
**Pengembangan *Business Model Canvas* untuk Meningkatkan Pendapatan
(Fotokopi Mandiri di Kabupaten Pasuruan)**

Afifatus Salwa *)

Eka Farida **)

Eris Dianawati ***)

Email : 22201081178@unisma.ac.id

Universitas Islam Malang

Abstract

This study aims to analyze the implementation of the Business Model Canvas (BMC) and its contribution to increasing the revenue of Fotokopi Mandiri, a micro and small enterprise operating in Pasuruan Regency. The research focuses on examining the application of the nine core elements of the BMC, formulating revenue enhancement strategies, and evaluating the impact of BMC implementation on business revenue performance. A descriptive qualitative approach was employed, with data collected through observation, in-depth interviews, focus group discussions (FGD), and documentation. The informants consisted of the business owner, employees, and customers who were directly involved in business operations. The findings indicate that the implementation of the BMC supports more structured and systematic business management. Among the nine elements, four components—value proposition, Customer relationships, Channels, and revenue streams—play a dominant role in driving revenue growth. The application of the BMC positively influences business performance through improved operational efficiency, strengthened marketing strategies, enhanced service quality, and more effective resource utilization. Furthermore, BMC implementation contributes to business sustainability by increasing production capacity and supporting the adoption of digital technology in service delivery and promotion. Overall, this study demonstrates that the Business Model Canvas is an effective strategic tool for improving revenue performance and ensuring the sustainability of micro-scale service enterprises, particularly in the photocopy and printing service sector.

Keywords: *Business Model Canvas, Revenue Growth, Micro And Small Enterprises, Photocopy Services, Business Sustainability*

Pendahuluan

UMKM memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal serta menciptakan lapangan kerja. Klasifikasi UMKM umumnya didasarkan pada tingkat pendapatan tahunan, jumlah tenaga kerja, dan besaran aset yang dimiliki (Sudrartono, 2022). Salah satu bentuk UMKM jasa yang berkembang di masyarakat adalah usaha fotokopi dan percetakan, yang menyediakan layanan penggandaan dokumen, pencetakan, penjilidan, laminasi, serta penjualan alat tulis kantor dan layanan administrasi pendukung. Usaha fotokopi tergolong UMKM jasa dengan karakteristik modal awal yang relatif terjangkau, penggunaan teknologi yang mudah diadaptasi, serta kemampuan menyerap tenaga kerja di lingkungan sekitar (Mustapita et al., 2023).

Meskipun perkembangan digitalisasi telah mengubah cara pengelolaan dokumen, kebutuhan terhadap dokumen fisik masih tergolong tinggi, terutama pada sektor pendidikan, pemerintahan, dan dunia usaha. Dokumen cetak masih dibutuhkan untuk keperluan legalitas, arsip, dan verifikasi administrasi di Indonesia (Hetrianto et al., 2020). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa usaha fotokopi memiliki potensi pertumbuhan yang relatif stabil apabila pelaku usaha mampu melakukan

inovasi layanan, meningkatkan kualitas pelayanan, serta menyesuaikan diri dengan perubahan kebutuhan konsumen (Candraningtyas, 2022).

Fotokopi Mandiri merupakan salah satu UMKM jasa fotokopi dan percetakan yang berdiri pada tahun 2018 di Bangil, Kabupaten Pasuruan. Pada tahap awal operasional, usaha ini berada dalam kondisi monopoli lokal sehingga mampu menghasilkan pendapatan yang relatif stabil. Namun, dalam kurun waktu 2020–2025, meningkatnya jumlah pesaing di sekitar lokasi usaha menyebabkan perubahan struktur pasar dan berdampak pada fluktuasi pendapatan. Kondisi ini menunjukkan perlunya strategi bisnis yang lebih terstruktur dan adaptif agar usaha mampu bertahan dan menjaga keberlanjutan pendapatan.

Salah satu pendekatan yang dapat digunakan untuk merespons kondisi tersebut adalah *Business Model Canvas* (BMC). BMC merupakan alat strategis yang memetakan sembilan elemen utama bisnis secara terintegrasi, meliputi segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran, hubungan pelanggan, sumber pendapatan, sumber daya utama, aktivitas utama, kemitraan utama, dan struktur biaya (Osterwalder & Pigneur, 2010). Dibandingkan dengan metode analisis strategi lain, BMC memberikan gambaran yang lebih komprehensif karena mengaitkan aspek operasional, pemasaran, dan keuangan dalam satu kerangka analisis. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada penerapan *Business Model Canvas* sebagai upaya untuk memperbaiki pengelolaan usaha Fotokopi Mandiri guna mendukung keberlanjutan pendapatan, dengan menggunakan pendekatan kualitatif berbantuan perangkat lunak NVivo.

Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pengembangan usaha fotokopi dan UMKM banyak dikaji melalui strategi pemasaran, pelatihan, serta penerapan *Business Model Canvas* (BMC). Witari (2022) menemukan bahwa strategi pemasaran pada usaha fotokopi dapat meningkatkan pengelolaan pendapatan, meskipun masih perlu penyesuaian dengan prinsip ekonomi syariah, terutama terkait transparansi dan kejujuran. Garcia et al. (2024) menunjukkan bahwa pelatihan BMC membantu pelaku UMKM memahami sembilan elemen model bisnis secara terstruktur sehingga meningkatkan efisiensi dan perencanaan strategis. Hermansyah dan Aprilia (2023) membuktikan bahwa penerapan BMC pada UMKM kafe mampu mengidentifikasi strategi pengembangan, seperti perluasan segmen pelanggan dan optimalisasi media sosial, guna meningkatkan penjualan. Sementara itu, Delaksmi dan Pahlevi (2024) mengombinasikan BMC dan analisis SWOT untuk merumuskan strategi inovasi produk dan perluasan pasar dalam meningkatkan pendapatan. Penelitian Candraningtyas (2022) menekankan pemberdayaan usaha fotokopi melalui peningkatan keterampilan editing dan kesadaran lingkungan yang berdampak pada kenaikan profitabilitas. Berdasarkan kajian tersebut, sebagian besar penelitian berfokus pada aspek pemasaran, pelatihan, atau kombinasi BMC dengan pendekatan kuantitatif dan strategis. Penelitian ini berbeda karena menitikberatkan pada analisis kualitatif terhadap penerapan BMC pada usaha jasa fotokopi, serta mengkaji bagaimana penerapan tersebut dimaknai dan berkontribusi terhadap perubahan pengelolaan usaha dan pendapatan.

Landasan Teori

Peningkatan Pendapatan

Peningkatan pendapatan usaha merupakan hasil dari kemampuan pelaku usaha dalam mengelola bisnis secara efisien dan inovatif. Pertumbuhan pendapatan dapat dicapai melalui perluasan pasar, pengendalian biaya operasional, penciptaan produk atau layanan baru, serta penerapan strategi pemasaran yang efektif (Hou et al., 2025). Dalam konteks UMKM, inovasi menjadi faktor kunci yang mendorong keberhasilan usaha, baik dalam bentuk pengembangan produk, peningkatan kualitas layanan, maupun pemanfaatan teknologi digital dalam aktivitas operasional dan promosi (Fitriyani et al., 2021). Selain itu, keterampilan kewirausahaan dan manajerial pelaku usaha berperan penting dalam pengambilan keputusan strategis yang berdampak langsung pada peningkatan pendapatan dan keberlanjutan usaha (Maksum et al., 2023). Inovasi pada model bisnis dan pemasaran digital juga

terbukti mampu memperluas segmen pelanggan serta mempercepat aliran pendapatan UMKM (Jasiyah et al., 2025).

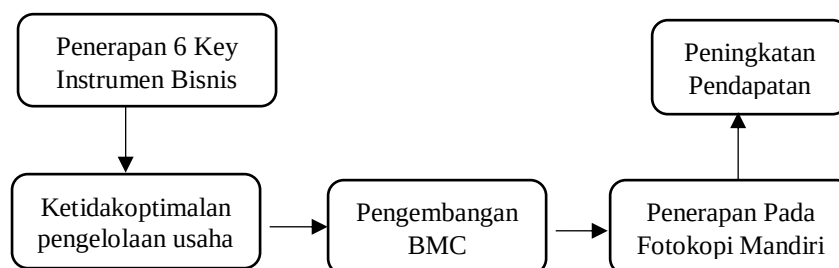
Business Model Canvas (BMC)

Merupakan alat strategis yang digunakan untuk menggambarkan bagaimana suatu organisasi menciptakan, menyampaikan, dan menangkap nilai secara terstruktur (Anter et al., 2022; Osterwalder & Pigneur, 2010). BMC bersifat fleksibel dan mudah disesuaikan dengan karakteristik usaha kecil dan menengah, sehingga relevan diterapkan pada berbagai jenis dan skala usaha, termasuk UMKM jasa (Wirawan et al., 2024). Selain UMKM, BMC juga banyak digunakan oleh perusahaan besar dan startup karena kemampuannya menyajikan perencanaan bisnis secara ringkas dan komprehensif (Ivan et al., 2023). Penerapan BMC membantu pelaku usaha dalam memetakan dan menganalisis sembilan elemen utama bisnis, yaitu segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran distribusi, hubungan pelanggan, sumber pendapatan, aktivitas utama, sumber daya utama, kemitraan, dan struktur biaya. Melalui pemetaan tersebut, pelaku usaha dapat mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, serta peluang pengembangan usaha secara lebih terarah (Nengsih et al., 2025). BMC juga memudahkan pengelolaan sumber daya, peningkatan efisiensi operasional, penguatan hubungan pelanggan, serta pengendalian biaya usaha. Oleh karena itu, dalam penelitian ini *Business Model Canvas* digunakan sebagai kerangka analisis untuk mengevaluasi dan mengembangkan model bisnis Fotokopi Mandiri guna mendukung keberlanjutan dan peningkatan pendapatan UMKM jasa percetakan.

Hubungan Business Model Canvas (BMC) dengan Peningkatan Pendapatan

Hubungan antara *Business Model Canvas* (BMC) dan peningkatan pendapatan bersifat langsung dan saling mendukung. Penerapan BMC membantu pelaku usaha menyusun model bisnis yang lebih efisien, inovatif, dan berorientasi pasar melalui penguatan proposisi nilai, pengelolaan struktur biaya dan pendapatan, serta peningkatan hubungan dengan pelanggan. Pengembangan *Value proposition* berbasis inovasi layanan dan pemanfaatan teknologi digital terbukti mampu meningkatkan daya saing dan menarik pelanggan baru, sehingga berdampak pada peningkatan pendapatan usaha. Selain itu, penguatan hubungan pelanggan melalui komunikasi aktif, media digital, dan program loyalitas berkontribusi terhadap peningkatan volume transaksi dan kestabilan pendapatan. Penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa inovasi usaha, minat berwirausaha, serta kemampuan manajerial dan personal pelaku usaha menjadi faktor pendukung keberhasilan UMKM. Penerapan BMC memudahkan pelaku usaha dalam merancang strategi pengembangan usaha, menyesuaikan kebutuhan pelanggan, serta meningkatkan efisiensi biaya, yang pada akhirnya bermuara pada peningkatan kepuasan pelanggan dan kinerja pendapatan. Dengan demikian, *Business Model Canvas* dipandang sebagai kerangka strategis yang relevan dan efektif dalam mendorong peningkatan pendapatan usaha secara berkelanjutan.

Gambar 1. Model Penelitian



Fotokopi Mandiri telah menerapkan beberapa elemen *Business Model Canvas* (BMC), seperti segmen pelanggan, proposisi nilai, sumber pendapatan, sumber daya utama, aktivitas utama, dan kemitraan. Namun, penerapan elemen-elemen tersebut belum dilakukan secara optimal sehingga berdampak pada penurunan pendapatan usaha. Kondisi ini mendorong perlunya analisis yang lebih

mendalam melalui pengembangan *Business Model Canvas* untuk mengidentifikasi kelemahan, peluang, serta perumusan strategi bisnis yang lebih terarah. Hasil pengembangan BMC kemudian diterapkan pada operasional usaha untuk memperbaiki elemen-elemen utama bisnis, khususnya segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran pemasaran, aktivitas utama, serta struktur biaya dan pendapatan. Penerapan model bisnis yang telah disempurnakan tersebut diharapkan mampu meningkatkan efektivitas pengelolaan usaha dan mendorong peningkatan pendapatan secara berkelanjutan.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai penerapan *Business Model Canvas* (BMC) dan dampaknya terhadap pendapatan usaha Fotokopi Mandiri di Bangil, Kabupaten Pasuruan. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam dengan pemilik, karyawan, dan pelanggan, focus group discussion (FGD), serta dokumentasi. Analisis data dilakukan sejak sebelum penelitian, selama proses pengumpulan data, hingga setelah data terkumpul (Sugiyono, 2022). Tahapan analisis meliputi transkripsi dan familiarisasi data (Braun & Clarke, 2021), reduksi data (Fitria, 2023), proses koding untuk mengidentifikasi tema dan pola, penyajian data dalam bentuk naratif atau tabel, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi secara berkelanjutan. Proses analisis dibantu perangkat lunak NVivo untuk memastikan pengkodean dilakukan secara sistematis dan terdokumentasi. Keabsahan data dijaga melalui empat kriteria, yaitu credibility, transferability, dependability, dan confirmability (Arslan, 2022). Kredibilitas diperkuat melalui triangulasi, member checking, dan prolonged engagement. Transferabilitas dicapai dengan penyajian deskripsi konteks penelitian secara rinci, sedangkan dependabilitas dan konfirmabilitas dijaga melalui pencatatan proses analisis, refleksi peneliti, serta audit trail yang terdokumentasi dengan baik.

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Penerapan *Business Model Canvas* pada Usaha Fotokopi Mandiri

Usaha Fotokopi Mandiri mengalami perkembangan positif melalui penerapan *Business Model Canvas* (BMC) sebagai kerangka pengelolaan usaha yang menekankan kualitas layanan dan kecepatan pengerjaan. Penerapan BMC membantu usaha ini melayani berbagai kebutuhan dokumen, mulai dari administrasi pendidikan, perkantoran, hingga bisnis lokal, serta meningkatkan kepercayaan pelanggan melalui dukungan teknologi dan pelayanan yang responsif.

Berdasarkan hasil analisis data, penerapan BMC pada Fotokopi Mandiri mencakup sembilan elemen utama.

1. **Customer segments** didominasi oleh mahasiswa, santri yang memiliki kebutuhan pencetakan dokumen secara rutin dan berulang menunjukkan bahwa segmen pelanggan institusi pendidikan memiliki hubungan jangka panjang dengan usaha, yang membentuk pola permintaan yang stabil dan berulang. Segmentasi pelanggan yang jelas ini membantu pemilik usaha dalam memahami kebutuhan pasar secara lebih terarah, sehingga berkontribusi terhadap keberlanjutan dan peningkatan pendapatan usaha.
2. **Value proposition** yang ditawarkan meliputi kecepatan layanan, kualitas hasil cetak, serta harga yang terjangkau. Nilai layanan yang dirasakan pelanggan mendorong loyalitas dan peningkatan frekuensi transaksi, sehingga memudahkan pengelolaan usaha sehari-hari.
3. **Channels** digunakan melalui layanan langsung di lokasi usaha dan pemesanan digital melalui WhatsApp untuk meningkatkan kemudahan dan efisiensi pelayanan. Kombinasi saluran ini memberikan fleksibilitas bagi pelanggan sesuai kebutuhan dan kondisi mereka. Pemanfaatan saluran digital mempercepat proses pelayanan dan meningkatkan kenyamanan pelanggan, yang berkontribusi terhadap peningkatan volume transaksi.
4. **Customer relationship**, usaha membangun hubungan jangka panjang melalui pelayanan ramah, komunikasi yang baik, dan pemberian harga khusus bagi pelanggan tertentu. Dampak terhadap

pendapatan yaitu hubungan jangka panjang mendorong pelanggan untuk melakukan transaksi berulang dan menjaga kestabilan pendapatan usaha.

5. **Revenue streams** berasal dari layanan fotokopi, percetakan, penjiilidan, serta penjualan alat tulis kantor, dengan tingkat pendapatan yang dipengaruhi target musiman, pendapatan menunjukkan adanya peningkatan pada periode akademik tertentu, sehingga perlu strategi penunjang di luar musim ramai.
6. **Key resources** meliputi mesin fotokopi, printer, bahan baku, tenaga kerja, dan lokasi usaha yang strategis, sementara dampak nya yaitu gangguan mesin berpotensi menurunkan pendapatan, sehingga perawatan rutin dan penambahan alat cadangan diperlukan
7. **key activities** mencakup pelayanan pencetakan dokumen dan perawatan mesin. Pengelolaan aktivitas yang baik memastikan pelayanan tetap optimal meskipun permintaan meningkat, bahwa setelah penerapan (BMC), proses pelayanan kepada pelanggan menjadi lebih tertata dan membantu kelancaran aktivitas usaha sehari-hari.
8. **key partnerships** terjalin dengan pemasok kertas dan alat tulis serta institusi pendidikan yang memberikan pesanan dalam jumlah besar Kemitraan menjamin ketersediaan bahan baku dan pesanan dalam jumlah besar. Dampak terhadap pendapatan yaitu kerja sama ini membantu menjaga kelangsungan pendapatan, terutama pada masa ujian.
9. **Cost structure** usaha didominasi oleh biaya listrik, bahan habis pakai, gaji karyawan, dan perawatan mesin, sehingga pengendalian biaya menjadi faktor penting dalam menjaga efisiensi dan keberlanjutan usaha.

Strategi Peningkatan Pendapatan usaha Fotokopi Mandiri

Hasil analisis menunjukkan bahwa Fotokopi Mandiri telah menerapkan sembilan elemen *Business Model Canvas* (BMC). Analisis dilakukan melalui pemetaan data hasil observasi, wawancara, dan focus group discussion (FGD) yang kemudian disajikan dalam kerangka sembilan elemen BMC. Segmen pelanggan utama Fotokopi Mandiri terdiri atas mahasiswa, santri pesantren, tenaga pendidik, dan masyarakat sekitar. Nilai yang ditawarkan meliputi kecepatan layanan, harga yang terjangkau, serta kualitas hasil cetak yang baik. Hubungan dengan pelanggan dibangun melalui pelayanan yang ramah dan hubungan personal, sehingga tercipta kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Temuan ini sejalan dengan konsep BMC yang dikemukakan oleh Osterwalder dan Pigneur (2010), yang menekankan keterkaitan antar-elemen dalam menciptakan, menyampaikan, dan menangkap nilai.

Strategi Peningkatan Permintaan dan Transaksi

Hasil analisis menunjukkan bahwa peningkatan permintaan dan transaksi didorong oleh optimalisasi empat elemen utama BMC, yaitu *revenue streams*, *value proposition*, *Customer relationship*, dan *Channels*. Penguatan sumber pendapatan dilakukan dengan mengoptimalkan layanan inti seperti fotokopi, pencetakan, dan penjiilidan, serta pengembangan paket layanan. Peningkatan nilai penawaran difokuskan pada kecepatan pelayanan, kualitas cetak, dan inovasi produk. Hubungan pelanggan diperkuat melalui pelayanan ramah, diskon pelanggan tetap, dan komunikasi digital. Selain itu, pemanfaatan saluran distribusi offline dan digital memperluas jangkauan pasar dan mempermudah proses pemesanan. Keempat elemen tersebut saling terintegrasi dalam mendorong peningkatan permintaan dan pembelian berulang.

Strategi Kelancaran Operasional dan Efisiensi Biaya

Kelancaran operasional dan efisiensi biaya didukung oleh sinergi elemen *key partnerships*, *key activities*, *key resources*, dan *cost structure*. Kemitraan dengan pemasok bahan baku menjamin ketersediaan dan stabilitas harga. Aktivitas utama difokuskan pada pelayanan pencetakan dan pengelolaan alur kerja yang efisien. Sumber daya utama berupa mesin, tenaga kerja, dan kemampuan manajerial dikelola melalui perawatan rutin dan peningkatan keterampilan karyawan. Pengendalian struktur biaya dilakukan dengan penggunaan bahan baku yang efisien dan pemilihan mitra yang

kompetitif. Strategi ini memperkuat fondasi internal usaha, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan mendukung peningkatan pendapatan secara berkelanjutan.

Dampak Pengembangan (BMC) Terhadap Peningkatan Pendapatan

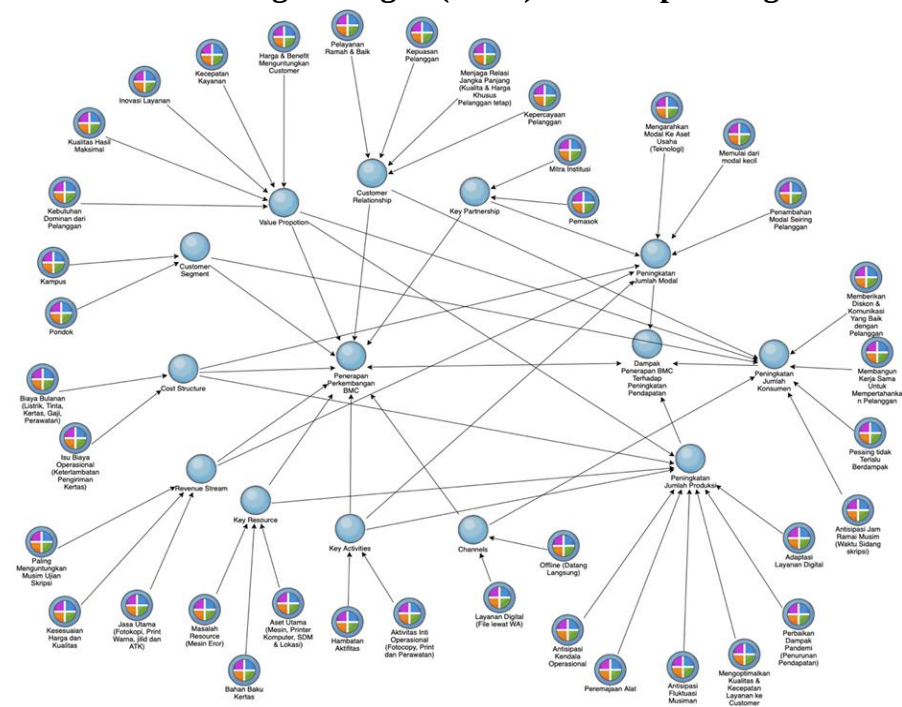
Berdasarkan hasil analisis, penerapan *Business Model Canvas* (BMC) memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan pendapatan Fotokopi Mandiri. Dampak tersebut tercermin pada bertambahnya jumlah konsumen, meningkatnya modal usaha, serta bertambahnya kapasitas produksi yang mendukung keberlanjutan bisnis. Peningkatan jumlah konsumen terjadi melalui penguatan hubungan pelanggan dan pengelolaan permintaan yang lebih terstruktur. Segmen mahasiswa dan santri menjadi kontributor utama pendapatan karena memiliki kebutuhan rutin terhadap layanan fotokopi dan penjiilidan. Strategi retensi seperti pelayanan ramah dan diskon pelanggan tetap terbukti mampu menjaga loyalitas serta stabilitas pendapatan, terutama pada musim ujian. Selain itu, penerapan BMC mendorong peningkatan modal usaha melalui pengelolaan pendapatan yang lebih sistematis dan reinvestasi ke dalam aset seperti peremajaan mesin dan teknologi. Hal ini berdampak pada peningkatan kapasitas produksi dan efisiensi operasional. Pemanfaatan layanan digital seperti pemesanan melalui WhatsApp juga memperluas jangkauan pasar dan mempercepat proses pelayanan. Secara keseluruhan, BMC tidak hanya meningkatkan pendapatan secara langsung, tetapi juga memperkuat fondasi operasional dan keuangan usaha secara berkelanjutan.

Hasil (BMC) Terhadap Peningkatan Pendapatan

Berdasarkan hasil analisis, penerapan *Business Model Canvas* (BMC) pada Fotokopi Mandiri berdampak signifikan terhadap peningkatan pendapatan melalui tiga aspek utama, yaitu peningkatan jumlah konsumen, modal usaha, dan kapasitas produksi. Dampak tersebut terjadi karena adanya keterkaitan antar elemen dalam BMC yang saling mendukung dalam memperkuat kinerja operasional dan strategi pengembangan usaha secara lebih terstruktur.

Gambar 2. Hasil Pengembangan (BMC) Terhadap Peningkatan Fotokopi Mandiri
Sumber: Olah data Matrik Nvivo 2025

Gambar 3. Word Cloud Pengembangan (BMC) Terhadap Peningkatan Fotokopi Mandiri





Sumber: Olah Data Word Cloud Nvivo, 2025

Hasil analisis wawancara menggunakan NVivo menunjukkan bahwa peningkatan pendapatan Fotokopi Mandiri dipengaruhi oleh keterkaitan antar elemen *Business Model Canvas* (BMC), khususnya value proposition, customer segment, *Customer relationship*, *Channels*, dan key activities. Kualitas pelayanan fotokopi, kecepatan layanan, serta keramahan karyawan menjadi nilai utama yang mendorong loyalitas pelanggan, terutama dari segmen mahasiswa dan sekolah. Temuan word cloud juga menegaskan dominasi tema pelayanan, kualitas, digital, produksi, dan pendapatan, yang menunjukkan bahwa strategi peningkatan usaha tidak hanya bertumpu pada layanan konvensional, tetapi juga pada pemanfaatan saluran digital seperti WhatsApp serta penguatan operasional. Dengan demikian, pengembangan BMC difokuskan pada peningkatan kualitas layanan, optimalisasi digitalisasi, dan penguatan hubungan pelanggan guna mendorong pertumbuhan pendapatan secara berkelanjutan.

Pembahasan

Perkembangan *Business Model Canvas* (BMC)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan *Business Model Canvas* (BMC) membantu Fotokopi Mandiri mengelola usaha secara lebih terstruktur dan sistematis. Pemetaan sembilan elemen BMC memudahkan pemilik dalam memahami keterkaitan antara pelanggan, aktivitas, dan sumber daya, sehingga perencanaan pemasaran dan operasional menjadi lebih efektif. Penerapan BMC juga meningkatkan efisiensi kerja dan daya saing usaha. Temuan ini sejalan dengan Osterwalder & Pigneur (2010) serta Hermansyah & Aprilia (2023) yang menyatakan bahwa BMC membantu pelaku usaha memahami model bisnis secara menyeluruh dan meningkatkan efektivitas pengelolaan usaha. Dengan demikian, BMC berperan sebagai alat strategis yang relevan bagi UMKM dalam mengembangkan usaha secara berkelanjutan.

Strategi Peningkatan Pendapatan Fotokopi Mandiri

Hasil analisis menunjukkan bahwa peningkatan pendapatan Fotokopi Mandiri dipengaruhi oleh elemen *Business Model Canvas* (BMC), khususnya value proposition, *Customer relationship*, *Channels*, dan revenue streams. Strategi dilakukan melalui peningkatan kualitas dan kecepatan layanan, optimalisasi layanan inti, serta pemanfaatan saluran digital untuk mempermudah akses pelanggan. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan jumlah transaksi, tetapi juga memperkuat loyalitas pelanggan, terutama dari segmen pendidikan. Temuan ini sejalan dengan Kotler & Keller (2016) serta Witari (2022) dan Candraningtyas (2022) yang menegaskan bahwa inovasi layanan dan efektivitas saluran pemasaran berperan penting dalam meningkatkan kepercayaan pelanggan dan keberlanjutan pendapatan.

Dampak Pengembangan (BMC) terhadap Peningkatan Pendapatan

Penerapan *Business Model Canvas* (BMC) memberikan dampak nyata terhadap peningkatan pendapatan Fotokopi Mandiri yang tercermin dari bertambahnya modal usaha, meningkatnya kapasitas produksi, serta efisiensi operasional. Pengelolaan bisnis yang lebih terstruktur memungkinkan pemilik melakukan reinvestasi pada peralatan dan teknologi, sehingga kualitas serta kapasitas layanan semakin optimal. Temuan ini sejalan dengan penelitian Candraningtyas (2022) dan Witari (2022) yang menyatakan bahwa inovasi layanan dan efisiensi pengelolaan sumber daya berkontribusi terhadap peningkatan profitabilitas dan keberlanjutan usaha. Dengan demikian, pengembangan BMC tidak hanya berdampak pada peningkatan pendapatan jangka pendek, tetapi juga memperkuat stabilitas dan daya saing usaha dalam jangka panjang.

Simpulan dan Saran

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, penerapan *Business Model Canvas* (BMC) pada Fotokopi Mandiri membantu pengelolaan usaha menjadi lebih terstruktur, terutama pada elemen *value proposition*, *Customer relationship*, *Channels*, dan *Revenue streams* yang berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan. Namun, elemen *Cost structure* dan *Key resources* masih perlu diperkuat, khususnya dalam pengendalian biaya dan pemeliharaan peralatan. Strategi peningkatan pendapatan dilakukan melalui optimalisasi nilai layanan, penguatan hubungan pelanggan, pemanfaatan saluran digital, serta peningkatan efisiensi operasional melalui kemitraan dan pengendalian biaya. Dampaknya terlihat pada bertambahnya jumlah konsumen dari segmen pendidikan, peningkatan modal usaha, serta kapasitas produksi yang lebih baik. Secara keseluruhan, penerapan BMC membuat strategi usaha lebih terarah, adaptif, dan berkelanjutan dalam meningkatkan pendapatan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, penerapan *Business Model Canvas* (BMC) masih memiliki ruang pengembangan untuk mendukung peningkatan pendapatan secara berkelanjutan. Bagi Fotokopi Mandiri, disarankan untuk terus mengoptimalkan elemen *value proposition*, *Customer relationship*, dan *Channels* melalui inovasi layanan serta pemanfaatan teknologi digital. Pengelolaan pendapatan dan modal usaha juga perlu dilakukan secara sistematis guna menjaga kapasitas produksi dan stabilitas usaha. Bagi konsumen, umpan balik yang berkelanjutan diharapkan dapat membantu peningkatan kualitas layanan. Sementara itu, bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan kajian dengan objek yang lebih beragam serta mengombinasikan BMC dengan analisis keuangan, kepuasan pelanggan, atau pemanfaatan teknologi digital agar diperoleh hasil yang lebih komprehensif dalam pengembangan UMKM.

Referensi

- Anter, R. E., Jan, A. B. ., & Pondaag, J. J. (2022). Analisis *Business Model Canvas* Pada Ud. Perdana Motor. *Jurnal Emba : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(2), 144. <https://doi.org/10.35794/Emba.V10i2.39510>
- Arslan. (2022). *Validity And Reliability In Qualitative Research*.
- Ash-Shiddiqi, H., Sinaga, R. W., Audina, N. C., Data, R., & Data, D. (2025). *Jurnal Edukatif*. 3(2), 333–343.
- Braun, V., & Clarke, V. (2021). *Thematic Analysis: A Practical Guide*. Sage.
- Budianto, A. E., Iswahyudi, D., & Dianawati, E. (2020). *Aplikasi Pemasaran Digital Melalui Rumah Pengusaha Malang Raya Dalam Penatalaksanaan Bisnis Pada Umkm*.
- Candraningtyas, C. F. (2022). *Pemberdayaan Usaha Fotocopy Mengenai Jasa Editing Dan Himbauan Kesadaran Lingkungan Guna Meningkatkan Profitabilitas Toko*. 1, 17–23. <https://doi.org/10.36781/Khidmatuna.V1i1.309>
- Delaksmi Armareta1, R. W. P. (2024). *“Strategi Pengembangan Usaha Delicia Dalam Meningkatkan*

Pendapatan”. 3(3), 253–262.

- Dianawati, E. (2023). *Pengantar Bisnis: Sebuah Tinjauan Kritis*. Cv. Edupedia Publisher. Isbn: 9786238442799
- 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. <https://doi.org/10.32877/Eb.V7i1.1518>
- Dwi Syahfitri¹, Eko Nurhadi², Dan I. T. A. (2022). *Bisnis Model Kanvas Pada Pt. Pabrik Gula Candi Baru Sidoarjo Jawa Timur*. 10(1), 63–75.
- Fitria, T. N. (2023). *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Sosial Dan Humaniora Training On Qualitative Methods In Writing Scientific Papers For Students : Learning Data Collection And Data Analysis*. 2(2), 203–209. <https://doi.org/10.55123/Abdisoshum.V2i2.1867>
- Fitriyani, Y., Mussolini, D., & Lidasan, S. (2021). *Financing Of The Medium , Small And Micro Enterprises Sector By Sharia Banking : Positive Effects On Economic Growth And Negative Effects On Income Inequality*. 6(2), 97–122.
- Garcia, A. R., Filipe, S. B., Fernandes, C., Estevão, C., & Ramos, G. (2024). *Pelatihanbusiness Model Canvas (Bmc) Dalam Peningkatanprofitabilitasusaha Umkm Di Kotasemarang*.
- Haryono, E. (2023). *Article Template : E-Journal An-Nuur : The Journal Of Islamic Studies Petunjuk Penulisan Artikel Jurnal Online , An-Nuur Institut Agama Islam (Iai) Al Muhammad Cepu*.
- Hermansyah Hermansyah, R. F. A. (2023). *Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Pendekatan Business Model Canvas Untuk Meningkatkan Penjualan Umkm Cafe Wafa 99 Di Kota Jakarta Selatan*. 3(5), 502–507.
- Hetrianto, R., Lestari, M. S., Program, M., Teknik, S., Univet, I., & Sukoharjo, B. (2020). *Japti : Jurnal Aplikasi Ilmu Teknik Industri Di Lingkungan Universitas Veteran Bangun Nusantara Japti : Jurnal Aplikasi Ilmu Teknik Industri Volume 1 , Nomor 1 , 2020 , Pp 16-25*. 1, 16–25.
- Hou, A., Djohan, D., Duffin, Nabella, S. D., & Harianto, A. (2025). *The Influence Of Revenue Growth And Operating Expenses On Company Value*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 13(3), 1827–1838. <https://doi.org/10.37641/Jimkes.V13i3.3312>
- Ivan's, E., Ambar Sari, N., Mandala, W., & Angga Hendrawan, D. (2023). *Penyuluhan Kewirausahaan & Workshop Perencanaan Bisnis Menggunakan Business Model Canvas (Bmc) Di Smk Negeri 1 Purbolinggo Kabupaten Lampung Timur*. *Literasi Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Inovasi*, 2(2), 1256–1267. <https://doi.org/10.58466/Jurnalpengabdianmasyarakatdaninovasi.V2i2.1088>
- Jasiyah, R., Raliby, O., Hierdawati, T., & Pamungkas, B. D. (2025). *Indonesia ' S Economic G Rowth Projections 2023-2025 : Empirical Data Analysis*. 13(01), 345–354. <https://doi.org/10.54209/Ekonomi.V13i01>
- Jiao, L., Harrison, G., & Chen, J. (2023). *Revenue Growth In Not-For-Profit Organisations: The Effects Of Interactive And Diagnostic Controls And Organisational Culture*. *Accounting And Finance*, 63(2), 2273–2294. <https://doi.org/10.1111/Acfi.12960>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Manaaemen*.
- Kusumawati, Y. N., & Mulyani, E. (2024). *Role Of “Business Model Canvas” (Bmc) In Improving Omzet, Comparative Analysis Approach Of Beginner Entrepreneurs In The Field Of Creative Economy*. *Eduvest - Journal Of Universal Studies*, 4(3), 827–834. <https://doi.org/10.59188/Eduvest.V4i3.1077>
- M. Husnullail¹; Risnita²; M. Syahrani Jailani³, A. U. I. N. S. T. S. J. (2024). *Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Riset Ilmiah*. 15(2), 70–78.
- Maksum, I., Harahap, D., Islam, U., Syekh, N., Hasan, A., & Addary, A. (2023). *Analysis Of Factors Affecting The Increase In Income Of Micro , Small And Medium Enterprises (Msme) In Padangsidempuan City With Entrepreneurship As An Intervening*. 8(30), 375–399.
- Mekarisce, A. A., & Jambi, U. (2020). *Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Pada Penelitian Kualitatif Di Bidang Kesehatan Masyarakat Data Validity Check Techniques In Qualitative*

Research In Public Health. 12(33).

- Mustapita, A. F. & Rizal, M., (2023). *Literasi Ekonomi Guna Meningkatkan Kualitas Tenaga Kerja Sektor Umkm Di Kabupaten Malang*. *Borneo Tourism Journal*. 5(3), 1195–1204. <https://Ppjp.Ulm.Ac.Id/Journals/Index.Php/Btj/Article/View/8236>
- Muttaqin, F. S., Farida, E., & Athia, I. (2025). *Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan, Dan Kepribadian Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Pelaku Umkm Industri Kuliner Di Kelurahan Merjosari*. *E-Jurnal Riset Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang*. 14(02), 88–96.
- Natallia, D., Susanti, L. W., Herisen, H., & Malind, M. (2022). *Business Model Canvas Bagi Umkm Moii Foods*. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (Snpk)*, 1, 154–160. <https://doi.org/10.36441/Snpk.Vol1.2022.33>
- Nengsih, M. K., Yulinda, A. T., & Herfianti, M. (2025). *Business Strategy Development Of Salted Fish Msmes Based On Business Model Canvas In Malabero Village , Bengkulu City*. 13(1), 899–908.
- Nurhaliza, F., Putra, Z. H., Hermita, N., & Copriady, J. (2025). *Reflexive Thematic Analysis Sebagai Strategi Kualitatif Dalam Kajian Pendidikan Multikultural*. 5, 5256–5272.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook For Visionaries, Game Changers, And Challengers*. John Wiley & Sons.
- Paramita, T. Sugiri Syah Putri, & Rahayu, U. (2024). 1* , 2 1,2. 3(1), 253–262.
- Pare, R. I. H. (2024). *Tehnik Pengumpulan Data Dalam Penelitian Pendidikan*. *Jurnal Pendidikan Islam*, 157–177.
- Ramadhani, F. F. (2025). *No Title*. 3(7), 1730–1743.
- Sadira, A., Lukita, C., & Trisyanto, A. (2025). *Faktor Pendukung Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah*. *Gorontalo Accounting Journal*, 8(1), 77. <https://doi.org/10.32662/Gaj.V8i1.3542>
- Saifuddin, M. A., Wahono, B., & Dianawati, E. (N.D.). *Pengaruh Kecerdasan Emosional, Kecerdasan Intelektual Dan Kecerdasan Spiritual Terhadap Kinerja Entrepreneur*. *E-Jurnal Riset Manajemen, Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang*. 2023, 33–38.
- Sinaga, D. (2023). *Buku Ajar Metodologi Penelitian (Penelitian Kualitatif)*.
- Siregar, F. H. (2024). *Swot-Based Development Strategies For Micro , Small , And Medium Enterprises In Hutaraja Tinggi District*. 12–21.
- Sitorus, Y. A. I., Asdalya, N., Alfiyadi, M., & Putra, I. E. (2024). *Trategi Pengembangan Usaha Dengan Menggunakan Business Model Canvas (Bmc) Pada Usaha Percetakan Cv. Karya Baru Di Kota Jambi*. *Prosiding Diseminasi Ilmiah Um Jambi*,.
- Suaidi, M., Pardiman, & Farida, E. (2021). *Pengaruh Inovasi Usaha Dan Minat Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Pada Umkm Food And Beverage Di Kecamatan Tajinan Kabupaten Malang)*. *E-Jurnal Riset Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang*. 131–143.
- Sugiyono. (2022). 4. Mahasiswa, S41, S2 Dan 53 2.
- Susanto, F., Soleh, A., & Sachanovrissa, S. (2025). *Model Kanvas Bisnis Dalam Merencanakan Bisnis (Business Canvas Model In Business Planning)*. *Journal Of Law, Social Science, And Management Review*, 1(3), 117–126.
- Syarkani, Y. (2025). *Digital Business Model Innovation For Msmes In Indonesia's Creative Economy Era: A Strategic Management Approach*.
- Teuku Umar, J., Baja, L., Batam-Indonesia, K., Purba, T., Pitri Nainggolan, N., Alvia Rahmadani, I., & Aliya Putri, T. (2024). *****Hpp Dan Bep Usaha Universitas Ibnu Sina (Uis) Penerapan Bisnis Model Kanvas Pada Produk Tawanyesss. *Postgraduate Management Journal*, Vol. 3(No. 2), 52–62.
- Tiris Sudrartono, Hari Nugroho, Irwanto, I Gusti Ayu Ari Agustin, Helin G Yudawisastra, Lu'li Ul

- Maknunah, Hanik Amaria, Ferdinandus Lidang Witi, Nuryanti, A. S. (2022). *Kewirausahaan Umkm Di Era Digital*. Widina Bhakti Persada Bandung.
- Trimurti. (2025). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*.
- 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>
- Wijaya, O. (2021). Strategi *Customer Relationship Marketing*. Lakeisha, 138.
- Wirawan, A., Zulistiani, & Damayanti, S. (2024). Startegi Pengembangan Usaha Batik Tetuko Dengan Pendekatan *Business Model Canvas* (Bmc) Seminar Nasional Manajemen , Ekonomi Dan Akuntansi. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 8(2), 1–10.
- Witari, S. R. A. (2022). *Analisis Strategi Pemasaran Pada Peningkatan Pendapatan Foto Copy Spectra Rumbai Pekanbaru Di Tinjau Menurut Ekonomi* [Http://Repository.Uin-Suska.Ac.Id/60203/%0ahttp://Repository.Uin-Suska.Ac.Id/60203/2/Skripsi Siti Ramadhinda Amalia Witari.Pdf](http://Repository.Uin-Suska.Ac.Id/60203/%0ahttp://Repository.Uin-Suska.Ac.Id/60203/2/Skripsi%20Siti%20Ramadhinda%20Amalia%20Witari.Pdf)

Afifatus Salwa *) Adalah Mahasiswa FEB Unisma

Eka Farida **) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma

Eris Dianawati ***) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma