

## PERANCANGAN MODEL BISNIS UMKM PUJASERA DENGAN PENDEKATAN *BUSINESS MODEL CANVAS* DALAM MEMBANGUN KEMANDIRIAN DESA

Annaztashya Dwienajmi Tiaradhia Utami<sup>1</sup> dan Sodikun<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Teknik Industri Universitas Pancasila, Srengseng Sawah-Jagakarsa-DKI Jakarta (12940)

Email korespondensi: [sodikun\\_ti@univpancasila.ac.id](mailto:sodikun_ti@univpancasila.ac.id)

### ABSTRAK

UMKM PUJASERA usaha industri bidang kuliner. Lembaga ini dituntut untuk terus berkembang untuk memajukan perekonomian warga Desa Ciangsana. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran model bisnis UMKM PUJASERA jika ditinjau dari aspek-aspek *Business Model Canvas* dan mengetahui model bisnis dalam rangka pengembangan strategi yang sesuai dan disarankan untuk diterapkan pada UMKM PUJASERA serta mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat UMKM PUJASERA dalam penerapannya pada *Business Model Canvas*. Dalam merumuskan strategi, peneliti harus menggunakan *business model canvas* yang terdiri dari sembilan blok yaitu, yaitu *customer relationships* (hubungan pelanggan), *key partners* (kemitraan utama), *value proposition* (proporsi nilai), *customer segments* (segmen pelanggan), *channels* (saluran), *revenue streams* (arus pendapatan), *key resources* (sumber daya utama), *key activities* (aktivitas kunci) dan *cost structure* (struktur biaya). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisa menggunakan *Business Model Canvas* dan juga menggunakan SWOT. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM PUJASERA pada dasarnya telah menerapkan *business model canvas* dan alternative strategi dengan model *Business Model Canvas* dilihat dari kekuatan (*strengths*) yang telah dianalisis dengan SWOT.

**Kata kunci:** Business Model Canvas, Strategi Bisnis, SWOT

### ABSTRACT

PUJASERA UMKM industri culinary business. This institution is demanded to continue developing to advance the economy of Ciangsana Village residents. This study aims to determine the description of the PUJASERA UMKM business model when viewed from aspects of the Business Model Canvas and know the business model in order to develop an appropriate strategy and it is recommended to apply to PUJASERA MSMEs and find out the supporting factors and inhibiting factors of PUJASERA UMKM in its application to the business model canvas. In formulating a strategy, researchers must use a business model canvas consisting of nine blocks, namely, customer relationships, key partners, value propositions, customer segments, channels, revenue streams, key resources (main resources), key activities and cost structures. This study uses qualitative methods with analysis using the business model canvas and also using SWOT. Data collection techniques using the method of observation, interviews and documentation. The results of this study indicate that MSME PUJASERA basically has implemented a business model canvas and alternative strategies with a business model canvas model seen from the strengths that have been analyzed by SWOT. Keywords: Business Model Canvas, Business Strategy, SWOT

**Keywords:** Business Model Canvas, Strategi Bisnis, SWOT

**Citation:** Utami A.D.T. dan Sodikun (2019).. Perancangan Model Bisnis UMKM Pujasera Dengan Pendekatan Business Model Canvas Dalam Membangun Kemandirian Desa. Jurnal Rekayasa dan Optimasi Sistem Industri, 01(2), 51-57, doi:xx.xxxxxx/jrosi.xx.x.xxx-xx

### 1. Pendahuluan

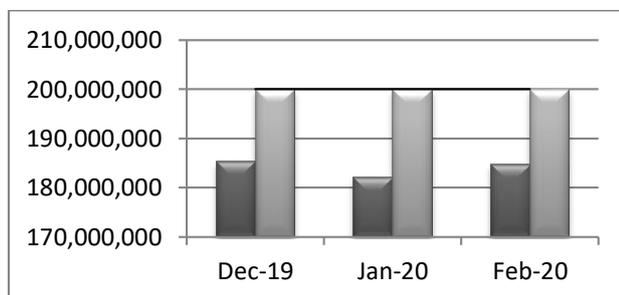
Kewirausahaan atau yang biasa disebut sebagai *Entrepreneurship* merupakan seseorang yang mempunyai jiwa serta kemampuan tertentu untuk berkreasi dan berinovasi [1]. Pola pikir ini harus terus dikembangkan dan dilatih untuk generasi muda dan masyarakat kecil. Di zaman moderen ini

keriwarusahaan dapat menciptakan lapangan kerja yang baik dan memberikan manfaat, salah satu bentuk dari kewirausahaan adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM merupakan kegiatan ekonomi rakyat berskala kecil yang berkaitan dengan bidang usaha secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan memerlukan perlindungan untuk

mencegah dari persaingan yang tidak sehat [2]. Dalam hal ini kewirausahaan merupakan hal penting yang menjadi pilihan karir bagi angkatan kerja yang baru. Sistem pendidikan harus membuat suatu keterbaharuan untuk membangun wirausaha yang baik serta memotivasi kepada masyarakat.

Dalam rangka menciptakan kemandirian desa, pengurus lingkungan mendirikan Usaha Mikro Kecil dan Menengah PUJASERA (Pusat Jajanan Serba Ada). UMKM PUJASERA merupakan usaha industri di bidang kuliner, UMKM PUJASERA bertempat di Desa Ciangsana yang diikuti oleh warga Desa Ciangsana sendiri yang diwakili oleh masing-masing RT harus mengajukan 2 sampai 3 orang untuk menjadi peserta tenan dengan prioritas warga yang perekonomiannya kurang beruntung serta anak kuliah atau anak yang putus sekolah. Jumlah tenan yang tersedia sebanyak 16 tenan dengan beragam jajanan kuliner baik makanan berat, makanan ringan atau minuman. PUJASERA merupakan program dari Badan Usaha Milik Desa (BUMDes). BUMDes dapat diartikan sebagai lembaga usaha desa guna menjadi wadah untuk menampung suatu kegiatan ekonomi dengan tujuan untuk meningkatkan perkeonomian desa dan bertujuan memperoleh sebesar-besarnya kemakmuran masyarakat desa [3].

Untuk menjalankan suatu usaha membutuhkan suatu *tools* atau alat untuk membuat strategi bisnis, proses pembuatan model bisnis merupakan suatu strategi bisnis yang dipakai dalam membentuk suatu inti dari suatu bisnis. *Business Model Canvas* merupakan model bisnis dengan pendekatan *canvas* yang dikembangkan oleh Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur [4] yang dikemas dalam bentuk *visual chart* sehingga dapat dengan mudah dimengerti oleh pembacanya. *Business Model Canvas* memiliki sembilan elemen yang saling berkaitan antara satu elemen dengan elemen lainnya. Untuk menjalankan suatu bisnis PUJASERA perlu memiliki strategi bisnis guna membuat suatu inti dari suatu bisnis. Dari gambaran model bisnis yang sedang dijalankan oleh PUJASERA dengan pendekatan *Business Model Canvas* yang sedang berjalan sekarang kurang memberikan keuntungan pada PUJASERA, dapat dilihat dari hasil penjualan PUJASERA selama 3 bulan terakhir:



Gambar 1 Diagram Penjualan UMKM PUJASERA Selama 3 Bulan

Berdasarkan Gambar 1. penjualan UMKM PUJASERA selama 3 bulan dari bulan Desember 2019 -

Februari 2020 masih belum mencapai harapan yang diinginkan oleh UMKM PUJASERA. Oleh karena itu perencanaan bisnis yang baik merupakan alat yang penting untuk menjalankan bisnis yang efektif dan efisien. Salah satu metode yang dapat digunakan untuk dapat memperbaiki strategi *Business Model Canvas* UMKM PUJASERA dengan menggunakan metode Analisa SWOT. Metode ini dianggap mampu untuk memperbaiki strategi *Business Model Canvas* agar lebih terkelola dengan baik. Analisa SWOT merupakan identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisa SWOT didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*) namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*) [5].

Usaha Mikro Kecil dan Menengah menurut Undang-Undang nomor 99 tahun 1998 berisi tentang pengertian UMKM ialah suatu kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan mayoritas kegiatan usaha kecil yang memerlukan perlindungan untuk mencegah dari persaingan yang tidak sehat [6].

*Business Model Canvas* merupakan suatu alat strategi yang dipakai untuk mengartikan sebuah model bisnisdan menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana organisasi menangkap, menciptakan dan memberikan nilai. Konsep bisnis yang rumit bisa diubah menjadi model bisnis yang sederhana disajikan pada satu lembar kanvas yang berisikan rencana bisnis dengan sembilan elemen kunci yang saling berkaitan dengan baik di dalamnya [7]. dan *channels* kepada customer, menjaga hubungan baik dengan pelanggan (*customer relationship*), mendapatkan pendapatan (*revenue streams*), menjalankan aktivitas bisnis (*key activities*), mendapatkan dan mengelola sumber daya (*key resource*) serta bekerjasama dengan mitra (*key partnership*) semua membutuhkan biaya. Struktur biaya akan mudah dirancang apabila semua elemen sudah di desain. Berikut merupakan biaya yang muncul dalam mengelola organisasi mencakup biaya tetap dan biaya variable.

Suatu metode yang digunakan sebagai perencanaan startegis digunakan dalam mengevaluasi kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknes*), peluang (*Opportunitis*), dan ancaman (*Threats*) disebut dengan analisis SWOT<sup>[8]</sup>. Mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal melibatkan penentuan tujuan usaha bisnis yang baik serta memberikan keuntungan untuk mencapai tujuan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, tujuan penelitian ini adalah membuat usulan perbaikan *Business Model Canvas* UMKM PUJASERA dengan menggunakan metode Analisa SWOT.

## 2. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini sumber data yang akan dianalisis terdiri dari data primer dan sekunder.

- a. Objek Penelitian, Penelitian dilakukan pada UMKM PUJASERA (Pusat Jajanan Serba Ada) bertempat di Desa Ciangsan, UMKM PUJASERA merupakan organisasi yang bergerak di bidang kuliner. Objek penelitian pada tugas akhir ini adalah usulan perbaikan *Business Model Canvas* pada UMKM PUJASERA.
- b. Studi Lapangan, Studi lapangan dilakukan pada UMKM PUJASERA guna mengetahui objek yang akan diteliti sehingga menghasilkan keterangan atau data melalui observasi langsung dan wawancara. Studi lapangan dalam penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data penjualan dan melakukan wawancara dengan pihak UMKM PUJASERA yang mengetahui kondisi organisasi.
- c. Studi Literatur, Studi literatur dilakukan untuk memperoleh informasi dan teori berkenaan penelitian ini diperoleh dari jurnal, penelitian sebelumnya, buku-buku teori serta artikel-artikel di jaringan internet.

Data yang diperoleh sebagai sumber data terbagi menjadi dua bagian yaitu data primer dan sekunder. Berikut ini penjelasan dari kedua sumber data:

### a. Melakukan Observasi

Observasi pada penelitian ini dilakukan kepada 3 orang narasumber yang dipilih berdasarkan tingkat kepentingan, pengetahuan serta pemahaman pada kondisi yang terjadi di UMKM PUJASERA.

### b. Melakukan Wawancara

Wawancara merupakan suatu teknik dalam mengumpulkan data, pelaksanaannya dilakukan secara tatap muka atau langsung kepada narasumber atau objek penelitian[8]. Proses wawancara diperlukan agar dapat mengkonstruksikan mengenai orang, kejadian, aktivitas, organisasi dan motivasi yang dilakukan oleh kedua pihak

### c. Melakukan Dokumentasi

Dokumen merupakan jenis catatan yang dapat mengabarkan sebuah kejadian atau peristiwa yang telah terjadi, dokumen juga dapat berupa sebuah tulisan, gambar dan karya-karya monumental seseorang. Peneliti melakukan dokumentasi guna memperkuat hasil dari wawancara dan observasi yang dilakukan pada pihak UMKM PUJASERA.

## 3. Hasil dan Pembahasan

### 3.1. Analisis Model Bisnis PUJASERA dengan Pendekatan *Business Model Canvas*

Setelah dilakukan observasi dan wawancara pada pihak PUJASERA, diperoleh data sembilan elemen *Business Model Canvas* sebagai berikut:

#### a. Customer Segment

*Customer Segment* merupakan pihak yang mengenakan produk atau jasa dari suatu organisasi

dan mereka yang berkontribusi dalam memberikan penghasilan kepada organisasi. PUJASERA merupakan pasar yang tersegmentasi karena organisasi diarahkan untuk melayani pelanggan yang di klasifikasikan lagi berdasarkan pada kebutuhan dan permasalahan mereka. Setelah peneliti melakukan observasi dan wawancara peneliti mengetahui *customer segment* PUJASERA sebagai berikut:

Tabel 1 *Customer Segment* PUJASERA

NO	Customer Segment	Usia	Produk
1	Orang Dewasa	26-50	Cemilan/Makanan Berat/Minuman
2	Remaja	17-25	Cemilan/Makanan Berat/Minuman
3	Orang yang sedang melewati PUJASERA	17-50	Cemilan/Makanan Berat/Minuman

Sumber : Pengolahan Data

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui *customer segment* PUJASERA yaitu orang dewasa berkisaran usia 26-50 tahun membeli produk sesuai yang dibutuhkan berupa makanan ringan (cemilan), makanan berat atau minuman. Remaja berkisaran usia 17-25 tahun membeli produk sesuai yang dibutuhkan berupa makanan ringan (cemilan), makanan berat atau minuman dan Orang yang sedang melewati PUJASERA usia 17-50 tahun membeli produk sesuai yang dibutuhkan berupa makanan ringan (cemilan), makanan berat atau minuman.

#### b. Value Propotion

Setelah PUJASERA mengetahui *customer segments*, maka elemen kedua dalam *Business Model Canvas* adalah *value propositions*. *Value Propotion* merupakan suatu keunggulan dari produk atau jasa yang ditawarkan oleh PUJASERA kepada pelanggan dengan maksud memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Keunggulan yang ditawarkan harus memberikan tonjolan yang berbeda dari bisnis pesaing. *Value propositions* merupakan alasan mengapa pelanggan memilih produk atau jasa yang ditawarkan oleh PUJASERA. Berikut merupakan *value propositions* yang disampaikan PUJASERA kepada pelanggan:

Tabel 2 *Value Propotion*

No	<i>Value Propotion</i>
1	Tidak ada batasan waktu (layanan 24 jam)
2	Makanan Beraneka Ragam
3	Harga Terjangkau
4	Parkiran Luas
5	Bebas Biaya Parkir

Sumber: Pengolahan Data

Berdasarkan tabel di atas, *value propotion* PUJASERA adalah tidak ada batasan waktu atau layanan 24 jam. Memiliki menu makanan yang beraneka ragam karena PUJASERA memiliki 16 tenan yang masing - masing setiap tenan nya tidak boleh sama satu sama lain. Harga yang PUJASERA berikan sangat terjangkau. PUJASERA memiliki parkiran yang luas agar pengunjung merasa nyaman dan

tidak dikenakan biaya parkir. Berikut merupakan produk yang ditawarkan PUJASERA:

Tabel 3 Produk PUJASERA

No	Produk
1	aneka kopi
2	nasi rames
3	aneka pancong
4	pisang bakar
5	sate-satean dan nasi kucing
6	ketan dengan topping
7	pempek
8	sate taichan
9	nasi liwet
10	ayam bakar
11	aneka minuman thai tea
12	kupat sayur
13	aneka martabak

c. *Channel*

*Channel* adalah elemen yang menyatakan bagaimana organisasi berinteraksi atau berkomunikasi dengan pelanggan segmennya dan menyampaikan value proposition yang akan diberikan kepada pelanggan.

Untuk berkomunikasi dan menyampaikan value proposition-nya, PUJASERA memiliki banyak pilihan. PUJASERA bisa menggunakan cara langsung dan tidak langsung, PUJASERA juga dapat menggunakan cara tradisional maupun cara modern dengan menggunakan teknologi yang berkembang.

Tabel 4 Channels

No	Channels
1	Membagikan brosur
2	Tenan
3	Media sosial berupa Facebook dan instagram

Sumber: Pengolahan Data

d. *Customer Relationship*

*Customer Relationship* membangun hubungan dengan pelanggan bertujuan untuk mendapatkan pelanggan baru (akuisi), mempertahankan pelanggan (*retention*) dan menawarkan produk atau jasa kepada pelanggan atau definisi lainnya hubungan antara sektor usaha dengan pelanggan. Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti UMKM PUJASERA memiliki layanan pengantaran makanan (*delivery*) sebagai upaya membangun hubungan dengan pelanggan

e. *Revenue Streams*

*Revenue Streams* yang memiliki istilah lain aliran dana masuk dimana menggambarkan bagaimana organisasi mendapatkan uang dari *customer segment*. Aliran dana ini adalah alasan organisasi tetap berjalan. Ada dua jenis pendapatan yaitu bersifat transaksional dan berbentuk pengulangan. Transaksional merupakan penjual berupa produk atau jasa sedangkan yang bersifat pengulangan terdiri dari penyewaan aset, langganan dan keanggotaan. Setelah peneliti melakukan observasi dan wawancara memperoleh data *revenue streams* PUJASERA sebagai berikut.

Tabel 5 *Revenue Streams*

No	Produk	Profit
1	Makanan	50%
2	Minuman	25%
3	Cemilan (makanan ringan)	25%

Dari tabel di atas dapat dilihat *revune streams* PUJASERA dari produk makanan mendapatka profit 50 %, produk minuman mendapatkan profit 25% dan dari produk cemilan atau makanan ringan medapat profit 25%.

f. *Key Resourch*

*Key Resourch* merupakan aset - aset terpenting yang menentukan keberhasilan pengoperasian model bisnis. Aset - aset berharga ini yang menentukan organisasi mewujudkan *value propotion* yang dijalankan kepada customer dengan baik. Aset terbagi menjadi berapa jenis yaitu fisik berupa bangunan, kendaraan, peralatan. Sementara ada aset intelektual berupa merek, hak cipta, paten, data base pelanggan dan sumber daya manusia. Sumber daya intelektual merupakan salah satu aset yang sangat penting karena sulit ditiru. PUJASERA menjalankan organisasinya membutuhkan *key resourch*, saat ini key resourch yang ada pada PUJASERA berupa SDM dan fasilitas.

g. *Key Activities*

*Key activies* merupakan kegiatan inti yang menentukan keberhasilan suatu model bisnis. *Key activitie* berperan penting dalam mewujudkan *value propotion*. Hal yang dilakukan PUJASERA dalam hal aktivitas utama adalah menghasilkan *value propotions*, menyalurkan *value propotions* kepada pelanggan, dan menjalin hubungan dengan pelanggan dan kegiatan untuk menangani aliran pendapatan. Berikut merupakan kegiatan aktivitas yang dilakukan PUJASERA.

Tabel 6 *Key Activies*

No	Aktivitas Utama
1	Berjualan
2	Pelayanan
3	Menerima Pelanggan
4	Melakukan Pemasaran

h. *Key Partnership*

*Key Partnership* merupakan elemen yang penting karena PUJASERA tidak dapat beralan tanpa bekerjasama dengan pihak lain, dalam hal ini PUJASERA bekerja sama dengan Badan Usaha Milik Desa (BUMDES). Badan Usaha Milik Desa dalam UU Nomor 32 tahun 2004 diamanatkan untuk meningkatkan pendapatan masyarakat dan desa, pemerintah dapat mendirikan BUMDES sesuai dengan kebutuhan potensi desa. BUMDES dibangun atas inisiasi masyarakat, hal ini penting untuk mengingat bahwa profesionalisme pengelolaan BUMDES benar-benar didasarkan pada kemauan dan kesepakatan masyarakat.

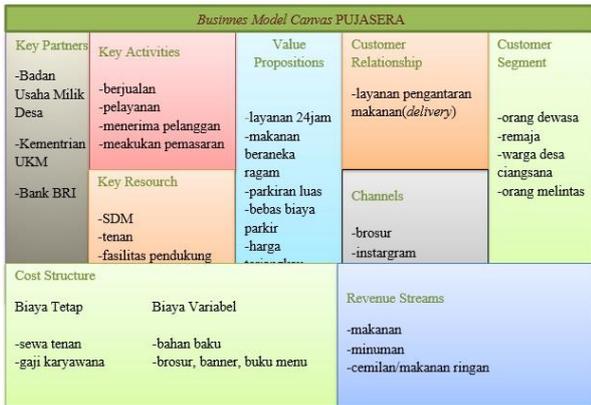
i. Cost Structures

Semua bisnis yang berjalan di bawah suatu model bisnis pasti membutuhkan biaya. Untuk menciptakan dan memberi nilai (*value propositions* dan *channels*) kepada customer, menjaga hubungan baik dengan pelanggan (*customer relationship*), mendapatkan pendataan (*revenue streams*), menjalankan aktivitas bisnis (*key activities*), mendapatkan dan mengelola sumber daya (*key resource*) serta bekerjasama dengan mitra (*key partnership*) semua membutuhkan biaya. Struktur biaya akan mudah dirancang apabila semua elemen sudah di desain. Berikut merupakan biaya yang muncul dalam mengelola PUJASERA mencakup biaya tetap dan biaya variabel.

Tabel 7 Cost Structures PUJASERA

No	Biaya Tetap	Biaya Variabel
1	Biaya Sewa Tenan	Bahan Baku
2	Gaji Karyawan	Brosur, Banner, Buku Menu

Berdasarkan uraian sebelumnya, maka diperoleh Business Model Canvas PUJASERA sebagaimana Gambar 2.



Gambar 2 Business Model Canvas PUJASERA

3.2. Analisis Swot

Berdasarkan hasil wawancara pertanyaan kepada pihak PUJASERA yang mengacu pada sembilan elemen *Business Model Canvas* yang ditampilkan pada Tabel 8.

Analisis faktor internal UMKM PUJASERA yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan, faktor-faktor kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh UMKM PUJASERA dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 10 Faktor Internal

Kekuatan ( <i>strengths</i> )	Kelemahan ( <i>weakness</i> )
Lokasi yang Strategis	Kurang memaksimalkan pemasaran
Produk yang beraneka ragam	Segmentasi pasar belum efektif
Meningkatkan pelayanan kepada pelanggan	Sumber Daya Manusia yang kurang kompeten
Memiliki Sistem Pelayanan Pelanggan	Etos kerja rendah
Kecepatan Pelayanan	
Harga yang bersaing	

Tabel 8 Analisis SWOT

No	Aspek	Strength	Weaknes	Opportuni ty	Threats
1	Customer Segment	Jumlah pelanggan yang banyak	Segmentasi pasar belum efektif	Target pasar yang besar	Banyaknya usaha kuliner yang sejenis
2	Value Proposition	Produk yang beraneka ragam	Kurang menarik pada segmen tertentu	Produk mampu memenuhi keinginan pelanggan	Lebih menarik produk usaha kuliner yang lain
3	Channels	Meningkatkan pelayanan kepada pelanggan	SDM yang menjalankan belum handal mengelola channels	Media masa yang semakin berkembang	Channels dapat ditiru oleh pesaing
4	Customer Relationship	Memiliki pelayanan delivery yang mudah	Memiliki pelayanan delivery yang kurang menarik	memberikan program yang menarik untuk menjalin hubungan dengan pelanggan	Program yang lebih menarik ditawarkan oleh pesaing
5	Revenue Streams	Pendapatan terbesar dari pemesanan makanan	Pendapatan selain makanan relatif rendah	Potensi meningkatnya penjualan minuman dan makanan ringan	pelanggan membeli produk di tempat lain
6	Cost Structures	Biaya tetap dan biaya variabel	Meningkatnya biaya operasional	Dapat menekan biaya operasional	Meningkatnya biaya sumber daya manusia
7	Key Activities	Kecepatan dalam pelayanan	Aktivitas pelayanan menurun karena padatnya layanan	Tingginya minat masyarakat untuk makan ditempat	Pesaing sudah maju lebih pesat
8	Key Partnership	UMKM PUJASERA memiliki nama baik dan tujuan yang baik sehingga di percaya oleh BUMDesa	Terbatasnya mitra kerjasama yang dimiliki UMKM PUJASERA	Kemudahan bekerja sama karena memiliki tujuan yang sama dan saling menguntungkan	Organisasi lain menawarkan usaha yang lebih menarik
9	Key Resource	Citra UMKM PUJASERA fokus pada kuliner	Minimnya ruang layanan	Teknologi informasi memungkinkan untuk pengembangan	Perpindahan SDM ke organisasi lain

Tabel 11 Peluang dan Ancaman

Peluang ( <i>opportunities</i> )	Ancaman ( <i>Threats</i> )
Target pasar yang luas	Gencarnya promosi yang dilakukan oleh pesaing
Memaksimalkan pemasaran	Produk yang ditawarkan pesaing lebih menarik
Media masa yang semakin berkembang	
Memberikan program yang menarik	



- [3] Zulkarnain Ridwan, "Urgensi Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) dalam Pembangunan Perekonomian Desa, 2014.
- [4] Alexander Osterwalder and Yves Pigneur, "*Business Model Canvas*", 2010.
- [5] Rangkuti, Freddy. 2006. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- [6] Yuli Rahmini Suci 2017. "*Perkembangan UMKM di Indonesia*". Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos