AKADEMIK E-ISSN 2774-888X
Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis
Vol. 3, No. 3, September 2023

Analisis Bisnis Model Canvas pada Cafe Lawu Break Coffe and Nongki Tawangmangu

Alexander Mario Retto Djong
Institut Teknologi dan Bisnis Kristen Bukit Pengharapan, Indonesia
alexander.mario@bukitpengharapan.ac.id

Submitted: 12th April 2023 | **Edited**: 19th August 2023 | **Issued**: 01st September 2023

Cited on: Djong, A. M. R. (2023). Analisis Bisnis Model Canvas pada Cafe Lawu Break Coffe and Nongki Tawangmangu. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis, 3*(3), 187-196.

ABSTRACT

This research uses a Business Model Canvas evaluation which aims to develop a business model at Cafe Lawu Break Tawangmangu which starts from the identification process then continues with a SWOT analysis of the nine elements of the Business Model Canvas. This research uses qualitative descriptive analysis with data collection techniques using in-depth interviews and testing the validity of the data by source triangulation. The results of the analysis carried out show that several elements of the business model can be improved and developed even better. Cafe Lawu Break has a clear value proposition, namely by providing good quality food and beverage services at friendly prices. However, the competition for a cafe or restaurant is so tight that it requires looking for various alternative ways to develop its business model so that it can continue to compete and be an option. 24-hour operational hours and other after-sales services can be provided to customers. It is necessary to use technological aspects in the purchase ordering system, such as using the Gofood, Grabfood or WA business applications and maximizing social media. It is also possible to use QRIS technology in ordering. Expansion of the business area for consumer capacity and vehicle parking is required. Cafe Lawu Break can also look at other market opportunities, such as serving meal package sales for both home and office scale.

Keywords: Business Model Canvas, SWOT Analysis, Business Model

PENDAHULUAN

Bisnis kuliner di Indonesia menjadi salah satu sektor strategis bagi perkembangan ekonomi negara. Usaha jenis ini tentu mudah sekali dapat kita temui mulai dari warteg, rumah makan sederhana, cafe hingga sebuah restoran. Berdasarkan lapangan usaha bisnis kuliner ini menjadi penyumbang pertumbuhan PDB mencapai 10% dan menjadikannya usaha yang paling moncer di tahun 2023 (CNBC,2023). Berdasarkan data BPS 2022, jumlah usaha penyedia makanan dan minuman skala menengah besar tercatat sebanyak 10.900 usaha, atau tumbuh 20,76 persen dibandingkan tahun 2021 (Sultan, R., & Hasbi, I. 2018).

Bagi industri pariwisata bisnis kuliner juga merupakan salah satu penopang dan pelengkap bagi sebuah destinasi. Bisnis kuliner mengalami pertumbuhan yang cukup

signifikan di Kecamatan Tawangmangu yang merupakan daerah pariwisata (Djong, 2024). Berdasarkan data BPS Tawangmangu dari tahun 2019 sampai tahun 2023 terdapat pertumbuhan yang signifikan terhadap jumlah cafe atau restoran yang tadinya hanya terdapat 8 tempat cafe dan restoran menjadi 35 tempat. Hal ini tentu saja membuat para pelaku bisnis kuliner di Kecamatan Tawangmangu untuk berpikir dalam mencari berbagai macam model bisnis alternatif untuk memenangkan persaingan (Hutamy et all., 2021).

Cafe Lawu Break Coffe and Nongki atau yang lebih dikenal Cafe Lawu Break merupakan salah satu cafe yang berada dekat dengan salah satu jantung ikon pariwisata Tawangmangu yaitu Grojogan Sewu dan juga Bukit Sekipan (Anggraini et al., 2020). Cafe ini mengusung tema modern classic. Jika melihat dari letak lokasi yang strategis dari Cafe Lawu Break tentu saja pesaing baru banyak bermunculan karena ditandai dengan perkembangan destinasi pariwisata Tawangmangu yang melakukan pembangunan secara masif dan cepat (Fitriani et al., 2020). Akan hal ini tentu saja untuk para pelaku bisnis kuliner menandakan sebuah persaingan yang semakin tinggi. Pendapatan Cafe tentu saja bergantung dari jumlah pelanggan yang datang dan untuk hal itu para pelaku bisnis berlomba lomba untuk untuk mencari tahu keinginan pelanggan (Setyorini et al., 2017). Saat ini cafe tidak hanya untuk sebagai tempat makan dan minum tetapi untuk nongkrong ngobrol, meeting singkat, kerja tugas, bahkan untuk melakukan swafoto (Saeputra et al., 2016). Oleh karena itu diperlukan model bisnis yang tepat bagi Cafe Lawu Break untuk menyikapi trend yang ada saat ini melalui evaluasi Bisnis Model Canvas yang dikombinasikan dengan analisis SWOT agar dapat mengembangkan usaha lebih baik (Putra, I. P., & Prabawani, B. 2021).

LANDASAN TEORI

Model Bisnis

Model bisnis sebagai alat bantu yang dirancang sedemikian rupa untuk membantu dalam membuat sebuah nilai tambah dengan memanfaatkan peluang yang ada di dunia kerja meliputi kombinasi dari produk, pelayanan, citra, distribusi dan sumber daya termasuk didalamnya infrastruktur (Setiawan, 2023). Business Model Canvas merupakan sebuah model bisnis agar dapat menghasilkan sebuah kinerja yang optimal karena dapat memetakan serta menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana

sebuah perusahaan bekerja baik itu dengan menciptakan, menyerahkan, dan menangkap sebuah nilai (Anter dkk, 2022). Model Bisnis dengan menggunakan kanvas ini menggunakan sembilan (9) blok bangunan (Nine Building Blocks) untuk mempermudah pembisnis dalam pendekatan membangun dan mengembangkan bisnis mereka. Adapun kesembilan bangunan itu meliputi penentuan segmen pelanggan, penentuan proposisi nilai, penentuan saluran, membangun hubungan pelanggan, aliran atau arus pendapatan, sumber daya utama yang digunakan, aktivitas utama yang dilakukan, jalinan kemitraan utama yang dibentuk, dan bagaimana struktur biaya yang digunakan (Awaluddin, R. 2021).

Analisis SWOT

Analisis SWOT dapat digunakan oleh perusahaan untuk menilai potensi pengaruh sebuah bisnis untuk mencapai tujuannya (Zebua et al., 2022). Untuk dapat menilai sebuah model bisnis itu sudah cukup baik atau belum dapat dilakukan melalui cara yang lebih efektif yaitu dengan mengombinasikan analisis SWOT tentang kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dengan sembilan elemen pada model bisnis yang sudah berjalan. Meskipun terbilang sederhana, analisis SWOT ampuh dalam membantu mengidentifikasi peluang kompetitif untuk meningkatkan tim dan bisnis sambil tetap berada di depan trend pasar (Rastryana, U. 2021).

METODE PENELITIAN

Pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif digunakan pada penelitian ini karena ingin mendapatkan gambaran dan deskripsi secara lengkap mengenai model bisnis dari Cafe Lawu Break. Penelitian deskriptif kualitatif sendiri menyatakan peneliti sebagai instrumen kunci ketika meneliti sebuah objek alamiah yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme (Sugiyono, 2022). Model kanvas digunakan pada penelitian ini sebagai pedoman menentukan model bisnis yang sudah berlangsung dan kemudian dilakukan evaluasi ulang dengan mengunakan metode SWOT pada kesembilan elemen bisnis Cafe Lawu Break yang sudah berjalan, sehingga dapat merencanakan pengembangan model bisnis yang sesuai untuk saat ini (Zulkarnain et al., 2020).

Data primer dan skunder digunakan dalam penelitian ini. Data primer merupakan hasil yang didapat dari wawancara mendalam secara langsung kepada informan mengenai model bisnis kanvas disertai analisis SWOT pada setiap elemennya. Data

Sekunder berasal dari arsip, berkas catatan, file dokumen, website, media sosial dan foto-foto yang mendukung penelitian (Kamila et al., 2017). Teknik mengumpulkan data melalui wawancara dengan penentuan narasumber menggunakan metode dengan tujuan pertimbangan tertentu atau purposive sampling karena diharapkan narasumber memiliki dan mengetahui data yang dibutuhkan. (Sugiyono, 2022). Beragam informasi dapat dikumpulkan melalui wawancara untuk kepentingan penelitian. Narasumber penelitian ini ada 4 orang meliputi pemilik cafe, dua orang karyawan, dan satu orang konsumen. Untuk menguji keabsahan data pada penelitian digunakan triangulasi sumber dan ketekunan dalam melakukan pengamatan. Sedangkan untuk aktivitas analisis data meliputi yaitu pengumpulan data, mereduksi data, menyajikan data, lalu melakukan penarikan kesimpulan dan verifikasi (Hendarsih, I. 2021).

HASIL PENELITIAN

Evaluasi Model Bisnis Kanvas dan Bisnis Model Yang Baru

Segmen Pelanggan (Customer Segments)

Target dan Segmen yang telah dimiliki Cafe Lawu Break Coffe and Nongki ini sudah sangat jelas. cafe yang letaknya ditengah tengah objek wisata tentu saja akan menjadi tempat pilihan bagi wisatawan dari segala usia untuk singgah makan, minum dan bersantai. Namun, selama ini cafe lebih banyak di kunjungi oleh kalangan generasi muda. Hal ini didukung harga makanan dan minuman terbilang cukup terjangkau, dengan design Cafe konsep yang cukup unik dengan tema modern classic dan memiliki pemandangan gunung lawu. Potensi ancaman atau threats yang ada tentu saja mengenai adanya keberadaan para pesaing yang bisa saja menggunakan konsep unik lain dari segi design cafe yang memungkinkan pelanggan untuk berpindah ke tempat lain. Untuk peluang atau opportunity, Cafe Lawu Break letaknya juga sangat strategis karena selain dekat pusat pariwisata, dekat dengan perkantoran pemerintah dan swasta serta tidak jauh dengan tempat pendidikan. Menjadikan potensi tambahan konsumen dari kalangan para pekerja dan pelajar yang cukup menjanjikan. Namun, sangat disayangkan Cafe Lawu Break tidak membuka selama 24 jam meskipun berada di tempat pariwisata, sehingga tidak bisa melayani dan mendapatkan potensi keuntungan yang maksimal. Oleh karena itu sebaiknya jam operasional dilakukan full 24 jam.

Proposisi Nilai (Value Propositions)

Sesuai dengan namanya Cafe Lawu Break Coffe and Nongki dimana cafe ini ingin memberikan sebuah pesan bahwa disinilah tempat untuk nonkrong sambil minum - minum kopi sehingga menu utama yang ditawarkan pun mayoritas menu untuk nonkrong namun dengan citra rasa lidah lokal. Pemilik juga terlibat secara langsung dalam pengelolaan dan juga melayani komplain dari pelanggan secara langsung. Potensi ancaman dalam elemen ini adalah tersedianya produk pengganti yang dapat menawarkan nilai unik lain dan tidak dipunyai. letaknya ditempat pariwisata tentu banyak pesaing dalam radius yang 3 kilometer saja dari lokasi cafe terdapat 4 cafe pesaing lainnya. Sementara untuk peluang dalam elemen ini adalah layanan penjualan paket makan untuk kegiatan (event) tertentu, delivery order atau paket meeting kecil karyawan kantor atau nasi kotakan untuk para pekerja dan pelajar. Variasi menu menciptakan peluang seperti membuat dessert dari bahan baku buah strawberry dan ubi ungu yang merupakan hasil pertanian Tawangmangu. Selain itu untuk pelanggan generasi muda cafe Lawu Break dapat mengadakan live music dan yang memainkan bandnya dari kalangan anak muda, atau setidaknya di dalam cafe diputarkan musik yang lagi trend terkini

Saluran (Channels)

Keberadaannya cafe tidak sulit untuk di temukan karena dekat dengan objek wisata dan kantor pemerintahan kelurahan setempat dan selain itu cafe berada dijalur utama Tawangmangu, transaksi pembayaran di cafe sudah menggunakan QRIS dan transfer selain menggunakan uang tunai. Kelemahan dari elemen ini adalah masih menggunakan WA pribadi pemilik dalam melayani pemesanan paket makanan belum dengan WA binis. Cafe juga belum melayani pesan antar atau take away dan juga belum membuka layanan online melalui aplikasi seperti grabfood dan atau gofood. Promosi media sosial belum maksimal konten instagram masih tidak beraturan, penggunaan fitur dalam instagram belum dilakukan sepenuhnya dan masih ada postingan pribadi pemilik. layanan setelah penjualan atau after sales juga belum dimiliki cafe ini. Dapat menjadi ancaman ketika para kompetitor dapat memaksimalkan saluran mereka secara lebih baik. Menjadi potensi peluang yang menjanjikan jika Cafe dapat memaksimalkan penjualan online yang merupakan bagian dari gaya hidup masyarakat terkini.

Hubungan Pelanggan (Customer Relationship)

Pemilik dan para pelayannya merupakan orang yang sangat ramah sehingga terlihat baik pemilik maupun karyawannya sering mengajak pelanggan ngobrol atau bertegur sapa. Perlu peningkatkan personalisasi dan loyalitas bisa berupa pemberian diskon atau pun membuat kartu anggota atau membership. Data base pelanggan perlu dibuat untuk mengenali serta mempelajari pola kebiasaan konsumen. Dari situ pelanggan bisa diberikan diskon karena sudah berkunjung beberapa kali atau dengan memberikan benefit lainnya sehingga mereka merasa diperhatikan dan dapat menumbuhkan loyalitas. Segala komplain harus bisa ditangani dan pemilik sudah mengambil alih.

Arus Pendapatan (Revenue Stream)

Pendapatan paling besar Cafe Lawu Break masih bersumber dari penjualan yang terjadi di tempat usaha. Namun operasional hanya buka dari jam 2 siang hingga jam 12 malam sehingga dirasa pendapatan tidak maksimal. Di tempat pariwisata alangkah lebih baik cafe bisa beroperasi 24 jam untuk meningkatkan arus pendapatan. Dengan begitu pendapatan yang berasal dari kebutuhan orang untuk sarapan pagi bisa menjadi penambahan keuntungan yang selama ini tidak terlayani. Arus pendapatan dari penjualan online baik melalui WA Business ataupun aplikasi lain juga mesti diupayakan. Selain itu arus pendapatan lain berasal dari layanan pembuatan paket makanan bisa dilakukan.

Sumber Daya Utama (Key Resources)

Tempat produksi dan pemasaran Cafe Lawu Break Coffee and Nongki berada di lokasi strategis dan di jalur jalan utama Tawangmangu sehingga pelanggan mudah menjangkaunya. Untuk karyawan yang menjadi pekerja cafe pun berasal dari penduduk di lingkungan sekitar. Keperluan bahan baku untuk produksi makanan mudah didapatkan, karena Tawangmangu juga penghasil produksi hasil pertanian yang berlimpah. Kelemahan pada elemen ini adalah keterbatasannya luas area usaha, mulai dari kapasitas area tempat makan pelanggan dan tempat parkir kendaraan hanya kecil untuk motor saja. Cafe memang memiki dua (2) lantai, namun tidak dapat menampung lebih diwaktu waktu tertentu yang membuat potensi keuntungan hilang. Sumber daya bahan baku yang mudah di dapat bisa menjadi potensi ancaman karena bahan baku sifatnya umum sehingga kompetitor dapat menciptakan hal serupa. Harga bahan baku

juga bisa menjadi tidak terkontrol kalau pihak cafe tidak melakukan kontrak pembelian dengan supplier. Cafe Lawu harus bisa melakukan kontrak kerjasama dalam penentuan harga dengan supplier. Peluang besar juga dapat tercapai jika cafe dapat memperluas areanya melalui investasi baru dengan membeli lahan sebelah cafe yang masih kosong jika lahan tersebut dijual atau menaikkan menjadi lantai tiga (3)

Aktivitas Kunci (Key Activities)

Cafe mulai beroperasi dari jam 2 siang. Pemesanan order makanan ketika di tempat masih menggunakan cara manual, dengan pelanggan memberikan menu lalu dipesan dan diantarkan. Cara pemesanan manual ini terasa sudah sangat tertinggal, karena saat ini di beberapa cafe dan restoran besar sudah mulai menggunakan aplikasi QRIS untuk pemesanan. Untuk pemesanan paket makanan hanya melalui kiriman chat pada WA pribadi pemilik cafe. Kelemahan lain dalam elemen ini adalah cafe tidak memiliki pelayan yang ditugaskan untuk selalu berjaga dilantai atas dan juga tidak ada alat komunikasi penghubung ke lantai bawah, sehingga ketika ada pesanan tambahan pelanggan mesti turun kebawah. Waktu pelayanan dirasa lama disaat cafe sedang penuh, sehingga standar operasi mesti diperbaiki. Cafe dirasa perlu juga untuk menambah investasi untuk keperluan penambahan peralatan baru untuk meningkatkan kapasitas produksi dan penambahan jumlah karyawan.

Kemitraan Utama (Key Partnership)

Cafe sudah memiliki supplier pasti dari pasar lokal untuk keperluan bahan baku tetapi untuk bahan lain seperti untuk minuman kopi terkadang masih membutuhkan dari daerah lain. Namun, yang masih disayangkan belum adanya perjanjian kerjasama antara Cafe Lawu Break dengan supplier lokal sehingga bisa terjadi kemungkinan peningkatan harga diwaktu tertentu. Perjanjian kerjasama dalam penetapan harga itu sangat penting agar cafe tetap bisa mengontrol biaya produksi yang mempengaruhi harga jual.

Struktur Biaya (Cost Structure)

Selama hampir 10 tahun berjalan pemasukan dan pengeluaran terbilang stabil. Timbul biaya bisa terjadi karena kerusakan alat masak atau alat makan secara tiba tiba, kebijakan pemerintah terkait kenaikan harga bahan baku dan pajak usaha restoran. Jika dimungkinkan untuk melakukan hutang untuk keperluan perluasan area usaha di sarankan, karena nantinya akan kembali memberikan keuntungan kepada Cafe Lawu Break dengan bertambahnya luas area. Jika Model Bisnis yang baru menghendaki

sebuah pengeluaran untuk investasi dan dirasa memberikan dampak yang baik untuk bisnis maka tidak ada salahnya untuk dilakukan pembiayaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan pada evaluasi ke sembilan (9) elemen Business Model Canvas dan analisis yang dilakukan dengan pendekatan SWOT terhadap penelitian yang dilakukan pada Cafe Lawu Break Coffee and Nongki adalah dapat disimpulkan sebagai berikut: Pada elemen segmen pelanggan (Costumer segment), Potensi konsumen dari kalangan pekerja dan pelajar serta pelayanan paket makanan untuk warga sekitar perlu diupayakan selain melayani wisatawan. Dalam elemen Proposisi nilai (value proposition), Variasi menu dapat dibuat oleh Cafe Lawu Break terutama yang berbahan dasar strawberry dan Ubi ungu untuk menemani minum kopi. Penerimaan pesanan makanan nasi kotak untuk kegiatan (event) tertentu. Selain itu bisa mengadakan acara live music atau cafe di putarkan musik yang lagi trend saat ini. Pada elemen saluran (channel), Penggunaan Instagram sebagai media sosial harus dimaksimalkan perlu ditempatkan admin khusus untuk menangani kegiatan promosi dan lainnya. Program loyalitas dan semua model layanan setelah terjadinya penjualan harus diupayakan.

Pada elemen hubungan pelanggan (customer relationship), Membuat data base pelanggan, memberikan promo potongan harga rutin setiap bulan atau di saat tertentu, dan kartu keanggotaan member. Dalam elemen aliran pendapatan (revenue streams), jam operasional usaha cafe sebaiknya dibuka 24 jam non stop tanpa libur, mulai melayani penjualan pesan antar secara online. Lalu mulai melayani pembelian paket makanan. Pada elemen sumber daya utama (key resources), Karyawan ditambah jumlahnya, untuk penambahan aset kendaraan juga diperlukan bagi delivery order. Kegiatan live music diadakan atau dengan memutar musik terkini didalam cafe. Penambahan kapasitas daya tampung untuk area usaha melalui pinjaman dari bank. Dalam elemen aktivitas kunci (key activities), karena waktu operasional berubah diperlukan pembuatan standar operasional prosedur (SOP) yang baru dan penerapan teknologi dalam kegiatan operasional seperti pemesanan melalui QRIS dan aspek kegiatan lainnya. Pada elemen kemitraan utama (key partnership), diperlukan kontrak kerja sama dengan pemasok agar dapat mendapatkan harga bahan baku stabil, dan dapat mengontrol harga jual. Dalam elemen struktur biaya (cost structure), Model Bisnis

Kanvas yang baru menghendaki biaya untuk dapat menjalankannya sehingga dibutuhkan pinjaman ke bank agar dapat mewujudkannya. Pinjaman dapat dilakukan karena melihat kondisi keuangan yang baik, dan pada akhirnya juga jika BMC yang baru berjalan dengan baik maka akan kembali membuat keuntungan bagi Cafe Lawu Break

DAFTAR PUSTAKA

Anggraini, N., & Baturaja, S. D. S. (2020). Analisis Usaha Mikro dengan Pendekatan business model canvas (BMC). *Ekonomi Dan Bisnis*, *6*(2), 139.

Anter, R. E., Jan, A. B., & Pondaag, J. J., 2022, Analisis Business Model Canvas Pada UD. Perdana Motor, Jurnal EMBA Vol.10 No.2, 144-153.

Awaluddin, R. (2021). Pelatihan Pengembangan Bisnis Bumdes dengan Analisis Swot dan Business Model Canvas di Desa Lengkong, Kuningan. *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *4*(02), 116-125.

BPS Karanganyar. (2019). Kecamatan Tawangmangu Dalam Angka 2019. Tersedia di https://karanganyarkab.bps.go.id/publication/2019/09/26/a2643800b91291f183e470ec/kecamatan-tawangmangu-dalam-angka-2019.html,diakses september 2023.

BPS Karanganyar. (2023). Kecamatan Tawangmangu Dalam Angka 2023. Tersedia di https://karanganyarkab.bps.go.id/publication/2023/09/26/bb9caff92dfc15a568 c276c7/kecamatan-tawangmangu-dalam-angka-2023.html, diakses pada september 2023

BPS. (2022). Statistik Penyedia Makanan dan Minuman 2022. Tersedia di https://www.bps.go.id/id/publication/2023/12/22/1f688af1ba26ff02e07679ac/statistik-penyedia-makan-minum-2022.html, diakses september 2023.

CNBC. (2023). 10 Usaha paling moncer di 2023, ada makanan dan minuman. Tersedia di https://www.cnbcindonesia.com/research/20240205124251-128-511931/10-usaha- paling-moncer-di-2023-ada-makanan-dan-minuman, diakses pada oktober 2024

Djong, A. M. R. (2024). Analisis Bisnis Model Canvas Pada Cafe Cleguk: Steak & Shake Tawangmangu. *Jurnal Kewirausahaan Bukit Pengharapan*, *4*(1), 32-45.

Fitriani, R., Nugraha, N., & Djamaludin, D. (2020). Strategi pengembangan sektor industri alas kaki berbahan kulit dengan metode analisis swot dan bisnis model canvas. *SITEKIN: Jurnal Sains, Teknologi dan Industri*, *18*(1), 34-42.

Hendarsih, I. (2021). Analisis Penerapan Strategi Business Model Canvas (Bmc) Pada Jasa Zigzag Laserwork Semarang Jawa Tengah. *Akrab Juara: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, *6*(4), 152-167.

Hutamy, E. T., Marham, A., Alisyahbana, A. N. Q. A., Arisah, N., & Hasan, M. (2021). Analisis Penerapan Bisnis Model Canvas pada Usaha Mikro Wirausaha Generasi Z. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran Digital*, *1*(1), 1-11.

Kamila, R., Syarief, R., & Saptono, I. T. (2017). Analisis pengembangan bisnis madu pada CV Ath-Thoifah dengan pendekatan business model canvas. *Jurnal Agribisnis Indonesia (Journal of Indonesian Agribusiness)*, *5*(2), 173-184.

Putra, I. P., & Prabawani, B. (2021). Analisis Pengembangan Bisnis Indofishery Melalui Pendekatan Business Model Canvas (BMC) Dan Blue Ocean Strategy (BOS). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, *10*(1), 952-964.

Rastryana, U. (2021). Analisis swot dan bisnis model canvas dalam pembukaan umkm pada masa pandemi covid 19. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA), 5*(1), 1046-1055.

Saeputra, M. Y., & Hidayatullah, D. S. (2016). Analisis Model Bisnis pada Kafe Fruitea Holic dengan Pendekatan Business Model Canvas. *eProceedings of Management, 3*(3).

Setiawan. (2023). Business Model Canvas, Jurnal Kajian Budaya dan Humaniora Vol. 5,No. 2, Juni 2023: 199-216. https://doi.org/10.61296/jkbh.v5i2.158

Setyorini, R., & Rey, R. O. (2017). Analisis model bisnis pada eighteen nineteen laundry dengan pendekatan business model canvas. *Jurnal Sekretaris Dan Administrasi Bisnis, 1*(1), 70-81.

Sugiyono, (2022). Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sultan, R., & Hasbi, I. (2018). Analisis Bisnis Model Kanvas pada Kadatuan Koffie Bandung. *Almana: Jurnal Manajemen dan Bisnis, 2*(2), 116-123.

Zebua, D., Putri Farida Zebua, D., Elhan Gea, N., & Natalia Mendrofa, R.(2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Di Cv. Bintang Keramik Gunungsitoli Marketing Strategy Analysis in Increasing Product Sales in Cv. Bintang Keramik Gunungsitoli. 1299 Jurnal EMBA, 10(4), 1299–1307.

Zulkarnain, Z., Saputra, M. G., & Silvia, D. (2020). Strategi pengembangan bisnis melalui pendekatan business model canvas pada pt pitu kreatif berkah. *Journal Industrial Servicess, 6*(1), 55-61.