

Received: Mei 2024

Accepted: Juni 2024

Published: Juli 2024

Article DOI: <http://dx.doi.org/10.24903/jam.v8i02.2913>

Analisis Kanvas Model Bisnis Unit Usaha Damar Segaran Gallery

Desty Hapsari Kirana
Universitas Padjadjaran
desty.kirana@unpad.ac.id

Camelia Rizki Agrina
Universitas Padjadjaran
camelia@unpad.ac.id

Abstrak

Desa Sukomulyo menghadapi berbagai tantangan dalam pengembangan dan pengelolaan usaha, meskipun desa ini memiliki potensi bisnis yang besar. Pendampingan dan pelatihan menggunakan Kanvas Bisnis Model akan membantu memaksimalkan peran Damar Segaran sebagai unit usaha dari BUMDesa di Desa Sukomulyo sebagai *marketplace* untuk dapat meningkatkan efisiensi operasional, dan meningkatkan daya saing produk UMKM di pasar. Pendampingan dan pelatihan dilakukan untuk mengoptimalkan peran Damar Segaran, unit usaha BUMDesa di Desa Sukomulyo, sebagai lokapasar. Analisis Kanvas Model Bisnis digunakan untuk memetakan proses bisnis, mengidentifikasi kelemahan, dan menyarankan strategi pengembangan. Kegiatan pendampingan dan pelatihan di Desa Sukomulyo dilaksanakan pada bulan Juli 2023 dengan target peserta adalah para perangkat Desa Sukomulyo, Pengelola BUMDesa Sukomulyo, Pegiat UMKM dan juga para Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) di Desa Sukomulyo. Diharapkan hasil analisis ini dapat membantu BUMDesa dalam memahami proses bisnis, meningkatkan kinerja, dan mencapai tujuan pengembangan. Melalui pendekatan ini, BUMDesa diharapkan dapat mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang untuk memperkuat ekonomi lokal di era digital. Strategi yang diusulkan, seperti perluasan pemasaran, kemitraan yang lebih kuat, peningkatan kualitas produk, pengembangan produk baru, program loyalitas pelanggan, dan optimasi biaya, dapat menjadi panduan bagi BUMDesa dalam menghadapi dinamika pasar dan meningkatkan daya saing.

Kata Kunci: *Pengembangan Usaha, Kanvas Model Bisnis, BUMDesa*

Pendahuluan

Paradigma baru dalam pembangunan perdesaan adalah membangun ekonomi desa yang mandiri. Amiryana (2021) menyebutkan bahwa penguatan ekonomi lokal berfokus pada pemberdayaan masyarakat dan mengoptimalkan sumber daya desa, dimana hal ini merupakan salah satu strategi yang dapat dilakukan untuk mengatasi kemiskinan dan kesenjangan. Selain itu, Nugraheni (2023) juga menyatakan bahwa BUMDesa memiliki kemampuan untuk menawarkan kesempatan kerja dan menjadi salah satu sumber pendapatan asli desa.

BUMDesa adalah pusat pertumbuhan ekonomi perdesaan. BUMDesa juga dimaksudkan untuk berfungsi sebagai pranata bisnis yang mendorong produk unggulan desa (Yulianto, 2023). Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi berkomitmen untuk meningkatkan BUMDesa dengan memungkinkan mereka bekerja sama dengan perusahaan dan juga BUMN. Berdasarkan PP No.11/2021, tujuan BUMDesa antara lain adalah meningkatkan produktivitas perekonomian desa melalui pengelolaan usaha, pengembangan investasi, dan optimalisasi potensi desa. Selain itu, BUMDesa juga bertujuan melakukan kegiatan pelayanan umum dengan menyediakan barang atau jasa bagi masyarakat serta mengelola lumbung pangan desa. Tujuan lainnya adalah meningkatkan Pendapatan Asli Desa (PAD) dan mengoptimalkan sumber daya ekonomi masyarakat desa. BUMDesa juga berperan dalam pemanfaatan aset desa untuk menciptakan nilai tambah atas aset tersebut serta mengembangkan ekosistem ekonomi digital di desa.

Menurut situs web Kementerian Desa (Kemendesa.go.id), jumlah BUMDesa terus meningkat setiap tahunnya. Jumlah BUMDesa di Indonesia meningkat dari 50.199 pada 2019, 2020, dan 2021, menjadi 51.134 pada 2018, dan 57.288. Dari total 60.417 BUMDesa dan 6.583 BUMDesa Bersama pada tahun 2022, sebanyak 12.285 BUMDesa sudah berbadan hukum.

Meskipun demikian, tidak dapat dipungkiri bahwa pertumbuhan BUMDesa masih menghadapi banyak tantangan. Menurut Aprillia (2021), motivasi, pendidikan, umur, pengalaman kerja, dan gaya kepemimpinan adalah beberapa faktor yang dapat menyebabkan kegagalan BUMDesa menjalankan kinerja. Pengembangan BUMDesa yang buruk masih sering terjadi di Indonesia. Salah satunya yang dialami oleh BUMDesa di Desa Sukomulyo.

Desa sukumulyo merupakan salah satu dari 15 desa brilian terbaik di Pulau Jawa yang terletak di Kecamatan Manyar, Kabupaten Gresik, Provinsi Jawa Timur. Desa Sukomulyo merupakan desa yang berada di tengah wilayah industri, walau begitu desa ini memiliki berbagai potensi bisnis yang dapat dikembangkan. Desa sukumulyo tidak memiliki lahan pertanian, oleh sebab itu desa ini memanfaatkan sumber daya yang ada untuk diolah menjadi produk yang memiliki nilai jual tinggi. Berbagai kreatifitas produk muncul untuk dapat meningkatkan perekonomian warga desa. Diantaranya yaitu batik dan bordir *eco printing*, ikan bandeng tulang lunak, keripik pisang, sirup markisa, minuman bunga telang, jus sayuran, serta asinan lengkung. Seluruh produk tersebut terbagi menjadi 6 sentra bisnis yaitu sentra pengolahan lengkung, sentra pengolahan ikan laut, sentra pengolahan batik *eco printing*, sentra pengolahan markisa dan bunga telang, sentra pengolahan pisang, serta sentra pengolahan sayur.

Damar Segaran merupakan salah satu unit usaha dari BUMDesa di Desa Sukomulyo yang berperan sebagai lokapasar (*marketplace*) untuk menjual produk-produk unggulan dari UMKM di Desa Sukomulyo. Karena Damar Segaran hanya berperan sebagai *marketplace*, unit usaha ini tidak memiliki produk sendiri kecuali produk dari UMKM yang dijual di Damar Segaran. Oleh karena itu, dilakukan pendampingan dan pelatihan bagi BUMDesa di Desa Sukomulyo untuk memaksimalkan peran Damar Segaran sebagai unit usaha BUMDesa yang menyediakan jasa pemasaran dan penjualan bagi produk-produk UMKM di Desa Sukomulyo menggunakan Kanvas Bisnis Model yang akan memetakan proses bisnis dari Damar Segaran Gallery.

Akbar dkk. (2022) menyatakan bahwa kegiatan pelatihan Bisnis Model Canvas pada pelaku usaha terbukti memberikan tambahan wawasan dan pengetahuan terkait pembuatan dan penyusunan bisnis model. Hal ini membantu dalam penentuan dan pengembangan proposisi nilai (Value Proposition). Tujuan pengembangan value proposition ini adalah Untuk membuat

barang dan jasa perusahaan memenuhi nilai yang diinginkan, memenuhi kebutuhan konsumen, memiliki keunggulan dibandingkan pesaing, dan memenangkan pasar (Awaluddin, 2021).

Dari segi promosi dan pemasaran, pendampingan dalam penyusunan model bisnis dengan pendekatan Business Model Canvas juga terbukti efektif (Haryati, 2024) dalam pendampingan penyusunan model bisnis pada usaha minuman herbal. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan model bisnis yang tepat dapat meningkatkan daya saing dan keunggulan kompetitif UMKM dalam pasar yang kompetitif.

Penerapan Business Model Canvas juga dapat dilihat dari sudut pandang pendidikan dan pelatihan (Maulidah, 2022) dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat untuk meningkatkan jiwa kewirausahaan siswa SMK. Pelatihan seperti ini memberikan landasan yang kuat bagi generasi muda untuk memahami esensi model bisnis sejak dini. Menurut Walansendow et al. (2022) yang membahas desain model bisnis menggunakan Lean Canvas untuk UMKM di sektor kuliner dan kerajinan memberikan perspektif yang komprehensif tentang aplikasi praktis dari model bisnis dalam konteks nyata.

Selain itu, Sulastri (2022) mengatakan bahwa pelaku UMKM biasanya tidak memahami proposisi nilai perusahaan, produk, infrastruktur, pelanggan, dan keuangan. Oleh karena itu, mereka perlu mendapatkan pelatihan dan bimbingan saat memulai bisnis baru atau mengembangkan bisnis yang sudah ada. Untuk mencapai hal ini, ketrampilan yang diperlukan untuk membuat rencana bisnis model kanvas harus diberikan kepada pemilik usaha mikro kecil dan menengah. Oleh karena itu diharapkan pendampingan dan pelatihan pembuatan bisnis model kanvas di Desa Sukomulyo ini dapat membantu memetakan proses bisnis BUMDesa khususnya untuk unit usaha Damar Segaran.

Metode

Kegiatan pendampingan ini dilaksanakan pada bulan Juli 2023. Pendampingan ini berfokus pada pengembangan unit usaha yang dimiliki oleh BUMDesa Desa Sukomulyo dengan menganalisis permasalahan yang ada dan mengembangkan potensi yang dimiliki oleh Desa. Untuk memetakan proses bisnis dari unit usaha yang dimiliki oleh BUMDesa Sukomulyo yaitu Damar Segaran Gallery, maka diperlukan analisis dari hulu ke hilir untuk mengetahui aktivitas-aktivitas dan juga sumber daya yang diperlukan. Oleh karena itu, dalam pendampingan ini, dilakukan analisis Kanvas Bisnis Model untuk memetakan proses bisnis dari Damar Segaran Gallery. Metode yang dilakukan untuk pendampingan dan pelatihan dalam pembuatan model kanvas bisnis ini menurut Putera dkk (2023) terdiri dari 3 tahapan, yaitu: tahap pengenalan tentang model bisnis dari Kanvas Model Bisnis, yang kedua adalah tahap brainstorming tentang usaha pribadi dan bagaimana usaha tersebut dimodelkan disebuah kanvas dan yang ketiga adalah pemeriksaan dan diskusi.

Menurut Azhana (2024) Business Model Canvas (BMC) adalah alat strategi yang digunakan untuk menggambarkan model bisnis dan mengilustrasikan pemikiran mendasar tentang bagaimana sebuah organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai. Pendekatan ini membantu organisasi untuk memahami secara komprehensif bagaimana bisnis mereka beroperasi dan menciptakan nilai bagi pelanggan. Utari (2023) juga menguatkan konsep bahwa Business Model Canvas memberikan gambaran tentang bagaimana sebuah organisasi

menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai. Dengan menggunakan BMC, organisasi dapat merencanakan strategi bisnis yang lebih efektif dan berkelanjutan.

Menurut Mazzarol and Reboud (2020), Kanvas Model Bisnis merupakan kerangka kerja yang terdiri dari sembilan bidang utama atau “blok bangunan” yang perlu dipertimbangkan ketika merancang model bisnis. Penting untuk dicatat bahwa Kanvas Model Bisnis adalah alat perencanaan strategis, dan keterkaitan antara sembilan bidang kerangka tersebut dapat berbeda tergantung pada sifat bisnis atau industri dimana dia beroperasi. Sembilan kriteria tersebut adalah sebagai berikut:

Gambar 1. Kanvas Bisnis Model. Sumber: Mazzarol and Reboud (2020)

Strategic Partners	Key Activities	Value Proposition	Customer Relations	Customer Segments
Do you need to work with others or can you proceed alone?	Operation management	How does the product or service help the customer:	What are the customers:	Who is the customer?
If you need others who are the:	CRM systems	- Save money - Save time - Add value - Increase profit	- Acquisition costs?	What are their main problems or needs?
	Financial control systems		- Retention costs?	What goals di they have?
- Lead customer?	HRM Systems		- Switching costs?	Demographics?
- Key suppliers?	Rules, Policies, metrics		- Life time value?	Psychographics?
- Resources network actors?	Key Resources		Channels	
	Core competencies?		How do you reach your customers?	
	Team structure?		How can you deliver value to them?	
	Physical resources?		Can you do this directly or do you need to work via others?	
	Financial resources?			
Cost Structure		Revenue Stream		
What are the main over head (fixed) cost?		How much is the customer willing to pay?		
What are the anticipated variable costs?		How many customers will pay?		
What is the anticipated gross profit margin?		How frequently will they pay?		
When will the business break even?		Cash cycle & cost-profit-volume analysis		

Gambar diatas mengilustrasikan Kanvas Bisnis Model dengan daftar pertanyaan yang telah kita tambahkan ke masing-masing sembilan kotak. Kanvas tersebut akan diisi dengan kondisi

yang ada di Damar Segaran Gallery untuk dipetakan proses bisnisnya dan untuk mengetahui bagaimana strategi yang harus dilakukan untuk Damar Segaran Gallery.

Hasil dan Pembahasan

Damar Segaran merupakan salah satu unit bisnis Desa Sukomulyo yang berada di bawah naungan BUMDesa. Melihat tingginya kebutuhan UMKM terhadap tempat berjualan, membuat BUMDesa dan perangkat desa memanfaatkan peluang tersebut dengan membuat tempat bernama damar segaran. Bisnis ini menyediakan tempat bagi para UMKM untuk dapat berjualan dengan biaya sewa yang rendah. Selain itu damar segaran juga menyediakan produk berupa air bersih. Sering kali damar segaran menjadi tempat dilaksanakannya *event-event* desa. Berikut merupakan penjelasan dari setiap elemennya.

Produk unggulan yang dihasilkan oleh warga di Desa Sukomulyo diantaranya adalah batik dan bordir *eco printing*, ikan bandeng tulang lunak, keripik pisang, sirup markisa, minuman bunga telang, jus sayuran, serta asinan lengkung. Seluruh produk tersebut terbagi menjadi 6 sentra bisnis yaitu sentra pengolahan lengkung, sentra pengolahan ikan laut, sentra pengolahan batik *eco printing*, sentra pengolahan markisa dan bunga telang, sentra pengolahan pisang, serta sentra pengolahan sayur)

Berdasarkan hasil observasi lapangan dan juga wawancara perangkat desa setempat, termasuk pengurus BUMDesa di Desa Sukomulyo, didapat masalah bahwa pelaku usaha di Desa Sukomulyo masih belum memahami sepenuhnya bagaimana proses pemasaran produk yang mereka hasilkan dan yang paling penting juga mereka belum mengetahui kemana mereka akan memasarkan dan menjual produknya. Dengan adanya Damar Segaran, para pelaku usaha di Desa Sukomulyo ini berharap bahwa Damar Segaran bisa menjadi wadah untuk mereka melakukan pemasaran dan juga tempat untuk menjual produknya, dimana peran dari Damar Segaran ini adalah menjadi sebuah *marketplace* di Desa Sukomulyo.

Dengan permasalahan yang sudah dijelaskan, maka dilakukan sebuah analisis Kanvas Model Bisnis dengan tujuan untuk membantu Damar Segaran dalam memahami proses bisnis yang dijalankan dan juga semakin memperhatikan hal-hal penting yang berkaitan dengan bisnis dari Damar Segaran. Pendampingan dan pelatihan diberikan kepada para perangkat desa dan juga kepada pengelola BUMDesa di Desa Sukomulyo. Selain itu, para pegiat UMKM dan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) di Desa Sukomulyo juga ikut serta dalam kegiatan ini. Berikut merupakan dokumentasi saat pendampingan dan pelatihan pembuatan Kanvas Model Bisnis di Desa Sukomulyo:



Gambar 2. Kegiatan Pendampingan dan Pelatihan

Setelah dilakukan pendampingan dan pelatihan kepada para peserta, berikut ini merupakan hasil dari analisis Kanvas Model Bisnis yang dihasilkan:

Gambar 3. Kanvas Model Bisnis Damar Segaran Gallery

<i>Strategic Partners</i>	<i>Key Activities</i>	<i>Value Proposition</i>	<i>Customer Relations</i>	<i>Customer Segments</i>
<ul style="list-style-type: none"> - BRI - Pemerintah Desa - Petronas - Produsen/Supplier 	<ul style="list-style-type: none"> - Pengiriman barang - Quality Control - Pendataan list barang - Foto produk untuk promosi - Pemasaran dan penjualan produk 	<ul style="list-style-type: none"> - Pusat penjualan khas Gresik dan produk unggulan desa Kabupaten Gresik 	<ul style="list-style-type: none"> - Diskon dan promo - Cashback - Souvenir - Akumulasi pembelian berhadiah atau voucher potongan harga - Pembelian produk tertentu berhadiah souvenir 	<ul style="list-style-type: none"> - Unit Pasar (UMKM yang ingin membuka usaha tapi tidak punya lahan serta menyewa lahan dengan biaya yang lebih terjangkau - Hipam (Air Bersih)

	<p>Key Resources</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sumber daya manusia - Sumber daya fisik (Gallery) 	<p>Channels</p> <ul style="list-style-type: none"> - Media Sosial (Instagram, TikTok, Facebook, Youtube dan Whatsapp bisnis) - E-commerce - Kerjasama dengan perusahaan - Gallery atau toko offline 	<p>Warga sekitar, wirausaha, pekerja dan pengusaha kos sekitar Manyar dan Sukomulyo yang membutuhkan air bersih.</p>
<p>Cost Structure</p> <ul style="list-style-type: none"> - Biaya Operasional (Listrik, air, gaji karyawan) - Biaya Pelatihan peningkatan kapasitas - Biaya transportasi rapat - Biaya pemasaran untuk memanjakan pelanggan 		<p>Revenue Stream</p> <p>Penjualan Produk</p>	

Berdasarkan kanvas yang sudah dibuat, didapat informasi bahwa Damar Segaran memiliki target pasar yang terdiri dari UMKM yang membutuhkan tempat berjualan dengan harga sewa rendah, serta masyarakat dan pengusaha kos-kosan yang membutuhkan produk air bersih. Keunggulan yang ditawarkan oleh Damar Segaran kepada konsumennya adalah sebagai pusat penjualan produk lokal Desa Sukomulyo Kabupaten Gresik, yang memungkinkan pengunjung dari luar daerah untuk langsung membeli produk UMKM lokal di sana. Dalam hal pemasaran, Damar Segaran memanfaatkan media sosial seperti *Instagram*, *TikTok*, dan *Facebook* untuk menyebarkan informasi dan memasarkan produk mereka, selain juga menggunakan *e-commerce* dan toko offline.

Untuk mempertahankan konsumen, Damar Segaran menawarkan berbagai tawaran menarik seperti diskon, promo, *cashback*, *voucher* potongan harga, dan suvenir. Pendapatan utama Damar Segaran berasal dari penjualan produk, yang akan dialokasikan untuk pengembangan usaha lebih lanjut. Sumber daya yang dibutuhkan mencakup sumber daya fisik seperti galeri dan sumber daya manusia seperti karyawan.

Damar Segaran memiliki lima kegiatan utama yaitu pengadaan barang, *quality control*, pemasaran, penjualan, dan pengiriman. Kelima aktivitas ini penting untuk mencapai nilai yang dijanjikan kepada konsumen. Mitra utama yang mendukung Damar Segaran dalam mencapai kegiatan utamanya dan memberikan nilai kepada konsumen meliputi BRI, Petronas, pemerintah desa, dan supplier. Untuk menjalankan bisnisnya, Damar Segaran mengeluarkan biaya operasional seperti listrik dan gaji karyawan, biaya transportasi, biaya pelatihan, dan biaya pemasaran.

Dari hasil analisis Kanvas Model Bisnis yang dibuat, didapat hasil bahwa Damar Segaran memiliki strategi yang berfokus pada memenuhi kebutuhan segmen pelanggan tertentu dengan

nilai tambah dalam bentuk pusat penjualan produk lokal. Mereka menggunakan saluran distribusi yang beragam dan berupaya mempertahankan pelanggan melalui tawaran dan promosi yang menarik. Sumber daya kunci dan mitra berperan penting dalam mendukung aktivitas bisnis mereka. Pendapatan dari penjualan digunakan untuk pertumbuhan dan pengembangan lebih lanjut. Sedangkan, biaya-biaya operasional dikelola dengan cermat untuk menjaga profitabilitas.

Untuk mengoptimalkan bisnis Damar Segaran, sejumlah strategi dapat diterapkan berdasarkan analisis Kanvas Model Bisnis. Salah satu langkah utama adalah memperluas jangkauan pemasaran dengan lebih efektif memanfaatkan media sosial dan *e-commerce*. Damar Segaran perlu menilai kembali keefektifan penggunaan platform ini dan mempertimbangkan penerapan strategi pemasaran digital yang lebih canggih, seperti *Google Ads* dan *Facebook Ads*, untuk meningkatkan *traffic dan engagement* di media sosial. Analisis *data traffic* secara berkala sangat penting untuk memastikan keberlanjutan dan efektivitas strategi pemasaran digital ini. Selain itu, memperkuat dan menjalin hubungan baru dengan mitra merupakan strategi penting lainnya. Saat ini, Damar Segaran sudah memiliki kemitraan dengan Bank BRI, Perusahaan Minyak seperti Petronas, dan pemerintah desa yang mendukung dalam pendanaan, promosi, serta pembangunan infrastruktur. Membangun hubungan yang lebih kuat dengan mitra ini dan mencari mitra baru dapat membantu dalam memperluas jangkauan dan kapabilitas bisnis.

Kualitas produk juga harus ditingkatkan untuk memastikan kepuasan pelanggan yang merupakan prioritas utama dalam bisnis. Menerapkan sistem *Quality Control* yang ketat akan membantu Damar Segaran dalam menjaga standar kualitas produk mereka, sehingga dapat memenuhi dan melebihi harapan pelanggan. Selain itu, pengembangan produk baru harus diproyeksikan berdasarkan keinginan dan kebutuhan konsumen. Dengan mengembangkan produk baru yang relevan, Damar Segaran dapat lebih baik memenuhi permintaan pasar dan meningkatkan daya saing.

Untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, Damar Segaran dapat menerapkan berbagai program loyalitas seperti *membership customer*, pemberian voucher, poin, atau penghargaan lainnya. Strategi ini tidak hanya membantu mempertahankan pelanggan tetapi juga mendorong pembelian berulang.

Terakhir, pengelolaan biaya operasional dengan efisien sangat penting untuk menjaga keberlanjutan bisnis. Melakukan audit biaya secara berkala akan membantu dalam mendokumentasikan dan mengelola biaya operasional dengan baik, sehingga dapat mengidentifikasi area yang dapat dihemat dan meningkatkan efisiensi keseluruhan. Dengan menerapkan strategi-strategi ini, Damar Segaran dapat meningkatkan kinerja bisnisnya secara signifikan dan mencapai tujuan jangka panjangnya.

Simpulan dan rekomendasi

Pengembangan potensi yang dimiliki oleh suatu Desa didukung oleh hadirnya BUMDesa. Faktor utama dalam mendorong bergeraknya unit usaha yang dilakukan oleh BUMDesa adalah dengan cara memanfaatkan potensi yang dimiliki oleh suatu Desa. Perekonomian warga desa dapat meningkat dengan cara menghasilkan produk-produk unggulan yang dapat dihasilkan oleh warga desa, tentu dengan memanfaatkan sumber daya alam yang ada di Desa.

BUMDes Sukomulyo masih mengalami beberapa kendala dalam pemahaman proses bisnis dan pelaksanaan unit usahanya. Pembuatan Kanvas Model Bisnis diharapkan dapat membantu permasalahan yang terjadi pada proses bisnis yang dilakukan oleh Damar Segaran sebagai

salah satu unit bisnis dari BUMDesa Sukomulyo. Terdapat 9 kriteria dalam Kanvas Model Bisnis yang dapat menunjang Damar Segaran untuk dapat menjadi lokapasar (marketplace) yang beroperasi secara efektif dan efisien serta menguntungkan untuk seluruh pihak yang terlibat.

"Damar Segaran Gallery" memiliki model bisnis yang kuat dengan fokus pada produk-produk khas lokal dari Gresik. Dengan memanfaatkan kemitraan strategis, seperti BRI dan Pemerintah Desa, serta berbagai saluran pemasaran termasuk e-commerce dan media sosial, galeri ini mampu menjangkau pasar yang lebih luas. Struktur biaya yang jelas dan strategi hubungan pelanggan yang baik membantu dalam mempertahankan dan menarik pelanggan. Sumber pendapatan utama berasal dari penjualan produk, dengan proposisi nilai yang menarik berupa produk khas lokal yang sulit ditemukan di tempat lain.

Daftar Pustaka

- Akbar, R. N., Endayani, F., Salsabila, S., & Primadan, E. I. (2022). Pengembangan Proposisi Nilai Bisnis Melalui Pelatihan Business Model Canvas Pada Godress Koffie Malang. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)* Vol.3 No.2, Hal 555-562.
- Amirya, M. 2021. “Peran Badan Usaha Milik Desa (BUMDesa) Dalam Mendukung Kemandirian Ekonomi Desa” dalam <https://www.iaijawatimur.or.id/course/interest/detail/21>. Diakses pada tanggal 27 September 2023 pukul 14.00 WIB.
- Aprillia, Ade Rina, Dwi Cahyono, dan Ari Sita Nastiti. 2021. “Systematic Literature Review (Slr): Keberhasilan Dan Kegagalan Kinerja Badan Usaha Milik Desa (BUMDESA)”. *Akuntansi Terapan dan Bisnis*. Vol. 1. Hlm. 35-44.
- Awaluddin, R. (2021). Pelatihan Swot Dan Business Model Canvas Pada Ukm Keripik. *Humanis : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol. 20, No. 1. Hal. 47–58.
- Azhana, F. T. I., Setiawan, M., Susanti, L., Zakaria, M. R., Syafaat, R. R. A. K., & Agustiningsih, N. (2024). Concept of social entrepreneurship in the development of creative economy tourism in indonesia (case study: cirendeudeu village). *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 1324(1), 012073. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1324/1/012073>
- Kementerian Desa Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi. 2023. Data Jumlah BUMDesa dan BUMDesa Bersama Berbadan Hukum. Diakses pada 28 Desember 2023, dari <https://satudata.kemendesa.go.id/dataset/data-jumlah-bum-desa-dan-bum-desa-bersama-berbadan-hukum#topic>
- Haryati, N., Wavi, M. N., Irwandi, P., Pratama, R. Y., Irbah, N. A., Putri, H. N., ... & Fajariyah, A. S. (2024). Pendampingan penyusunan model bisnis canvas pada usaha minuman herbal sebagai upaya untuk meningkatkan keunggulan kompetitif di bidang kuliner. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 8(2), 2144. <https://doi.org/10.31764/jmm.v8i2.21917>
- Maulidah, H., Harjantri, R. S., Widiyanti, H., & Karunia, A. (2022). Pelatihan penyusunan business model canva sebagai upaya meningkatkan jiwa kewirausahaan (entrepreneurship) siswa smk astrindo kota tegal. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Progresif Humanis Brainstorming*, 5(1), 148-153. <https://doi.org/10.30591/japhb.v5i1>.
- Mazzarol, Tim. Reboud, Sophie. 2020. *Entrepreneurship and Innovation: Theory, Practice and Context 4th Edition*. Springer Texts in Business and Economics. Singapore.
- Nugraheni, Siwi. 2023. Kinerja BUMDes. Diakses pada 22 Desember 2023, dari <https://www.kompas.id/baca/opini/2023/05/15/kinerja-bum-des>
- PERATURAN PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA NOMOR 11 TAHUN 2021 TENTANG BADAN USAHA MILIK DESA. https://jdih.setkab.go.id/PUUdoc/176380/PP_Nomor_11_Tahun_2021.pdf

- Putera, D. A., Bora, M. A., Dermawan, A. A., Lawi, A., Munir, Z., Permatasari, R. D., & Wijaya, I. M. S. (2023). Sosialisasi Business Model Canvas terhadap Pelaku Usaha. *Jurnal Pengabdian Ibnu Sina*. Vol 2, No 1. Hal 1-7.
- Sulastri, Adam, M., Saftiana, Y., Nailis, W., Putri, Y.H. (2022). Pelatihan Dan Pendampingan Penyusunan Rencan Bisnis Model Kanvas Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, Vol. 6, No. 1, Hal. 121-130
- Utari, N. K. M. T. (2023). Implementation of the business model canvas (bmc) and projection of financial analysis as a solution for the continuity of home industry activities. *Jurnal Ekonomi & Bisnis JAGADITHA*, 10(1), 98-103. <https://doi.org/10.22225/jj.10.1.2023.98-103>
- Walansendow, A., Lagarensen, B. E. S., & Manopo, M. W. (2022). Business model design using lean canvas-based on culinary and crafts startup at super priority tourism destinations in north minahasa district. *Proceedings of the International Conference on Applied Science and Technology on Social Science 2022 (iCAST-SS 2022)*, 460-467. https://doi.org/10.2991/978-2-494069-83-1_82
- Yulianto, Trisno. 2023. Resolusi BUMDes 2023. Diakses pada 14 Januari 2024, dari <https://www.kompas.id/baca/opini/2023/01/17/resolusi-BUMDesa-2023>