

Pelatihan Strategi *Business Model Canvas* (BMC) pada Usaha Brem UD. Duta Rasa Madiun

Training of Business Model Canvas (BMC) Strategy in Brem UD. Duta Rasa Madiun

Ana Dhaoud Daroin¹, Dwi Nila Andriani², Novita Erliana Sari³,

Kevin Prasetya Aditya Putra⁴, Alfarin Yogi Wardana⁵

¹²³⁴⁵ Prodi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu
Pendidikan, Universitas PGRI Madiun, Indonesia

* Correspondence e-mail; anadha@unipma.ac.id

Article history

Submitted: 2023/01/12; Revised: 2023/02/14; Accepted: 2023/04/04

Abstract

The community service activities of the PGRI Madiun University team aim to (1) Educate business actors about the urgency of business development with the Business Model Canvas (BMC) strategy, (2) Establish company effectiveness through the implementation of the business model canvas. This community service activity uses the ABCD method. The service team empowers existing assets in UD. Duta Rasa and improve business management with BMC to create a good corporation. This activity was initiated by holding a business model canvas training as the implementation of a good corporation. The outputs of this research are articles, business model canvas (BMC) strategy flow, activity videos, and intellectual property rights/patents in the form of a Business Model Canvas (BMC) development manual at UD. Taste Ambassador. Based on interviews and observations conducted with the parties involved, business actors, and communities who were the target of the training, there was enthusiasm and enthusiasm for the target participants and the benefits of the training program.

Keywords

business management; good corporation; production efficiency; SMEs.



© 2023 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY SA) license, <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>.

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan pilar perekonomian Indonesia. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia sudah tidak diragukan lagi (Bank Indonesia dan LPPI, 2015). Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM), jumlah UMKM, saat ini mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 61,07% atau senilai Rp8.573,89 triliun (Mainake, 2022.). (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2002 Tentang Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah, 2008) menyatakan bahwa usaha mikro adalah kegiatan ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang secara langsung atau tidak langsung memiliki, menguasai, atau menjadi bagian dari usaha mikro, usaha kecil, atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha mikro. Tujuan yang berorientasi sosial dari UMKM adalah untuk mencapai tingkat kesejahteraan minimum yang menjamin kebutuhan dasar masyarakat (Hasanah et al., 2020).

Pada akhir 2019, seluruh dunia dikejutkan oleh pandemi Covid-19. Hal ini mengakibatkan dampak negatif jangka panjang pada perkembangan UMKM. Sektor UMKM juga merasakan dampak ekonomi dari pandemi Covid-19. Menurut Kementerian Koperasi, sebanyak 1.785 koperasi dan 163.713 UKM terdampak pandemi Covid-19 (Sormin, 2020). Sektor makanan dan minuman merupakan dua sektor yang paling terdampak (Rosita, 2020). Salah satu UKM yang terdampak adalah UD. Duta Rasa di Kabupaten Madiun.

UD. Duta Rasa Madiun adalah satu dari ratusan UKM yang berada di Kabupaten Madiun, yang berfokus pada produksi makanan khas Madiun yang terkenal dengan nama Brem. Brem banyak dikenal sebagai makanan ringan tradisional yang sehat. Brem adalah makanan tradisional yang dibuat dengan cara memadatkan dan mengeringkan cairan tape (Sari, 2016). Teksturnya lembut, lumer, dan rasanya manis bercampur asam. Duta Rasa merupakan industri kecil yang dikelola secara turun-temurun sejak 1985. Kendala utama yang dihadapi oleh usaha brem adalah masalah sulitnya pemasaran. Hal ini dikarenakan banyaknya pesaing yang menyebabkan UMKM Duta Rasa mengalami pasang surut. UMKM Brem Duta Rasa belum mampu mengidentifikasi keunggulan kompetitor yang menjadikan lemahnya Duta Rasa. Untuk itu perlu dikaji kembali bagaimana kualitas produk brem buatan UD. Duta Rasa, bagaimana strategi promosinya, bagaimana saluran pemasaran yang sudah dibangun, harga yang ditetapkan apakah sudah sesuai, serta yang terpenting adalah mengenali karakteristik kompetitor.

Berangkat dari permasalahan di atas, tim pengabdian masyarakat ingin memberikan solusi melalui pelatihan strategi Business Model Canvas (BMC) Pada Usaha Brem UD. Duta Rasa Madiun dengan tujuan untuk mengedukasi pelaku usaha tentang pentingnya pengembangan bisnis dengan strategi Business Model Canvas (BMC), serta membentuk efektivitas perusahaan melalui implementasi bisnis model canvas. Penelitian yang dilakukan oleh (Mahdi & Baga, 2018) menyebutkan bahwa BMC sesuai diterapkan untuk meningkatkan pendapatan sebuah unit usaha. Business Model Canvas adalah alat yang membantu dalam melihat lebih tepat jenis bisnis apa yang sedang atau ingin dijalankan (Baumassepe, 2017).

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menasar pada pemilik dan karyawan usaha brem UD. Duta Rasa Madiun, sejumlah 10 orang. Karyawan yang dilibatkan termasuk dalam semua bagian perusahaan, di antaranya bagian produksi, bagian pengemasan, dan bagian pemasaran. Dari segi pemilik atau manajemen usaha, semua lini manajemen juga terlibat yaitu pemilik utama sebagai pimpinan dan motor inovasi produk, bagian keuangan, bagian sumber daya manusia, dan juga bagian administrasi usaha.

2. METODE

Metode yang diterapkan pada pengabdian masyarakat kali ini menggunakan ABCD (*Asset Based Community Development*) memprioritaskan hal-hal berharga yang dimiliki oleh perusahaan atau dikenal dengan pendekatan berbasis aset. Pendekatan berbasis aset merupakan gabungan antara metode bertindak dan cara berpikir tentang pembangunan (Pusat Penelitian dan Pengabdian, 2020). Konsep *Asset Based Community Development* adalah strategi yang umum diterapkan dalam melakukan pengembangan masyarakat (Al-Kautsari, 2019). Masyarakat yang dikembangkan atau diberdayakan adalah masyarakat yang memiliki berbagai potensi dan aset untuk menemukan solusi dari permasalahan. Kegiatan pengabdian masyarakat ini melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

2.1. Pendekatan dan Agreement

Pendekatan ini untuk mengetahui aspek yang menjadi peluang dan tantangan pada UD. Duta Rasa dalam mempertahankan usaha di tengah persaingan yang semakin berat. Teknik yang dilakukan pada tahapan ini adalah dengan mewawancarai pemilik dan pengelola UD. Duta Rasa. Tahapan pendekatan ini dilakukan dengan tujuan untuk menentukan program inti pengabdian masyarakat untuk memberikan solusi pada UD. Duta Rasa. Berdasarkan tahap pendekatan diketahui bahwa permasalahan yang dihadapi adalah masalah kurangnya SDM dan sarana produksi yang memadai. Sedangkan pada manajemen pemasaran, inovasi usaha dan juga keuangan tidak ada

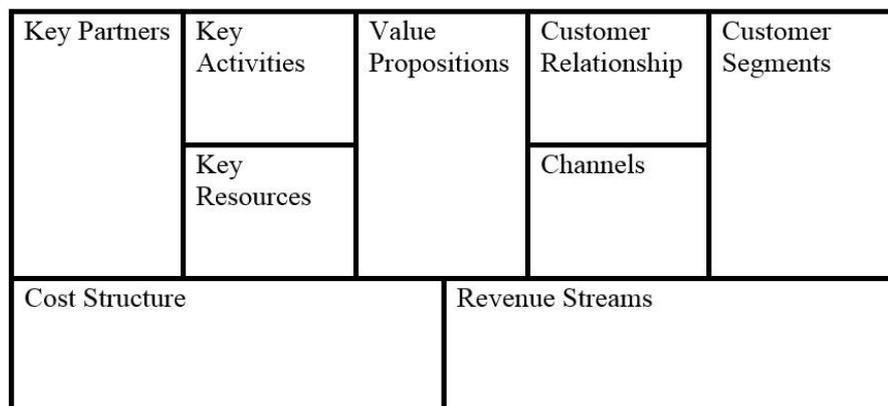
masalah. Selanjutnya tim pengabdian melakukan persetujuan atau agreement dengan mitra untuk menjalin perjanjian kerjasama dalam rangka pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini kemudian disepakati untuk dilakukan transfer ilmu ke mitra pada hari dan tanggal yang ditentukan.

2.2. Menerapkan Program

Pada tahap ini, tim pengabdian menetapkan jenis kegiatan pengabdian masyarakat berupa pelatihan strategi *Business Model Canvas* (BMC) pada usaha brem UD. Duta Rasa Madiun, menetapkan sasaran peserta, jumlah peserta yang hadir, materi yang akan disampaikan, dan teknis pelaksanaan kegiatan.

2.3. Pelaksanaan Kegiatan

Pada tahapan pelaksanaan program, tim melaksanakan program pengabdian masyarakat melalui pelatihan strategi *Business Model Canvas* (BMC). Pada tahapan ini yang pertama dilakukan oleh tim pengabdian kepada masyarakat adalah melakukan survei ke UD. Duta Rasa Madiun dan melakukan tanya jawab terkait berbagai permasalahan yang dihadapi UD. Duta Rasa yang harus mendapatkan solusi dengan segera. Selanjutnya, tim pengabdian memberikan sosialisasi terkait pentingnya penerapan *Business Model Canvas* (BMC) dalam sebuah usaha dan bagaimana cara menerapkannya. Melalui kegiatan ini diharapkan UD. Duta Rasa mampu bersaing dengan UKM lain dengan usaha yang sama. Model BMC yang akan digunakan seperti pada Gambar 1.

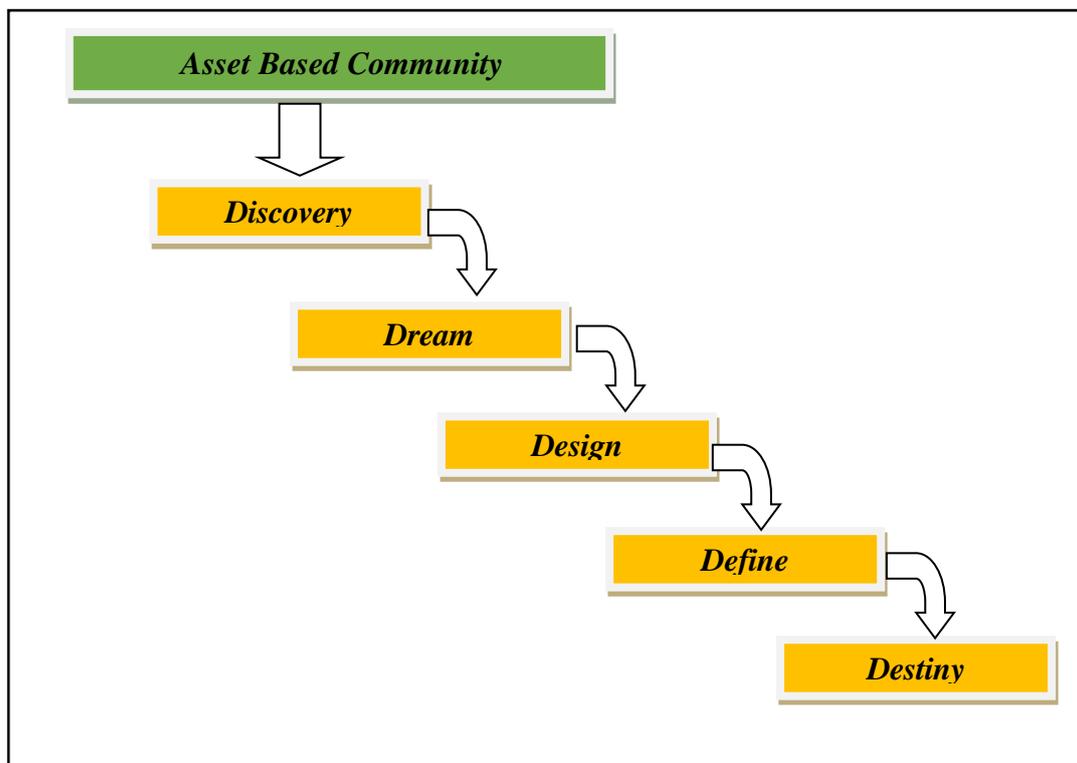


Gambar 1. Business Model Canvas

sumber: <https://www.strategyzer.com/canvas/business-model-canvas>

2.4. Evaluasi

Tim melakukan review tentang apa yang menjadi kekurangan dan yang harus dibenahi untuk keberlanjutan pelaksanaan program dan kerjasama dengan mitra. Pada tahap ini tim berdiskusi dengan mitra untuk saling mengoreksi dan melakukan refleksi dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Seluruh rangkaian kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat digambarkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Proses Kegiatan

Proses yang termasuk dalam model pengembangan masyarakat berbasis kekayaan atau lebih dikenal dengan ABCD ini meliputi beberapa tahapan dalam pelaksanaannya yaitu Discovery (Evaluasi), Dream (Mimpi), Planning (Prosedur), Define (Penguatan Tujuan), dan Takdir (Penentuan nasib sendiri). Kelima langkah tersebut menjadi acuan untuk melaksanakan pemberdayaan berbasis aset adapun gambarannya sebagai berikut:

- *Discovery*

Pada tahapan ini tim pengabdian datang ke UD. Duta Rasa untuk melakukan wawancara kepada pemilik mengenai keberlangsungan usaha yang telah dikelola sejak lama, sehingga dapat diketahui potensi apa saja yang menjadi aset UD. Duta Rasa yang dapat dikembangkan.

- *Dream*

Pada tahapan ini tim pengabdian menggali keinginan dan cita-cita UD. Duta Rasa sebagai dasar untuk membuat rencana kegiatan yang akan menjadi acuan pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini secara maksimal.

- ***Design***

Karena permasalahan yang dihadapi oleh UD. Duta Rasa cukup kompleks, maka tim pengabdian menawarkan berbagai cara maupun metode sebagai alternatif solusi untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh mitra.

- ***Define***

Tim pengabdian memilih *Business Model Canvas* (BMC) untuk menjawab permasalahan yang dihadapi UD. Duta Rasa. BMC dipilih karena dapat mengidentifikasi berbagai permasalahan yang dihadapi mitra dengan menggali kekuatan yang dimiliki oleh mitra untuk menyelesaikan permasalahan tersebut.

- ***Destiny***

Tim pengabdian mengenalkan *Business Model Canvas* (BMC), kemudian menunjukkan bagaimana langkah-langkah menyusunnya, sehingga dapat ditemukan permasalahan utama yang dihadapi UD. Duta Rasa. Hasil yang didapat kemudian dipresentasikan untuk dikaji lebih mendalam oleh tim.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam kegiatan pelatihan ini, materi disampaikan dengan metode ceramah interaktif, tanya jawab, dan praktik. Sebagai penutup kegiatan, dibuka sesi sharing bersama peserta. Pelatihan ini dilaksanakan secara luring selama dua hari yaitu tanggal 2 dan 3 Juli 2022 sejak pukul 09.00 s.d. 16.00 WIB. Adapun deskripsi tiap tahapan kegiatan yang telah dilaksanakan sebagai berikut:

3.1. Pendekatan dan Agreement

Pada tahap persiapan, tim pengabdian telah melakukan survei pada usaha brem UD. Duta Rasa di Kabupaten Madiun. Berdasarkan hasil survei data diketahui profil usaha Duta Rasa yang sejak dulu merupakan unit usaha yang memproduksi makanan khas Kabupaten Madiun yaitu brem. Industri kecil Brem di Kabupaten Madiun pada awalnya merupakan warisan turun-temurun dari nenek moyang di Desa Kaliabu. Pada 1985 industri ini mulai menunjukkan perkembangannya, yang diawali oleh industri kecil brem yang bernama Suling Gading (kemudian berubah nama menjadi Tongkat Mas). Pada 1987 mulai bermunculan pengusaha-pengusaha industri kecil brem. Pemasaran brem UD. Duta Rasa melalui pemasaran secara langsung kepada pengecer dayang mayoritas adalah toko pusat oleh-oleh Madiun dan konsumen tingkat akhir baik warga setempat maupun pelancong. Pengelola UD. Duta Rasa

masih cukup awam dengan pemasaran secara online melalui berbagai aplikasi dan marketplace. Manajemen keuangan pada UD. Duta Rasa juga masih dikelola secara manual. Dengan temuan permasalahan tersebut maka diperlukan sebuah solusi agar UD. Duta Rasa semakin berkembang dan mampu bersaing di pasaran. Pada tahap ini, mitra juga menandatangani perjanjian kerjasama pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat Pelatihan Strategi Business Model Canvas (BMC) Pada Usaha Brem UD. Duta Rasa Madiun. Kemudian disepakati untuk dilakukan transfer ilmu ke mitra pada hari Sabtu dan Minggu tanggal 2 dan 3 Juli 2022 pukul 09.00-16.00 WIB bertempat di UD. Duta Rasa Madiun.

3.2. Penetapan Program

Program yang ditetapkan dan telah disepakati oleh tim pengabdian masyarakat dengan mitra adalah pelatihan Strategi *Business Model Canvas* (BMC) pada usaha brem UD. Duta Rasa Madiun.

3.3. Pelaksanaan Program

Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui pelatihan strategi *Business Model Canvas* (BMC) pada usaha brem UD. Duta Rasa yang diikuti oleh 10 orang peserta yang terdiri dari 4 orang yang berasal dari pemilik yang sekaligus menjadi tim manajemen dan 10 orang karyawan. Kegiatan ini dilaksanakan selama 2 hari yaitu Sabtu dan Minggu tanggal 2 dan 3 Juli 2022 pukul 09.00-16.00 WIB. bertempat di UD. Duta Rasa Madiun. Pelaksanaan dimulai dengan pendataan peserta kegiatan. Kegiatan selanjutnya adalah pembukaan kemudian diteruskan dengan pemberian materi terkait dengan bagaimana cara menyusun BMC. Setelah itu peserta diberikan kesempatan untuk menyusun BMC didampingi oleh tim pengabdian. Setelah semua peserta selesai maka sesi selanjutnya adalah *sharing* hasil pekerjaan. Kemudian mengulas kesulitan yang dihadapi peserta dalam menyusun BMC. Selain transfer ilmu, tim pengabdian juga memberikan bantuan peralatan modern untuk memproduksi brem berupa 5 unit kompor tungku besar pada UD. Duta Rasa untuk membantu mempermudah proses pemasakan brem yang selama ini masih menggunakan kayu bakar.



Gambar 3. Penandatanganan berita acara serah terima



Gambar 4. Pemaparan materi BMC



Gambar 5. Peserta menyimak materi

3.4. Evaluasi

Review rencana strategi yang ditetapkan oleh UD. Duta Rasa dilakukan untuk menyelaraskan bentuk kegiatan dengan target sasaran. Dari hasil *review* diketahui

bahwa UD. Duta Rasa belum memanfaatkan media sosial secara maksimal, sehingga dalam penyusunan BMC diperlukan fokus promosi menggunakan media sosial. Hal ini bertujuan untuk memperluas pasar, sehingga brem yang dibuat oleh UD. Duta Rasa tidak hanya terkenal di Madiun, tapi dapat dipesan dari mana saja.

Manfaat yang diperoleh dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat terkait dampak ekonomi sosial di antaranya adalah dari segi sosial meningkatnya wawasan dan pengetahuan manajemen dan karyawan UD. Duta Rasa Madiun. Peningkatan wawasan keilmuan ini dituangkan dalam BMC yang telah dibuat dan ditentukan oleh pemilik UD. Duta Rasa Madiun yang mengandung unsur *key partners, key activity, value proposition, customer relationship, customer segment, key resource, channels, cost structure, dan revenue stream*.

Model Canvas yang telah disusun oleh pemilik UD. Duta Rasa merupakan alternatif yang akan digunakan sebagai strategi pengembangan usaha UD. Duta Rasa.

Key Partner - Petani ketan - Pengepul ketan - Pabrik ragi - Pabrik soda - Desainer kemasan - Foto <i>design</i> company profile - Pengecer - Konsumen tingkat akhir - BPOM	Key Activities - Pembelian, penyimpanan dan pengolahan bahan baku - Audit kualitas produk - Training - Promosi Key Resources - Bahan tape - Pabrik - Kelengkapan pabrik - Sistem usaha	Value Proposition - Brem nikmat - brem aneka rasa - Brem berkualitas - Brem sehat dan higienis - Bisnis untung - Modal rendah	Customer Relationship - Media sosial - Bazar - diskon personal - Diskon komunitas - Channels - Pusat oleh-oleh khas madiun - Cabang pabrik - <i>Market place</i> - <i>Instagram</i> - <i>Whatshap</i> - <i>Twitter</i> - <i>Tiktokshop</i>	Customer Segments - Penggemar brem dari semua kalangan
Cost Structure - Biaya lebih mahal - Biaya untuk kemasan bersih, rapi dan higienis - Biaya sertifikasi halal - Biaya konsultan produk - Biaya fotografer		Revenue Streams - Penjualan brem ke konsumen tingkat akhir - Penjualan brem pada pusat oleh-oleh - Penjualan brem melalui media sosial		

Gambar 6. Pemetaan BMC

Berdasarkan rancangan strategi melalui bisnis model kanvas UD. Duta Rasa tersebut, dapat dijabarkan beberapa hal sebagai berikut:

○ **Segmen Pelanggan**

Mengingat brem merupakan makanan khas Madiun, maka sejak berdirinya UD. Duta Rasa segmen pelanggan pada adalah semua kalangan yang meliputi golongan

ekonomi lemah, menengah, dan atas. Hal ini akan terus dipertahankan oleh UD. Duta Rasa.

- **Saluran (Channels)**

Seiring perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi informasi, UD. Duta Rasa akan memaksimalkan pemasaran melalui media sosial antara lain *marketplace* (tokopedia, shopee, grabfood, gofood), instagram, whatsapp, twitter, dan tiktok shop.

- **Hubungan Pelanggan**

Hubungan dengan pelanggan sudah baik namun akan ditingkatkan dengan media sosial grup, bazar, diskon personal, dan diskon komunitas.

- **Kemitraan Kunci**

Sejak lama UD. Duta Rasa telah membina hubungan baik dengan pemasok bahan baku baik petani ketan maupun pengepul ketan dan berbagai pihak yang telah tercantum pada gambar di atas. Hal ini harus menjadi prioritas untuk menjaga keberlangsungan usaha pembuatan brem, sehingga permintaan pelanggan dapat dicukupi secara maksimal.

- **Aktivitas Kunci**

Aktivitas kunci yang perlu dimaksimalkan UD. Duta Rasa adalah bidang promosi melalui media sosial. Rendahnya penguasaan teknologi informasi membuat promosi online dirasa sangat kurang.

- **Struktur Biaya**

Berbagai biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan produk yang berkualitas harus dihitung dengan baik, sehingga didapatkan harga yang tetap terjangkau oleh semua kalangan. Keberhasilan pemilik menyusun rumusan BMC sederhana ini diharapkan akan meningkatkan daya saing UD. Duta Rasa, baik kualitas manajemen maupun kuantitas produksi, penambahan nilai barang dan jasa serta perbaikan tata nilai masyarakat dari segi pendidikan wirausaha. *Business Model Canvas* dengan lebih cepat dapat membuat ide bisnis yang telah ada dapat langsung diwujudkan tanpa merasa repot, diskusi bisnis lebih terstruktur (Subekti et al., 2021). Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hutamy et al., (2021) maka dapat disimpulkan bahwa pada analisis penerapan *Business Model Canvas* pada usaha mikro bisnis *online* wirausaha generasi Z adalah sebesar 83%, hal itu berarti tanggapan menurut

responden adalah baik. Penerapan *Business Model Canvas* mempermudah fokus usaha serta mengurangi risiko pada bisnis yang dijalankan, sehingga dapat meningkatkan penjualan dan bersaing dengan para bisnis UMKM lainnya (Natallia et al., 2022).

Lebih lanjut dampak sosial yang diperoleh mitra melalui *Business Model Canvas* pada UMKM akan memberikan perbaikan pada bidang ekonomi, baik bagi pemilik usaha maupun ekonomi karyawan dan masyarakat sekitar. Wujud pemberdayaan ekonomi bagi pemilik, karyawan maupun lingkungan dapat dilihat dari peningkatan kesejahteraan.

Dari segi pemilik, peningkatan omset penjualan, laba usaha, dan bertambahnya aset, sedangkan dari segi karyawan kenaikan gaji atau upah serta bertambahnya aset dan pendapatan lainnya. Sejatinya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah wujud tanggung jawab akademisi dalam melayani masyarakat. Tujuan utama kegiatan pengabdian kepada masyarakat secara intensif dan partisipatif adalah terbentuknya kemandirian dari komunitas atau kelompok mitra (Evelyn et al., 2019), (Herawati et al., 2019). Pendampingan merupakan kegiatan yang diyakini mampu mendorong terjadinya perbaikan (Widyakusuma, 2013). Seperti halnya penelitian yang dilakukan oleh Mahdi & Baga, (2018). *Business Model Canvas* memberikan hasil dan perbaikan-perbaikan yang dijadikan sebagai strategi alternatif yang digunakan untuk pengembangan usaha di masa yang akan datang dengan memanfaatkan media sosial secara intensif untuk memperluas segmentasi pasar. Penelitian Natallia et al., (2022) menyebutkan bahwa *Business Model Canvas* adalah model yang digunakan untuk menyederhanakan fokus bisnis dan mengurangi risiko bisnis yang sedang berlangsung untuk meningkatkan penjualan dan bersaing dengan MIME lainnya. Beberapa hasil penelitian lain yang sejalan dengan pengabdian masyarakat ini adalah (Herawati et al., 2019) yang menyatakan bahwa *Business Model Canvas* adalah manajemen strategis dan model startup yang elegan untuk mengembangkan model bisnis baru dan mendokumentasikan model bisnis yang ada.

4. SIMPULAN

Berdasarkan tujuan program kegiatan yang telah ditetapkan pada awal kegiatan, maka dapat disimpulkan bahwa tujuan dari pengabdian masyarakat ini telah tercapai. Pemilik dibantu karyawan dan tim mampu memetakan potensi dan masalah serta menyusun strategi usaha melalui model BMC. Keikutsertaan peserta mencapai 100%. Dampak positif yang dihasilkan, pemilik dan karyawan UD. Duta Rasa mampu menyusun bisnis model kanvas. Dengan menyusun BMC, pemilik mengetahui rendahnya tingkat promosi yang memanfaatkan media sosial melalui aplikasi dan *marketplace*. Keluarga besar UD. Duta Rasa memberikan apresiasi positif

terhadap kegiatan yang telah dilaksanakan. Dengan BMC, UD. Duta Rasa dapat menemukan permasalahan bagaimana peluang dan tantangan yang harus segera dipersiapkan sehingga efektivitas perusahaan dimasa yang akan datang diharapkan dapat dicapai dengan maksimal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Pengabdian Kepada Masyarakat menyampaikan terimakasih kepada LPPM Universitas PGRI Madiun atas pendanaan hibah dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat di UD. Duta Rasa Madiun.

REFERENSI

- Al-Kautsari, M. M. (2019). Asset-Based Community Development: Strategi Pengembangan Masyarakat. *Empower: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 4(2), 259. <https://doi.org/10.24235/empower.v4i2.4572>
- Bank Indonesia dan LPPI. (2015). Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm). In *Bank Indonesia dan LPPI* (pp. 1–135).
- Baumassepe, A. N. (2017). BUSINESS MODEL Bagi mahasiswa program wirausaha. *ResearchGate, October*, 0–22.
- Evelyn, E., Saputra, E., Komalasari, K., & Utami, S. P. (2019). Community training in dishwashing-liquid soap making from waste cooking oil. *Riau Journal of Empowerment*, 1(2), 67–74. <https://doi.org/10.31258/raje.1.2.9>
- Hasanah, N., Muhtar, S., & Muliastari, I. (2020). *Mudah Memahami Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)* (p. 153).
- 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. <https://doi.org/10.19184/j-agt.v13i01.8554>
- Hutamy, E. T., Marham, A., Alisyahbana, A. N. Q. A., Arisah, N., & Hasan, M. (2021). Analisis Penerapan Bisnis Model Canvas pada Usaha Mikro Wirausaha Generasi Z. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran Digital*, 1(1), 1–11. <https://doi.org/10.35912/jbpd.v1i1.453>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2002 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, (2008).
- Mahdi, A. F., & Baga, L. M. (2018). Business Model Canvas Perusahaan Pengolah Rumput Laut. In *Forum Agribisnis* (Vol. 8, Issue 1, pp. 1–16).

<https://doi.org/10.29244/fagb.8.1.1-16>

Mainake, Y. (n.d.). *Dukungan Memperkuat Umkm*. Pusat Penelitian Badan.

Natallia, D., Susanti, L. W., Herisen, H., & Malind, M. (2022). Business Model Canvas Bagi Umkm Moii Foods. In *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK)* (Vol. 1, pp. 154–160). <https://doi.org/10.36441/snpk.vol1.2022.33>

Pusat Penelitian dan Pengabdian. (2020). *Pedoman Pengabdian kepada Masyarakat (PkM)* (pp. 1–17).

Rosita, R. (2020). Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Umkm Di Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis*, 9(2), 109. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v9i2.380>

Sari, I. A. (n.d.). *Pengaruh Metode Pembuatan Dan Proporsi*. Beras Ketan Dan Beras.

Sormin, W. (2020). Dampak Pandemi Covid 19 Terhadap Perhotelan. In *Society: Jurnal Jurusan Tadris Ilmu Pengetahuan Sosial* (Vol. 4, Issue 1, pp. 10–16).

Subekti, P., Yogatama, A. N., Anjaningrum, W. D., & Sidi, A. P. (2021). Pelatihan Business Model Canvas Bagi Siswa SMA Diponegoro Tumpang Dalam Membangun Bisnis di Masa Pandemi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 79–90. <https://doi.org/10.32815/jpm.v2i2.395>

Widyakusuma, N. (2013). Peran Pendamping Dalam Program Pendampingan Dan Perawatan Sosial Lanjut Usia Di Lingkungan Keluarga (Home Care): Studi Tentang Pendamping Di Yayasan Pitrah Sejahtera, Kelurahan Cilincing, Kecamatan Cilincing Jakarta Utara. *Sosio Informa*, 18(3), 211–224. <https://doi.org/10.33007/inf.v18i3.59>