantangan bisnis menurut (Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2023) adalah sebagai berikut.

a. Persaingan yang Ketat

Tantangan bisnis yang pertama adalah persaingan yang semakin ketat, seiring dengan banyaknya industri yang muncul dan berkembang dengan pesat. Oleh karena itu, UKM perlu membangun keunggulan kompetitif untuk membedakan diri dari pesaingnya. Usaha kecil dapat membedakan dirinya dari pesaingnya dengan menawarkan produk dan layanan yang unik, pengalaman pelanggan yang baik, dan harga yang kompetitif.

b. Perubahan Teknologi

Tantangan bisnis yang kedua adalah pesatnya perkembangan teknologi. Hal ini menuntut UKM untuk cepat beradaptasi dan mengikuti tren terkini. Teknologi yang tepat untuk mengelola bisnis akan meningkatkan efisiensi.

c. Perubahan Perilaku Konsumen

Tantangan yang ketiga adalah perilaku konsumen yang cepat berubah. Konsumen saat ini mengandalkan internet dan media sosial untuk melakukan riset dan membeli produk atau layanan. UKM dituntut harus mengikuti perubahan perilaku konsumen.

d. Keterbatasan Sumber Daya

UKM seringkali menghadapi permasalahan dengan keterbatasan sumber daya seperti waktu, tenaga, dan modal. Oleh karena itu, UKM harus mampu memprioritaskan penggunaan sumber daya yang ada secara bermakna. Dengan fokus pada upaya pemasaran yang paling efektif dan mengoptimalkan operasi untuk meningkatkan efisiensi.

e. Kurangnya Akses ke Pasar

UKM sering kali menghadapi pada tantangan memasuki pasar, dikarenakan kurangnya sumberdaya dan jaringan. UKM dapat mengatasi tantangan ini dengan mengembangkan jaringan dan memanfaatkan platform digital untuk mempromosikan bisnis. Dengan bermitra industri dapat memperluas jangkauan pasar.

Terkait dengan pemaparan tantangan pebisnis di era 4.0, salah satu metode pengembangan bisnis yang paling strategis adalah “*Business Model Canvas*”

(BMC) menurut Osterwalder Pigneur, model bisnis adalah alasan atau alat untuk menjelaskan bagaimana perusahaan atau organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai yang nantinya akan diterapkan sehingga mampu menghasilkan kinerja yang optimal. BMC pertama kali diperkenalkan pada tahun 2010 oleh Alexander Osterwalder dalam bukunya *Business Model Generation*. BMC menggambarkan model bisnisnya lebih sederhana, lebih relevan, dan tentu saja lebih mudah dipahami oleh pengguna namun tidak menyederhanakan kesulitan dan kompleksitas cara kerja bisnis. BMC tidak terbatas pada domain saja, namun dapat digunakan pada domain bisnis apapun. BMC bisa membantu dalam mempercepat proses analisa kekuatan dan kelemahan bisnis. Mengetahui kekuatan dan kelemahan yang memungkinkan dapat lebih cepat untuk melakukan analisis kebutuhan dan manfaat. Keunggulan BMC terletak pada kemampuannya mendeskripsikan, menganalisis, dan merancang secara kreatif dan inovatif untuk membentuk, melayani dan menangkap ukuran pasar serta menumbuhkan permintaan.

Pada *business model canvas* terdapat 9 blok yang sudah mencakup 4 bidang utama bisnis, antara lain: kelayakan keuangan, infrastruktur, penawaran, dan pelanggan. Sementara 9 blok ini, yaitu target konsumen (*customer segments*), nilai tambah yang diberikan kepada pelanggan (*value propositions*), jalur penghubung produsen dan konsumen (*channels*), sumber daya utama (*key resources*), mitra utama dalam bisnis (*key partnership*), komponen biaya (*cost structure*), kegiatan utama (*key activities*), hubungan pelanggan (*customer relationships*), pendapatan (*revenue streams*). Apabila, BMC dapat diterapkan

secara tepat dan tepat sasaran, sehingga memungkinkan perusahaan bertahan dalam persaingan inovasi yang semakin meningkat (Deanta, 2023).

Menurut Deanta (2023) perusahaan yang tidak mengeksekusi strategi bisnisnya tidak akan berfungsi maksimal jika tidak didasarkan pada penilaian model bisnis yang tepat. Hal ini sesuai dengan permasalahan yang ada di Warung Barokah Mbah Yul, bahwa strategi *business model canvas* dapat dijadikan sebagai metode untuk mengembangkan model bisnis baru dengan memanfaatkan strategi yang ada. Penggunaan *business model canvas* dapat memberikan gambaran mengenai model bisnis sebuah perusahaan dan hubungan yang terjadi antar blok dengan cara yang lebih atraktif. *Business model canvas* juga dapat digunakan untuk memotret model bisnis perusahaan saat ini sebagai alat untuk memberikan usulan rancangan model bisnis baru. Sehingga Warung Barokah Mbah Yul dapat bersaing dan memiliki keunggulan dari kompetitor-kompetitor yang lainnya.

Metode kualitatif dipilih sebagai pendekatan penelitian untuk memahami secara mendalam realitas Warung Barokah Mbah Yul dan menganalisis dampak serta penerapan strategi pengembangan UMKM menggunakan BMC. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyajikan wawasan berharga kepada pemangku kepentingan ditingkat lokal dan regional melalui wawancara mendalam, observasi partisipan, dan analisis lingkungan. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan pedoman praktis operasional Warung Barokah Mbah Yul dan sekitarnya dengan merinci strategi pengembangan UMKM menggunakan BMC.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Strategi Pengembangan UMKM Melalui Business Model Canvas (Studi Kasus: Warung Barokah Mbah Yul)**”

B. Identifikasi Masalah

Berangkat dari latar belakang diatas, peneliti memfokuskan penelitian pada identifikasi permasalahan yang terdapat pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Warung Barokah Mbah Yul dengan 9 blok elemen *Business Model Canvas* sebagai analisis strategi pengembangan yang meliputi, yaitu target konsumen (*customer segments*), nilai tambah yang diberikan kepada pelanggan (*value propositions*), jalur penghubung produsen dan konsumen (*channels*), sumber daya utama (*key resources*), mitra utama dalam bisnis (*key partnership*), komponen biaya (*cost structure*), kegiatan utama (*key activities*), hubungan pelanggan (*customer relationships*), pendapatan (*revenue streams*).

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dipaparkan diatas, maka dapat diambil rumusan masalah yaitu sebagai berikut.

1. Bagaimana model UMKM pada Warung Barokah Mbah Yul saat ini jika dilihat menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) ?
2. Strategi apa yang tepat untuk mengembangkan UMKM pada Warung Barokah Mbah Yul ?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin diungkap dalam penelitian ini adalah.

1. Mengembangkan bisnis menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) pada UMKM Warung Barokah Mbah Yul.
2. Mengetahui dan merancang strategi usaha yang tepat pada UMKM Warung Barokah Mbah Yul menggunakan *Business Model Canvas* (BMC).

E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang ingin dicapai, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai berikut.

a. Identifikasi Peluang Pengembangan

Dengan merinci setiap elemen BMC, pemilik bisnis dapat dengan mudah mengidentifikasi peluang pengembangan baru dan peningkatan model usaha. Misalnya, dapat menemukan cara untuk meningkatkan pangsa pasar, meningkatkan nilai pelanggan, atau mengoptimalkan biaya operasional.

b. Daya Saing yang lebih baik

Dengan menggunakan BMC, UMKM Warung Barokah Mbah Yul dapat meningkatkan daya saingnya. Mengenali nilai unik serta

menciptakan diferensiasi yang jelas, dan memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang kebutuhan pelanggan akan membantu usaha menjadi lebih kompetitif di pasar.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut.

a. Bagi Peneliti

Dapat menambah pengetahuan dan wawasan yang terkait dengan penelitian.

b. Bagi Pemilik Usaha Warung Barokah Mbah Yul

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan masukan atau pertimbangan kepada pemilik Warung Barokah Mbah Yul yang berkaitan dengan pengembangan pada usahanya.

c. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat membantu meningkatkan kualitas pengembangan mahasiswa terhadap konsep *Business Model Canvas* terkait mata kuliah kewirausahaan.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan wawasan bagi peneliti selanjutnya mengenai strategi pengembangan UMKM melalui *Business Model Canvas*.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfarizi, M. K. (2022). *Sandiaga Ungkap UMKM Kuliner Lebih dan Cepat Mengembangkan Usaha*. Tempo.Co.
<https://bisnis.tempo.co/read/1618468/sandiaga-ungkap-umkm-kuliner-lebih-dan-cepat-mengembangkan-usaha>
- Arif, M. E., & Anggraeni, R. (2023). *Strategi Bisnis*. UB Press.
<https://books.google.co.id/books?id=LrDBEAAAQBAJ>
- Deanta, J. B. A. (2023). *ANALISIS PENGEMBANGAN BISNIS PADA UD. SINAR HARAPAN MELALUI PENDEKATAN BUSINESS MODEL CANVAS DAN SWOT*.
- Hanim, L., & MS. Noorman. (2018). *UMKM (Usaha Mikro, Kecil, & Menengah) & BENTUK-BENTUK USAHA*.
- Kementerian Koperasi dan UKM RI. (2023). *Menghadapi Tantangan Bisnis di Era Digital untuk Usaha Kecil Menengah (UKM)*.
<https://smesta.kemenkopukm.go.id/news/menghadapi-tantangan-bisnis-di-era-digital-untuk-usaha-kecil-menengah-ukm>
- Komara E. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif* (Issue January).
- Kusumo, D., & Afandi, R. (2020). Meningkatkan Daya Saing Usaha Kuliner Kecil: Analisis Kanvas Model Bisnis UMKM Minuman Boba. *Indonesian Journal of Innovation Studies*, 13(3), 1–12.
- Linkumkm. (2023). *Strategi Efektif untuk Hadapi Persaingan Bisnis Kuliner*.
<https://linkumkm.id/news/detail/13041/strategi-efektif-untuk-hadapi-persaingan-bisnis-kuliner>
- Mukhtar. (2013). *BAB 3 METODE PENELITIAN 3.1 Desain dan Jenis Penelitian*. 30–42.
- Nurmala, N., Sinari, T., Lilianti, E., Jusmany, J., Emilda, E., Arifin, A., & Novalia, N. (2022). Usaha Kuliner Sebagai Penggerak Umkm Pada Masa Pandemi Covid 19. *AKM: Aksi Kepada Masyarakat*, 3(1), 65–74.
<https://doi.org/10.36908/akm.v3i1.458>
- Nuzulia, A. (2020). Penerapan Business Model Canvas Dalam Pengembangan Usaha Tahu Asap (Studi Kasus: Home Industri desa Tengklik Kab. Karanganyar). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 5–24.
- Prahistingrum, G. (2022). *ANALISA PENGEMBANGAN BISNIS DENGAN PENDEKATAN BUSINESS MODEL CANVAS PADA USAHA JASA CANDYA ORGANIZER DI KABUPATEN JEMBER*.

- Probopangesti, W. (2020). *PENERAPAN BUSINESS MODEL CANVAS DALAM PENGEMBANGAN USAHA TAHU ASAP (Studi Kasus: Home Industri desa Tengkluk Kab. Karanganyar)*. 1–13.
- Putri, S. Y. (2023). *ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS ALEN – ALEN MBAK SRIPIT MELALUI BUSINESS MODEL CANVAS*.
- 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>
- Wijayanti, N. (2020). *Model Business Canvas (BMC) sebagai Strategi Penguatan Kompetensi UMKM Makanan Ringan di Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah*.
- Wijayanti, N., & Hidayat, H. H. (2020). Business Model Canvas (BMC) sebagai Strategi Penguatan Kompetensi UMKM Makanan Ringan di Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah. *Jurnal Agroindustri Halal*, 6(2), 114–121. <https://doi.org/10.30997/jah.v6i2.2631>