

Pengembangan Bisnis pada UMKM Kwace Bali Menggunakan Pendekatan Business Model Canvas (BMC)

1st Made Bagus Paramartha Dharma WIjaya
Fakultas Ilmu Terapan
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia

bagusparamartha@student.telkomuniversity.ac.id

2nd Rennyta Yusiana
Fakultas Ilmu Terapan
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia

rennytayusiana@telkomuniversity.ac.id

Abstrak — ketatnya persaingan pada industri kain tenun tradisional dan menurunnya daya beli konsumen membuat penurunan pendapatan pada Kwace Bali. Oleh karena itu Kwace Bali melakukan usaha untuk meningkatkan penjualan produknya dengan cara melakukan pengembangan produk dan merubah pangsa pasar. Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami strategi pengembangan produk sebagai upaya meningkatkan penjualan Kain Tenun Traditional pada Kwace Bali.

Teori yang digunakan yaitu teori bisnis model canvas yang terdiri dari 9 elemen dilanjutkan dengan analisis SWOT. Dalam penelitian ini, penulis menerapkan pendekatan Business Model Canvas untuk memvisualisasikan model bisnis Kwace Bali. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi dari narasumber.

Penulis melakukan penelitian dan wawancara untuk memperoleh gambaran mengenai business model Kwace Bali yang sedang berjalan saat ini. Selain itu, penulis juga melakukan analisis SWOT terhadap business model canvas yang ada, mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, ancaman, dan peluang yang dihadapi oleh Kwace Bali. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, penulis berhasil membuat business model canvas baru yang dapat digunakan sebagai opsi strategi dalam upaya pengembangan dan keberlanjutan bisnis Kwace Bali

Kata Kunci : *Business Model Canvas*, UMKM, SWOT, Kwace Bali

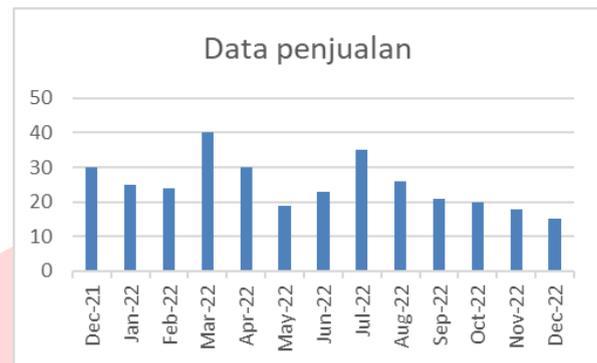
I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kain tenun tradisional Bali, seperti kain gringsing, kain songket, dan kain endek, merupakan jenis kain yang masih lestari dan dapat ditemui dengan mudah hingga saat ini. Kain-kain ini memiliki warisan turun temurun sejak masa kerajaan Bali (Sudiartini et al., 2022).

Kain endek mempunyai tempat yang spesial di dalam hati masyarakat Bali karena penggunaannya tidak hanya terbatas pada upacara keagamaan atau kalangan istana. Pada tahun 1930-an, dengan berkembangnya pariwisata di Bali, kain tenun endek mulai menarik perhatian, meskipun berada di bawah kekuasaan kolonial. Kain endek diproduksi dengan tujuan wisata, sebagai oleh-oleh bagi para wisatawan (Sudiartini et al., 2022). Wisatawan yang mengunjungi Bali, tidak hanya menikmati keindahan alamnya, tetapi juga dapat membawa pulang kenangan tentang Bali melalui pembelian kain endek.

Penggunaan kain endek mulai mengalami penurunan secara bertahap, seiring dengan berkurangnya permintaan terhadap kain tersebut. Dalam perkembangan waktu, masyarakat semakin kurang antusias dalam menggunakan kain endek (Ni Made Ariani., 2019).



GAMBAR 1.1

Grafik Penjualan Produk Kwace Bali

Sumber: Dokumentasi UMKM Kwace Bali, 2023

Berdasarkan data diatas, Kwace Bali harus mampu beradaptasi dengan kondisi saat ini dan dapat menghadapi persaingan dengan pesaing agar dapat mengoptimalkan penjualan. Bisa dilihat pada grafik pada gambar 1.6 bahwa penjualan Kwace Bali mengalami penurunan pada periode agustus 2022 sampai desember 2022.

Perkembangan kain tenun tradisional Endek dihadapkan pada ancaman disaini oleh kain adaptasi modern, di mana busana modern dianggap lebih menarik dibandingkan dengan produk kain tradisional. Oleh karena itu, diperlukan strategi untuk mengembalikan minat konsumen terhadap kain tradisional tersebut sehingga tidak hanya diminati oleh pegawai atau ASN, tetapi juga oleh remaja dan orang tua. Dengan demikian, permasalahan yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap kain tenun Endek dapat diatasi (Yofhi dkk, 2018).

Kwace Bali perlu mengubah strategi persaingannya dengan tujuan mencapai pertumbuhan bisnis yang lebih baik. Untuk mencapai hal ini, perusahaan perlu melakukan perencanaan strategis, perbaikan, dan pengembangan pada model bisnis Kwace Bali. Dengan menggunakan Bisnis Model Canvas, perusahaan dapat secara visual menggambarkan hubungan antara komponen bisnisnya. Hal ini bertujuan agar Kwace Bali dapat bersaing di pasar dan industri yang serupa, memperluas bisnisnya secara nasional, menarik minat pasar anak muda, dan mengembangkan potensi kain endek untuk digunakan dalam berbagai bidang, termasuk dalam industri mode.

Penelitian ini akan menggambarkan, menjelaskan, dan menganalisis secara rinci model bisnis Kwace Bali yang ada menggunakan pendekatan *Business Model Canvas*. Selanjutnya, akan melakukan analisis SWOT terhadap setiap blok dalam Business Model Canvas yang ada secara keseluruhan. Hasil analisis tersebut akan digunakan untuk menyusun Business Model Canvas baru yang telah dievaluasi

dan siap untuk diterapkan pada Kwace Bali.

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis merasa tertarik untuk melaksanakan penelitian dengan tema “Pengembangan Bisnis pada UMKM Kwace Bali menggunakan pendekatan Business Model Canvas (BMC)”

B. Rumusan Masalah

Ketatnya persaingan dibidang industry tenun kain endek menyebabkan Kwace Bali harus melakukan reformulasi dan pengembangan atas strategi bisnis di masa yang akan datang untuk dapat bersaing.

Dari beberapa uraian di atas, adapun rumusan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana model bisnis Kwace Bali berdasarkan business model canvas ?
2. Bagaimana analisis SWOT terhadap business model canvas Kwace Bali?
3. Bagaimana usulan model bisnis baru untuk Kwace Bali?

C. Tujuan Penelitian

Hasil dari ini penelitian diharapkan dapat memberikan sejumlah manfaat diantaranya sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui model bisnis Kwace Bali berdasarkan business model canvas.
2. Untuk mengetahui analisis SWOT terhadap business model canvas Kwace Bali
3. Untuk memberikan model bisnis baru untuk Kwace Bali

II. LANDASAN TEORI

A. Manajemen Pemasaran

Menurut Meithiana indrasari (2019:8) Manajemen pemasaran melibatkan tahapan analisis, perencanaan, dan pelaksanaan., memantau, dan pengendalian kegiatan pemasaran bertujuan untuk mencapai tujuan bisnis secara sistematis, efisien.

B. Business Model Canvas

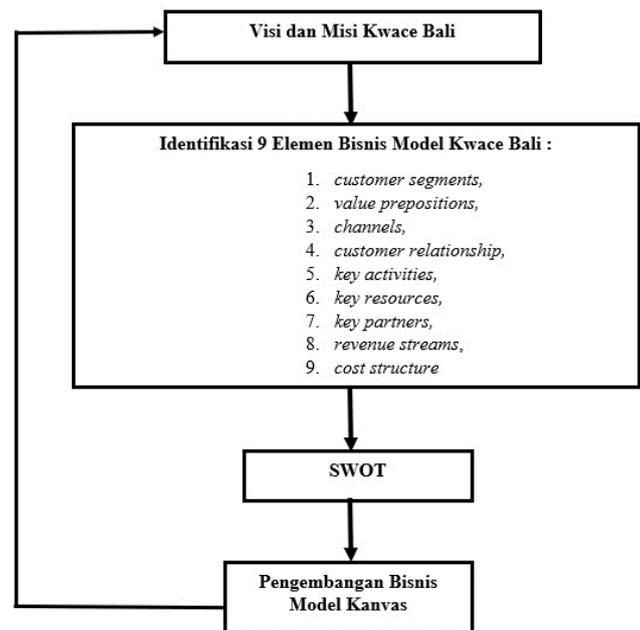
Menurut David J. Bland dan Osterwalder (2020:2), model bisnis merupakan sebuah alat yang memungkinkan para pemangku kepentingan bisnis untuk memiliki pemahaman yang lebih jelas dan memperbarui profil perusahaan yang sedang beroperasi

C. Analisis SWOT

Analisis SWOT yaitu sebuah *tools* strategi bisnis yang bisa digunakan untuk mengevaluasi kinerja relatif sebuah perusahaan terhadap pesaing. Menurut (Phadermrod et al., 2019). Keempat komponen pada analisis SWOT bertujuan untuk mendeteksi aspek-aspek dari dalam dan dari luar. (strengths) mengacu pada faktor-faktor internal yang dimiliki oleh organisasi yang membantu dalam pencapaian tujuan, sedangkan kelemahan (weaknesses) merupakan faktor dari dalam yang menghambat kesuksesan perusahaan. (opportunities) adalah aspek dari luar yang dapat membantu perusahaan mencapai tujuan, baik melalui faktor lingkungan yang positif maupun peluang untuk mengatasi kekurangan dan memulai kegiatan baru. (threats), di sisi lain, adalah faktor lingkungan dari luar yang menjadi hambatan atau potensi ancaman terhadap pencapaian tujuan organisasi Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Benzaghta et al. (2021), Hasbullah et al. (2021), dan Widi Oetomo dan Ardini (2012)

D. Kerangka Pemikiran

Adapaun kerangka pemikiran sebagai berikut:



GAMBAR 2.1

Kerangka Pemikiran Penelitian

Sumber: Dokumentasi UMKM Kwace Bali, 2023

III. METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Menurut Sugiyono sebagaimana dikutip dalam buku Anggito & Setiawan (2018:8), metode penelitian kuantitatif dapat dijelaskan sebagai suatu metode di mana analisis data dilakukan secara induktif dan kualitatif, sedangkan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada relevansi daripada generalisasi. Dalam konteks topik yang akan diteliti, penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian deskriptif yang menggunakan metode kualitatif

B. Jenis Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan deskriptif dalam penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dan menafsirkan objek penelitian sesuai dengan kondisi yang ada (Hermawan, 2019:36). Sementara itu, penelitian kualitatif, seperti yang diungkapkan oleh Hendryadi et al. (2019:218), menggunakan pendekatan naturalistik untuk memahami fenomena sosial secara mendalam

Dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Menurut Hardani (2020:255) Penulisan kualitatif adalah proses dan makna yang belum diteliti atau diukur secara ketat, berdasarkan sifat realitas yang dibangun di atas hubungan erat sosial antara yang diteliti dan penulis, tekanan situasi yang membentuk penelitian. sarat, dan itu menekankan cara pengalaman sosial dibentuk dan diberi makna. Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk perencanaan, pelaksanaan, evaluasi Business Model Canvas UMKM Kwace Bali

C. Penentuan Informan

Menurut Sugiyono (2018), dalam penelitian kualitatif, sumber informasi terdiri dari informan atau narasumber yang memiliki keterkaitan dengan permasalahan yang diteliti dan mampu memberikan informasi yang sesuai dengan situasi dan kondisi latar belakang penelitian.

Informan adalah sumber penjelasan yang memberikan informasi detail dan komprehensif tentang subjek penelitian. Informan atau sumber data yang dipilih oleh peneliti harus

memenuhi kriteria di atas dan sesuai dengan kondisi dari objek yang diteliti. Informan yang dipilih adalah:

1. Informan Utama:
 - a. Ibu Sari Dewi sebagai pemilik dari UMKM Kwace Bali
2. Informan Pendukung:
 - a. Diah Gitanjali selaku designer dari Kwace Bali
 - b. Komang Ayu selaku Karyawan Kwace Bali
 - c. Desi Made Arini selaku Kepala Toko Nogo Ikat Bali

D. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan tahap yang sangat krusial dalam penelitian, karena bertujuan untuk mencapai tujuan utamanya untuk memperoleh data yang relevan dan berkualitas. Ada beberapa metode yang sering digunakan dalam pengumpulan data yaitu:

1. Observasi

Sugiyono (2019:297) menyatakan Observasi adalah fondasi dari seluruh ilmu pengetahuan, di mana peneliti memerhatikan perilaku dan makna untuk memperoleh pemahaman.

2. Wawancara

Menurut Esterberg, sebagaimana dikutip dalam Sugiyono (2022:114), terdapat beberapa jenis wawancara yang dapat dilakukan, antara lain wawancara yang memiliki struktur yang jelas, wawancara yang memiliki struktur sebagian, dan wawancara yang tidak memiliki struktur yang kaku.

3. Dokumentasi

Sugiyono (2018:240) menjelaskan bahwa dokumentasi merupakan kegiatan mencatat peristiwa yang telah terjadi dalam berbagai bentuk seperti gambar, foto, sketsa, dan sejenisnya. Dokumentasi memiliki peran penting sebagai pelengkap dalam penggunaan metode observasi dan wawancara

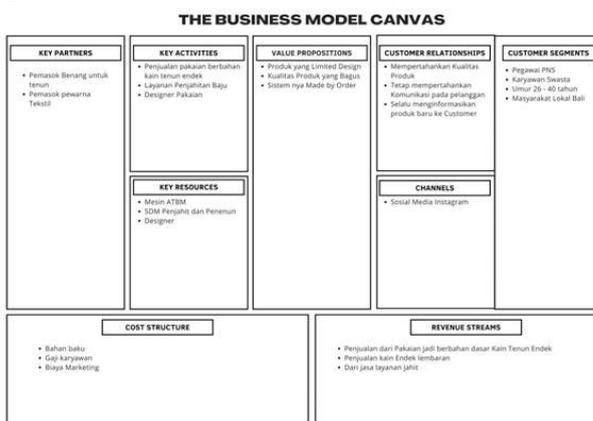
4. Triangulasi

Menurut Wiliam Wiersma seperti yang dikutip oleh Sugiyono (2022:189), triangulasi dalam pengujian kredibilitas dapat dijelaskan sebagai proses memeriksa data dari berbagai sumber dengan menggunakan berbagai metode dan dilakukan pada waktu yang berbeda. Oleh karena itu, terdapat pendekatan triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan triangulasi waktu yang dapat digunakan.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini diperoleh dari interview yang dilakukan peneliti kepada Ibu Sari Dewi sebagai owner Kwace Bali, Diah Gitanjali sebagai Designer Kwace Bali, Desi Made Arini sebagai Kepala Toko Nogo Ikat Bali, Berdasarkan hasil wawancara tersebut, diperoleh pemahaman tentang model bisnis canvas yang saat ini dimiliki oleh Kwace Bali yaitu:



GAMBAR 4.1

Kerangka Pemikiran Penelitian

Sumber: Dokumentasi UMKM Kwace Bali, 2023

B. Analisis SWOT Terhadap Business Model Canvas Kwace Bali

Rangkuti (2019) mengemukakan bahwa analisa SWOT adalah proses mendeteksi faktor-faktor secara terstruktur untuk mengembangkan strategi dari perusahaan. Hal ini bertujuan untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang, serta meminimalisir kelemahan dan ancaman. Hasil identifikasi SWOT pada BMC Kwace Bali sebagai berikut:

1. Strength

- a. Memiliki branding yang kuat pada PNS, Karyawan Swasta dan Pasar Lokal.
- b. Memiliki produk dengan kualitas bagus dan *limited design*.
- c. Sudah menggunakan platform *social media* yaitu Instagram yang sudah banyak pengikutnya.
- d. Memberikan pelayanan special terhadap *prime customer*.
- e. Memiliki sumber pemasukan selain penjualan kain endek yaitu kain lembaran, pelayanan jahit.
- f. Memiliki mesin ATBM, memiliki toko sendiri.
- g. Selain menjual pakaian endek Kwace Bali sering mengikuti acara *fashion show*
- h. Memiliki pemasok yang sudah bekerja sama jangka panjang
- i. Mempunyai outlet sendiri tidak perlu membayar sewa gedung.

2. Weakness

- a. Segmen pasar yang terlalu fokus kepada PNS yang notabene pembeliannya tidak terus menerus
- b. Kurang memiliki produk premium seperti kain endek sutra
- c. belum menggunakan social media selain instagram
- d. Belum mempunyai *database* pelanggan berupa nomor telephone atau email
- e. Bahan baku sering mengalami kekosongan
- f. Kurangnya memiliki mesin ATBM untuk menunjang proses tenun
- g. Pengrajin tenun yang kurang memadai untuk menunjang kratifitas dalam ajang *fashion show*
- h. Pengrajin binaan yang sedikit memiliki kemampuan dalam membuat motif baru
- i. Kurangnya modal dalam maintenance alat ATBM

3. Opportunities

- a. Daya beli pasar anak muda yang cukup tinggi
- b. Adanya peluang terhadap bahan kain endek sutra dikalangan pejabat dan wisatawan luar negeri
- c. Perkembangan teknologi yang pesat berpeluang untuk meraih consumer baru
- d. Calon customer yang membutuhkan produk da tertarik pada produk Kwace Bali
- e. Banyaknya Kegiatan *fashion show* yang bisa berpeluang untuk menambah *revenue stream*
- f. Dapat bekerjasama dengan pemerintah untuk penambahan alat
- g. Peluangnya yaitu acara *fashion show* dapat meningkatkan *brand awarness*
- h. Bekerjasama dengan pemerintah untuk mengadakan *workshop*
- i. Peluang dengan penambahan modal dan mendambahkan bahan baku secara volume dan dapat mengurangi biaya hpp

4. Threats

- a. Banyaknya kompetitor memiliki segmen yang sama dan lebih inovatif
- b. Kompetitor memiliki varian produk premium seperti kain endek sutra
- c. Kompetitor yang sudah menggunakan social media dan mempunyai tempat strategis

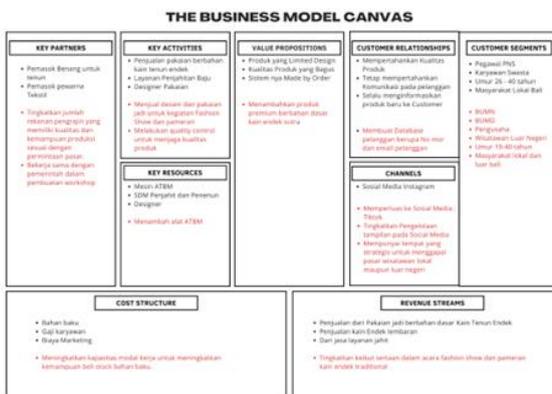
- d. Kompetitor yang sudah memiliki data base pelanggan
- e. Ketergantungan terhadap *supply* bahan baku
- f. Kompetitor sudah tercukupi dari segi alat ATBM
- g. Kurangnya minat masyarakat terhadap acara fashion show apabila fashion show tidak inovatif
- h. Keterbatasan pasokan bahan baku dari partner Kwace Bali
- i. Biaya bahan baku naik

C. Matriks SWOT

Matriks SWOT digunakan untuk mengembangkan strategi dengan mempertimbangkan empat posisi yang berbeda. Strategi SO (Strengths-Opportunities) melibatkan pemanfaatan maksimal kekuatan dan peluang organisasi. Strategi WO (Weaknesses-Opportunities) berfokus pada pemanfaatan peluang dan eliminasi kelemahan. Strategi ST (Strengths-Threats) menggunakan kekuatan organisasi untuk menghadapi ancaman yang ada. Sementara itu, strategi WT (Weaknesses-Threats) bertujuan untuk meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman (leigh, 2015:115-140)

D. Strategi Baru Business Model Canvas Kwace Bali

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, peneliti dapat merekomendasikan tambahan pada bagian business model canvas Kwace Bali yang sedang berjalan saat ini. Hasil strategi yang diperoleh dari analisis matriks SWOT kemudian diimplementasikan dalam business model canvas yang tergambar pada Gambar 4.2:



GAMBAR 4.2 Business Model Canvas baru UMKM Kwace Bali Sumber: Dokumentasi UMKM Kwace Bali, 2023

V. KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Dari hasil pembahasan dan penelitian yang sudah disajikan, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi model bisnis Kwace Bali dengan menggunakan pendekatan Business Model Canvas. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis model bisnis Kwace Bali melalui analisis SWOT. Di samping itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menyusun model bisnis Kwace Bali yang baru. Dengan demikian, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut

TABEL 5.1

<i>Customer Segments</i>	Karyawan BUMN,BUMD, pengusaha, wisatawan luar negeri, umur 19-40 tahun, masyarakat lokal bali dan luar bali
<i>Value Proposition</i>	Produk premium Kain Endek Sutra
<i>Channels</i>	Tingkatkan pengelolaan media social, memperluas social media ke tiktok, mempunyai tempat yang strategis
<i>Customer Relationship</i>	Membuat data base pelanggan berupa nomor telephone, email
<i>Revenue Streams</i>	Tingkatkan keikut sertaan dalam acara fashion show
<i>Key Resource</i>	Menambahkan alat ATBM
<i>Key Activities</i>	Melakukan Quality control untuk menjaga kualitas produk
<i>Key Partners</i>	Tingkatkan jumlah rekanan pengrajin yang memiliki kualitas produksi
<i>Cost Structure</i>	Meningkatkan kapasitas modal kerja

Sumber: Dokumentasi UMKM Kwace Bali, 2023

B. Saran

1. Aspek Teoritis

a. Bagi Akademisi

Hasil penelitian menyarankan agar para akademisi memanfaatkan temuan penelitian ini dalam konteks pengembangan strategi pertumbuhan bisnis dengan menggunakan pendekatan business model canvas dan analisis SWOT, serta memanfaatkan sumber daya yang tersedia untuk penelitian selanjutnya

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai saran untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar peneliti melibatkan matriks QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix) dalam analisis strategis. Selain itu,

peneliti juga disarankan untuk mengambil sampel pelanggan sebagai bagian dari penelitian untuk mendapatkan hasil strategi baru yang dapat diprioritaskan dan diimplementasikan oleh perusahaan

2. Aspek Praktis

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan dalam Bab 4, Kwace Bali diharapkan dapat mengimplementasikan rekomendasi sebagai strategi baru dalam pengembangan bisnis dan menghadapi persaingan industri. Berikut adalah saran strategi praktis yang disampaikan oleh peneliti:

Memperkuat branding dan promosi untuk meningkatkan kesadaran merek dan menarik konsumen baru. Hal ini dapat dilakukan dengan membuat kampanye promosi yang kreatif dan efektif serta memperluas jaringan kemitraan dan kerjasama dengan pihak terkait selain itu aspek yang penting juga yaitu

Menjaga kualitas produk dan tetap berinovasi untuk produknya Kwace Bali perlu menjaga kualitas produknya agar tetap memenuhi standar dan kebutuhan konsumen. Hal ini dapat dilakukan dengan mengembangkan sistem kontrol kualitas yang baik dan melibatkan seluruh karyawan dalam upaya menjaga kualitas produk.

REFERENSI

Buku

- Agustina, T. S. (2022). *Teori dan Praktik Bisnis Model Kanvas untuk UMKM*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Alex Osterwalder, Y. P. (2020). *The Invincible Company*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Hermawan, I. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan Mixed Method*.
- Manajemen, T. P. (2012). *Business Model Canvas Penerapan di Indonesia*. Jakarta: Penerbit PPM.

Penelitian Terdahulu

- Akbar, F. M. (2022). *Analisis Pengembangan Bisnis Menggunakan Pendekatan Bisnis Model Canvas dan Analisis SWOT pada Manasuka Coffee*. Bandung: Open Library Telkom University.
- Akbari, N. (2022). *Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Menggunakan Business Model Canvas (BMC) dan Analisis SWOT (Studi Kasus pada Sunda Coffee Space)*. Bandung: Open Library Telkom University.
- Ariani, N. M. (2019). Pengembangan Kain Endek Sebagai Produk Penunjang Pariwisata Budaya di Bali. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*.
- Chriswardana Bayu Dewa, L. A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal pariwisata dan Budaya. Volume 12 nomor 1*.
- Dian Sudiantini, P. H. (2023). Peran Manajemen Pemasaran Global Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*.
- Hambali, S. A. (2021). Formulasi Strategi Pengembangan Bisnis Menggunakan Pendekatan Business Model Canvas (BMC) dan SWOT Analisis Dalam Upaya

Meningkatkan Daya Saing pada Piring Seng Coffee&CO Tunjungan Surabaya. *Journal of Applied Business Administration*.

Justinus H Kaseger, P. B. (2022). ANALISIS SWOT PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN LAYANAN INDOSAT LEASED LINE DI SURABAYA. *Jurnal Ekonomika 45 Vol 9 No 2*.

Nooh, M. N. (2019). Is There a Need for Cooperative Business Model Canvas. *The International Journal of Business Management and Technology, Volume 3*.

Putra, G. B. (2022). *Perancangan Model Bisnis CV. Gilang Putra Menggunakan Pendekatan Business Model Canvas (BMC)*. Bandung: Open Library Telkom University.

Rachmad Zainuri, P. B. (2023). Tinjauan Literatur Sistematis: Analisis SWOT dalam Manajemen Keuangan Perusahaan. *Jurnal Maneksi Vol 12, No. 1*.

Rachmad Zainuri, P. B. (2023). Tinjauan Literatur sistematis: Analisis SWOT dalam Manajemen Keuangan Perusahaan. *JURNAL MANEKSI VOL 12, NO. 1*.

Viali, A. S. (2018). Strategi Pengembangan Bisnis Cargo Pt Garuda Indonesia, TBK dengan Pendekatan Business Model Canvas. *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis Vol. 4 No 3*.

Wardana, H. (2022). Strategi Pengembangan Bisnis Melalui Pendekatan Business Model Canvas pada Kedai Kabur Bontang. *JATRI- Jurnal Teknik Industri Vol. 1, No. 1*.

Zulkarnain, M. G. (2020). Strategi Pengembangan Bisnis Melalui Pendekatan Business Model Canvas pada PT Pitu Kreatif Berkah. *Journal Industrial Services*.

Website

- baliprov. (2019). *Namun upaya promosi dan pengembangan IKM tenun masih menghadapi sejumlah masalah*. Diambil kembali dari <https://jdih.baliprov.go.id>.
- Denpasar, P. K. (2019). Diambil kembali dari <https://www.denpasarkota.go.id/>.

