

Pelatihan Pembuatan Business Plan Menggunakan metode BMC (*Business Model Canvas*) Pada Bunda Paud Kabupaten Raja Ampat

Satria Lintang Rachmadana*¹, Yolana Marjuk², Pahmi³, Hamsiah⁴, Sabaria⁵, Nur Afni Khairunisa⁶, Andi Sismar⁷, Hardiman F. Sanaba⁸, Musriani⁹

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9} Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong, Jl. Kh. Ahmad Dahlan No.01, Mariyat Pantai, Aimas Kabupaten Sorong, Papua Barat

^{1,3,7,8,9}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis dan Humaniora, Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong

²Program Studi Pendidikan Guru Pendidikan Anak Usia Dini, Fakultas Pendidikan Bahasa, Sosial, dan Olahraga, Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong

e-mail: ¹satrialintang@unimudasorong.ac.id, ²yolanamarjuk@unimudasorong.ac.id, ³pahmi@unimudasorong.ac.id,

⁴hamsiah@unimudasorong.ac.id, ⁵sabaria@unimudasorong.ac.id, ⁶nurafni_khairunisa@unimudasorong.ac.id,

⁷andisismar@unimudasorong.ac.id, ⁸hardimansanaba@gmail.com, ⁹musriani@unimudasorong.ac.id

Abstrak

Perbaikan perekonomian pasca pandemi Covid-19 menjadi sorotan utama hingga sekarang. Program pemerintah untuk kembali mendorong pertumbuhan perekonomian Indonesia salah satunya adalah dengan menyelenggarakan Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) sejak tahun 2021, yang meliputi bantuan untuk sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Selain memiliki faktor wisata yang menjadi destinasi unggulan dan menjadi perhatian pengembangan dari pemerintah daerah, Kabupaten Raja Ampat juga berupaya meningkatkan kualitas SDM masyarakatnya. Terlihat dari adanya kerjasama dengan Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong pada pengembangan tenaga pendidik yang ada di Kabupaten Raja Ampat. Pada kondisi proses perbaikan perekonomian pasca pandemi Covid-19 yang meluluh lantakkan semua sektor, tidak mengherankan jika berbagai kalangan masyarakat memiliki keinginan mengambil pekerjaan tambahan sebagai pengusaha (Rachmadana, 2021), guru salah satunya atau yang lebih sering disebut sebagai *teacherpreneur*. Business plan adalah dokumen tertulis yang disiapkan oleh calon pebisnis yang menggambarkan semua unsur-unsur yang relevan baik internal maupun eksternal mengenai perusahaan untuk memulai suatu bisnis yang isinya sering merupakan perencanaan terpadu menyangkut pemasaran, permodalan, manufaktur dan sumber daya manusia. Salah satu perencanaan yang dapat digunakan sebagai aplikasi model bisnis adalah Business Model Canvas (BMC). Tujuan yang ingin dicapai dari kegiatan pengabdian adalah peningkatan kemampuan dalam pembuatan perencanaan bisnis menggunakan BMC

Kata kunci, Bunda PGPAUD, Bisnis Plan, Business Model Canvas

Abstract

Post-pandemic economic recovery has been a major focus until now. One of the government's programs to stimulate economic growth in Indonesia is the implementation of the National Economic Recovery (PEN) since 2021, which includes assistance for the tourism and creative economy sectors. In addition to being a prominent tourist destination and receiving development attention from the government, Raja Ampat Regency is also striving to improve the quality of its human resources. This can be seen through the collaboration with Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong in developing the existing educators in Raja Ampat Regency. In the process of post-pandemic economic recovery, which has devastated all sectors, it is not surprising that various segments of society have a desire to take on additional jobs as entrepreneurs (Rachmadana, 2021), including teachers, often referred to as *teacherpreneurs*. A business plan is a written document prepared by prospective entrepreneurs that describes all relevant internal and external elements of a company to initiate a business. Its contents often involve

integrated planning regarding marketing, financing, manufacturing, and human resources. One of the planning frameworks that can be used as a business model application is the Business Model Canvas (BMC). The objective of this engagement is to enhance the capability in developing business plans using the BMC framework..

Keywords bunda PGPAU, Business Plan, Business Model Canvas

1. PENDAHULUAN

Perbaikan perekonomian pasca pandemi Covid-19 menjadi sorotan utama hingga sekarang. Program pemerintah untuk kembali mendorong pertumbuhan perekonomian Indonesia salah satunya adalah dengan menyelenggarakan Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) sejak tahun 2021, yang meliputi bantuan untuk sektor pariwisata dan ekonomi kreatif (Marginingsih, 2021).

Raja Ampat adalah salah satu destinasi wisata unggulan di Indonesia. Kabupaten Raja Ampat terletak di Provinsi Papua Barat Daya, dengan pusat administratif pada Pulau Waisai yang berjarak 2 jam dari Kota Sorong. Pada tahun 2022 Kabupaten Raja Ampat berhasil memperoleh penghargaan “*Must Visit Location*” dari *Lonely Planet*. Hal itu menunjukkan bahwa Kabupaten Raja Ampat merupakan destinasi wisata unggulan Indonesia yang harus selalu dirawat dan dijaga ekosistem pariwisatanya. Selain dari wisata alam yang indah, sebuah destinasi wisata dapat menjadi primadona kunjungan wisatawan bila terdapat faktor-faktor pendukung destinasi wisata dapat dijalankan.

Selain memiliki faktor wisata yang menjadi destinasi unggulan dan menjadi perhatian pengembangan dari pemerintah daerah, Kabupaten Raja Ampat juga berupaya meningkatkan kualitas SDM masyarakatnya. Terlihat dari adanya kerjasama dengan Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong pada pengembangan tenaga pendidik yang

ada di Kabupaten Raja Ampat. Kerjasama tersebut berupa menyekolahkan guru-guru yang ada di Kabupaten Raja Ampat pada jenjang Perguruan Tinggi, lebih spesifik kerjasama tersebut berfokus pada pendidikan anak usia dini (PAUD).

Sebagai salah satu daerah destinasi wisata unggulan, mayoritas warga Kabupaten Raja Ampat merupakan pengusaha pada bidang pariwisata. Dari 60 peserta pelatihan yang merupakan bunda-bunda PAUD di seluruh Kabupaten Raja Ampat, ditemukan sebanyak 10 peserta adalah pengusaha pariwisata. Sebagaimana arti harfiahnya bisnis pariwisata merupakan bisnis yang menyediakan barang dan atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata (Sapta, *et al.*,2018). Kemudian 50 peserta pelatihan lainnya beragam, ada yang memiliki sampingan sebagai pengusaha kuliner, nelayan, dan memang bergantung pada pendapatan dari mengajar di PAUD. Observasi lebih mendalam, menemukan bahwa sebagian besar dari peserta pelatihan yang merupakan bunda-bunda PAUD merupakan pegawai honorer di sekolah tempat mengajar.

Pada kondisi proses perbaikan perekonomian pasca pandemi Covid-19 yang meluluh lantahkan semua sektor, tidak mengherankan jika berbagai kalangan masyarakat memiliki keinginan mengambil pekerjaan tambahan sebagai pengusaha (Rachmadana,2021), guru salah satunya atau yang lebih sering disebut sebagai *teacherpreneur*. Peserta

pelatihan yang belum memiliki pekerjaan sampingan menyatakan keinginan mereka menjadi pengusaha selain jadi guru.

Tidak ada yang salah jika seorang guru juga memiliki kegiatan sampingan sebagai pengusaha. Alasannya tentu tidak melulu soal finansial entah karena gaji atau honor guru yang dianggap tidak sesuai dengan pekerjaan yang harus dilakukan. Namun di luar hal itu, menjadi guru sekaligus pengusaha merupakan suatu nilai tambah tersendiri, bahkan sesuatu yang positif.

Keinginan untuk menambah pemasukan melalui berwirausaha merupakan modal penting bagi bunda-bunda PAUD dalam memulai bisnis, tapi dalam praktiknya mereka tidak memiliki keyakinan akan bisnis yang mereka lakukan akan berjalan dengan baik. Kepercayaan diri yang kurang ini bisa juga berasal dari ketidak tahuan bagaimana mengawali membuat sebuah bisnis, dan bagaimana mempertahankan bisnis tersebut. Sejalan dengan hal tersebut, bunda PAUD yang memiliki bisnis pada bidang pariwisata ternyata juga masih was-was dengan kondisi bisnisnya karena ketidak tahuannya tentang strategi mempertahankan bisnis.

Memulai bisnis berarti memulai pula membangun relasi dengan konsumen (Putra *et al.*, 2022), definisi bisnis lebih spesifik adalah menyediakan kebutuhan konsumen (Pahmi & Mahmud, 2021). Mengetahui bagaimana bisnis yang kita jalankan akan berjalan dengan baik perlu adanya perencanaan bisnis. *Business plan* menjadi hal yang sangat penting bagi semua pelaku usaha. Selain penjualan bisnis yang stagnan bahkan cenderung menurun karena banyaknya kendala seperti pemasok yang tidak ada, kurang mampu menemukan keunikan

produk, tidak bisa mencari pelanggan baru dan mempertahankannya, dan kurang mahir mengidentifikasi biaya menjadi hal yang sering dialami. Beberapa masalah ini terjadi karena para pelaku usaha cenderung berbisnis tanpa membuat perencanaan yang baik, sehingga masalah-masalah yang mungkin timbul tidak diidentifikasi sejak awal. Menurut Chesbrought dalam (Ermaya & Darna, 2019) jika tidak dilandaskan kajian dan rumusan model bisnis yang tepat strategi usaha yang dijalankan oleh perusahaan tidak akan bisa dilakukan dengan maksimal.

Business plan adalah dokumen tertulis yang disiapkan oleh calon pebisnis yang menggambarkan semua unsur-unsur yang relevan baik internal maupun eksternal mengenai perusahaan untuk memulai suatu bisnis yang isinya sering merupakan perencanaan terpadu menyangkut pemasaran, permodalan, manufaktur dan sumber daya manusia (Massa *et al.*, 2017). Menurut Ibarra *et al.* (2018) metode yang oleh perusahaan digunakan untuk menghasilkan uang di lingkungan bisnis disebut model bisnis. Model bisnis berlaku luas, relevan dengan pengusaha, penasihat bisnis, organisasi nirlaba, investor, dan perusahaan yang mau mempersiapkan lini bisnis barunya (Massa *et al.*, 2017).

Sebagai pemilik bisnis memunculkan nilai tambah dari usahanya merupakan sebuah kewajiban untuk dapat memperoleh keunggulan bersaing (Dhewi *et al.*, 2021). Jauh dari pada itu sebelum memunculkan keunggulan bersaing, pemilik bisnis harus mampu melakukan riset pasar dan mengukur pasar pada bisnis yang sedang dijalankan (Anwar, 2018). Dalam perencanaan bisnis

dimunculkan pula keunikan dari produk bisnis yang akan dijalankan. Keunikan ini berkesinambungan dengan apa yang dibutuhkan oleh konsumen, untuk mengetahui keinginan konsumen maka diperlukan adanya riset pasar diawal.

Salah satu perencanaan yang dapat digunakan sebagai aplikasi model bisnis adalah *Business Model Canvas* (BMC). Dengan menggunakan metode *Business Model Canvas* yang diharapkan mampu membantu pelaku usaha untuk merumuskan berbagai hal guna mendukung bisnisnya agar lebih berhasil. *Business Model Canvas* dapat dipakai sebagai alat untuk memberikan usulan rancangan model bisnis yang baru dan tidak hanya dipakai memotret model bisnis perusahaan pada saat ini (Ermaya & Darna, 2019). *Business Model Canvas* (BMC) menjadi salah satu model bisnis yang berhasil mengubah konsep bisnis yang rumit menjadi hal yang lebih sederhana dan mudah untuk dimengerti, (Nurhakim *et al.*, 2018). Osterwalder dan Pigneur dalam (Sitio, 2017) mengatakan bahwa *Business Model Canvas* adalah bahasa yang sama untuk menggambarkan, menilai, memvisualisasikan, dan mengubah model bisnis.

Oleh karena itu, untuk menangani permasalahan yang ada pada bunda-bunda PAUD, maka perlu adanya pelatihan mengenai perumusan rencana bisnis. Perencanaan bisnis dapat mudah dipahami menggunakan metode BMC. BMC disajikan dalam bentuk visual sehingga lebih mudah dimengerti oleh pembacanya. *Business Model Canvas* atau BMC ini dibagi menjadi sembilan model utama berupa 1) *Customer Segment* menggambarkan sekelompok orang atau organisasi yang menjadi target yang dijangkau atau yang dilayani, 2)

Channels adalah cara perusahaan untuk menjangkau konsumen, 3) *Customer Relationship* yaitu suatu cara yang dilakukan perusahaan untuk membangun suatu hubungan dengan konsumen, 4) *Value Proposition* merupakan daya tarik bagi pembeli yang ditawarkan oleh perusahaan sehingga memenuhi kepuasan konsumen, 5) *Key Resource* adalah sumber daya utama yang dimiliki perusahaan dalam membangun bisnisnya, 6) *Key Partnership* yaitu mitra kerja yang dilakukan oleh perusahaan khususnya, 7) *Revenue Stream* merupakan sumber pemasukan bagi perusahaan yang didapatkan dari daya tarik yang diciptakan perusahaan untuk konsumen *supplier*, 8) *Cost Structure* yaitu biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk mendukung semua aktivitas-aktivitas, 9) *Key Activities* yaitu aktivitas utama yang terkait dengan produksi di perusahaan. Osterwalder dan Pigneur dalam (Misdaniawan & Purwanto, 2017) menyatakan bahwa bagi perusahaan BMC memudahkan untuk lebih mengenali kepada siapa produk dan jasa tersebut dijual atau yang menjadi segmen pelanggannya siapa, apakah pemilihan pelanggan berdasarkan kebiasaan, pengalaman, gender, dan usia.

Tujuan yang ingin dicapai dari kegiatan pengabdian adalah memberikan pelatihan bagaimana membuat perencanaan bisnis dengan benar, dan diharapkan bunda-bunda PAUD Kabupaten Raja Ampat yang belum memiliki bisnis maupun sudah memiliki bisa mempersiapkan hal-hal yang harus ada, sejak awal dan mengantisipasinya sedini mungkin jika terjadi hal-hal yang tidak diinginkan ditengah perjalanan bisnisnya. Diharapkan akan ada peningkatan kemampuan dalam pembuatan perencanaan bisnis menggunakan BMC.

Berdasarkan hasil analisis situasi maka akhirnya tim pengabdian bersepakat untuk mengadakan pelatihan tentang pembuatan *business plan* dengan metode BMC yang dipilih karena relatif lebih mudah dan sederhana sehingga mudah juga untuk dipahami oleh para anggota komunitas. Adapun tema dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah pelatihan pembuatan *business plan* dengan menggunakan metode *Business Model Canvas (BMC)* pada bunda-bunda PAUD Kabupaten Raja Ampat.].

2. METODE

Metode yang digunakan dalam pelatihan ini berupa metode ceramah, yang disertai dengan metode demonstrasi dan metode diskusi. Metode ceramah memberikan penjelasan materi terkait pentingnya perencanaan bisnis dan cara pembuatan *Business Plan* dengan menggunakan *Business Model Canvas (BMC)*. Secara rinci, kegiatan ini dijelaskan sebagai berikut:

2.1 Pra Kegiatan

Teknik penyuluhan dilakukan dengan metode ceramah. Adapun tahapan awal yaitu dengan membangun Kerjasama dengan pemerintah Kabupaten Raja Ampat. Tahap selanjutnya melakukan sosialisasi pemahaman kepada peserta tentang kegiatan yang dilaksanakan oleh tim dengan tujuan peserta pelatihan lebih mengetahui dan memahami bagaimana mekanisme yang akan dilakukan oleh tim bersama peserta atau bunda-bunda PAUD kedepannya.

2.2 Pelaksanaan Kegiatan

Langkah-langkah pelatihan dimulai dari pengamatan awal, peserta diajak untuk berkomunikasi dengan tim mengenai pengalaman bisnis mereka. Langkah selanjutnya adalah memberikan materi mengenai perbedaan bisnis dan dagang, hal ini dilakukan untuk mengenalkan bahwa istilah yang peserta selama ini dengar ada sedikit perbedaan. Langkah selanjutnya menjelaskan bisnis dari hulu ke hilir, hal ini dilakukan agar pemahaman peserta mengenai bisnis tidak hanya terfokus pada proses produksi dan penjualan saja. Setelah semua Langkah selesai, maka langkah berikutnya adalah pelatihan pembuatan BMC. Pelatihan BMC yang dilakukan pada bunda-bunda PAUD menyesuaikan dengan kondisi mereka, maka dari itu tim memodifikasi pelatihan BMC dengan menggunakan games interaktif, dimana hal ini akan memacu peserta untuk tetap fokus dan tertarik dengan materi yang disampaikan.

2.3 Monitoring dan Evaluasi

Kegiatan ini dilakukan sebagai upaya meningkatkan pemahaman mengenai bisnis yang baik sehingga dapat meningkatkan taraf kehidupan masyarakat kedepannya. Evaluasi yang dilakukan adalah dengan pengumpulan hasil BMC dari masing-masing peserta yang kemudian dinilai oleh tim dan akan dikembalikan untuk dijalankan oleh para peserta.

2.4 Jadwal

Berdasarkan konsep program pemberdayaan, maka dirumuskan jadwal kegiatan sebagai berikut.

No	Uraian kegiatan	Jam			
		09.00	12.00	14.00	15.00
1	Persiapan				
2	Pelaksanaan				
3	Monitoring dan Evaluasi				

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan mengenai *Bisnis Model Canvas* dilakukan melalui pemberian materi mengenai motivasi untuk berbisnis dan materi mengenai konsep *BMC* sebagai bentuk dari perencanaan model bisnis, setelah itu dilakukan diskusi dan pemberian contoh bagaimana menyusun perencanaan bisnis dengan menggunakan *business model canvas*. Data yang terkumpul menunjukkan bahwa sebelumnya peserta pelatihan kurang memiliki ketertarikan untuk berbisnis, karena mindset negatif bahwasanya memulai bisnis itu berat, memerlukan modal, perlu adanya keahlian. Namun dengan adanya pelatihan langsung dari tim pengabdian yang menjelaskan bagaimana memulai bisnis, apa saja kendala yang dihadapi kiat dan bagaimana dalam menghadapi permasalahan dalam membangun bisnis, peserta yang terdiri dari bunda-bunda PAUD terbangun motivasi mereka bahwa berwirausaha itu bukanlah hal yang sangat berat, namun suatu hal yang harus dicoba, karena data banyak menunjukkan bahwa ide

bisnis yang sederhana namun digeluti dengan sungguh sungguh bisa memberikan pendapatan dan penghasilan yang lebih layak dibanding bekerja sebagai pegawai/karyawan biasa.



Gambar 1 Penyampaian Materi Mindset Bisnis

Agar sebuah usaha bisa berjalan dengan baik maka calon wirausaha perlu memahami strategi dalam membangun usaha tersebut, untuk itu seorang calon wirausaha perlu memahami model bisnis, karena melalui model bisnis aspek aspek penting dalam wirausaha bisa dilakukan, wirausaha bisa melakukan analisis terkait kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman (SWOT) dari usaha tersebut. Elemen elemen bisnis yang penting terdiri dari *customer segments, value propositions, channels, customer relationships, revenue streams, key resources, key activities, keypartnerships, cost structure*. Menurut Osterwalder dan Pigneur (2010) mengatakan melalui Business Model Canvas (BMC) aspek aspek penting bisnis bisa dikaji dengan komprehensif namun praktis.

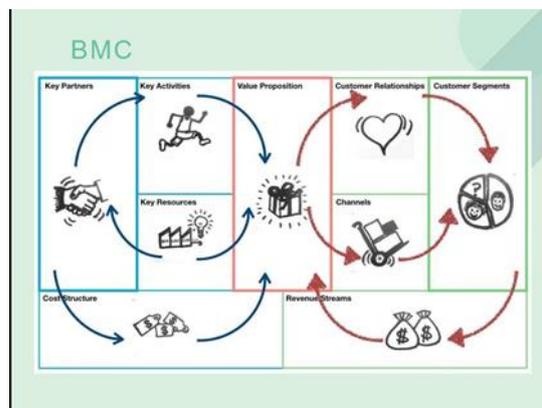


Gambar 2 Penyampaian Materi Alur Bisnis

Berdasarkan observasi awal dimana peserta pelatihan merupakan bunda-bunda PAUD yang terbiasa dengan model pembelajaran berbasis permainan, maka dari itu tim pengabdian tidak hanya memberikan materi melalui ceramah tetapi juga memberikan *games* dan beberapa *icebreaking* yang berhubungan dengan materi pelatihan. Hal tersebut dilakukan guna menjaga fokus dan penangkapan materi dari peserta pelatihan tetap terjaga.



Gambar 3 Penyampaian Materi Alur Bisnis



Gambar 4 Materi BMC yang disampaikan melalui *mini games*

Dalam praktik pembuatan BMC, peserta pelatihan dibagi menjadi 10 kelompok untuk selanjutnya diarahkan memilih ide bisnis apa yang akan dikembangkan. Kemudian masing-masing kelompok dibagikan kertas untuk dibuat kolom-kolom sesuai dengan gambar 4, tim pengabdian memandu pengisian kolom pada BMC dan peserta diberi waktu sekitar 10 menit per kolom untuk memikirkan isi dari 1 kolom pada BMC.



Gambar 5 Masing-masing kelompok dibagi kertas dan membuat kolom BMC



Gambar 6 Masing-masing kelompok diberi waktu 10 menit untuk pengisian 1 kolom BMC

Output yang dihasilkan dalam pengabdian masyarakat ini adalah meningkatnya pengetahuan, keterampilan, dan tentunya kemampuan anggota komunitas Perempuan Indonesia Maju dalam membuat suatu perencanaan bisnis yang lebih baik kedepannya khususnya dalam menggunakan BMC atau *Business Model Canvas*. Dengan adanya pelatihan ini kendala yang dihadapi anggota komunitas selama ini dapat teratasi dan bisnis dimasa yang akan datang dimungkinkan menjadi lebih terarah dan lebih berkembang.

4. KESIMPULAN

Pelaksanaan pengabdian masyarakat berjalan dengan lancar dari awal sampai akhir dengan antusiasnya peserta dalam mengikuti pelatihan. Setelah adanya pelatihan peserta mendapatkan dorongan terkait pentingnya perencanaan bisnis dan pelatihan menjadi sangat

berguna bagi bunda-bunda PAUD Kabupaten Raja Ampat yaitu berupa peningkatan pemahaman dan pengetahuan dalam membuat rencana bisnis khususnya dengan metode *Business Model Canvas*.

5. SARAN

Perlunya sinergi antara akademisi, praktisi, masyarakat, dan pemerintah daerah diharapkan mampu memberikan solusi atas persoalan yang ada pada kesejahteraan guru-guru. Sinergi ini tidak hanya dibentuk dalam kesepakatan wacana saja namun sampai pada Langkah strategis dan taktis agar memiliki kebermanfaatan dan keberlanjutan bagi para subjek intervensi. Diharapkan hasil dari pengetahuan baru terkait perencanaan bisnis dapat diaplikasikan dengan sungguh-sungguh dan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan bisnis bunda-bunda PAUD Kabupaten Raja Ampat setelah dilakukan pelatihan. Pelatihan yang waktunya singkat diharapkan dapat dilakukan pelatihan lebih lanjut guna memperdalam atau menambah materi baru yang mungkin diperlukan bagi anggota komunitas sehingga hasil dari pelaksanaan pengabdian masyarakat yang sudah dilakukan menjadi lebih optimal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong yang

telah memberi dukungan moral dan dana terhadap program pengabdian masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, M. (2018). Business model innovation and SMEs performance—does competitive advantage mediate?. *International Journal of Innovation Management*, 22(07), 1850057.
- Dhewi, T. S., Prasasti, A., Kurnianto, M., & Rachmadana, S. L. (2021). How social media marketing activities affect consumer equity: A study in culinary brand with brand equity as a mediating factor. *International Journal of Business Ecosystem & Strategy* (2687-2293), 3(4), 13-19.
- Ermaya, S. K. and Darna, N. (2019) ‘Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Pendekatan Business Model Canvas (Studi Kasus: Industri Kecil Kerupuk)’, *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 1(3), pp. 207–210.
- Ibarra, D., Ganzarain, J., & Igartua, J. I. (2018). Business model innovation through Industry 4.0: A review. *Procedia manufacturing*, 22, 4-10.
- Massa, L., Tucci, C. L., & Afuah, A. (2017). A critical assessment of business model research. *Academy of Management annals*, 11(1), 73-104.
- Marginingsih, R. (2021). Program pemulihan ekonomi nasional sebagai kebijakan penanggulangan dampak pandemi Covid-19 pada sektor UMKM. *Moneter: Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 8(2), 110-116.
- Misdaniawan and Purwanto, H. (2017) ‘Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Pendekatan Business Model Canvas Dalam Upaya Mencapai Keunggulan Bersaing’, *Jurnal Ilmiah Jurutera*, 4(1), pp. 212–220.
- Nurhakim, A. S., Suparno, O. and Nurrochmat, D. R. (2018) ‘Pengembangan Model Bisnis Dan Strategi Pelayanan Kesehatan XYZ’, *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*, 4(2), pp. 251–260. doi: 10.17358/jabm.4.2.251.
- Pahmi, P., & Mahmud, M. (2021). PENGARUH PROMOSI DAN OUTLET PENJUALAN TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN KARTU PERDANA PADA PT. XL MITRA ABADI UTAMA DI KOTA MAKASSAR. *Jurnal Ekonomi Prioritas*, 1(1).
- Putra, S. A. A. K., Sucipto, B., & Rachmadana, S. L. (2022). The Digital Marketing Model Uses Social Media to Get Out Of The Economic Crisis Caused By Covid 19. *Journal of Economics Education and Entrepreneurship*, 3(1), 27-36.
- Sapta, I. K. S. S., Setia, K., & Landra, N. (2018). *Bisnis pariwisata*. Bali: CV. Noah Aletheia.
- Sitio, V. S. S. (2017) ‘Strategi Bisnis Model dengan Pendekatan Business Model Canvas (Studi kasus di industri keci dan menengah (IKM) Bir Pletok Bu Lina di Kelurahan Ciracas, Jakarta Timur)’, *Journal of Economics and Business Aseanomics (JEBA)*, 2(1), pp. 1–16.