

Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin**Volume 3, Nomor 10, November 2025, P. 118-125****E-ISSN: 2986-6340****Licensed by CC BY-SA 4.0****DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.17639475>**

Optimalisasi Strategi Pengembangan Usaha Nugget Sayur dengan *Business Model Canvas (BMC)* dan Penetapan Harga Jual Berdasarkan Perhitungan HPP di KWT Kenanga Persada

Optimization of Vegetable Nugget Business Development Strategies through the Business Model Canvas (BMC) Framework and Selling Price Determination Based on Cost of Goods Manufactured (COGM) Calculation at KWT Kenanga Persada

Alitna Liberti Gustav¹, Dita Meliana², Susanti Sundari^{3*}

Universitas Tulang Bawang, Jl. Gajah Mada 34 Kotabaru, Bandar Lampung

*Email korespondensi: susantisundari09@gmail.com

Abstrak

Kebutuhan nyata KWT Kenanga Persada untuk bertransformasi dari kelompok produksi biasa menjadi unit bisnis yang terencana dan profitabel mendasari penelitian ini dilakukan. Riset ini bertujuan untuk mengoptimalkan strategi pengembangan usaha nugget sayur yang diproduksi, melalui pendekatan *Business Model Canvas (BMC)* dan penetapan harga jual berdasarkan perhitungan Harga Pokok Penjualan (HPP). Inovasi produk ini didorong oleh rendahnya tingkat konsumsi sayur pada masyarakat, terutama anak-anak, dengan menambahkan sayuran pakcoy ke dalam nugget, yang kaya nutrisi namun memiliki rasa tidak dominan. Hasil analisis BMC menunjukkan bahwa usaha ini memiliki pondasi kuat untuk pertumbuhan, didukung oleh proposisi nilai unik: nugget sayur pakcoy yang homemade, praktis, dan cepat saji. Segmen pelanggan intinya mencakup orang tua dengan anak kecil dan individu yang sadar kesehatan (*Health-Conscious Consumers*). Selanjutnya, perhitungan HPP menggunakan metode *full costing* menentukan kelayakan finansial. Total biaya produksi untuk 15 pack produk adalah Rp 134.764,-, menghasilkan HPP per unit sebesar Rp 8.985,-. Dengan menargetkan laba 30%, harga jual yang direkomendasikan adalah sekitar Rp 11.500,- hingga Rp 12.000,- per pack. Optimalisasi strategi melalui BMC dan HPP ini dapat meningkatkan kapasitas produksi, memperluas pasar, dan mencapai kemandirian ekonomi KWT Kenanga Persada.

Kata Kunci: BMC, HPP, KWT, Nugget Sayur

Abstract

The study is driven by the urgent need for KWT Kenanga Persada (Women Farmers Group) to transition from a conventional collective into a planned, profitable business unit. The primary objective is to optimize the vegetable nugget business strategy using the Business Model Canvas (BMC) framework and establish a viable selling price based on Cost of Goods Sold (COGS) calculations. The product innovation, incorporating nutrient-rich, flavor-neutral pakcoy is designed to counteract the low vegetable consumption rate, particularly among children. BMC analysis confirms a robust foundation for growth, supported by the unique value proposition of homemade, practical, and ready-to-serve pakcoy vegetable nuggets. Key customer segments are identified as parents with small children and health-conscious consumers. Financial feasibility was determined using the full costing COGS method. The total production cost for 15 packs was calculated at Rp 134,764, resulting in a unit COGS of Rp 8,985. Targeting a 30% profit margin, the recommended selling price is between Rp 11,500 and Rp 12,000 per pack. This strategic optimization, integrating BMC and COGS analysis, is projected to significantly enhance production capacity, expand market reach, and ensure the economic self-sufficiency of KWT Kenanga Persada.

Keywords: BMC, COGS, KWT, Vegetable Nuggets

Article Info

Received date: 25 Oktober 2025

Revised date: 15 November 2025

Accepted date: 18 November 2025

PENDAHULUAN

Berdasarkan laporan Survei Kesehatan Indonesia (SKI) tahun 2023, tingkat konsumsi sayur dan buah masyarakat Indonesia, termasuk anak-anak, berada jauh di bawah batas minimal yang dianjurkan, terbukti dengan tingkat kasus kurang konsumsi yang mencapai lebih dari 96%. Tingginya angka ini menggarisbawahi krisis perilaku makan pada anak di Indonesia. Dalam konteks ini, pengembangan produk pangan yang inovatif menjadi penting sebagai strategi untuk menjembatani kesenjangan gizi akibat rendahnya penerimaan dan ketidaksukaan anak terhadap konsumsi sayur dalam bentuk umum

(Arif, S., et al 2020). Pertumbuhan kesadaran masyarakat akan pentingnya gizi seimbang dan panganekaragaman pangan membuka peluang besar bagi pengembangan produk olahan berbahan sayuran (Yusran, R., et al 2023). Salah satu inovasi yang menarik adalah nugget sayur, yang menawarkan alternatif makanan praktis, bergizi, dan digemari oleh berbagai kalangan, termasuk anak-anak, yang seringkali enggan mengonsumsi sayuran utuh.

Kelompok Wanita Tani (KWT) didefinisikan sebagai kelompok non-formal yang anggotanya adalah para perempuan (petani wanita atau istri petani) yang bergerak di bidang pertanian. Pembentukannya didasarkan pada kedekatan, kesamaan kepentingan, dan keserasian dalam memanfaatkan sumber daya pertanian secara kolektif untuk mencapai tujuan bersama. KWT menjadi wadah penting yang secara spesifik berfokus pada kegiatan produktif dalam skala rumah tangga, seringkali berbeda dengan kelompok tani umum yang didominasi laki-laki.

KWT Kenanga Persada merupakan salah satu Kelompok Wanita Tani yang berada di Kelurahan Kaliawi Kecamatan Tanjung Karang Pusat, Kota Bandar Lampung. KWT Kenanga persada beranggotakan 15 orang yang terdiri dari ibu-ibu rumah tangga, dengan bermodalkan sebidang tanah yang bisa ditanami sayuran dan ingin mempunyai usaha serta pemasukan tambahan. Maka dari itu Kelompok Wanita Tani (KWT) Kenanga Persada membuat inovasi nugget dengan tambahan sayuran, sayuran yang digunakan adalah tanaman pakcoy. Pakcoy adalah sayuran yang memiliki rasa yang tidak dominan tidak mengubah rasa utama nugget, serta kaya akan Vitamin A, C, K, dan serat. Penambahannya secara efektif meningkatkan nilai gizi produk olahan, menjadikannya pilihan yang lebih sehat dan merupakan inovasi untuk memasukkan sayuran ke dalam menu harian terutama anak-anak yang tidak suka mengonsumsi sayur. Berikut adalah gambar produk nugget sayur KWT Kenanga Persada :



Gambar 1. Produk nugget sayur KWT Kenanga Persada

Sumber: Peneliti, 2025.

KWT Kenanga Persada ingin mengembangkan usahanya agar produk nugget sayur dapat dikenal lebih jauh oleh masyarakat. Dengan mengintegrasikan analisis strategi dan perhitungan yang tepat, diharapkan penelitian ini dapat menghasilkan rekomendasi praktis bagi KWT Kenanga Persada dalam meningkatkan kapasitas produksi, memperluas jangkauan pasar, dan pada akhirnya, mencapai kemandirian ekonomi serta berkontribusi pada peningkatan konsumsi sayuran lokal.

Era digital mengharuskan bisnis untuk terus beradaptasi dan berinovasi. Oleh karena itu, optimalisasi strategi usaha terutama yang berkaitan dengan penentuan harga jual berbasis perhitungan Harga Pokok Penjualan (HPP) yang menjadi faktor kunci yang semakin menentukan keberhasilan.

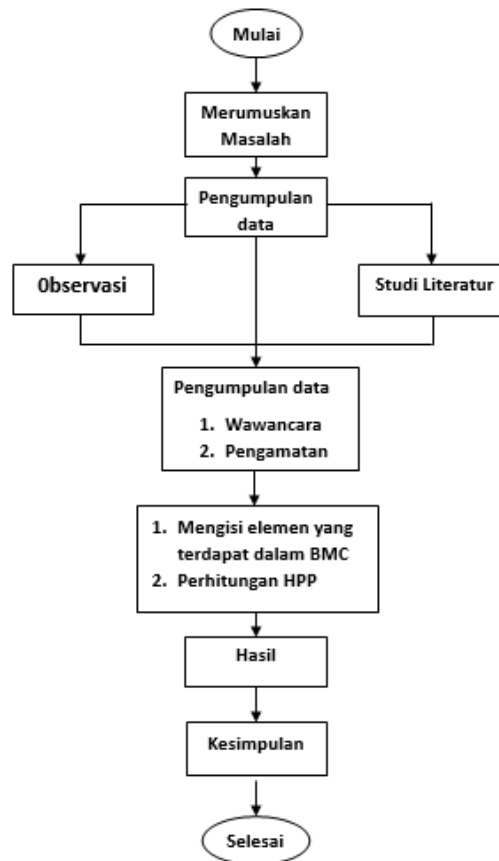
Beberapa metode populer saat ini yang dapat digunakan untuk mengembangkan strategi usaha antara lain adalah *Business Model Canvas*. *Business Model Canvas* sebagai salah satu instrumen strategi bisnis mutakhir, memberikan solusi kepada pelaku usaha untuk mengatasi tantangan dalam dunia bisnis (Tahayudin et al., 2022). Melalui pendekatan visualnya, *Business Model Canvas* memperlihatkan secara terperinci dan terhubungnya komponen-komponen utama dalam suatu bisnis. Ini memungkinkan pemilik usaha untuk mengevaluasi konsepnya dengan lebih efektif, serta melakukan perbaikan yang diperlukan dalam operasional bisnis merek (Setyawan et al., 2023). *Business Model Canvas* merupakan suatu pendekatan model bisnis yang tepat dan dapat dengan mudah dipahami dan diimplementasikan penggunaannya (Mandamdari & Widjojoko, 2022). *Business Model Canvas* terbagi menjadi sembilan bagian utama, yaitu: *customer segments* (segmen pelanggan), *value propositions* (proposisi nilai),

channel (saluran), *customer relationship* (hubungan pelanggan), *revenue streams* (arus pendapatan), *key resources* (sumber daya utama), *key activities* (aktivitas kunci), *key partnership* (kemitraan utama), dan *cost structure* (struktur biaya).

Penelitian terdahulu dalam riset *Business Model Canvas* (Sylvia Saragi Sitio, 2017), menemukan bahwa Industri Kecil dan Menengah (IKM) memiliki peluang besar untuk memperluas pasar mereka dengan mendaftarkan produknya untuk memperoleh sertifikat PIRT dan halal, yang akan membuka akses ke pasar yang lebih luas, termasuk pasar *online*. Hasil riset (Lestari, A et al., 2019) metode *full costing* menghitung total biaya produksi yang sedikit lebih rendah, yaitu Rp. 1,074 Miliar, dan HPP per unit sebesar Rp. 488.976. Namun, harga jual yang dihitung dengan *full costing* jauh lebih tinggi, mencapai Rp. 619.559. Menurut (Panudju, A., et al 2024), analisis BMC (*Business Model Canvas*) dan pendampingan membantu UKM menghitung biaya produksi dengan menganalisis sembilan elemen model bisnis (proposisi nilai hingga arus pendapatan). Prosedur ini secara langsung meningkatkan kualitas produk, pemasaran, pendapatan, dan infrastruktur UKM. Menghitung Harga Pokok Produksi (HPP) sangat penting untuk meningkatkan kelayakan finansial dan mencegah kegagalan pemasaran produk. Hasil penelitian (Anwar, S., & Nugroho, Y. 2023), BMC dapat membantu memahami serta menjelaskan aktivitas apa saja yang dilakukan oleh kelompok usaha Pupuk Hijau Berkelanjutan sehingga dapat menghasilkan keuntungan bagi kelompok usaha Pupuk Hijau Berkelanjutan. Menurut hasil penelitian (Gisha et al., n.d.). menunjukkan bahwa pemanfaatan *website* resmi dan konsep "*Make to order*" memiliki peran penting dalam strategi pemasaran produk sebagai salah satu value yang dapat ditawarkan. Menurut riset (Nadine Zahira et al., 2024). Hasil perancangan model bisnis usulan, penambahan yang signifikan berada pada blok *customer segment* yaitu dengan menambah jangkauan konsumen individu. Menurut hasil penelitian (Yulianto et al., n.d.). Menunjukkan bahwa BMC sebagai *framework* yang digunakan untuk menganalisis dan mengubah model bisnis, mengoptimalkan proses operasional, serta merubah model keseimbangan perusahaan agar lebih efektif dan efisien. Menurut riset (Priska, 2015) pendekatan BMC menghasilkan elemen bisnis model yang paling kuat adalah elemen *key partnerships*, kemudian *value propositions*. Hasil studi (Dilla, A., & Mandataris, M. (2024). menunjukkan 9 blok BMC pada UD. Zul Brother yaitu Customer Segment, mempertahankan dan memperkuat hubungan dengan pelanggan yang sudah ada. Berdasarkan penelitian (Pomantow, L., et al., P 2021) perhitungan internal RM untuk periode April hingga Juni, biaya pokok produksi yang dihasilkan berkisar antara Rp. 296,64 hingga Rp. 329,60 per unit. Biaya ini didapatkan karena RM tersebut tidak memasukkan komponen biaya penyusutan aset dan biaya transportasi ke dalam perhitungan mereka.

METODE

Penelitian ini dilaksanakan di KWT Kenanga Persada, Kelurahan Kaliawi, Bandar Lampung. Metode yang digunakan melibatkan evaluasi model bisnis dengan memanfaatkan pendekatan *Business Model Canvas (BMC)* dan perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP). Proses identifikasi masalah, observasi awal, dan proses pengumpulan data dilakukan pada bulan September sampai dengan Oktober tahun 2025. Adapun tahapan dari penelitian ini adalah:



Gambar 1. Alur penelitian
Sumber : Peneliti, 2025

Business Model Canvas (BMC)

Business Model Canvas adalah alat yang sedang populer dalam dunia kewirausahaan karena kemudahannya dalam merangkum elemen penting dari sebuah bisnis dalam satu lembar kanvas. (Coyanda, n.d, 2020).



Gambar 2. *Business Model Canvas*

Sumber: <https://www.toiletbisnis.com/wp-content/uploads/2020/12/manfaat-bmc.jpg>

Model ini adalah kerangka kerja yang terdiri dari sembilan blok dasar untuk merencanakan bagaimana sebuah perusahaan menghasilkan pendapatan, mencakup pelanggan, produk, infrastruktur, dan keuangan:

1. *Customer Segments*: Target pasar spesifik yang akan dilayani.
2. *Value Propositions*: Solusi dan nilai tambah unik yang ditawarkan untuk mengatasi masalah atau memenuhi kebutuhan pelanggan.

3. *Channels*: Cara perusahaan menyampaikan Proposisi Nilai kepada pelanggan (misalnya: online, ritel).
4. *Customer Relationship*: Jenis interaksi yang dibangun untuk setiap segmen pelanggan guna mendorong penjualan dan retensi.
5. *Revenue Streams*: Pendapatan yang dihasilkan dari Proposisi Nilai yang berhasil ditawarkan kepada pelanggan (misalnya: B2B, B2C).
6. *Key Resources*: Aset penting (fisik, intelektual, manusia, ekonomi) yang dibutuhkan untuk menjalankan model bisnis.
7. *Key Activities*: Tindakan utama yang harus dilakukan perusahaan untuk menghadirkan dan mengkomunikasikan tawaran nilai (misalnya: produksi, penyelesaian masalah).
8. *Key Partnership*: Sumber daya atau kerja sama eksternal yang strategis untuk mengoptimalkan model bisnis dan mengurangi risiko.
9. *Cost Structure*: Analisis semua biaya yang timbul saat mengoperasikan model bisnis (meliputi biaya tetap, variabel, skala ekonomi, dan keuntungan).

Perhitungan HPP

Harga Pokok Penjualan (Cost of Goods Sold/COGS). Perhitungan ini sangat penting dalam akuntansi dan bisnis untuk mengetahui berapa biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk menghasilkan atau memperoleh barang yang dijual dalam periode tertentu.

Perhitungan Harga Pokok Produksi :

$$\text{HPP} = \frac{\text{Total biaya produksi}}{\text{Total produk yang di hasilkan}}$$

Total biaya produksi :

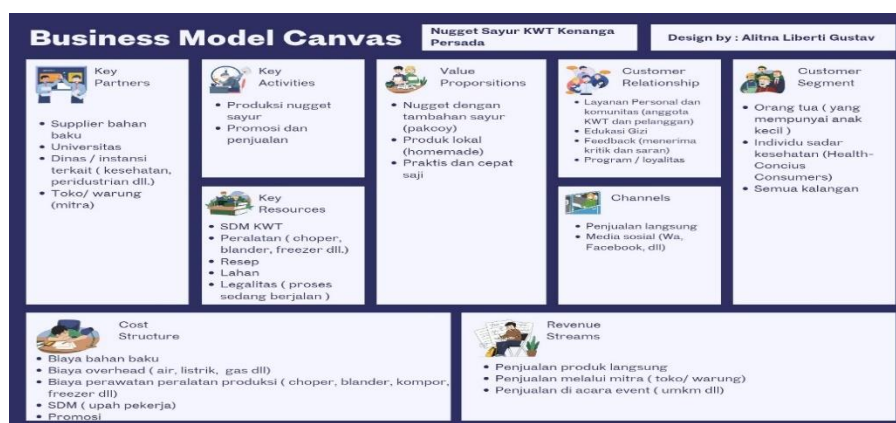
$$\begin{array}{r} \text{Biaya bahan baku} \\ \text{Biaya Tenaga Kerja} \\ \text{Biaya Ovehead} \end{array} +$$

Total Biaya Produksi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis penerapan 9 elemen *Business Model Canvas* pada KWT Kenanga Persada

Analisis BMC digunakan dalam penelitian ini untuk memetakan dan mengoptimalkan strategi pengembangan usaha Nugget Sayur yang diproduksi oleh Kelompok Wanita Tani (KWT) Kenanga Persada. Hasil pemetaan sembilan elemen *Business Model Canvas* untuk usaha Nugget Sayur KWT Kenanga Persada dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2. *Business Model Canvas* Nugget sayur KWT Kenanga Persada

Penerapan sembilan elemen BMC pada KWT Kenanga Persada menunjukkan bahwa usaha ini memiliki pondasi yang kuat untuk pertumbuhan, terutama didukung oleh proposisi nilai yang unik dan kuatnya fokus pada komunitas.

Hasil Perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP)

Perhitungan HPP ini adalah dasar penentuan harga jual dan merupakan komponen penting dari *Cost Structure* dalam BMC. Dalam menganalisa HPP nugget sayur terdapat beberapa biaya yaitu: biaya bahan baku, biaya upah karyawan, dan biaya *overhead*. Untuk memudahkan penghitungan biaya harga pokok produksi nugget sayur, metode yang digunakan yaitu biaya penuh (*full costing*). Untuk biaya ini dihitung dalam 1 kali produksi nugget sayur menggunakan 1 kg dada ayam filet. Berikut pada table 1 komposisi bahan baku pembuatan nugget sayur dalam 1 kali produksi :

Tabel 1. Bahan Baku

No	Bahan baku	Volume	Satuan	Harga (Rp)
1.	Dada ayam filet	1	Kg	55.000
2.	Pakcoy	500	gram	6.000
3.	Tepung tapioka	250	gram	4.000
4.	Tepung terigu	500	gram	4.000
5.	Telur ayam	500	gram	14.000
6.	Lada bubuk	2	Sachet	2.000
7.	Penyedap rasa	4	Sachet	2.000
8.	MSG	5	gram	5.00
9.	Bawang putih	100	gram	5.000
10.	Tepung panir	750	gram	15.000
11.	Kemasan	15	Pcs	7.500
12.	Stiker	15	Pcs	5.560
Total				120.560

Tabel 2. Biaya Overhead

No	Biaya	Total (Rp)
Biaya overhead		
1.	Air	370
2.	Listrik	134
3.	Gas	1.200
Total		1,704

Tarif air PDAM di kelurahan Kaliawi Bandar Lampung adalah Rp. 3.700/m³, dalam 1 kali produksi bisa menghabiskan hingga 100 liter air, mulai dari mencuci bahan baku, mengukus hingga mencuci peralatan yang sudah di gunakan. Listrik rumah tangga non subsidi adalah Rp 1.444,70/ kWh, digunakan untuk peralatan seperti *chopper*, *sealer* selama 45 menit.

Table 3. Biaya Tenaga Kerja

No	Biaya	Volume / satuan	Total (Rp)
Biaya Tenaga Kerja			
1.	Upah karyawan	2 Jam	12.500
Total			12.500

Dari table 3 di atas dapat di lihat, dalam 1 hari kerja (8 jam kerja) gaji karyawan adalah Rp. 50.000,- dimana dalam 1 kali produksi hanya menghabiskan waktu 2 jam maka dari itu upah karyawan dalam 2 jam kerja yaitu Rp. 12.500,-.

Dari data di atas, dalam 1 kali produksi di hasilkan nugget sayur sebanyak 120 potong yang kemudian di kemas, dalam 1 kemasan berisi 8 potong nugget, sehingga dalam 1 kali produksi produk yang di hasilkan sebanyak 15 *pack*.

$$\begin{array}{rcl}
 \text{Biaya bahan baku} & = & \text{Rp. 120.560} \\
 \text{Biaya overhead} & = & \text{Rp. 1.704} \\
 \text{Biaya tenaga kerja} & = & \text{Rp. 12.500} \\
 & & \hline
 & & \text{Rp. 134.764} \\
 & & + \\
 & & \hline
 & & 15 \\
 \text{HPP} & = & \text{Rp. 8.985}
 \end{array}$$

Jadi, HPP per unit produk (*pack* berisi 8 potong) adalah Rp 8.985,- Angka ini menjadi tolak ukur minimum untuk menetapkan harga jual guna memastikan bisnis memperoleh keuntungan. Contoh KWT Kenanga Persada ingin mengambil keuntungan sebesar 30 % :

Laba per unit dihitung sebagai persentase dari HPP.

$$\text{Laba per unit} = \text{HPP per unit} \times \text{Target Keuntungan}$$

$$\text{Laba per unit} = \text{Rp 8.985} \times 30\%$$

$$\text{Laba per unit} = \text{Rp 2.695,50}$$

Harga jual adalah total dari HPP dan laba yang diinginkan.

$$\text{Harga Jual} = \text{HPP per unit} + \text{Laba per unit}$$

$$\text{Harga Jual} = \text{Rp. 8.985} + \text{Rp 2.695,50}$$

$$\text{Harga Jual} = \text{Rp. 11.680,50}$$

Jadi harga jual per unit dengan laba 30% didapat Rp 11.680,50, harga jual yang dapat direkomendasikan KWT Kenanga Persada adalah Rp 11.500,- atau Rp 12.000,- per *pack*.

SIMPULAN

KWT Kenanga Persada berinovasi dengan menciptakan nugget yang ditambahkan sayuran, yaitu sawi pakcoy atas dasar bahwa pakcoy memiliki rasa yang tidak dominan namun kaya nutrisi, menjadikannya strategi efektif untuk mengatasi rendahnya konsumsi sayur, khususnya pada anak-anak. Hasil analisis BMC menunjukkan bahwa usaha KWT Kenanga Persada memiliki pondasi yang kuat untuk pertumbuhan, terutama didukung oleh proposisi nilai yang unik dan fokus komunitas. Proposisi nilai utama mereka mencakup nugget dengan tambahan sayur pakcoy, produk rumahan (*homemade*), yang praktis dan cepat saji. Segmen pelanggan intinya adalah orang tua yang mempunyai anak kecil, individu yang sadar kesehatan (*Health-Conscious Consumers*), serta semua kalangan. Optimalisasi strategi melalui BMC ini dinilai sebagai kunci untuk meningkatkan kapasitas dan memperluas pasar usaha KWT ini.

Untuk memastikan kelayakan finansial, perhitungan HPP dilakukan menggunakan metode biaya penuh (*full costing*). Berdasarkan perhitungan untuk satu kali produksi yang menghasilkan 15 *pack* (setiap *pack* berisi 8 potong nugget), total biaya produksi adalah Rp 134.764,-. Dari total biaya tersebut, didapatkan Harga Pokok Penjualan (HPP) per unit produk adalah Rp 8.985,-. Angka HPP sebesar Rp 8.985,- ini merupakan tolak ukur minimum untuk penetapan harga jual agar bisnis memperoleh keuntungan. Apabila KWT Kenanga Persada menargetkan keuntungan sebesar 30% dari HPP, perhitungan menunjukkan bahwa laba per unit adalah Rp 2.695,50, sehingga harga jual yang didapat adalah Rp 11.680,50. Secara praktis, harga jual yang direkomendasikan adalah Rp 11.500,- atau Rp 12.000,- per *pack*.

Dengan optimalisasi strategi BMC dan perhitungan HPP yang tepat, KWT Kenanga Persada memiliki potensi besar untuk meningkatkan kapasitas produksi, memperluas jangkauan pasar, dan mencapai kemandirian ekonomi, sekaligus berkontribusi positif pada peningkatan konsumsi sayuran lokal.

REFERENSI

- Anwar, S., & Nugroho, Y. (2023). Analisis Business Model Canvas (Bmc) Pada Usaha Pupuk Hijau Berkelanjutan Di Universitas Teuku Umar Business Model Canvas (Bmc) Analysis On Sustainable Green Fertilizer Business At Teuku Umar University. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan AgriBisnis*, 9(2), 2663-2674.
- Arif, S., Isdijoso, W., Fatah, A. R., & Tamyis, A. R. (2020). Tinjauan strategis ketahanan pangan dan gizi di Indonesia. Jakarta: SMERU Research Institute.
- Coyanda, J. R. (n.d.). Model Technopreneur IT Mahasiswa Pada Masa Pandemic Covid 19 dengan Metode Business Model Canvas.
- Dilla, A., & Mandataris, M. (2024). Business Model Canvas (BMC) Pada UMKM Ud. Zul Brother Usaha Olahan Ikan Patin di Kecamatan Kampar. *eCo-Buss*, 7(1), 283-303.
- Gisha, N., Kania, E., Malinda, M., & Manajemen, M. B. (n.d.). Nomor 1 Program Sarjana Teknik Industri. Universitas Kristen Maranatha, 2.
- Lestari, A., Rosita, S. I., & Marlina, T. (2019). Analisis Penerapan Metode Full Costing Dalam Perhitungan Harga Pokok Produksi Untuk Penetapan Harga Jual.
- Mandamdari, A. N., & Widjojoko, T. (2022). ANALISIS BUSINESS MODEL CANVAS (BMC) PADA UMKM ALMEIDAH DESA SIWARAK, KECAMATAN KARANGREJA, KABUPATEN PURBALINGGA. *Tax and Business Journal*, 121(2).
- Nadine Zahira, M., Hasun, F., & Sulisty, B. (2024). Budi Sulisty INNOVATIVE. *Journal Of Social Science Research*, 4, 10454–10469. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>
- Panudju, A., Nopianti, R., & Tjeng, P. S. (2024). Penerapan Business Model Canvas pada Penentuan HPP pada UKM Desa Sindangsari, Serang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Ceria (JPKMC)*, 2(1), 166-172.
- Priska. (2015). Strategi Pengembangan Bisnis Pada Depot Selaris Dengan Pendekatan Business Model Canvas. *Agora*, 3(2), 292–301.
- Setyawan, E., Mawardi, K. M., Susilowati, Edityastono, L., Pratiwi, P. S., & Susenohaji. (2023). *VOKAPRENEURSHIP*. UBPress.
- Sylvia Saragi Sitio, V. (2017). Strategi Bisnis Model dengan Pendekatan Business Model Canvas (Studi kasus di industri kecil dan menengah (IKM) Bir Pletok Bu Lina di Kelurahan Ciracas, Jakarta Timur). *Journal of Economics and Business Aseanomics (JEBA)*, 2(1), 1–16.
- Tahayudin, I., Rosyidi, R., Waidi, Idah, M. Y., & Riyanto, D. A. (2022). *TECHNOPRENEURSHIP* (Vol. 1). ZahiraMediaPublizer.
- Yulianto, H., Studi Manajemen, P., & Tinggi Ilmu Ekonomi YPUP Makassar, S. (n.d.). Business Model Canvas: Strategic Management Framework for Business Development in the Internet of Things (IoT) Era. <https://jicnusanantara.com/index.php/jiic>
- Yusran, R., Nanda, A., Amalda, A., Luthvia, R., & Fadlan, R. (2023). Upaya pemenuhan kesadaran masyarakat dan pemenuhan gizi seimbang untuk mencegah peningkatan angka stunting di nagari pariangan 2023. *Inovasi Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 131-140.