

PENDAMPINGAN PENGEMBANGAN USAHA UMKM BARU DI KOTA CIREBON DENGAN EKOSISTEM MODEL BISNIS CANVAS

Lena Magdalena^{1*}, Muhammad Hatta², Mesi Febima³

^{1,2,3} Universitas Catur Insan Cendekia, Indonesia

*email: lena.magdalena@cic.ac.id

Info Artikel

Diajukan: -
Diterima: -
Diterbitkan: -

Keyword:
Ecosystem, Business Model Canvas (BMC), Business Competition, MSMEs.

Kata Kunci:
Ekosistem, Business Model Canvas (BMC), Persaingan Usaha, UMKM.

Lisensi:
cc-by-sa

Abstract

The intense competition in the business world presents various challenges that can threaten economic stability, making it essential for entrepreneurs to develop effective strategies to run their businesses. This community service program is designed using a participatory approach based on adult learning processes, focusing on the introduction and implementation of the Business Model Canvas (BMC). The activity is organized by Catur Insan Cendekia University (CIC) in collaboration with the Department of Cooperatives, Micro, Small, and Trade Enterprises (DKUMPP) of Cirebon City, involving 100 fostered MSMEs. The implementation method includes several stages: (1) delivering material using PowerPoint presentations and simulations related to the BMC concept, (2) interactive discussions, (3) training on drafting BMC for new MSMEs to address the challenges of the new normal era, and (4) evaluating the program's impact on MSME participants in the region. Entrepreneurs are provided with insights on how to run their businesses using the nine key elements of BMC, which include value proposition, customer segments, channels, customer relationships, key resources, key activities, key partnerships, revenue streams, and cost structures. The expected outcomes of this program are: (1) scientific publications in international community service journals, (2) activity publication in print or online media, (3) signing of a Cooperation Agreement (SPK) with partners, and (4) development of a BMC document to support new MSME ventures.

Abstrak

Persaingan dalam dunia usaha menghadirkan berbagai tantangan yang dapat mengancam stabilitas ekonomi, sehingga pelaku usaha memerlukan strategi yang tepat untuk menjalankan bisnis mereka. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang dengan metode pendekatan partisipatif yang mengacu pada proses pembelajaran orang dewasa (adult-learning), dengan fokus pada pengenalan dan implementasi Business Model Canvas (BMC). Kegiatan ini dilaksanakan oleh Universitas Catur Insan Cendekia (CIC) bekerja sama dengan Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Kecil, dan Perdagangan (DKUMPP) Kota Cirebon, dengan menghadirkan 100 UMKM binaan. Metode pelaksanaan mencakup beberapa tahapan: (1)

penyampaian materi menggunakan presentasi PowerPoint serta simulasi konsep BMC, (2) diskusi interaktif, (3) pelatihan penyusunan BMC untuk UMKM baru guna menghadapi tantangan era normal baru, dan (4) evaluasi dampak kegiatan terhadap pelaku UMKM di wilayah tersebut. Pelaku usaha diberikan wawasan tentang cara menjalankan bisnis berbasis 9 elemen utama dalam BMC, yaitu value proposition (nilai proposisi), customer segments (segmen pelanggan), channels (saluran distribusi), customer relationships (hubungan pelanggan), key resources (sumber daya kunci), key activities (aktivitas utama), key partnerships (kemitraan kunci), revenue streams (aliran pendapatan), dan cost structures (struktur biaya). Target hasil dari kegiatan ini meliputi: (1) publikasi ilmiah pada jurnal pengabdian internasional, (2) publikasi kegiatan melalui media cetak atau daring, (3) penandatanganan Surat Perjanjian Kerja Sama (SPK) dengan mitra, dan (4) penyusunan dokumen BMC untuk mendukung usaha UMKM baru.

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dan digitalisasi, persaingan usaha semakin kompetitif, khususnya bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM memiliki peran yang signifikan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal maupun nasional, terutama di Kota Cirebon yang menjadi salah satu pusat perdagangan di wilayah Jawa Barat. Namun, tantangan yang dihadapi UMKM baru, seperti keterbatasan modal, akses pasar, dan pengelolaan bisnis yang kurang optimal, sering kali menjadi hambatan dalam perkembangan usaha. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan strategis untuk membantu UMKM baru agar dapat bersaing dan beradaptasi dengan dinamika pasar (Kurniawan, 2023).

Salah satu pendekatan yang efektif dalam pengembangan usaha UMKM adalah penerapan *Business Model Canvas* (BMC). Model ini menawarkan kerangka kerja yang sederhana namun komprehensif untuk merancang dan mengevaluasi strategi bisnis. Dengan menggunakan sembilan elemen utama BMC, seperti *value proposition*, *customer segments*, dan *revenue streams*, UMKM dapat lebih mudah mengidentifikasi peluang bisnis dan meningkatkan efisiensi operasional. Pendekatan ini juga relevan dalam membangun ekosistem bisnis yang mendukung pertumbuhan UMKM secara berkelanjutan. Kegiatan ini dirancang untuk memberikan pendampingan kepada UMKM baru di Kota Cirebon dalam menyusun model bisnis yang strategis menggunakan pendekatan BMC. Program ini tidak hanya berfokus pada pengenalan konsep, tetapi juga memberikan pelatihan praktis dalam menyusun rencana bisnis yang sesuai dengan kondisi pasar dan kebutuhan pelanggan. Melalui pendampingan ini, diharapkan pelaku UMKM dapat memahami cara

mengelola bisnis secara lebih efektif, meningkatkan daya saing, dan menciptakan nilai tambah bagi pelanggan (hidayat, 2021).

Universitas Catur Insan Cendekia sebagai perguruan tinggi yang mempunyai potensi dalam menyelesaikan permasalahan UMKM baru didunia persaingan usaha. Kegiatan ini akan melibatkan kolaborasi antara Universitas Catur Insan Cendekia (CIC) dan Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Kecil, dan Perdagangan (DKUMPP) Kota Cirebon. Dengan melibatkan 100 UMKM binaan, kegiatan ini juga bertujuan untuk menciptakan sinergi antara akademisi, pemerintah, dan pelaku usaha dalam membangun ekosistem bisnis yang berdaya saing. Selain itu, diharapkan program ini dapat menghasilkan luaran berupa dokumen model bisnis, publikasi ilmiah, serta dampak positif terhadap perkembangan UMKM di Kota Cirebon.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan program ini terdiri dari beberapa tahapan dengan tahapan-tahapan terdiri atas tahapan perencanaan kegiatan, pelaksanaan kegiatan, dan evaluasi kegiatan. Berikut tahapan metode kegiatan yang dilaksanakan sebagai berikut:

1. Lokasi Pengabdian

Lokasi pengabdian dilakukan di kampus Universitas Catur Insan Cendekia, Jl. Kesambi 202 Cirebon, diharapkan dapat memberikan kontribusi langsung terhadap permasalahan pada Dunia persaingan usaha yang dihadapi oleh UMKM baru di Jawa Barat, Kota Cirebon pada Khususnya.

2. Metode Pelaksanaan Kegiatan

Metode pelaksanaan dirancang untuk pendampingan yang berupa pendekatan partisipatif dan mengacu pada proses pembelajaran orang dewasa (*adult-learning*) yang terdiri dari: (1) Pemaparan materi yang dilengkapi dengan presentasi *Power Point* dan material simulasi terkait konsep *Bisnis Canvas Model*, (2) diskusi mendalam, (3) Pelatihan penyusunan *Bisnis Canvas Model* untuk UMKM baru guna menghadapi tantangan UMKM Naik kelas dan (4) Evaluasi dampak kegiatan terhadap pelaku UMKM baru di Kota Cirebon. Kegiatan ini dilaksanakan oleh Universitas Catur Insan Cendekia (CIC) bekerja sama dengan Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Kecil, dan Perdagangan (DKUMPP) Kota Cirebon.

3. Tahapan pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat

Pada tahap awal akan dipaparan materi tentang apa itu Ekosistem *Bisnis Canvas Model* dan apa kegunaannya. Ekosistem Bisnis model adalah sebuah prototipe bisnis atau blue print yang mampu memberikan gambaran sederhana seperti apa bisnis akan dijalankan dan bagaimana bisnis tersebut dapat dikembangkan. Ekosistem *Business model* merupakan blueprint dari sebuah strategi yang mengarahkan apa yang harus dijalankan pada sebuah bisnis tersebut. Pengertian dari *business model* dapat dipilih menjadi tiga kelompok menjadi tiga kelompok. yaitu pertama. *business model* sebagai metode atau cara untuk menciptakan nilai. Kedua, *business model* dilihat dari komponen (elemen) seperti produk, pelanggan, manfaat dan pendapatan, aset, serta pengetahuan. Ketiga, *business model* sebagai strategi bisnis. digunakan sebagai alat untuk merumuskan strategi bisnis (Insana, 2020).

4. Partisipasi Mitra Pengabdian Kepada Masyarakat
Peran mitra dalam kegiatan pengabdian ini adalah sebagai peserta yang turut aktif dalam setiap kegiatan pengabdian yang akan dilaksanakan. Tahap selanjutnya adalah evaluasi dampak pendampingan terhadap pengetahuan pelaku UMKM baru tentang strategi usaha menggunakan alat BMC (Bisnis Canvas Model).
5. Evaluasi Hasil Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat
Instrumen untuk menilai dampak kegiatan adalah kuisisioner dengan pertanyaan tertutup (telah disediakan pilihan jawaban) mengenai pemahaman peserta pendampingan tentang materi dan praktek yang disampaikan dalam pelatihan ini dalam bentuk pelatihan praktik BMC.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dengan melakukan sosialisasi dan pendampingan mengenai pengembangan usaha UMKM dengan menggunakan *Model Bisnis Canvas*. Untuk melakukan pengembangan dengan menggunakan *Model Bisnis Canvas* maka terdapat 9 elemen yang harus digunakan yaitu *customer segmen, value propositions, channels, customer relation, revenue streams, key resources, key activities, key partners, dan cost structure*. Pengembangan UMKM dengan menggunakan Model Canvas Model dapat membantu pengusaha untuk merancang perencanaan proses

UMKM dan menetapkan serta memvalidasi poin penting dalam UMKM seperti; sumber daya, aktivitas, hubungan yang akan dijalin dengan pihak terkait, pendapatan, hingga pengeluaran yang harus dikeluarkan. UMKM sebagai salah satu sektor usaha yang memiliki peran sangat penting bagi perekonomian masyarakat. UMKM merupakan agen perubahan yang dapat memajukan masyarakat dalam membawa inovasi dengan perubahan secara berkelanjutan, sehingga berdampak pada meningkatnya kreativitas para wirausaha, maka dari itu pengembangan pada UMKM sangat diperlukan. Sayangnya beberapa UMKM tidak memiliki alat yang strategis untuk dapat mengembangkan bisnis/pasar mereka. Selain itu persaingan pada industri yang juga semakin ketat membuat para pelaku usaha harus tanggap untuk memahami dengan benar mengenai jenis produk apa yang sebenarnya dibutuhkan oleh pasar, seberapa besar atau kecil pasar, kapan produk itu dibutuhkan dan bagaimana cara mengirimkan produk tersebut. Dengan menggunakan *Model Canvas Model* diharapkan dapat menjadi sarana untuk meningkatkan keterampilan dalam mengembangkan usahanya.

Pelaksanaan pengabdian diawali dengan pengenalan maksud dan tujuan dari kegiatan ini yang mendapatkan sambutan baik dari pelaku usaha. Selanjutnya tim pengabdian melakukan analisa situasi, dimana tim pengabdian dan pelaku usaha melakukan diskusi secara natural dan penuh keakraban. Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan atas 9 elemen dalam bisnis canvas, meningkatkan ketrampilan dalam merancang dan membangun bisnis berkelanjutan, memberikan wawasan untuk mengembangkan bisnis yang sudah dijalani agar memiliki daya saing bisnis ditengah era digital

Business Model Canvas		Designed for:	Designed for:	Date:	Version:
Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments	
	Key Resources		Channels		
Cost Structure			Revenue Streams		

Gambar 1. Bisnis Canvas Model UMKM

Pelaku usaha diberi pemahaman terkait bagaimana bisnis seharusnya dijalankan dengan menggunakan 9 elemen BMC meliputi *value proposition* (nilai proporsi), *customer segments* (segmen pelanggan), *channels* (saluran menuju pelanggan), *customer relationships* (hubungan dengan pelanggan), *key resources* (sumber daya kunci), *key activities* (kegiatan-kegiatan kunci), *key partnerships* (mitra kunci), *revenue streams* (aliran pendapatan), *cost structures* (biaya-biaya).

1. Pelaksanaan Kegiatan ini akan dilaksanakan pada:
Hari, tanggal : Senin, 23 Desember 2024
Waktu : 09.30 WIB- selesai
Tempat : Auditorium Universitas Catur Insan Cendekia Lt.3
Narasumber : 1. Muhammad Hatta, S.Kom.,M.Kom
2. Lena Magdalena, S.Kom.,MMSI
3. Mesi Febima, S.Kom.,M.Kom

2. Pelatihan

Mitra UMKM mendapatkan pelatihan mengenai materi BMC dari narasumber. Pelatihan dilakukan secara bertahap menjadi tiga sesi agar peserta dapat lebih memahami konsep BMC dan tidak jenuh. Pada setiap sesi, peserta mendapatkan materi tiga elemen yang disampaikan oleh narasumber yang berbeda-beda.

- a. Sesi Pertama memberikan pemahaman mengenai:
 - *Customer Segments* (segmen pelanggan): siapa yang menjadi target pelanggan? UMKM perlu memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, agar dapat memberikan produk atau layanan yang sesuai.
 - *Value Propositions* (proposisi nilai): manfaat apa yang ditawarkan bisnis kepada pelanggan? Elemen ini sangat penting, karena dapat mempengaruhi elemen *channels* dan *customer relationship*.
 - *Channels* (saluran): bagaimana bisnis menjangkau dan berkomunikasi dengan pelanggan? Banyak media yang bisa digunakan untuk berkomunikasi dengan pelanggan. Salah satunya adalah media digital.
- b. Sesi Kedua memberikan pemahaman mengenai:

- *Customer Relationships* (hubungan pelanggan): bagaimana bisnis membangun hubungan dengan pelanggan?
 - *Revenue Streams* (aliran pendapatan): bagaimana bisnis menghasilkan pendapatan? Peserta diajak menggali potensi sumber-sumber penghasilan yang dapat dioptimalkan disamping penjualan produk atau layanan yang dihasilkan.
 - *Key Resources* (sumber daya kunci): apa yang dibutuhkan bisnis untuk menjalankan bisnisnya?
- c. Sesi Ketiga memberikan pemahaman mengenai:
- *Key Activities* (aktivitas kunci): apa yang harus dilakukan bisnis untuk menjalankan bisnisnya?
 - *Key Partnerships* (kunci): dengan siapa bisnis bekerjasama? Mitra yang bekerja sama dengan UMKM merupakan sumber daya yang penting dalam mewujudkan value propositions.
 - *Cost structure* (struktur biaya): membahas tentang biaya-biaya yang harus dikeluarkan untuk menjalankan bisnisnya. *Cost structure* dibagi menjadi dua, yaitu *fixed cost* dan *variable cost*.

3. Coaching

Setelah mitra mendapatkan pelatihan mengenai BMC, lalu tim berperan sebagai *coach* yang mendampingi dan memotivasi mitra dalam merumuskan model bisnis yang tepat bagi usaha mitra. Teknik yang digunakan dalam pendekatan *coaching* pada 100 UMKM binaan DKUMPP. Dengan sistem *coaching* ini, mitra didorong untuk:

- a. Menentukan tujuan, visi dan misi bisnisnya.
- b. Mengidentifikasi masalah, sumber masalah, dan mencari solusinya.
- c. Mengeluarkan pemikiran dan ide-ide terkait bisnisnya.
- d. Menyusun rencana aksi untuk memecahkan masalah dan mewujudkan ide-ide tersebut.
- e. Berkomitmen dan bertanggungjawab untuk menjalankan rencana aksi yang sudah disusunnya.

Dalam konteks penyusunan BMC ini, mitra juga dipandu untuk mampu menganalisis kondisi lingkungan yang terus berubah

serta merumuskan strategi bisnis yang sesuai dengan kondisi lingkungan terkini. Dari hasil kegiatan *coaching Business Model Canvas* ini, mitra telah mampu mendesain dan mengaplikasikan *Business Model Canvas* untuk usahanya.



Gambar 2. Kegiatan *Coaching BMC* di Universitas Catur Insan Cendekia



Gambar 3. Kegiatan Penjelasan cara pengisian *BMC* kepada UMKM

Pada gambar 3, Kegiatan penjelasan cara pengisian *Business Model Canvas* (*BMC*) kepada UMKM yang dilaksanakan oleh narasumber dari Universitas Catur Insan Cendekia bertujuan untuk

membantu pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah memahami kerangka kerja strategis dalam merancang, menganalisis, dan mengembangkan model bisnis mereka. Dalam kegiatan ini, narasumber memberikan panduan langkah demi langkah mengenai pengisian sembilan elemen penting dalam BMC, seperti segmentasi pelanggan, proposisi nilai, saluran distribusi, dan struktur biaya. Dengan pendekatan interaktif dan studi kasus, UMKM diajak untuk secara langsung memetakan bisnis mereka ke dalam BMC sehingga dapat lebih terarah dalam mengambil keputusan strategis. Kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan daya saing UMKM dan mendorong pertumbuhan bisnis yang lebih berkelanjutan.



Gambar 4. Kegiatan pengisian BMC untuk 9 elemen BMC kepada UMKM

Selama kegiatan, para peserta diajak untuk memahami dan mengisi setiap elemen BMC, dimulai dari Segmentasi Pelanggan untuk menentukan target pasar utama, diikuti oleh Proposisi Nilai yang menjelaskan keunikan produk atau layanan yang ditawarkan. Selanjutnya, peserta mengidentifikasi Saluran Distribusi yang paling efektif untuk menjangkau pelanggan, serta Hubungan Pelanggan yang akan dibangun untuk menjaga loyalitas mereka. Elemen Aliran Pendapatan kemudian diisi dengan menganalisis sumber utama pemasukan bisnis. Peserta juga diarahkan untuk mencatat kebutuhan utama dalam Sumber Daya Utama, aktivitas yang perlu dijalankan pada Kegiatan Utama, serta kemitraan strategis di Mitra Utama. Terakhir, mereka mengevaluasi Struktur Biaya untuk mengetahui pengeluaran utama dalam menjalankan bisnis. Dengan memahami dan mengisi semua elemen ini, UMKM dapat merancang strategi bisnis yang lebih terarah dan siap menghadapi persaingan pasar.

4. Persentasi singkat BMC yang telah dibuat oleh Salah Satu UMKM.

Salah satu persentasi dilakukan oleh UMKM Baso Aci, UMKM Baso Aci telah menyusun model bisnis menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) untuk memperkuat strateginya. Segmentasi pelanggan difokuskan pada kalangan anak muda dan pekerja kantoran yang menyukai camilan pedas dan praktis. Proposisi nilai yang ditawarkan adalah baso aci dengan cita rasa khas, varian tingkat kepedasan, dan harga terjangkau. Saluran distribusi meliputi penjualan langsung di gerai, *platform e-commerce*, dan media sosial. Hubungan pelanggan dijaga melalui layanan responsif, promo menarik, dan program loyalitas. Pendapatan utama berasal dari penjualan baso aci dalam bentuk siap makan dan kemasan instan. Operasionalnya didukung oleh sumber daya utama, seperti bahan baku berkualitas dan tenaga kerja terlatih, serta kerja sama dengan mitra utama, seperti supplier bahan baku dan jasa pengiriman. Kegiatan utama berfokus pada produksi, pemasaran, dan inovasi produk. Dengan pengelolaan struktur biaya yang efisien, seperti pengadaan bahan baku dan biaya pemasaran, UMKM ini optimis dapat berkembang di pasar kuliner lokal.



Gambar 5. Persentasi singkat BMC oleh Salah satu UMKM Baso Aci

KESIMPULAN

Kegiatan sosialisasi dan pendampingan ini dilakukan dalam rangka mendorong pelaku UMKM untuk tetap dan terus menerus melakukan pengembangan UMKM secara mandiri, sehingga para pelaku UMKM dapat berinovasi dan mengatasi permasalahan yang terjadi pada UMKM selama ini dan dapat naik kelas. Pelaku usaha diberi pemahaman terkait bagaimana bisnis seharusnya dijalankan dengan menggunakan 9 elemen BMC meliputi *value proposition* (nilai proporsi), *costumer segments* (segmen pelanggan), *channels* (saluran

menuju pelanggan), *customer relationships* (hubungan dengan pelanggan), *key resources* (sumber daya kunci), *key activities* (kegiatan-kegiatan kunci), *key partnerships* (mitra kunci), *revenue streams* (aliran pendapatan), *cost structures* (biaya-biaya). Kegiatan pengabdian ini dilakukan dalam rangka mendorong pelaku UMKM untuk dapat melakukan kerjasama dan melakukan evaluasi diri serta menjalankan bisnisnya sesuai dengan rencana bisnis yang dibuat dapat meningkatkan pendapatan maupun skala pemasarannya. Pelaku UMKM dengan memiliki bisnis model canvas telah dapat membuat tujuan bisnis, menentukan pasar yang sesuai dengan produk atau jasanya pada konsumen, dapat membuat analisis pasar yang sesuai dengan targetnya dan menyesuaikan dengan trend yang berkembang saat ini. Kegiatan ini sangat disambut baik oleh pelaku UMKM Kota Cirebon.

DAFTAR RUJUKAN

- Dinas Koperasi dan UMKM Kota Cirebon. (2021). Laporan Tahunan Perkembangan UMKM Kota Cirebon. Cirebon: Pemerintah Kota Cirebon. BAPPEDA CIREBON KOTA
- Hidayat, M. T. (2021). Pendampingan Business Model Canvas bagi UMKM Briket Arang. *Jurnal Sosiohumaniora*, 5(1), 53-65. *JURNAL IMPM* Kementerian Koperasi dan UKM. (2022). Laporan Perkembangan UMKM di Indonesia. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM.
- Kurniawan, A., & Sari, D. P. (2023). Pelatihan dan Pendampingan Penyusunan Rencana Bisnis Model Kanvas bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(2), 179-190.
- Lestari, S., & Wijaya, R. (2022). Pendampingan Penyusunan Business Model Canvas pada UMKM Nurul Ismiati dengan Pendekatan Coaching. *Jurnal Pengembangan Bisnis*, 4(1), 45-58.
- Pemerintah Kabupaten Cirebon. (2023). Laporan Kinerja Instansi Pemerintah Tahun 2022. Cirebon: Pemerintah Kabupaten Cirebon. ARSIP WEB CIREBON
- Prasetyo, E., & Andriani, D. (2021). Pendampingan Pembuatan Business Model Canvas bagi Pengembangan Bisnis UKM Mart Teluk Pucung. *Jurnal Sains Terapan dan Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 93-104. *E-JURNAL UBHARAJAYA*
- Putri, A. R., & Hidayat, T. (2022). Penerapan Laporan Keuangan dengan SAK EMKM Berbasis IT pada UMKM di Kota Cirebon. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Daerah*, 14(1), 25-38.
- Rahmawati, F., & Nugroho, A. (2023). Pelatihan Model Bisnis Kanvas dan Pendampingan Digital Marketing bagi UMKM di Era

- Pandemi. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 8(1), 112-125.
- Setiawan, B., & Lestari, D. (2022). Pendampingan Pengembangan Bisnis dengan Pendekatan Business Model Canvas pada UMKM Kerajinan Tangan. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 3(2), 98-110.
- JABB Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Bandung: Alfabeta.
- Suryani, T., & Wijaya, H. (2023). Platform sebagai Alternatif Pengembangan Usaha bagi UMKM di Kabupaten Cirebon. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 215-230.
- Utami, R., & Prasetya, A. (2022). Pendampingan Pengembangan Usaha Mikro dengan Business Model Canvas di Kota Cirebon. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(3), 301-315.
- Wibowo, S., & Handayani, L. (2021). Penerapan Business Model Canvas sebagai Alternatif Strategi Pengembangan Bisnis pada UMKM Home Industri Kerajinan Gerabah. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), 45-60.
- Yulianto, E., & Rahmawati, D. (2023). Kinerja Keuangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Cirebon setelah Mendapatkan Pembiayaan. *Jurnal Riset Keuangan dan Akuntansi*, 5(2), 150-165.