

Strategi Pengembangan Model Bisnis UMKM Konveksi Mutia Gorontalo Melalui Business Model Canvas

Nuzmerini Rauf¹, Wiwin A. Tombolotutu²

¹ Universitas Bina Mandiri Gorontalo dan nuzmerini.rauf@ubmg.ac.id

² Universitas Bina Mandiri Gorontalo dan wiwintombolotutu1@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan model bisnis UMKM Konveksi Mutia Gorontalo melalui pendekatan Business Model Canvas. Konveksi Mutia merupakan usaha mikro, kecil, dan menengah yang bergerak di bidang jasa pembuatan pakaian, seperti sablon baju, pakaian dinas, seragam sekolah, seragam kantor, jaket, kemeja, dan pakaian custom. Permasalahan yang dihadapi usaha konveksi skala UMKM meliputi pengelolaan bahan baku, keterbatasan pemasaran digital, persaingan harga, serta kebutuhan menjaga kualitas produksi agar tetap sesuai dengan permintaan pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan analisis Business Model Canvas yang terdiri atas sembilan elemen, yaitu key partners, key activities, key resources, value proposition, customer relationships, channels, customer segments, cost structure, dan revenue streams. Data pendukung berupa pemesanan bahan baku dan penjualan selama lima bulan digunakan untuk melihat perkembangan usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Konveksi Mutia memiliki peluang pengembangan yang cukup baik karena penjualan meningkat dari Rp17.675.000 pada Januari menjadi Rp36.125.000 pada Mei. Strategi pengembangan yang disarankan adalah memperkuat pemasaran digital, menjaga kualitas bahan baku, membangun kerja sama dengan sekolah, instansi, komunitas, dan UMKM lokal, serta memperbaiki sistem pencatatan pesanan dan stok bahan baku.

Kata Kunci: *UMKM, Konveksi, Business Model Canvas, Model Bisnis, Gorontalo*

ABSTRACT

This study aims to analyze the business model development strategy of the Gorontalo Mutia Convection MSME through the Business Model Canvas approach. Mutia Convection is a micro, small, and medium enterprise engaged in clothing manufacturing services, such as screen printing, uniforms, school uniforms, office uniforms, jackets, shirts, and custom clothing. Problems faced by MSME-scale convection businesses include raw material management, limited digital marketing, price competition, and the need to maintain production quality to meet customer demand. This study uses a qualitative descriptive approach with a Business Model Canvas analysis consisting of nine elements, namely key partners, key activities, key resources, value proposition, customer relationships, channels, customer segments, cost structure, and revenue streams. Supporting data in the form of raw material orders and sales for five months are used to observe business development. The results of the study indicate that Mutia Convection has quite good development opportunities because sales increased from Rp17,675,000 in January to Rp36,125,000 in May. The recommended development strategies are to strengthen digital marketing, maintain the quality of raw materials, build collaborations with schools, agencies, communities, and local MSMEs, and improve the order recording and raw material stock system.

Keywords: *MSMEs, Convection, Business Model Canvas, Business Model, Gorontalo*

PENDAHULUAN

UMKM memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat. Keberadaan UMKM mampu membuka lapangan pekerjaan, meningkatkan pendapatan pelaku usaha, serta memenuhi kebutuhan masyarakat melalui produk dan jasa yang lebih dekat dengan konsumen. Salah satu jenis UMKM yang memiliki peluang untuk berkembang adalah usaha konveksi (Ainiyatul Mukarromah et al., 2024).

Bisnis konveksi merupakan usaha yang bergerak dalam bidang produksi pakaian. Produk yang dihasilkan dapat berupa kaos sablon, pakaian dinas, seragam sekolah, seragam kantor, jaket, kemeja, pakaian komunitas, dan pakaian custom lainnya. Kebutuhan terhadap jasa konveksi cukup tinggi karena pakaian tidak hanya menjadi kebutuhan dasar, tetapi juga digunakan sebagai identitas kelompok, organisasi, instansi, sekolah, dan komunitas (Aulawi et al., 2023).

Konveksi Mutia merupakan UMKM konveksi yang berada di Gorontalo, tepatnya di Jl. Prof. Dr. H. B. Jassin. Usaha ini menyediakan jasa pembuatan pakaian seperti sablon baju, pakaian dinas, seragam, jaket, kemeja, dan produk custom sesuai kebutuhan pelanggan. Sebagai UMKM lokal, Konveksi Mutia memiliki peluang untuk berkembang karena pasar di Gorontalo cukup potensial, terutama dari kalangan sekolah, kampus, instansi pemerintah, kantor swasta, komunitas, panitia acara, dan pelaku UMKM.

Namun, dalam menjalankan usahanya, Konveksi Mutia juga menghadapi beberapa tantangan. Tantangan tersebut meliputi keterbatasan modal, naik turunnya harga bahan baku, persaingan usaha konveksi, keterbatasan promosi digital, serta perlunya menjaga kualitas jahitan dan ketepatan waktu produksi. Oleh karena itu, diperlukan pemodelan bisnis yang tepat agar usaha dapat berjalan lebih terarah (Salwa, 2025).

Salah satu metode yang dapat digunakan untuk menganalisis model bisnis adalah Business Model Canvas. Metode ini digunakan untuk menggambarkan bagaimana usaha menciptakan nilai, menjangkau pelanggan, membangun hubungan pelanggan, mengelola sumber daya, bekerja sama dengan mitra, mengatur biaya, dan memperoleh pendapatan. Pada penelitian acuan, Business Model Canvas digunakan untuk memetakan model bisnis UMKM konveksi melalui sembilan elemen utama sehingga dapat membantu merancang strategi pengembangan usaha.

LANDASAN TEORI

A. Usaha Mikro Kecil Menengah

UMKM merupakan usaha produktif yang dijalankan oleh individu atau kelompok dengan skala usaha terbatas. Meskipun memiliki keterbatasan dari sisi modal, tenaga kerja, dan teknologi, UMKM tetap memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian daerah. UMKM juga memiliki keunggulan karena lebih dekat dengan pelanggan dan lebih fleksibel dalam menyesuaikan produk sesuai kebutuhan pasar (Ainiyatul Mukarromah et al., 2024).

Dalam bidang konveksi, UMKM memiliki peluang yang cukup besar karena permintaan terhadap pakaian selalu ada. Kebutuhan tersebut tidak hanya berasal dari pelanggan individu, tetapi juga dari sekolah, kampus, kantor, instansi, komunitas, dan pelaku usaha. Oleh karena itu, UMKM konveksi perlu memiliki strategi bisnis yang tepat agar dapat bertahan dan berkembang (Muhammad Habibie Satria & Sinta Dewi, 2024).

B. Model Bisnis

Model bisnis merupakan gambaran mengenai cara suatu usaha menciptakan, menyampaikan, dan memperoleh nilai. Model bisnis membantu pelaku usaha memahami siapa pelanggan utama, produk apa yang ditawarkan, bagaimana produk disampaikan kepada pelanggan, serta bagaimana usaha memperoleh keuntungan.

Dalam usaha konveksi, model bisnis sangat penting karena kegiatan usaha tidak hanya berfokus pada produksi pakaian. Usaha konveksi juga membutuhkan pengelolaan bahan baku, hubungan dengan supplier, pelayanan pelanggan, promosi, pengendalian kualitas, dan pencatatan keuangan (Fauziah & Mukti, 2025).

C. Business Model Canvas

Business Model Canvas adalah alat analisis yang digunakan untuk memetakan model bisnis secara sederhana dan sistematis. BMC terdiri dari sembilan elemen utama, yaitu customer segments, value proposition, channels, customer relationships, revenue streams, key resources, key activities, key partners, dan cost structure. Kesembilan elemen tersebut membantu usaha melihat hubungan antara pelanggan, nilai produk, sumber daya, aktivitas utama, mitra, biaya, dan pendapatan.

Business Model Canvas cocok digunakan untuk UMKM karena mudah dipahami dan dapat membantu pemilik usaha melihat kondisi bisnis secara menyeluruh. Dengan menggunakan BMC, Konveksi Mutia dapat mengetahui bagian bisnis yang sudah kuat dan bagian yang masih perlu dikembangkan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan ini digunakan untuk menggambarkan kondisi model bisnis Konveksi Mutia Gorontalo berdasarkan sembilan elemen Business Model Canvas. Objek penelitian ini adalah UMKM Konveksi Mutia yang bergerak di bidang jasa pembuatan pakaian, seperti sablon baju, pakaian dinas, seragam, jaket, kemeja, dan pakaian custom (Putri et al., 2023).

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data model bisnis, data pemesanan bahan baku, dan data penjualan selama lima bulan. Data pemesanan bahan baku meliputi kain cotton combed, kain drill, kain oxford, kain fleece, tinta sablon, kancing, resleting, dan benang. Sementara itu, data penjualan meliputi kaos sablon, pakaian dinas, seragam sekolah atau kantor, serta jaket, kemeja, dan pakaian custom.

Teknik analisis data dilakukan melalui beberapa tahap. Pertama, mengidentifikasi kondisi bisnis Konveksi Mutia. Kedua, menyusun sembilan elemen Business Model Canvas. Ketiga, menganalisis data pemesanan bahan baku dan penjualan selama lima bulan. Keempat, merumuskan strategi pengembangan bisnis berdasarkan hasil pemetaan BMC dan perkembangan data usaha (Nathasya, 2024).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Konveksi Mutia

Konveksi Mutia merupakan UMKM konveksi lokal yang berada di Gorontalo. Usaha ini menyediakan jasa pembuatan pakaian seperti kaos sablon, pakaian dinas, seragam sekolah, seragam kantor, jaket, kemeja, dan pakaian custom. Pelanggan Konveksi Mutia terdiri dari pelanggan individu, sekolah, kampus, instansi pemerintah, kantor swasta, komunitas, UMKM, dan panitia acara (Yulia Rukmana & Merdiani, 2024).

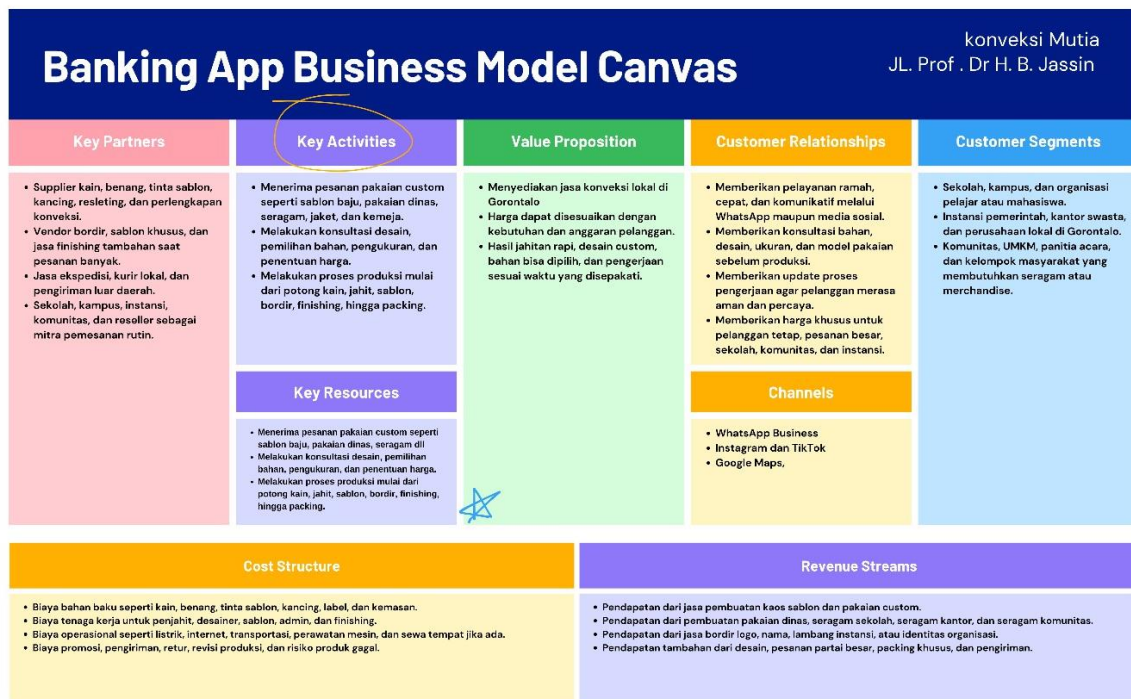
Keunggulan Konveksi Mutia terletak pada layanan yang fleksibel karena pelanggan dapat menentukan desain, bahan, warna, ukuran, dan jumlah pesanan sesuai kebutuhan. Selain itu, usaha ini juga memiliki peluang berkembang karena kebutuhan pakaian seragam dan pakaian custom di Gorontalo masih cukup tinggi.

B. Business Model Canvas Konveksi Mutia

Elemen BMC	Hasil Analisis
Key Partners	Supplier kain, benang, tinta sablon, kancing, resleting, dan perlengkapan konveksi. Vendor bordir, sablon khusus, dan jasa finishing tambahan saat pesanan banyak. Jasa ekspedisi, kurir lokal, dan pengiriman luar daerah. Sekolah, kampus, instansi, komunitas, dan reseller sebagai mitra pemesanan rutin.
Key Activities	Menerima pesanan pakaian custom seperti sablon baju, pakaian dinas, seragam, jaket, dan kemeja. Melakukan konsultasi desain, pemilihan bahan, pengukuran, dan penentuan harga. Melakukan proses produksi mulai dari potong kain, jahit, sablon, bordir, finishing, hingga packing. Melakukan promosi, pelayanan pelanggan, pencatatan pesanan, dan quality control.
Key Resources	Mesin jahit, mesin obras, alat potong kain, alat sablon, alat press, dan perlengkapan produksi. Tenaga kerja seperti penjahit, desainer, bagian sablon, admin, dan finishing. Bahan baku seperti kain, benang, tinta sablon, kancing, label, dan kemasan. Tempat produksi, katalog desain, akun media sosial, serta database pelanggan.
Value Proposition	Menyediakan jasa konveksi lokal di Gorontalo yang mudah diakses, fleksibel, dan terpercaya. Menerima berbagai jenis pesanan seperti kaos sablon, pakaian dinas, seragam sekolah, seragam kantor, dan pakaian komunitas. Harga dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan anggaran pelanggan. Hasil jahitan rapi, desain custom, bahan bisa dipilih, dan pengerjaan sesuai waktu yang disepakati.
Customer Relationships	Memberikan pelayanan ramah, cepat, dan komunikatif melalui WhatsApp maupun media sosial. Memberikan konsultasi bahan, desain, ukuran, dan model pakaian sebelum produksi. Memberikan update proses pengerjaan agar pelanggan merasa aman dan percaya. Memberikan harga khusus untuk pelanggan tetap, pesanan besar, sekolah, komunitas, dan instansi.
Channels	WhatsApp Business untuk konsultasi, pemesanan, katalog, dan komunikasi pelanggan. Instagram dan TikTok untuk menampilkan portofolio, proses produksi, dan promosi. Facebook untuk menjangkau pasar lokal Gorontalo, komunitas, dan organisasi. Google Maps, promosi langsung, dan rekomendasi dari pelanggan lama.
Customer Segments	Pelanggan individu yang membutuhkan kaos sablon atau pakaian custom. Sekolah, kampus, dan organisasi pelajar atau mahasiswa. Instansi pemerintah, kantor swasta, dan perusahaan lokal di Gorontalo. Komunitas, UMKM, panitia acara, dan kelompok masyarakat yang membutuhkan seragam atau merchandise.
Cost Structure	Biaya bahan baku seperti kain, benang, tinta sablon, kancing, label, dan kemasan. Biaya tenaga kerja untuk penjahit, desainer, sablon, admin, dan finishing. Biaya operasional seperti listrik, internet, transportasi, perawatan mesin, dan sewa tempat jika ada. Biaya promosi, pengiriman, retur, revisi produksi, dan risiko produk gagal.
Revenue Streams	Pendapatan dari jasa pembuatan kaos sablon dan pakaian custom. Pendapatan dari pembuatan pakaian dinas, seragam sekolah, seragam kantor, dan seragam komunitas. Pendapatan dari jasa bordir logo, nama, lambang instansi, atau identitas organisasi. Pendapatan tambahan dari desain, pesanan partai besar,

Berdasarkan pemetaan BMC tersebut, Konveksi Mutia memiliki model bisnis yang cukup potensial karena telah memiliki produk, pelanggan, mitra, sumber daya, saluran pemasaran, dan sumber pendapatan yang jelas. Namun, beberapa elemen masih perlu diperkuat, terutama pada bagian pemasaran digital, pencatatan stok, pencatatan pesanan, dan pengendalian kualitas produksi.

C. Business Model Canvas Konveksi Mutia



D. Data Pemesanan Bahan Baku Konveksi Mutia Selama Lima Bulan

Data pemesanan bahan baku berikut telah disesuaikan dengan skala UMKM, sehingga nilai biaya bahan baku dibuat lebih rendah dibandingkan data sebelumnya (PPM Manajemen, 2012).

Tabel 1. Data Pemesanan Bahan Baku Konveksi Mutia Januari sampai Mei 2026

Bulan	Kain Cotton Combed	Kain Drill	Kain Oxford	Kain Fleece	Tinta Sablon	Kancing	Resleting	Benang	Total Biaya Bahan Baku
Januari	90 meter	45 meter	35 meter	25 meter	4 kg	3 gross	4 lusin	10 roll	Rp9.100.000
Februari	110 meter	55 meter	40 meter	30 meter	5 kg	4 gross	5 lusin	12 roll	Rp10.850.000
Maret	130 meter	65 meter	48 meter	38 meter	6 kg	4 gross	6 lusin	14 roll	Rp12.700.000
April	155 meter	85 meter	55 meter	45 meter	8 kg	5 gross	7 lusin	17 roll	Rp15.600.000
Mei	180 meter	105 meter	65 meter	55 meter	9 kg	6 gross	8 lusin	20 roll	Rp18.400.000

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2026

Berdasarkan Tabel 1, pemesanan bahan baku Konveksi Mutia mengalami peningkatan selama lima bulan. Pada bulan Januari, total biaya bahan baku sebesar Rp9.100.000, sedangkan pada bulan Mei meningkat menjadi Rp18.400.000. Peningkatan tersebut menunjukkan adanya pertumbuhan kebutuhan produksi, tetapi masih berada dalam skala biaya yang lebih realistis untuk UMKM konveksi.

Kain cotton combed menjadi bahan yang paling banyak digunakan karena berkaitan dengan produksi kaos sablon. Sementara itu, kain drill dan oxford digunakan untuk pakaian dinas, seragam sekolah, dan seragam kantor. Kebutuhan tinta sablon, kancing, resleting, dan benang juga meningkat seiring bertambahnya jumlah pesanan.

Jika dikaitkan dengan elemen cost structure, biaya bahan baku menjadi salah satu komponen utama dalam operasional Konveksi Mutia. Oleh karena itu, usaha perlu melakukan pencatatan bahan baku secara rapi agar pembelian bahan dapat disesuaikan dengan jumlah pesanan dan tidak menimbulkan pemborosan.

Hasil dari penelitian adalah pemodelan proses bisnis dari tiap aktifitas akademik yang telah diidentifikasi sebelumnya. Dimulai dengan proses penetapan jadwal mata kuliah, proses kontrak KRS mahasiswa, Proses pengusulan ujian proposal skripsi, proses pengusulan ujian skripsi, dan proses pengusulan ujian komprehensif.

E. Data Penjualan Konveksi Mutia Selama Lima Bulan

Data penjualan berikut juga disesuaikan dengan skala UMKM agar jumlah produk dan pendapatan lebih realistis.

Tabel 2. Data Penjualan Konveksi Mutia Januari sampai Mei 2026

Bulan	Kaos Sablon	Pakaian Dinas	Seragam Sekolah/Kantor	Jaket/Kemeja/Custom	Total Produk Terjual	Total Penjualan
Januari	60 pcs	22 pcs	35 pcs	15 pcs	132 pcs	Rp17.675.000
Februari	75 pcs	25 pcs	42 pcs	18 pcs	160 pcs	Rp21.025.000
Maret	88 pcs	30 pcs	48 pcs	22 pcs	188 pcs	Rp24.812.500
April	105 pcs	40 pcs	55 pcs	28 pcs	228 pcs	Rp30.325.000
Mei	120 pcs	48 pcs	65 pcs	35 pcs	268 pcs	Rp36.125.000

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2026

Berdasarkan Tabel 2, penjualan Konveksi Mutia mengalami peningkatan selama lima bulan. Pada Januari, total produk yang terjual sebanyak 132 pcs dengan total penjualan sebesar Rp17.675.000. Pada Mei, jumlah produk yang terjual meningkat menjadi 268 pcs dengan total penjualan sebesar Rp36.125.000.

Peningkatan ini menunjukkan bahwa Konveksi Mutia memiliki pertumbuhan permintaan yang cukup baik. Produk kaos sablon menjadi produk dengan jumlah penjualan tertinggi karena banyak dipesan oleh pelanggan individu, komunitas, dan panitia acara. Sementara itu, pakaian dinas dan seragam sekolah atau kantor menjadi produk yang potensial karena biasanya dipesan oleh instansi, sekolah, kantor, dan organisasi. Jika dikaitkan dengan elemen revenue streams, sumber pendapatan utama Konveksi Mutia berasal dari jasa pembuatan kaos sablon, pakaian dinas, seragam, dan pakaian custom. Kenaikan penjualan selama lima bulan menunjukkan bahwa usaha ini memiliki peluang untuk terus dikembangkan, terutama jika didukung dengan pemasaran digital dan kerja sama pelanggan rutin.

F. Rekapitulasi Biaya Bahan Baku dan Penjualan

Tabel 3. Rekapitulasi Biaya Bahan Baku dan Penjualan Konveksi Mutia

Bulan	Total Biaya Bahan Baku	Total Penjualan	Keterangan
Januari	Rp9.100.000	Rp17.675.000	Penjualan awal masih stabil dengan pesanan utama kaos sablon dan seragam.
Februari	Rp10.850.000	Rp21.025.000	Pesanan mulai meningkat dari pelanggan komunitas dan sekolah.
Maret	Rp12.700.000	Rp24.812.500	Produksi bertambah karena adanya pesanan pakaian dinas dan seragam kantor.
April	Rp15.600.000	Rp30.325.000	Permintaan meningkat dari instansi, kantor, dan panitia kegiatan.
Mei	Rp18.400.000	Rp36.125.000	Penjualan tertinggi terjadi karena peningkatan pesanan kaos sablon dan seragam.

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2026

Berdasarkan Tabel 3, peningkatan biaya bahan baku berjalan searah dengan peningkatan penjualan. Kondisi ini menunjukkan bahwa kenaikan pembelian bahan baku masih mendukung pertumbuhan pendapatan usaha. Namun, karena Konveksi Mutia merupakan UMKM, pengeluaran bahan baku tetap harus dikendalikan agar tidak membebani modal usaha.

Data tersebut juga menunjukkan bahwa Konveksi Mutia memiliki potensi keuntungan apabila mampu mengelola pembelian bahan baku, tenaga kerja, dan biaya operasional secara efisien. Dengan skala biaya yang lebih rendah, usaha tetap dapat berkembang secara bertahap tanpa harus menanggung beban operasional yang terlalu besar.

PENGEMBANGAN BMC

Elemen BMC	Strategi Pengembangan
Key Partners	Menambah supplier bahan yang lebih terjangkau, menjalin kerja sama dengan sekolah dan instansi, bekerja sama dengan reseller lokal, serta memperkuat relasi dengan vendor bordir atau sablon khusus.
Key Activities	Menambah aktivitas pemasaran digital, membuat konten promosi, melakukan pencatatan stok dan pesanan, serta meningkatkan quality control produksi.
Key Resources	Mengoptimalkan mesin dan alat yang sudah ada, menambah katalog digital, membuat database pelanggan, dan menggunakan perangkat sederhana untuk pencatatan pesanan.
Value Proposition	Memperkuat nilai sebagai konveksi lokal Gorontalo yang fleksibel, harga terjangkau, hasil rapi, desain custom, dan pengerjaan tepat waktu.
Customer Relationships	Meningkatkan komunikasi pelanggan melalui WhatsApp Business, memberikan update proses produksi, memberikan diskon pelanggan tetap, dan meminta testimoni setelah pesanan selesai.
Channels	Mengoptimalkan WhatsApp Business, Instagram, TikTok, Facebook, Google Maps, dan promosi langsung ke sekolah, kantor, serta komunitas.
Customer Segments	Memperluas segmen ke sekolah, kampus, instansi pemerintah, kantor swasta, komunitas, UMKM, panitia acara, dan pelanggan luar Gorontalo melalui media online.
Cost Structure	Mengendalikan biaya bahan baku, tenaga kerja, operasional, promosi digital sederhana, perawatan mesin, dan pengiriman.
Revenue Streams	Menambah pendapatan dari jasa desain, bordir, paket seragam, pesanan partai kecil hingga menengah, penjualan online, dan layanan pengiriman luar daerah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis menggunakan Business Model Canvas, Konveksi Mutia Gorontalo memiliki model bisnis yang cukup potensial untuk dikembangkan sebagai UMKM konveksi lokal. Usaha ini memiliki segmen pelanggan yang luas, mulai dari pelanggan individu, sekolah, kampus, instansi pemerintah, kantor swasta, komunitas, UMKM, hingga panitia acara. Nilai utama yang ditawarkan adalah layanan konveksi yang fleksibel, mudah diakses, harga dapat disesuaikan, desain custom, serta hasil produksi yang rapi.

Data pemesanan bahan baku menunjukkan adanya peningkatan kebutuhan produksi selama lima bulan. Total biaya bahan baku meningkat dari Rp9.100.000 pada Januari menjadi Rp18.400.000 pada Mei. Sementara itu, data penjualan juga menunjukkan peningkatan dari Rp17.675.000 pada Januari menjadi Rp36.125.000 pada Mei. Hal ini menunjukkan bahwa Konveksi Mutia memiliki peluang pertumbuhan yang baik meskipun masih berada dalam skala UMKM.

Strategi pengembangan yang dapat diterapkan meliputi penguatan pemasaran digital, kerja sama dengan sekolah dan instansi, peningkatan kualitas produksi, pencatatan stok dan pesanan secara rapi, serta penyediaan paket harga yang variatif.

REFERENSI

- Ainiyatul Mukarromah, Iswati Iswati, & Emilia Pranata. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Tanjung Decoration. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi, Dan Perpajakan*, 1(3), 258–272. <https://doi.org/10.61132/jeap.v1i3.332>
- Aulawi, H., Aisyah, R., Kurniawan, E., & Industri, T. (2023). 6527-26998-1-Pb. 23(02), 1–17.
- Fauziah, F., & Mukti, G. W. (2025). Strategi Pengembangan Model Bisnis Juicy Bliss sebagai Solusi Pengembangan Usaha Rumah Cold-Pressed Juice. *Journal of Micro, Small and Medium Enterprises*, 2(1), 14. <https://doi.org/10.47134/umkm.v2i1.846>
- Muhammad Habibie Satria, & Sinta Dewi. (2024). Analisis Sistem Manajemen Persediaan Dengan Metode Economic Order Quantity (EOQ). *Venus: Jurnal Publikasi Rumpun Ilmu Teknik*, 2(1), 145–157. <https://doi.org/10.61132/venus.v2i1.108>
- Nathasya, H. (2024). No TitleEAENH. *Edu Research Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS)*, 5(1), 70–80.
- PPM Manajemen. (2012). Business Model Canvas: Penerapan di Indonesia. *Penerbit PPM, Indonesia*, IV, 149–150.
- 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, 496–506. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/3706>
- Salwa, G. (2025). EduTIK: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi Volume 1 Nomor 5, Oktober 2021. *EduTIK: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 2(5), 773.
- Yulia Rukmana, F., & Merdiani, W. (2024). Strategi Pemasaran Business Model Canvas (Bmc) Studi Kasus Pada Usaha Kasur Karpas (Surpet) Labib Store. 2, 318–327. <https://journal.hasbaedukasi.co.id/index.php/jurmie>