

ANALYSIS OF BUSINESS MODEL CANVAS IMPLEMENTATION STRATEGY FOR MSME NR COFFEE PREMIUM

ANALISIS PENERAPAN STRATEGI BUSINESS MODELING CANVAS TERHADAP UMKM NR COFFEE PREMIUM

Dennis Fathurahman¹, Danang Rusdawindra Samiaji², Safira Maharani³

¹Prodi Bisnis Digital, Universitas Nusa Mandiri, Jalan Margonda Raya No. 545, Pondok Cina Depok, Jawa Barat.

Email: 25220013@nusamandiri.ac.id

² Prodi Bisnis Digital, Universitas Nusa Mandiri, Jalan Margonda Raya No. 545, Pondok Cina Depok, Jawa Barat.

Email: 25220005@nusamandiri.ac.id

³ Prodi Bisnis Digital, Universitas Nusa Mandiri, Jalan Margonda Raya No. 545, Pondok Cina Depok, Jawa Barat.

Email: 25220001@nusamandiri.ac.id

Masuk tanggal : 13-07-2024, revisi tanggal : 20-07-2024, diterima untuk diterbitkan tanggal : 13-09-2024

Abstract

This study aims to analyze the application of BMC in enhancing operational effectiveness and business growth at NR Coffee Premium. The research method employed a qualitative descriptive approach with primary data gathered from observations and interviews, supplemented by secondary data from relevant literature. Findings reveal that NR Coffee Premium has successfully identified diverse customer segments including premium coffee enthusiasts, Acehnese culinary lovers, and live music enthusiasts. Their value proposition focuses on high-quality premium coffee and authentic Acehnese cuisine, supported by distribution channels through strategic physical locations and partnerships with food delivery apps. Customer relationships built on friendly service and loyalty programs further support their business growth. The conclusion drawn from this study is that the application of BMC aids NR Coffee Premium in optimizing their business strategy by systematically mapping key components such as customer segments, value propositions, distribution channels, and customer relationships. With these strategies, NR Coffee Premium can expand market share and significantly increase revenue. Recommendations for the future include enhancing digital presence through social media, diversifying menu offerings, and further developing partnerships with local communities to strengthen their position in the F&B industry.

Keywords: MSMEs, Business Model Canvas (BMC), business strategy

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan BMC dalam meningkatkan efektivitas operasional dan pertumbuhan bisnis NR Coffee Premium. Metode penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan data primer dari observasi dan wawancara, serta data sekunder dari literatur terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa NR Coffee Premium berhasil mengidentifikasi segmen pelanggan yang beragam termasuk pecinta kopi premium, pecinta kuliner Aceh, dan penggemar *live music*. Proposisi nilai mereka terfokus pada kualitas kopi premium dan masakan Aceh autentik, didukung oleh saluran distribusi melalui lokasi fisik strategis dan kemitraan dengan aplikasi pengantar makanan. Hubungan pelanggan yang dibangun melalui pelayanan ramah dan program loyalitas turut mendukung pertumbuhan bisnis mereka. Simpulan dari penelitian ini adalah bahwa penerapan BMC membantu NR Coffee Premium untuk mengoptimalkan strategi bisnisnya dengan memetakan secara sistematis komponen-komponen kunci seperti segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran distribusi, dan hubungan pelanggan. Dengan strategi ini, NR Coffee Premium dapat memperluas pangsa pasar dan meningkatkan pendapatan secara signifikan. Rekomendasi untuk masa depan termasuk meningkatkan kehadiran digital melalui media sosial, diversifikasi menu, dan pengembangan lebih lanjut terhadap kemitraan dengan komunitas lokal untuk memperkuat posisi mereka dalam industri F&B.

Kata Kunci: UMKM, Business Model Canvas (BMC), strategi bisnis.

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian nasional sebagai aktor utama dalam aktivitas ekonomi, penyedia lapangan kerja, pemain kunci dalam perekonomian lokal dan pemberdayaan masyarakat, pencipta pasar baru, serta berkontribusi terhadap PDB dan neraca pembayaran (Sofyan, 2017). Salah satu contoh UMKM yang berkembang adalah NR Coffee Premium, sebuah usaha di bidang *Food and Beverages* (F&B) yang berlokasi di Jl. Raya Condet, Batu Ampar, Kec. Kramat Jati, Kota Jakarta Timur. Usaha ini menargetkan masyarakat Aceh dan komunitas Aceh serta keluarga sebagai target pasar utama, dengan mengandalkan menu cita rasa khas Aceh asli sebagai daya tarik utamanya.

Pentingnya memahami dan mengembangkan model bisnis yang efektif menjadi semakin krusial bagi UMKM seperti NR Coffee Premium untuk dapat bersaing dan berkembang. *Business Model Canvas* (BMC) adalah alat yang sangat berguna dalam hal ini. Dengan BMC, pemilik usaha dapat memetakan komponen-komponen kunci dari bisnis mereka secara sistematis, mulai dari segmen pelanggan hingga struktur biaya. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mendeskripsikan bagaimana NR Coffee Premium memanfaatkan *Business Model Canvas* dalam pengembangan bisnisnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan implementasi *Business Model Canvas* di NR Coffee Premium. Dengan memahami sembilan elemen BMC yaitu segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran distribusi, hubungan pelanggan, sumber pendapatan, sumber daya kunci, aktivitas kunci, mitra kunci, dan struktur biaya, diharapkan NR Coffee Premium dapat memaksimalkan potensi bisnisnya dan mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan.

Tinjauan Teori

Menurut Prasetyo (2018), *Business Model Canvas* adalah sebuah alat manajemen strategis yang memungkinkan pemetaan komprehensif dari elemen-elemen utama yang membentuk model bisnis, yang mencakup segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran, hubungan pelanggan, aliran pendapatan, sumber daya utama, aktivitas utama, mitra kunci, dan struktur biaya. Dengan demikian, BMC membantu perusahaan memahami dan mengoptimalkan model bisnis mereka secara lebih efektif.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan studi literatur dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Analisis dalam penelitian ini berfokus pada pemikiran induktif dan penerapan teknik pemecahan masalah ilmiah, yang memungkinkan penyusunan gambaran mendalam tentang fenomena yang diteliti. Data yang digunakan dalam artikel ini berasal dari sumber primer dan sekunder.

Sumber primer mencakup data yang diperoleh langsung oleh peneliti melalui observasi dan wawancara tanpa melalui perantara. Sumber sekunder mencakup data yang diperoleh dari jurnal ilmiah dan literatur yang sudah ada. Kombinasi penggunaan sumber primer dan sekunder ini memberikan kerangka kerja yang komprehensif untuk analisis dan interpretasi dalam konteks studi literatur yang telah diulas.

Pendekatan deskriptif kualitatif ini diterapkan untuk menjelaskan fenomena yang diteliti secara rinci. Proses berpikir induktif digunakan sebagai landasan utama dalam merumuskan temuan, sementara teknik pemecahan masalah ilmiah membantu mengidentifikasi dan merinci aspek-aspek

kunci yang relevan. Data dari sumber primer dikumpulkan melalui observasi dan wawancara langsung untuk memastikan keakuratan dan keaslian informasi. Di sisi lain, data dari sumber sekunder memberikan perspektif tambahan dengan mencakup sudut pandang yang telah dijelaskan dalam literatur ilmiah. Dengan demikian, kombinasi antara data primer dan sekunder membentuk dasar yang kuat untuk penyajian informasi yang mendalam dan analisis yang berimbang dalam penelitian ini.

Hasil Penelitian dan Diskusi

NR Coffee Premium, sebuah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang berfokus pada industri *Food and Beverages* (F&B), mengadopsi pendekatan strategis dengan menerapkan *Business Model Canvas* (BMC) untuk mengoptimalkan operasional dan pertumbuhan bisnis mereka. BMC memberikan kerangka kerja yang komprehensif untuk mengeksplorasi dan mengelola komponen-komponen kunci seperti segmen pelanggan yang ditargetkan, proposisi nilai unik yang mereka tawarkan, serta saluran distribusi dan hubungan pelanggan yang mereka kembangkan. Dengan menggunakan BMC, NR Coffee Premium tidak hanya memperkuat eksistensinya sebagai destinasi kuliner terkemuka yang menawarkan kopi berkualitas tinggi dan masakan Aceh autentik, tetapi juga memperluas cakupan pasar melalui strategi yang terarah dan efektif.

1. Segmen Pelanggan

NR Coffee Premium berhasil mengidentifikasi dan menargetkan berbagai segmen pelanggan yang beragam. Di antara mereka adalah pecinta kopi premium yang mencari kualitas dan cita rasa tinggi dalam setiap cangkir kopi. Selain itu, pecinta kuliner Aceh yang merindukan cita rasa autentik dari kampung halaman mereka juga menjadi segmen penting. Penggemar *live music* yang mencari tempat untuk menikmati musik sambil menikmati minuman dan makanan juga menjadi target yang signifikan. Strategi ini membantu NR Coffee Premium untuk menarik pelanggan dari berbagai latar belakang dan preferensi.

Tidak hanya itu, NR Coffee Premium juga menyasar masyarakat sekitar yang mencari tempat nyaman untuk berkumpul, mulai dari remaja yang suka menghabiskan waktu bersama teman-teman, hingga milenial yang sering mengadakan perkumpulan keluarga atau *meeting casual* dengan klien. Dengan menyediakan suasana yang ramah dan nyaman, NR Coffee Premium mampu memenuhi kebutuhan berbagai segmen pelanggan ini, menjadikan mereka pilihan utama untuk tempat berkumpul dan bersantai.

2. Proposisi Nilai

Proposisi nilai yang ditawarkan oleh NR Coffee Premium berpusat pada penyediaan kopi berkualitas tinggi dengan biji kopi pilihan, yang diolah dengan teknik terbaik untuk menghasilkan cita rasa yang memuaskan. Selain itu, masakan Aceh autentik yang disajikan dengan resep tradisional menjadi daya tarik utama bagi pelanggan yang mencari pengalaman kuliner yang berbeda dan otentik. Keaslian dan kualitas bahan baku menjadi fokus utama dalam menciptakan proposisi nilai yang unggul.

Selain kualitas produk, NR Coffee Premium juga menawarkan suasana yang nyaman dan bersahabat. Interior kafe dirancang untuk menciptakan lingkungan yang hangat dan ramah, memungkinkan pelanggan merasa seperti di rumah sendiri. Pelayanan yang personal dan ramah semakin memperkuat pengalaman positif pelanggan, memastikan bahwa setiap kunjungan menjadi pengalaman yang menyenangkan dan berkesan.

3. Saluran Distribusi

Saluran distribusi NR Coffee Premium dirancang untuk memaksimalkan aksesibilitas dan

kenyamanan bagi pelanggan. Lokasi fisik kafe yang strategis di pusat kota memastikan mudahnya akses bagi pelanggan yang ingin menikmati suasana kafe secara langsung. Penempatan ini juga membantu dalam menarik perhatian pejalan kaki dan pengunjung yang kebetulan lewat.

Di era digital ini, media sosial menjadi saluran distribusi penting yang digunakan oleh NR Coffee Premium untuk membangun komunitas *online* dan berinteraksi dengan pelanggan. Platform seperti Instagram dan Facebook digunakan untuk membagikan informasi terbaru, promosi, dan acara khusus, serta membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan. Selain itu, kemitraan dengan aplikasi pengantar makanan seperti GoFood dan GrabFood meningkatkan aksesibilitas produk NR Coffee Premium, memungkinkan pelanggan menikmati makanan dan minuman favorit mereka dari rumah.

4. Hubungan Pelanggan

NR Coffee Premium mengadopsi pendekatan yang ramah dan personal dalam membangun hubungan dengan pelanggannya. Pelayanan yang hangat dan bersahabat menjadi ciri khas, memastikan setiap pelanggan merasa dihargai dan diperhatikan. Staf yang terlatih memberikan pengalaman yang menyenangkan dan memastikan kebutuhan pelanggan terpenuhi dengan baik. Komunikasi aktif melalui media sosial juga memainkan peran penting dalam menjaga hubungan yang positif dengan pelanggan.

Program perlakuan khusus untuk pelanggan setia, seperti diskon, penawaran khusus, dan acara eksklusif, diterapkan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan. Inisiatif ini tidak hanya mendorong kunjungan berulang tetapi juga menciptakan komunitas pelanggan yang loyal dan terlibat. Dengan membangun hubungan yang kuat dan berkelanjutan, NR Coffee Premium mampu menciptakan basis pelanggan yang setia dan terus berkembang.

5. Sumber Pendapatan

Sumber pendapatan utama NR Coffee Premium berasal dari penjualan makanan dan minuman yang disajikan di kafe. Kualitas dan variasi menu yang ditawarkan menjadi faktor penting dalam menarik pelanggan dan mendorong penjualan. Selain itu, layanan *takeaway* dan *delivery* melalui aplikasi pengantar makanan seperti GoFood dan GrabFood memberikan kontribusi signifikan terhadap pendapatan, khususnya di masa pandemi ketika banyak pelanggan memilih untuk menikmati makanan di rumah.

Selain penjualan harian, NR Coffee Premium juga mendapatkan pendapatan dari penyelenggaraan acara khusus seperti *live music*, *gathering* komunitas, dan *event* lainnya. Acara-acara ini tidak hanya menarik lebih banyak pelanggan tetapi juga meningkatkan visibilitas dan reputasi kafe sebagai tempat yang menarik dan dinamis. Diversifikasi sumber pendapatan ini membantu NR Coffee Premium untuk menjaga stabilitas keuangan dan memaksimalkan potensi keuntungan.

6. Sumber Daya Kunci

Sumber daya manusia yang terlatih dan berdedikasi merupakan aset utama bagi NR Coffee Premium. Staf yang kompeten dalam penyajian makanan dan minuman, serta pelayanan yang ramah dan efisien, memastikan pengalaman pelanggan yang memuaskan. Pelatihan berkala dan pengembangan keterampilan menjadi prioritas untuk memastikan standar kualitas yang tinggi dalam setiap aspek operasional.

Lokasi strategis di pusat kota juga menjadi sumber daya kunci yang penting, menarik pelanggan dari berbagai kalangan dan memudahkan aksesibilitas. Hubungan baik dengan komunitas lokal dan pemasok bahan baku berkualitas tinggi juga mendukung kelancaran operasional dan konsistensi produk. Kolaborasi dengan komunitas lokal tidak hanya membantu dalam pemasaran tetapi juga memperkuat hubungan yang saling menguntungkan, meningkatkan dukungan dan loyalitas dari masyarakat sekitar.

7. Aktivitas Kunci

Aktivitas utama NR Coffee Premium meliputi penyajian makanan dan minuman berkualitas tinggi yang menjadi daya tarik utama bagi pelanggan. Setiap hidangan dan minuman dipersiapkan dengan teliti untuk memastikan cita rasa dan kualitas terbaik. Selain itu, manajemen operasional harian yang efisien menjadi kunci dalam menjaga kelancaran bisnis. Pengelolaan inventaris, pemeliharaan peralatan, dan pengawasan kualitas adalah bagian dari aktivitas rutin yang memastikan operasional berjalan lancar.

Strategi pemasaran yang terarah juga merupakan aktivitas kunci bagi NR Coffee Premium. Penggunaan media sosial, promosi khusus, dan acara komunitas membantu meningkatkan visibilitas dan menarik lebih banyak pelanggan. Dengan kombinasi aktivitas-aktivitas ini, NR Coffee Premium mampu menciptakan dan menyampaikan proposisi nilai yang kuat kepada pelanggannya, sekaligus memastikan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

8. Mitra Kunci

Kemitraan strategis dengan platform pengiriman makanan seperti GoFood dan GrabFood sangat penting bagi NR Coffee Premium untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan. Kerja sama ini memungkinkan pelanggan untuk menikmati produk NR Coffee Premium tanpa harus datang ke lokasi fisik, memberikan kenyamanan tambahan dan meningkatkan aksesibilitas. Selain itu, kemitraan dengan pemasok bahan baku berkualitas tinggi memastikan konsistensi dan kualitas produk yang disajikan kepada pelanggan.

Hubungan baik dengan komunitas lokal juga menjadi mitra kunci yang berharga. Dukungan dari komunitas lokal membantu dalam pemasaran dan membangun reputasi positif di kalangan masyarakat sekitar. Kerja sama dengan berbagai pihak, baik dalam hal pemasaran, logistik, maupun komunitas, memperkuat posisi NR Coffee Premium dalam industri dan membantu mereka mencapai tujuan bisnis dengan lebih efektif.

9. Struktur Biaya

Struktur biaya NR Coffee Premium mencakup beberapa komponen utama, di antaranya adalah biaya bahan baku premium, gaji karyawan, sewa lokasi, serta biaya pemasaran dan promosi. Biaya bahan baku mencakup kopi berkualitas tinggi dan bahan-bahan untuk masakan Aceh yang autentik, yang merupakan elemen penting dalam proposisi nilai mereka. Gaji karyawan juga menjadi komponen biaya yang signifikan, mengingat pentingnya sumber daya manusia yang terlatih dan berdedikasi dalam operasional sehari-hari.

Sewa lokasi yang strategis di pusat kota juga menjadi bagian dari struktur biaya yang perlu dikelola dengan baik. Selain itu, biaya pemasaran dan promosi diperlukan untuk meningkatkan visibilitas dan menarik lebih banyak pelanggan. Pengelolaan biaya yang efisien dan cermat menjadi kunci untuk memastikan keberlanjutan operasional dan profitabilitas NR Coffee Premium. Dengan strategi pengelolaan biaya yang tepat, NR Coffee Premium mampu menjaga keseimbangan antara kualitas dan efisiensi, memastikan pertumbuhan bisnis yang stabil dan berkelanjutan.

Dengan menerapkan *Business Model Canvas* (BMC) secara komprehensif, NR Coffee Premium telah berhasil memetakan dan mengoptimalkan berbagai aspek penting dalam operasional dan pertumbuhan bisnis mereka. Dari identifikasi segmen pelanggan yang beragam hingga penawaran proposisi nilai yang unik dalam kopi premium dan masakan Aceh autentik, NR Coffee Premium telah membuktikan komitmennya untuk menjadi destinasi kuliner terkemuka di pusat kota. Melalui saluran distribusi yang efisien, hubungan pelanggan yang hangat, dan sumber pendapatan yang terdiversifikasi, mereka tidak hanya memperluas cakupan pasar tetapi juga mempertahankan loyalitas pelanggan yang kuat. Sumber daya kunci seperti sumber daya manusia terlatih dan lokasi strategis mendukung operasional harian yang lancar dan konsistensi produk yang tinggi. Dengan strategi ini, NR Coffee Premium telah berhasil menciptakan fondasi yang kokoh untuk

pertumbuhan bisnis berkelanjutan, memberikan kontribusi positif bagi ekonomi lokal, serta memperkuat posisinya dalam industri *Food and Beverages* (F&B).

Simpulan dan Saran

Penerapan *Business Model Canvas* (BMC) di NR Coffee Premium telah membuktikan keefektifannya dalam mengoptimalkan strategi bisnis mereka di sektor *Food and Beverages* (F&B). BMC memungkinkan NR Coffee Premium untuk secara sistematis memetakan segmen pelanggan yang beragam, menawarkan proposisi nilai yang unik melalui kopi berkualitas tinggi dan masakan Aceh autentik, serta mengelola saluran distribusi dan hubungan pelanggan dengan efisien. Pendekatan ini tidak hanya membantu NR Coffee Premium untuk memperluas pangsa pasar dan meningkatkan pendapatan melalui layanan *takeaway* dan *delivery*, tetapi juga untuk membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan melalui pelayanan personal dan program loyalitas. Sumber daya kunci seperti staf terlatih dan lokasi strategis di pusat kota menjadi faktor pendukung utama dalam kesuksesan operasional mereka.

Untuk memperkuat posisi mereka dalam industri F&B, NR Coffee Premium dapat mempertimbangkan beberapa saran berikut. Pertama, meningkatkan kehadiran digital dan pemasaran *online* melalui platform media sosial untuk lebih mendekati dan memperluas basis pelanggan. Kedua, terus memperbarui dan diversifikasi menu untuk mempertahankan daya tarik pelanggan dan mengikuti tren pasar yang berkembang. Ketiga, meningkatkan kerja sama dengan komunitas lokal dan pemasok untuk memastikan ketersediaan bahan baku berkualitas dan mendukung inisiatif lokal. Terakhir, terus melakukan evaluasi rutin terhadap struktur biaya dan efisiensi operasional untuk mengoptimalkan profitabilitas dan keberlanjutan bisnis jangka panjang.

Dengan mengimplementasikan saran-saran ini, diharapkan NR Coffee Premium dapat terus berkembang dan menjadi pemain kunci dalam industri F&B, memberikan kontribusi positif bagi perekonomian lokal dan meningkatkan pengalaman pelanggan secara berkelanjutan.

Ucapan Terima Kasih

Dengan menyelesaikan penelitian ini, kami ingin mengucapkan terima kasih kepada semua orang yang telah membantu selama prosesnya. Kami mengucapkan terima kasih yang tulus kepada pemilik dan manajer NR Coffee Premium yang telah dengan tulus menyediakan waktu dan informasi yang sangat berharga untuk memungkinkan penelitian ini berjalan dengan baik dan berhasil. Kami juga berterima kasih kepada seluruh tim peneliti dan rekan kerja yang telah menunjukkan dedikasi dan kerja keras sepanjang proses penelitian ini. Penelitian ini tidak akan selesai dengan baik dan tepat waktu jika seluruh tim tidak bekerja sama dan berkomitmen. Akhir kata, kami berharap hasil penelitian ini akan membantu pertumbuhan NR Coffee Premium dan UMKM lainnya di Indonesia. Semoga hasil dan saran kami dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Terima kasih banyak.

Daftar Pustaka

Augustine, A. C., Maryrose, C. I., Dogo, E. M., Uchenna, O. C., Musawa, M. S., Polytechnic, F., Namoda, K., Ahmad, K., Tunn, U., Onn, H., Bharathi, D., Kholopane, P., Lehohla, T., Africa, S., Praharsi, Y., & Suhardjito, G. (2020). *Proceedings Proceedings*.

CANVAS (BMC) *Business Model Analysis of KNM Fish Farm with Business Model Canvas (BMC) Approach*. *J. Sosek KP*, 9(1), 185–194.

- Fauziah, P. (2020). Strategi Pengembangan UMKM Menggunakan *Business Model Canvas*. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 2(2), 109–115.
- Herawati, N., Lindriati, T., & Suryaningrat, I. B. (2019). Penerapan Bisnis Model Kanvas Dalam Penentuan Rencana Manajemen Usaha Kedelai Edamame Goreng. *Jurnal Agroteknologi*, 13(01), 42. [PENERAPAN BISNIS MODEL KANVAS DALAM PENENTUAN RENCANA MANAJEMEN ... - UNEJ](#)
- Natallia, D., Susanti, L. W., Herisen, H., & Malind, M. (2022). *Business Model Canvas* Bagi UMKM Moii Foods. *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK)*, 1, 154–160. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol1.2022.33>
- Prasetyo, B. B., Baga, L. M., & Yuliati, L. N. (2018). Strategi Pengembangan Bisnis *Rhythm of Empowerment* Dengan Pendekatan Model Bisnis Kanvas. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*, 4(2), 296–307. [Strategi Pengembangan Bisnis Rhythm of Empowerment Dengan Pendekatan ...](#)
- Saleh, A. (2018). Analisis Perancangan Bio Briket Biji Salak Menggunakan Bisnis Model Kanvas. *Jurnal Teknik Industri: Jurnal Hasil Penelitian dan Karya Ilmiah dalam Bidang Teknik Industri*, 4(1), 15. [Analisis Perancangan Bio Briket Biji Salak Menggunakan Bisnis Model Kanvas](#)
- Setiawan, M. H., Prayekti, P., & Kurniawan, I. S. (2020). Faktor Yang Mempengaruhi Organizational Citizenship Behavior (OCB) Badan Usaha Milik Desa. *JBTI: Jurnal Bisnis Teori dan Implementasi*, 11(1), 23–34. [FAKTOR YANG MEPENGARUHI ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR \(OCB\) BADAN ...](#)
- Sofyan, S. (2017). Peran UMKM. *Bilancia*, 11(1), 32.
- Solihah, E., Hubeis, A. V. S., & Maulana, A. (2014). Analisis Model Bisnis Pada Knm Fish Farm Dengan Pendekatan Business Model