



Pengembangan Strategi Bisnis Kreatif Trikarasu Design dengan Business Model Canvas di Era Digital

Bagus Hardika¹, Mahesa Dzikri Kurniawan², Cindy Valencia³, Wien Kuntari⁴

^{1,2,3} Sekolah Vokasi, Program Studi Teknologi Rekayasa Perangkat Lunak,
IPB University, Jawa Barat, Indonesia

⁴ Sekolah Vokasi, Program Studi Manajemen Agribisnis,
IPB University, Jawa Barat, Indonesia

Email: bagushardika@apps.ipb.ac.id¹, j0303221019mahesa@apps.ipb.ac.id², cndyvalencia@apps.ipb.ac.id³,
wienkunt@apps.ipb.ac.id⁴

Alamat: Jl. Kumbang No.14, Kec. Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat 16128, Indonesia

Korespondensi penulis: bagushardika@apps.ipb.ac.id

Abstract. *In the digital era, competition in the graphic design industry is increasingly competitive, requiring businesses to innovate and adapt with effective strategies. This study aims to develop business strategies using the Business Model Canvas (BMC) for Trikarasu Design, a start-up in the graphic design field. Employing a qualitative descriptive approach and literature study method, the research maps the nine BMC elements to analyze opportunities and challenges faced. The findings reveal that BMC aids Trikarasu Design in identifying product value propositions, customer segments, and relevant distribution channels. Digital promotion strategies through social media platforms like Instagram and TikTok are proven effective in enhancing visibility and fostering personal relationships with customers. This study provides practical contributions in the form of BMC-based strategies that support the sustainability and growth of Trikarasu Design in the dynamic graphic design market.*

Keywords: *Trikarasu Design, Business Model Canvas, social media, business strategy.*

Abstrak. Pada era digital, persaingan dalam industri desain grafis semakin kompetitif, menuntut pelaku usaha untuk berinovasi dan beradaptasi dengan strategi yang efektif. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan strategi bisnis menggunakan Business Model Canvas (BMC) pada Trikarasu Design, sebuah usaha rintisan di bidang desain grafis. Dengan pendekatan kualitatif deskriptif dan metode studi literatur, penelitian ini memetakan sembilan elemen BMC untuk menganalisis peluang dan tantangan yang dihadapi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa BMC membantu Trikarasu Design dalam mengidentifikasi nilai tambah produk, segmen pelanggan, serta saluran distribusi yang relevan. Strategi promosi digital melalui media sosial seperti Instagram dan TikTok juga terbukti efektif dalam meningkatkan visibilitas dan membangun hubungan personal dengan pelanggan. Penelitian ini memberikan kontribusi praktis berupa strategi berbasis BMC yang mampu mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis Trikarasu Design di pasar desain grafis yang dinamis.

Kata kunci: Trikarasu Design, Business Model Canvas, media sosial, strategi bisnis.

1. LATAR BELAKANG

Pada era globalisasi dan kemajuan teknologi yang semakin pesat, persaingan dalam dunia bisnis menjadi semakin ketat, yang mendorong para pelaku usaha untuk berpikir lebih strategis dalam menghadapi berbagai tantangan yang timbul akibat perkembangan ekonomi di pasar bebas. Dengan hadirnya perusahaan-perusahaan baru yang menawarkan produk serupa, persaingan untuk merebut pangsa pasar dan pelanggan semakin intensif. Oleh karena itu, pelaku usaha dituntut untuk terus meningkatkan produktivitas, berinovasi, dan beradaptasi dengan perkembangan agar bisnis mereka tetap dapat bertahan dan berkembang. Trikarasu

Design, sebuah usaha rintisan yang didirikan oleh mahasiswa Sekolah Vokasi IPB di bidang desain grafis, dihadapkan pada tantangan besar untuk bertahan dan berkembang di tengah persaingan bisnis yang kian dinamis. Trikarasu Design menawarkan layanan desain grafis berkualitas yang meliputi berbagai produk, seperti poster publik, poster ilustrasi, poster infografis, dan poster ilmiah. Produk yang dimaksud adalah sekumpulan karakteristik fisik yang dapat diidentifikasi dan dijual oleh perusahaan, baik dalam bentuk barang atau jasa, yang memiliki nilai guna dan dibutuhkan oleh konsumen (P. A. Syukur dalam Clarawati & Ananda, t.t.)

Dalam meraih kesuksesan dan memperluas pangsa pasar, Trikarasu Design memerlukan strategi yang terencana dengan baik. Salah satu pendekatan yang dapat diterapkan adalah dengan menggunakan Business Model Canvas (BMC), yang merupakan model bisnis sederhana yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk merumuskan dan menggambarkan strategi bisnis mereka dengan lebih efektif. BMC dikembangkan oleh Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur untuk membantu para perencana strategi dalam memvisualisasikan dan merancang strategi bisnis perusahaan (Ramelan dalam Sukarno & Ahsan, 2021).

Penelitian ini bertujuan untuk memetakan dan mengembangkan strategi bisnis dengan menggunakan Business Model Canvas (BMC) di Trikarasu Design, sebuah usaha rintisan di bidang desain grafis yang didirikan oleh mahasiswa Sekolah Vokasi IPB. Diharapkan, hasil dari penelitian ini dapat memberikan kontribusi praktis berupa strategi baru yang dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jumlah pelanggan, dan mencapai target yang telah ditetapkan oleh tim usaha Trikarasu Design. Dengan BMC, Trikarasu Design dapat dengan lebih mudah mengidentifikasi peluang dan tantangan yang ada, serta merumuskan strategi yang tepat untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional mereka. Selain itu, BMC juga memungkinkan Trikarasu Design untuk mengelola sumber daya secara optimal, menciptakan nilai tambah bagi pelanggan, dan membangun keunggulan kompetitif di pasar. Alat ini juga memberikan kemudahan dalam menganalisis serta mengevaluasi model bisnis yang sedang dijalankan, sehingga perusahaan dapat merencanakan langkah-langkah strategis dengan lebih terarah dalam mencapai tujuan bisnis mereka.

Di era digital saat ini, para pelaku usaha dituntut untuk lebih adaptif dan inovatif dalam mengembangkan strategi bisnis. Persaingan bisnis tidak lagi hanya bergantung pada kualitas produk atau layanan, tetapi juga pada kemampuan dalam membangun hubungan yang kuat dengan konsumen melalui platform digital. Salah satu platform yang bisa dimanfaatkan oleh Trikarasu Design untuk menciptakan desain dan konten visual adalah Canva. Dengan menggunakan Canva, Trikarasu Design dapat menghasilkan konten visual yang menarik

dengan cara yang lebih efisien dan dengan biaya yang lebih terjangkau, tanpa harus menguasai keterampilan desain yang rumit. Platform ini tidak hanya membantu dalam meningkatkan daya tarik merek, tetapi juga memperkuat hubungan antara Trikarasu Design dengan pelanggan mereka.

Selain itu, penggunaan media sosial seperti TikTok dan Instagram menjadi sarana yang sangat efektif untuk mempromosikan layanan Trikarasu Design dan memperluas jangkauan audiens mereka. Melalui kedua platform ini, Trikarasu Design dapat meningkatkan visibilitas bisnis mereka, menciptakan interaksi yang lebih personal dengan pelanggan, dan memperluas cakupan pasar. Dengan penerapan strategi yang tepat, pemanfaatan platform digital secara optimal, serta penggunaan Business Model Canvas untuk perencanaan bisnis, Trikarasu Design diharapkan dapat mengatasi tantangan yang ada, meraih kesuksesan yang signifikan, dan memperkuat posisinya di pasar desain grafis yang semakin kompetitif.

2. KAJIAN TEORITIS

Canva dalam Desain Grafis Digital

Canva adalah platform desain grafis berbasis cloud yang memudahkan siapa saja untuk membuat desain visual tanpa perlu keterampilan desain yang mendalam. Sejak diluncurkan pada tahun 2013, Canva telah menjadi pilihan utama baik bagi pemula maupun profesional karena antarmuka yang sederhana dan berbagai fitur desain yang mudah diakses (Saehan dalam Dewi Gita Kartika dkk., 2024). Dengan menggunakan berbagai template dan alat desain yang tersedia, pengguna dapat membuat berbagai jenis konten visual seperti poster, flyer, infografis, dan materi media sosial dengan biaya yang lebih rendah dan waktu yang lebih efisien (Utami dalam Dewi Gita Kartika dkk., 2024).

Fitur dan Keunggulan Canva

Sebagai platform berbasis cloud, Canva memungkinkan pengguna untuk menyimpan, mengakses, dan mengedit desain mereka dari mana saja dengan koneksi internet. Fitur kolaborasi real-time juga mempermudah tim dalam bekerja bersama dalam satu proyek desain, yang meningkatkan efisiensi dan interaktivitas (Mutiarachim dalam Dewi Gita Kartika dkk., 2024). Selain itu, Canva menyediakan berbagai pilihan ukuran dan template yang sesuai untuk berbagai platform media sosial, memungkinkan pengguna untuk langsung mempublikasikan desain mereka setelah selesai (Justitia dalam Dewi Gita Kartika dkk., 2024).

Pemanfaatan Canva dalam Pemasaran Digital

Canva memainkan peran penting dalam pemasaran digital, terutama bagi UMKM. Dengan desain yang menarik dan profesional, pengguna dapat meningkatkan daya tarik produk

mereka di pasar digital. Konten visual yang dibuat dengan Canva dapat digunakan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas jangkauan pasar, yang sangat penting dalam persaingan bisnis di era digital (Veranita dalam Dewi Gita Kartika dkk., 2024).

Desain yang dihasilkan juga dapat langsung digunakan untuk keperluan branding, seperti labeling produk atau posting di media sosial, yang mendukung promosi digital secara efektif (Wijayanti dalam Dewi Gita Kartika dkk., 2024).

Business Model Canvas

Business Model Canvas (BMC) adalah alat strategis yang digunakan untuk menggambarkan model bisnis secara komprehensif, serta menjelaskan bagaimana sebuah organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai. BMC merupakan suatu pendekatan yang dirancang untuk mempermudah pemahaman mengenai cara suatu usaha dijalankan. Alat ini memungkinkan kita untuk melihat dengan jelas dan lebih tepat bentuk dari bisnis yang sedang dijalani atau yang akan dijalankan.

Melalui BMC, konsep bisnis yang mungkin awalnya rumit dapat disederhanakan dan digambarkan dalam satu halaman kanvas yang terstruktur. Kanvas ini memuat rencana bisnis yang mencakup sembilan elemen kunci yang saling terhubung dengan baik, serta menyediakan ruang untuk menganalisis strategi baik secara internal maupun eksternal perusahaan. (Osterwalder dalam Sukarno & Ahsan, 2021) menjelaskan bahwa BMC membantu perusahaan dalam merancang dan merencanakan model bisnis yang efektif dengan menyoroti elemen-elemen dasar yang menjadi inti operasional dan strategi bisnis.

BMC menyederhanakan proses perencanaan bisnis dengan menyatukan elemen-elemen penting dalam satu tampilan visual yang mudah dipahami. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk memantau dan mengelola elemen-elemen utama dalam model bisnis mereka secara terintegrasi, serta mengidentifikasi peluang atau tantangan yang perlu dihadapi guna mencapai tujuan bisnis.

9 Elemen Kunci dalam Business Model Canvas

BMC terdiri dari 9 elemen utama yang saling terkait, masing-masing memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk model bisnis yang sukses. Berikut adalah penjelasan rinci mengenai sembilan elemen tersebut:

1. Value

Propositions

Value propositions adalah alasan mengapa pelanggan memilih produk atau layanan suatu perusahaan. Ini mencakup nilai tambah yang ditawarkan perusahaan yang berbeda dari pesaing, seperti kualitas produk yang lebih tinggi, inovasi, atau pelayanan

yang lebih baik. Value propositions bertujuan untuk memecahkan masalah atau memenuhi kebutuhan pelanggan dengan cara yang lebih efektif dan efisien.

2. Customer Segments

Customer segments menggambarkan kelompok pelanggan yang dilayani oleh perusahaan. Setiap segmen memiliki kebutuhan, masalah, atau keinginan yang serupa, sehingga perusahaan dapat menyesuaikan produk dan layanan sesuai dengan karakteristik segmen tersebut. Segmentasi yang jelas sangat penting untuk memastikan bahwa produk dan layanan yang ditawarkan tepat sasaran.

3. Customer Relationships

Customer relationships berfokus pada cara perusahaan membangun dan memelihara hubungan dengan pelanggan mereka. Hal ini mencakup upaya perusahaan dalam menciptakan loyalitas pelanggan melalui pelayanan yang baik, komunikasi yang efektif, dan pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan mereka.

4. Channels

Channels adalah saluran distribusi yang digunakan perusahaan untuk menyampaikan produk, layanan, dan informasi kepada pelanggan. Saluran ini bisa berbentuk fisik, seperti toko atau kios, atau digital, seperti website atau aplikasi. Saluran distribusi yang efektif memungkinkan perusahaan untuk menjangkau pelanggan dengan lebih efisien.

5. Cost Structure

Cost structure menggambarkan biaya yang diperlukan untuk menjalankan model bisnis. Biaya ini meliputi pengeluaran untuk produksi, pemasaran, pengiriman produk, serta biaya operasional lainnya. Pemahaman yang baik tentang struktur biaya membantu perusahaan mengelola pengeluaran dan meningkatkan efisiensi.

6. Revenue Streams

Revenue streams menunjukkan berbagai cara perusahaan menghasilkan pendapatan. Ini bisa berasal dari penjualan produk, langganan, biaya layanan, atau iklan. Pemahaman tentang aliran pendapatan yang beragam memungkinkan perusahaan untuk memiliki sumber pendapatan yang lebih stabil dan berkelanjutan.

7. Key Activities

Key activities adalah kegiatan utama yang perlu dilakukan oleh perusahaan untuk menjalankan model bisnisnya. Ini termasuk aktivitas operasional, produksi, pemasaran, atau kegiatan lain yang berhubungan langsung dengan penciptaan nilai bagi pelanggan dan pencapaian tujuan bisnis.

8. Key Partnerships

Key partnerships menggambarkan hubungan dengan pihak ketiga yang mendukung kegiatan perusahaan. Ini bisa mencakup pemasok, mitra strategis, atau bahkan organisasi lain yang membantu perusahaan dalam mengelola dan menjalankan operasional bisnis secara lebih efisien dan efektif.

9. Key Resources

Key resources adalah sumber daya penting yang diperlukan perusahaan untuk menjalankan bisnisnya. Sumber daya ini bisa berupa aset fisik, manusia, teknologi, atau finansial yang mendukung keberlangsungan dan pertumbuhan perusahaan. Pengelolaan sumber daya yang baik akan memastikan kelancaran operasional dan pencapaian tujuan perusahaan.

Keunggulan Business Model Canvas dalam Strategi Bisnis

Penggunaan BMC memungkinkan perusahaan untuk secara jelas memetakan elemen-elemen penting dalam model bisnis mereka, sehingga memudahkan identifikasi peluang dan tantangan yang mungkin muncul. Dengan menggambarkan seluruh aspek bisnis dalam satu halaman yang terstruktur, BMC membantu perusahaan untuk lebih mudah memonitor dan mengelola operasional bisnis secara terintegrasi. Selain itu, BMC juga membantu perusahaan untuk merancang strategi yang lebih tepat, berdasarkan pemahaman yang lebih dalam mengenai kebutuhan pelanggan, struktur biaya, dan potensi aliran pendapatan.

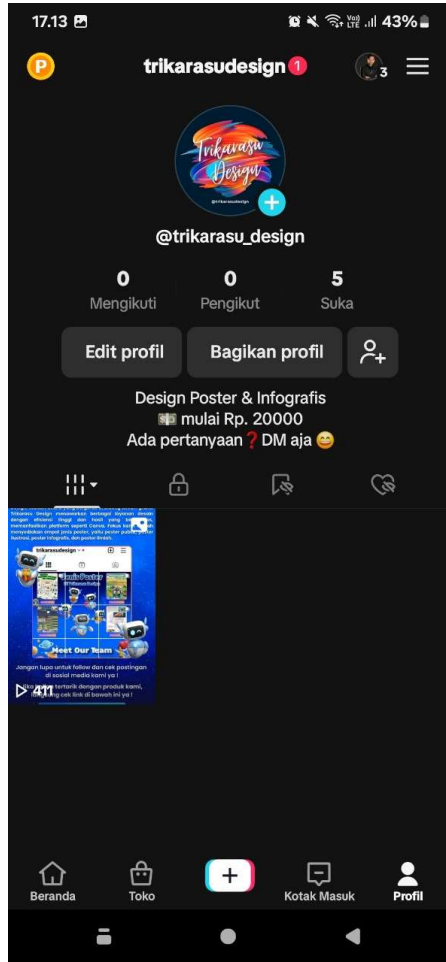
3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode studi literatur sebagai pendekatan utama untuk mengembangkan model bisnis Trikarasu Design. Desain penelitian kualitatif deskriptif dipilih untuk menganalisis dan mengevaluasi komponen Business Model Canvas (BMC) melalui interpretasi teori dan data sekunder. Data yang digunakan bersumber dari jurnal, buku referensi, dan artikel ilmiah terkait strategi bisnis kreatif dan BMC di era digital. Model penelitian ini berfokus pada pemetaan hubungan antar elemen dalam BMC untuk memahami dampaknya terhadap keberlanjutan bisnis.

Populasi penelitian mencakup seluruh literatur yang membahas implementasi *BMC* pada usaha kecil di bidang desain grafis atau sejenisnya. Teknik sampling menggunakan purposive sampling, dengan kriteria inklusi berupa literatur yang relevan dengan topik penelitian, dipublikasikan dalam lima tahun terakhir, dan tersedia dalam bahasa Inggris atau Indonesia. Dari hasil seleksi, diperoleh sejumlah literatur utama yang menjadi dasar analisis dan interpretasi.

2. Place (Lokasi)

Trikarasu Design beroperasi secara online yang memanfaatkan media sosial seperti Instagram (@trikarasudesign) dan Tiktok (@trikarasu_design). Pelanggan dapat melakukan pemesanan melalui media sosial, atau WhatsApp yang tercantum pada bio kami.



Gambar 3. Akun TikTtok



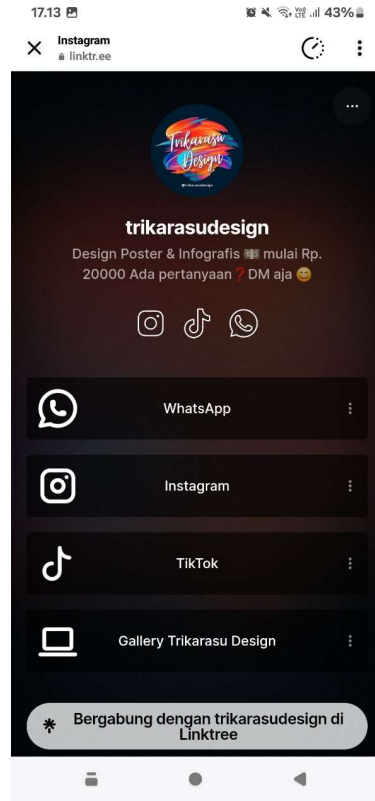
Gambar 4. Akun Instagram

3. Price (Harga)

Trikarasu Design kami memulai harga terjangkau yang dimulai dari RP15.000.

4. Promotion (Promosi)

Kami menciptakan konten yang menarik dan juga kami memperlihatkan karya desain di media sosial untuk membangun kepercayaan dan menarik minat calon pelanggan.



Gambar 5. Promosi Trikarasu Design

5. People (Partisipan)

Tim kreatif kami terdiri dari desainer berpengalaman yang memahami gaya dan tren visual yang diminati oleh anak muda.

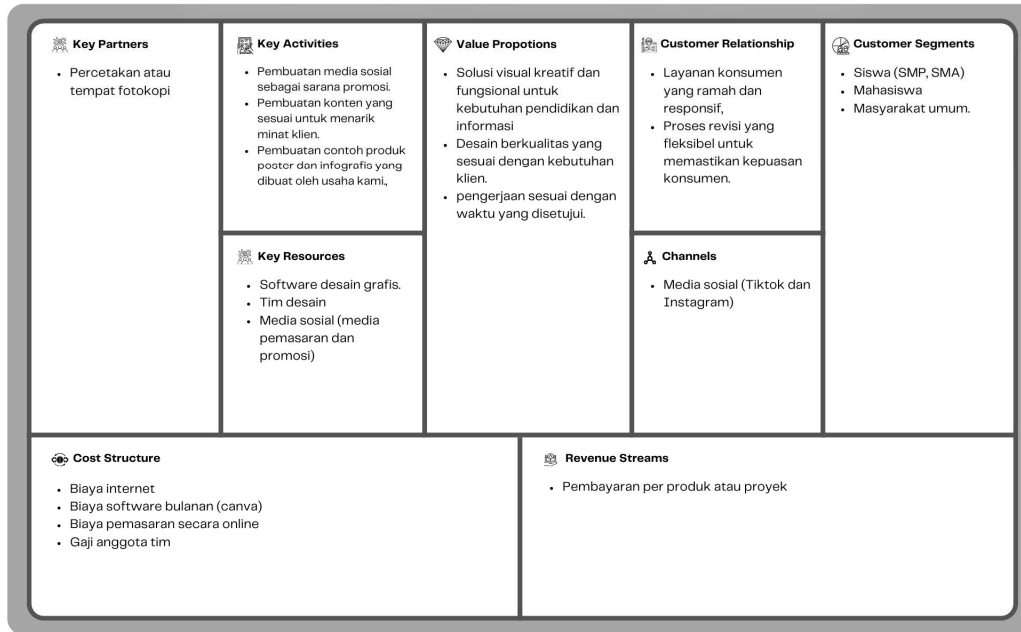
6. Process (Proses)

- a) Proses Pemesanan : Pelanggan dapat menghubungi kami melalui DM Instagram, DM Tiktok, atau WhatsApp.
- b) Proses Produksi : Desain akan diselesaikan sesuai dengan waktu yang telah disepakati.
- c) Feedback : Kami menawarkan revisi gratis hingga dua kali untuk memastikan kepuasan pelanggan.

7. Physical Evidence (Lingkungan Fisik)

Dalam pembuatan Bisnis Plan “Trikarasu Design” menggunakan format Bisnis Model Canvas (BMC). Fungsi dari metode mode BMC tersebut memudahkan untuk memetakan, menganalisa dan mengevaluasi setiap kegiatan yang ada di dalam tubuh organisasi jasa pemasaran digital “Trikarasu Design”.

BUSINESS MODEL CANVAS



Gambar 6. Business Model Canvas

Strategi Akuisisi Pelanggan untuk Trikarasu Design

1. Membangun Kesadaran Merk

Langkah awal yang penting untuk menarik perhatian pelanggan kami menggunakan konten kreatif di Instagram dan TikTok sebagai sarana utama.

- a) Menampilkan karya potofolio sebagai contoh hasil desain yang telah dikerjakan.
- b) Mengunggah konten secara rutin di feed Instagram dan TikTok untuk menjaga kehadiran online.

2. Mengonversikan Calon Pelanggan Menjadi Pelanggan

Memastikan calon pelanggan merasa yakin untuk memanfaatkan layanan Trikarasu Design.

- a) Berinteraksi dengan calon pelanggan melalui DM atau WhatsApp untuk menggali kebutuhan pelanggan, seperti tema acara atau preferensi desain yang diinginkan.
- b) Memberikan saran desain yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan, misalnya format poster atau pilihan infografis yang paling cocok.

- c) Menjadwalkan pertanyaan calon pelanggan dengan jujur terkait durasi pengerjaan atau opsi revisi desain yang tersedia.
- d) Menawarkan revisi minor secara gratis untuk memastikan kepuasan pelanggan.

Dengan pendekatan ini, Trikarasu Design dapat menarik perhatian, membangun kepercayaan, dan meningkatkan peluang konversi pelanggan melalui strategi pemasaran yang relevan dan efektif, khususnya bagi pelanggan muda di era digital.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Trikarasu Design telah berhasil memanfaatkan Business Model Canvas (BMC) untuk merumuskan strategi bisnis yang komprehensif, termasuk pemetaan elemen-elemen kunci seperti value propositions, customer segments, dan channels, yang mendukung keberlanjutan usaha. Dengan fokus pada desain grafis berkualitas dan pemanfaatan media sosial seperti Instagram dan TikTok, Trikarasu Design mampu meningkatkan visibilitas, membangun hubungan yang lebih personal dengan pelanggan, serta memperluas cakupan pasar. Namun, meskipun menunjukkan potensi keberhasilan yang signifikan, bisnis ini masih perlu diperkenalkan lebih luas kepada masyarakat untuk memperkuat posisinya dalam industri desain grafis yang kompetitif. Oleh karena itu, diperlukan upaya berkelanjutan dalam menciptakan konten kreatif, menjaga konsistensi promosi digital, dan mengoptimalkan layanan untuk memperbesar peluang pertumbuhan di masa depan. Penelitian lanjutan yang berfokus pada pengukuran efektivitas strategi pemasaran digital juga direkomendasikan untuk memastikan keselarasan antara tujuan bisnis dan kebutuhan pasar.

6. DAFTAR REFERENSI

- Agus Wahyudi, Gresceilla Septiarini Anwar, Octavia Nuril Kamila, & Danisa Rada Silviana. (2024). Strategi Pengembangan Sektor Industri Kreatif Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Nasional. *CEMERLANG: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, 4(3), 274–288. <https://doi.org/10.55606/cemerlang.v4i3.3064>
- Alamsyah, A. I. S. (2024). PERAN APLIKASI CANVA DALAM Mendukung UMKM BERSAING DI ERA DIGITAL. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 8(2), Article 2. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v8i2.1448>
- Aulia, M. I., Widiandana, P., Surya, R. A., Sakmar, M., Hartinah, S., Hasani, M. A., & Riziq, A. F. (2024). Optimasi Digital Marketing dengan Canva secara Kreatif dan Efektif untuk PTQ Baitus Sholihin Klaten. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(5), Article 5. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v2i5.1123>
- Candraningrat, C., Yurisma, D. Y., & Mujanah, S. (2021). Pengembangan strategi bisnis Melalui BMC (Business Model Canvas) dan strategi pemasaran bagi UMKM Sari Delight Surabaya. *TEKMULOGI: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), Article 1.

<https://doi.org/10.17509/tmg.v1i1.34295>

- Clarawati, A., & Ananda, D. (t.t.). *STRATEGI BERBISNIS YANG KREATIF DI MASA MODERN*.
- Dewi Gita Kartika, Annisa Retno Utami, & Evelyn Hanaseta. (2024). Pelatihan Desain Canva: Strategi Visual Efektif Bagi Umkm, Setiabudi, Jakarta Selatan. *IKRA-ITH ABDIMAS*, 8(3), Article 3. <https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.v8i3.4419>
- Hassandi, I., Fadillah, Y., A'la, N., Adelia, N., Fazila, S. A., Lestari, S., & Ningsih, S. (2024). *ANALISA BUSINESS MODEL CANVAS DAN PENGEMBANGAN STRATEGI BISNIS SHINTA BAKERY SIPIN*. 3.
- Maddinsyah, A., Hidayat, D., Juhaeri, J., Susanto, D., & Sunarsi, D. (2020). DESAIN FORMULASI DAN IMPLEMENTASI BISNIS STRATEGIK DENGAN PENDEKATAN BUSINESS MODEL CANVAS (BMC) TERINTEGRASI KERANGKA INTEGRATED PERFORMANCE MANAGEMENT SYSTEM (IPMS) PADA KOPERASI ASPERINDO. *Inovasi*, 7(2), Article 2. <https://doi.org/10.32493/Inovasi.v7i2.p67-76.8141>
- Pahlawansyah, D. B., Hasoloan, A., & Nasution, A. (2023). ANALISIS KEBIJAKAN BISNIS TOKO IFAN STIKER DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS DESAIN GRAFIS STIKER DI MARELAN. *Jurnal Bisnis Corporate*, 8(1), Article 1. <https://doi.org/10.46576/jbc.v8i1.3599>
- Puspitasari, I., Nurmaisya Al Ghonia, Nadila Faiza, Alvi Khumairoh, Maulida Lutfia Aminin, Tri Puspita Ningrum, & Lindawati Kartika. (2024). Perancangan Strategi Bisnis Dengan Analisis Swot dan Business Model Canvas (Bmc) Pada UKM XYZ. *Trending: Jurnal Manajemen dan Ekonomi*, 2(3), Article 3. <https://doi.org/10.30640/trending.v2i3.2716>
- Putra, A. F. P. (2020). Strategi Pengembangan Model Bisnis Klaster Industri Tomat Krispi Daumato Berdasarkan Analisis SWOT dan BMC. *Journal of Industrial View*, 2(1), Article 1. <https://doi.org/10.26905/jiv.v2i1.4211>
- Romadhoni, I. F., Sutiadiningsih, A., Purwidiani, N., Sulandari, L., & Dewi, I. H. P. (t.t.). *Penerapan Bisnis Model Canvas pada Hasil Praktek Operasional Kuliner Indonesia sebagai Produk Usaha Komersial*.
- Srimudin, A., & Sari, S. R. (2023). *Strategi Bisnis Media Bagi CEO Muda di Era Revolusi Informasi Strategi Bisnis Media Bagi CEO Muda di Era Revolusi Informasi* (No. 1). 1, Article 1.
- Sukarno, B. R., & Ahsan, M. (2021). Implementasi Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Business Model Canvas. *Jurnal Manajemen dan Inovasi (MANOVA)*, 4(2), Article 2. <https://doi.org/10.15642/manova.v4i2.456>
- Suryadharma, M., Asthiti, A. N. Q., Putro, A. N. S., Rukmana, A. Y., & Mesra, R. (2023). Strategi Kolaboratif dalam Mendorong Inovasi Bisnis di Industri Kreatif: Kajian Kualitatif pada Perusahaan Desain Grafis. *Sanskara Manajemen Dan Bisnis*, 1(03), Article 03. <https://doi.org/10.58812/smb.v1i03.221>
- Tambunan, R. J., & Agushinta R, D. (2020). ANALISIS STRATEGI BISNIS PT. TOLU DENGAN PENDEKATAN BMC MENGGUNAKAN METODE EFAS, IFAS DAN SWOT. *SISTEMASI*, 9(3), Article 3. <https://doi.org/10.32520/stmsi.v9i3.774>
- Wardana, M. H., & Sitania, F. D. (2023). Strategi Pengembangan Bisnis Melalui Pendekatan

Business Model Canvas pada Kedai Kabur Bontang. *Jurnal Teknik Industri (JATRI)*, 1(1), Article 1. <https://doi.org/10.30872/jatri.v1i1.492>

Warnaningtyas, H. (t.t.). Desain Bisnis Model Canvas (BMC) Pada Usaha Batik Kota Madiun. *Jurnal Manajemen*.

Wulandari, A. (2024). *IMPLEMENTASI BUSINESS MODEL CANVAS PADA UMKM SEBLAK PRASMANAN NOEZPOET*.