MAHASISWA FASILITATOR BERDAYA: AGEN PERUBAHAN PELATIHAN DIGITAL, NIB DAN KOMUNIKASI UMKM

EMPOWERED STUDENT FACILITATORS: CHANGE AGENTS FOR DIGITAL TRAINING, NIB, AND MSME COMMUNICATION

Oktiva Anggraini[1*],Nisfatul Izzah[2*] ,Iva Mindhayani[3*]

[1]Prodi Administrasi Publik, FISIPOL, Universitas Widya Mataram
[2]Prodi Akutansi, FE, Universitas Widya Mataram
[3]Prodi Teknik Industri, FST, Universitas Widya Mataram

E-mail co author: oktivanggraini@widyamataram.ac.id

ABSTRACT

The limited number of entrepreneurs in Indonesia has resulted in restricted employment opportunities and weak competitiveness of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), most of which operate at a micro-scale with constraints in capital, market access, business literacy, and digital technology adoption. This community service program aimed to foster an entrepreneurial ecosystem through a participatory, community-based approach involving university students as change agents and MSMEs in Bayu Raden Village, Gamping, Sleman, as partners. Students were trained using the Training of Trainer method, which covered effective communication skills, understanding of business legality through the Business Identification Number (NIB), and the application of the Business Model Canvas as a practical tool for business design. Subsequently, students provided collaborative and sustainable mentorship to MSMEs, building trust and developing locally relevant solutions. The results indicated a significant improvement in students' capacity as facilitators, while MSME partners gained strategic assistance to strengthen their business strategies, marketing, and managerial capabilities. The program also contributed to the university's tri-dharma through students' tangible community engagement. Outputs of this activity is social engineering construct include enhanced student capacity as change agents, strengthened MSME competitiveness, a scientific article published in a nationally accredited journal, and media coverage through social media.

Keywords: *Business Model Canvas; effective communication; MSMEs; NIB; Training of Trainer*

ABSTRAK

Rendahnya jumlah wirausaha di Indonesia menjadi akar masalah terbatasnya lapangan kerja dan lemahnya daya saing UMKM, yang mayoritas masih berskala mikro dengan keterbatasan modal, akses pasar, literasi bisnis, dan teknologi digital. Program pengabdian masyarakat ini bertujuan membangun ekosistem wirausaha melalui pendekatan partisipatif berbasis komunitas, dengan melibatkan mahasiswa sebagai agen perubahan dan UMKM di Kalurahan Bayu Raden, Gamping, Sleman, sebagai mitra. Mahasiswa dibekali melalui metode Training of Trainer, mencakup komunikasi efektif, pemahaman legalitas usaha melalui NIB, serta penerapan Business Model Canvas sebagai panduan praktis merancang bisnis. Dengan bekal tersebut, mahasiswa mendampingi UMKM secara kolaboratif dan berkelanjutan, membangun kepercayaan serta solusi yang relevan dengan kebutuhan lokal. Hasilnya, kapasitas mahasiswa sebagai fasilitator meningkat signifikan, mitra UMKM memperoleh pendampingan strategis untuk memperkuat usaha, pemasaran, dan manajerial. Program ini juga memperkuat tridharma perguruan tinggi melalui kontribusi nyata mahasiswa di masyarakat. Luaran kegiatan berupa rekayasa sosial berupa peningkatan kapasitas mahasiswa sebagai agen perubahan, penguatan daya saing UMKM, serta publikasi ilmiah di jurnal nasional terakreditasi dan pemberitaan melalui media

sosial. Aksi nyata ini menegaskan bahwa sinergi antara mahasiswa dan UMKM merupakan kunci strategis membangun kemandirian ekonomi bangsa dari akar yang paling dasar.

Keyword: *busines model canvas; komunikasi efektif; NIB; training of traine; wirausaha.*

PENDAHULUAN

Tingkat kesejahteraan, kemajuan, dan daya saing sebuah negara ditentukan oleh sumber daya alam yang melimpah dan investasi asing yang besar. Selain itu, penentu lainnya terletak pada jumlah wirausaha yang lahir di dalam negeri yang kompetitif, mampu membuka peluang kerja, memperkuat kemandirian, dan mendorong bangsa berdiri setara dengan negara maju (BKPM, 2024; BPS, 2025). Negara-negara maju seperti Amerika Serikat, Singapura, dan Korea Selatan memiliki rasio pengusaha lebih dari 10% dari total populasi, dan hal ini terbukti berbanding lurus dengan tingkat kesejahteraan masyarakat serta kemandirian ekonomi mereka. Rasio pengusaha yang tinggi menciptakan ekosistem usaha yang dinamis, membuka peluang kerja baru, dan memperkuat daya saing bangsa di tingkat global.

Sebaliknya, Indonesia masih menghadapi tantangan serius dalam hal jumlah wirausaha. Data Kementerian Investasi dan BKPM (2024) menunjukkan bahwa rasio pengusaha di Indonesia baru mencapai 3,6% dari total populasi, angka yang masih jauh dari syarat minimal 10% yang dianggap sebagai indikator negara maju. Kondisi ini berimplikasi langsung terhadap terbatasnya penciptaan lapangan kerja baru dan rendahnya kemandirian ekonomi bangsa. Tidak mengherankan jika tingkat pengangguran terbuka di Indonesia masih berada di kisaran 5,32%. Sebuah angka yang menegaskan bahwa penciptaan peluang kerja merupakan kebutuhan mendesak (BPS ; 2025) .

Dalam konteks ini, wirausaha bukan hanya sekadar alternatif, melainkan solusi strategis untuk mengatasi keterbatasan kesempatan kerja. Wirausaha menjadi instrumen penting untuk memandirikan suatu bangsa, karena dengan tumbuhnya pengusaha lokal, ketergantungan terhadap investasi asing dapat dikurangi dan kemandirian ekonomi dapat diperkuat. Penelitian Khetarpal [1] menegaskan bahwa pelatihan kewirausahaan berperan penting dalam pemberdayaan pemuda, menciptakan lapangan kerja baru, dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Hal ini sejalan dengan kebutuhan Indonesia untuk meningkatkan rasio wirausaha agar mampu bersaing dengan negara-negara maju. Dengan memperbanyak jumlah pengusaha, Indonesia tidak hanya akan mampu menekan angka pengangguran, tetapi juga membangun fondasi kemandirian ekonomi yang lebih kokoh.

Peran wirausaha di Indonesia sangat erat kaitannya dengan keberadaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM telah lama menjadi tulang punggung perekonomian nasional, dengan jumlah mencapai lebih dari 64 juta unit dan mendominasi 99,99% dunia usaha. Kontribusinya terhadap PDB nasional mencapai sekitar 60%, sementara penyerapan tenaga kerja mencapai 97% dari total angkatan kerja. Namun, kondisi riil UMKM di Indonesia masih menunjukkan dominasi usaha mikro dengan omzet tahunan di bawah Rp50 juta dan laba bersih yang sering kali kurang dari Rp1 juta per bulan.

Rendahnya literasi bisnis di kalangan pelaku UMKM memperparah situasi ini, terbukti dengan mayoritas usaha mikro yang tidak memiliki rencana bisnis tertulis sehingga sulit berkembang dan bertahan dalam jangka panjang [2]. Studi Putra [3] mengonfirmasi bahwa sebagian besar UMKM di Indonesia beroperasi tanpa perencanaan yang sistematis, menjadikannya rentan terhadap fluktuasi pasar dan guncangan ekonomi. Akibatnya, wirausaha baru menghadapi tantangan besar dalam hal keterbatasan modal [4] , akses pasar, kualitas sumber daya manusia, fasilitas produksi, serta lemahnya praktik manajemen [5].

Di sisi lain, transformasi digital yang menjadi tuntutan era modern belum sepenuhnya dapat diadopsi oleh UMKM [6], [7], padahal transformasi digital mampu mengubah cara organisasi bekerja [6] , meningkatkan daya saing dan inovasi [8] serta memberikan nilai tambah pada produk dan jasa [9] Kemajuan pesat dalam teknologi digital seperti media sosial, perangkat seluler, analitik data, *Internet of Things (IoT)*, dan berbagai platform digital, telah meresap ke hampir semua sektor bisnis dan secara fundamental mengubah lanskap ekonomi [10]. Melalui digitalisasi, UMKM dapat menghemat biaya sewa dan penyimpanan barang karena transaksi melalui platform digital tidak lagi mengharuskan keberadaan toko fisik [8]. Dalam konteks ini, inovasi model bisnis berbasis digital menjadi kunci strategis untuk meningkatkan daya saing UMKM [12] dan memperluas jangkauan pemasaran produk maupun jasa [9]. Namun, kenyataannya, keterbatasan akses teknologi membuat banyak wirausaha baru kesulitan bersaing dengan perusahaan besar [14]. Upaya penyelenggaraan berbagai pelatihan perlu dilakukan berbagai pihak, termasuk peran serta perguruan tinggi. Utamanya, difokuskan pada pendampingan penyusunan rencana bisnis berbasis digital serta pelatihan literasi teknologi.

Dalam kondisi seperti ini, perguruan tinggi terpanggil untuk memberikan solusi melalui program pemberdayaan masyarakat. Kegiatan dapat berupa pelatihan mentor, yang ditujukan bagi mahasiswa sebagai calon *coach* atau mentor yang nantinya akan mendampingi dan melatih para pelaku UMKM. Selain dosen, mahasiswa sebagai agen perubahan memiliki peran strategis untuk turut serta dalam proses pemberdayaan UMKM. Lokasi yang dipilih adalah kalurahan Banyu Raden, dengan mitra produktif, *start up* dan UMKM. UMKM yang dipilih adalah produsen makanan, warung makan dan pedagang sayur mayur. Dipilihnya pelaku usaha tersebut karena pada umumnya masih kesulitan dalam berwirausaha dan menjaga konsistensi usaha, kesulitan akses modal dan minimnya ketrampilan. Tim pengabdi memahami bahwa pemberdayaan tidak dapat dilakukan secara instan. Proses ini membutuhkan waktu, interaksi berulang, dan komunikasi yang efektif agar tercipta hubungan yang produktif dan saling percaya. Riset Alawiyah [11] menunjukkan bahwa komunikasi efektif merupakan faktor kunci keberhasilan mentoring UMKM, karena melalui komunikasi yang tepat mahasiswa dapat memahami kebutuhan UMKM. Ide-ide dapat disampaikan dengan jelas, serta membangun kepercayaan yang menjadi fondasi kerja sama [11] sehingga membantu UMKM merancang bisnis sederhana, memperkuat strategi pemasaran, dan mengembangkan kapasitas manajerial [15].

Berangkat dari latar belakang tersebut, mendesak untuk diselenggarakan pelatihan *Training of Trainer (ToT)* yang berfokus pada komunikasi efektif dan *Business Model Canvas (BMC)*. Program ini membekali mahasiswa agar mampu membantu UMKM merancang model bisnis sederhana, memperkuat daya saing, serta menciptakan lapangan kerja baru. Program ini harapannya memberikan manfaat bagi UMKM dan memperkuat peran tridharma perguruan tinggi dalam pengabdian masyarakat serta mendorong terciptanya ekosistem wirausaha yang lebih tangguh di Indonesia.

METODE PELAKSANAAN PENGABDIAN

Metode pelaksanaan dalam program pengabdian masyarakat ini dirancang untuk memastikan bahwa mahasiswa tidak hanya memperoleh pengetahuan teoritis, tetapi juga pengalaman praktis dalam mendampingi UMKM. Pendekatan yang digunakan bersifat partisipatif, sehingga mahasiswa dan UMKM dapat berkolaborasi secara aktif dalam setiap tahapan. Dengan tujuan tersebut, perguruan tinggi harus melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusianya, salah satunya adalah pelatihan pelatih [12]. Kegiatan pelatihan pelatih memerlukan training sebelum pelatih mempraktekkan materi yang dipelajari sehingga transfer pengetahuan dan keterampilan pelatih dapat diperluas dan diperkuat.

Program ini dibagi ke dalam beberapa fase yang saling berkaitan, dimulai dari persiapan, pelatihan, penerjunan, hingga evaluasi. Mengawali pendampingan, pembekalan dilakukan dengan program *Training of Trainer*. Melalui kegiatan ini, mahasiswa dilatih untuk menerapkan komunikasi efektif dalam setiap proses pendampingan. Mahasiswa perlu dibekali keterampilan mendengarkan aktif, empati, dan kejelasan pesan, sehingga mereka mampu menjalin interaksi yang bermakna dengan UMKM. Pendekatan ini sejalan dengan pendapat Purbasari [13] yang menekankan pentingnya komunikasi efektif dalam program pengabdian masyarakat mahasiswa.

Selain komunikasi, mahasiswa juga dibekali dengan pemahaman tentang *Business Model Canvas* (BMC) sebagai alat sederhana untuk merancang model bisnis. BMC memungkinkan mahasiswa dan UMKM bersama-sama memetakan sembilan elemen utama bisnis, mulai dari segmen pelanggan, proposisi nilai, hingga struktur biaya [19]. Penelitian Budiman [8] menunjukkan bahwa BMC efektif digunakan sebagai alat pedagogis dalam pendidikan kewirausahaan, sementara penelitian Suwandi [20] membuktikan bahwa pelatihan BMC mampu meningkatkan kapasitas manajemen UMKM di Indonesia. Dengan kombinasi keterampilan komunikasi efektif dan pemahaman BMC, mahasiswa diharapkan mampu mendampingi UMKM secara lebih terstruktur, realistis, dan berkelanjutan.

Tahapan Kegiatan

Program pengabdian ini disusun secara berkesinambungan agar setiap tahapan memberikan kontribusi nyata terhadap tujuan pemberdayaan UMKM. Program dirancang sebagai sebuah siklus yang dimulai dari persiapan, dilanjutkan dengan sosialisasi, pelaksanaan, pendampingan dan monev, serta diakhiri dengan strategi keberlanjutan. Dengan demikian, kegiatan ini menghasilkan output jangka pendek sekaligus membangun fondasi untuk dampak jangka panjang.

Tahap pertama adalah persiapan, yang menjadi fondasi awal bagi keberhasilan program. Pada tahap ini dilakukan pemetaan UMKM mitra yang akan menjadi sasaran pendampingan. Pemetaan dilakukan dengan mempertimbangkan kondisi riil UMKM di lokasi pengabdian, baik dari sisi jenis usaha, kapasitas produksi, maupun kesiapan pelaku usaha untuk menerima pendampingan. Selain itu, dilakukan seleksi mahasiswa peserta program. Mahasiswa yang dipilih adalah mereka yang memiliki minat dalam bidang kewirausahaan, komunikasi, dan pengabdian masyarakat, sehingga diharapkan mampu menjalani proses pendampingan dengan komitmen penuh. Tahap persiapan juga mencakup penyusunan modul pelatihan yang berisi materi komunikasi efektif dan *Business Model Canvas*, sehingga mahasiswa memiliki panduan yang jelas sebelum terjun ke lapangan.

Tahap kedua adalah sosialisasi, yang bertujuan untuk memperkenalkan program kepada UMKM mitra dan menjelaskan tujuan serta manfaat yang akan diperoleh. Sosialisasi dilakukan melalui pertemuan awal antara tim dosen, mahasiswa, dan pelaku UMKM. Pada tahap ini, UMKM diberikan gambaran mengenai pentingnya komunikasi efektif dalam proses pendampingan serta bagaimana *Business Model Canvas* dapat membantu mereka merancang bisnis sederhana. Sosialisasi juga berfungsi untuk membangun kepercayaan antara mahasiswa dan UMKM, sehingga tercipta hubungan yang lebih terbuka dan kolaboratif. Dengan adanya sosialisasi, UMKM diharapkan lebih siap menerima pendampingan dan berpartisipasi aktif dalam setiap kegiatan. Materi ketiga tentang legalitas NIB (Nomor Ijin Berusaha). Penekanannya, membekali mereka sebagai calon trainer UMKM. Mahasiswa diharapkan memahami pentingnya legalitas usaha, mampu menjelaskan prosedur pembuatan NIB, serta mendampingi UMKM agar lebih formal, kredibel, dan siap bersaing dalam ekosistem bisnis modern

Tahap ketiga adalah pelaksanaan, yang diwujudkan dalam bentuk pelatihan *Training of Trainer* bagi mahasiswa. Pelatihan ini dirancang untuk membekali mahasiswa dengan

keterampilan komunikasi efektif dan penggunaan *Business Model Canvas*. Materi komunikasi efektif diberikan untuk melatih mahasiswa agar mampu berinteraksi dengan UMKM secara produktif, membangun kepercayaan, dan menyampaikan ide dengan jelas. Sementara itu, materi BMC diberikan untuk membantu mahasiswa memahami cara merancang model bisnis sederhana yang dapat diaplikasikan oleh UMKM. Pelaksanaan pelatihan ini menjadi titik awal bagi mahasiswa untuk memperoleh bekal teoritis dan praktis sebelum diterjunkan ke lapangan. Materi ketiga tentang legalitas NIB (Nomor Ijin Berusaha). Tujuan pemberian materi training tentang legalitas NIB kepada mahasiswa adalah membekali mereka sebagai calon *trainer* UMKM. Mahasiswa diharapkan memahami pentingnya legalitas usaha, mampu menjelaskan prosedur pembuatan NIB, serta mendampingi UMKM agar lebih formal, kredibel, dan siap bersaing dalam ekosistem bisnis modern.

Tahap keempat adalah pendampingan dan monev, yang menjadi inti dari program ini. Setelah mengikuti pelatihan, mahasiswa diterjunkan ke lapangan untuk mendampingi UMKM secara langsung. Tahap kelima adalah keberlanjutan, yang dirancang untuk memastikan bahwa dampak program tidak berhenti setelah kegiatan selesai. Keberlanjutan diwujudkan melalui penyusunan rekomendasi strategi pengembangan UMKM berdasarkan hasil pendampingan. Mahasiswa bersama dosen menyusun laporan akhir yang berisi analisis kondisi UMKM, strategi yang telah dirancang, serta rekomendasi untuk langkah selanjutnya.

Selanjutnya, tahap evaluasi. Pada tahapan ini dirancang untuk memastikan bahwa setiap tahapan mulai dari persiapan, sosialisasi, pelaksanaan, pendampingan, hingga keberlanjutan, dapat berjalan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Evaluasi berfungsi sebagai mekanisme pengawasan dan sebagai sarana refleksi untuk menilai efektivitas program, mengidentifikasi kendala, serta merumuskan strategi perbaikan. Dengan demikian, evaluasi menjadi bagian integral dari proses pemberdayaan UMKM yang dilakukan oleh mahasiswa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program Pengabdian kepada Masyarakat diikuti 15 (lima belas) orang mahasiswa yang dipilih secara *purposive* dan tertarik menjadi fasilitator dan berlangsung di Universitas Widya Mataram. Kegiatan diawali dengan pembukaan dan laporan Ketua Panitia dan doa bersama. Setelah itu, peserta diberikan pembekalan tiga materi pokok yang menjadi bekal mereka selama menjadi fasilitator UMKM. Materi pertama tentang pentingnya Komunikasi Efektif Mahasiswa dalam Pendampingan UMKM oleh Dr. Oktiva Anggraini, SIP., M.Si. Menurut narasumber, mahasiswa yang berperan sebagai fasilitator pendamping UMKM dituntut memiliki pengetahuan teknis dan kecakapan komunikasi interpersonal yang *mumpuni*. Kegagalan pendampingan sering kali bukan disebabkan oleh kurangnya materi, melainkan oleh ketidakmampuan mahasiswa membangun hubungan komunikasi yang efektif dengan pelaku UMKM [21]. Padahal, komunikasi merupakan instrumen strategis yang menjadi inti keberhasilan program pemberdayaan UMKM .

Komunikasi interpersonal yang efektif berfungsi sebagai fondasi untuk membangun rasa nyaman dan kepercayaan antara mahasiswa pendamping dengan mitra UMKM . Penelitian Trulline menunjukkan bahwa tanpa kepercayaan, pelaku UMKM cenderung tertutup dalam menyampaikan permasalahan usaha yang sebenarnya, sehingga pendampingan berjalan dangkal dan tidak menyentuh akar masalah [22]. Mahasiswa magang yang mampu menunjukkan pemahaman mendalam terhadap permasalahan UMKM akan lebih berhasil dalam interaksinya, sementara kesalahpahaman atau kurangnya informasi dapat menurunkan efektivitas pendampingan secara signifikan .



Gambar 1. Materi tentang Komunikasi efektif disampaikan Dr. Oktiva Anggraini, S.I.P, M.Si.

Dalam konteks pemberdayaan, komunikasi efektif menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan. Komunikasi tidak hanya dipahami sebagai proses penyampaian pesan, tetapi juga sebagai sarana membangun relasi, menumbuhkan kepercayaan, dan menciptakan pemahaman bersama. Komunikasi efektif mencakup keterampilan mendengarkan aktif, empati, serta kejelasan dalam menyampaikan ide [11] . Mahasiswa yang mendampingi UMKM harus mampu menyesuaikan gaya komunikasi dengan karakteristik pelaku usaha, sehingga interaksi yang terjalin tidak menimbulkan kesalahpahaman, melainkan memperkuat kolaborasi.

Komunikasi efektif dalam pendampingan UMKM juga memiliki dimensi psikologis. Mahasiswa perlu memahami bahwa banyak pelaku usaha mikro memiliki keterbatasan pengalaman, sehingga mereka cenderung ragu atau bahkan skeptis terhadap program pendampingan. Dalam situasi ini, komunikasi yang penuh empati dan keterbukaan menjadi kunci untuk membangun kepercayaan [21]. Mentoring UMKM yang berhasil selalu ditopang oleh komunikasi yang konsisten dan berorientasi pada kebutuhan pelaku usaha [16]. Dengan kata lain, komunikasi efektif bukan sekadar keterampilan teknis, melainkan sebuah sikap yang harus diinternalisasi oleh mahasiswa.

Lebih lanjut, mahasiswa dituntut untuk mengadopsi pendekatan komunikasi adaptif. Setiap pelaku UMKM memiliki gaya komunikasi, tingkat literasi, dan latar belakang sosial ekonomi yang berbeda. Kemampuan mahasiswa untuk menyesuaikan pendekatan komunikasi, apakah berperan sebagai mentor, fasilitator, atau motivator, sesuai dengan kebutuhan dan kesiapan mitra menjadi kunci keberhasilan pendampingan [22]. Pendekatan dialogis yang menekankan pada mendengarkan secara aktif dan penuh empati terbukti mampu menciptakan suasana aman bagi UMKM untuk terbuka mengenai tantangan usaha mereka .

Selain itu, komunikasi yang efektif juga mencakup kemampuan memberikan umpan balik konstruktif. Mahasiswa perlu belajar bagaimana menyampaikan kritik yang membangun dan menawarkan solusi relevan tanpa membuat mitra merasa dihakimi . Teknik parafrasa, mengulang kembali apa yang disampaikan mitra dapat menjadi alat untuk memastikan pemahaman yang sama sekaligus memberi sinyal bahwa pendapat mitra didengar dan dihargai . Penelitian Sistiawan juga menegaskan bahwa komunikasi strategis tidak cukup hanya direncanakan sekali, melainkan perlu diperkuat melalui proses berkelanjutan dan adaptif sesuai perubahan lingkungan usaha. Mahasiswa harus membangun hubungan personal dengan mitra, tidak hanya dalam konteks bisnis tetapi juga secara personal, karena pemahaman terhadap latar belakang mitra akan memudahkan terciptanya kolaborasi yang produktif. Komunikasi yang baik meningkatkan kesuksesan organisasi secara keseluruhan dan meningkatkan hubungan antar individu [18]. Dengan demikian, pembekalan keterampilan komunikasi kepada mahasiswa calon fasilitator UMKM menjadi prioritas yang tidak kalah penting dibandingkan pelatihan teknis. Komunikasi yang empatik, adaptif, dan berkelanjutan

akan menentukan keberhasilan mahasiswa dalam mendorong UMKM mitra untuk bertahan dan berkembang di tengah tantangan usaha yang semakin kompleks.



Gambar 2. Materi tentang Bisnis Canvas oleh Nisfatul Izza, SE, M.A.

Selanjutnya, ibu Nisfatul Izzah, S.E, M.A, menyampaikan materi kedua membahas penerapan *Business Model Canvas* (BMC) untuk meningkatkan kapasitas UMKM binaan. Materi ini harus dipahami benar oleh calon fasilitator yakni mahasiswa, karena merekalah yang nanti mendampingi UMKM dalam meningkatkan kapasitas UMKM. Cakupan materi meliputi sembilan elemen strategis. Pertama, perihal segmen pasar. Pelaku usaha dikenalkan pada identifikasi karakteristik, preferensi, dan kebutuhan pelanggan potensial berdasarkan aspek demografis, geografis, psikografis, maupun perilaku. Terkait wilayah mitra maka target pasar utama adalah masyarakat sekitar kelurahan Banyuraden dan mahasiswa serta pemondok.

Kedua, proposisi nilai. Peserta diajarkan menentukan keunggulan produk yang relevan dengan kebutuhan pelanggan. Mengingat usaha yang dikelola UMKM beragam, maka dengan pendampingan diharapkan UMKM bertambah pengetahuannya tentang keunggulan produknya. Dikaitkan dengan lokasi mitra, yang sebagian besar adalah kuliner cepat saji maka UMKM dituntut untuk menyajikan menu yang khas dan *marketable*. Ragam menu dituntut memiliki cita rasa sesuai selera konsumen namun tetap higienis. Ketiga, saluran distribusi. UMKM difasilitasi untuk menentukan cara penyampaian produk, misalnya melalui sistem konsinyasi dengan pedagang kaki lima dan pedagang sayur keliling, selain penjualan mandiri. Keempat, hubungan dengan pelanggan. Pendekatan yang dilakukan adalah membangun interaksi personal melalui layanan terbaik, mengingat keterbatasan modal untuk program loyalitas. Kelima, sumber pendapatan. UMKM dituntut untuk menyajikan menu yang khas dan *marketable*. Selain makanan, diversifikasi produk direncanakan melalui olahan makanan dan minuman kekinian dalam jangka panjang.

Keenam, Sumber Daya Kunci. Mahasiswa membantu UMKM mengidentifikasi aset yang dimiliki: peralatan produksi (penggorengan, kompor), bahan baku (tahu), tenaga kerja (pemilik usaha), serta modal terbatas. Mahasiswa berperan sebagai sumber daya intelektual yang memberikan pengetahuan manajemen dan legalitas NIB. Ketujuh, Kegiatan Kunci. Kegiatan utama UMKM meliputi produksi makanan, pengelolaan bahan baku, pemasaran konsinyasi, serta pencatatan keuangan sederhana. Mahasiswa mendampingi teknis produksi dan administrasi tanpa menggantikan peran pemilik usaha.

Kedelapan, Mitra Kunci. Mahasiswa menjembatani komunikasi dengan pemasok dan membantu menjalin kerja sama. Kesembilan, struktur biaya. Peserta memahami alokasi biaya produksi (bahan baku, tenaga kerja, *overhead)*, dengan tenaga kerja masih dijalankan sendiri oleh pemilik usaha. Dalam menentukan harga jual, hendaknya pengusaha UMKM tidak terlalu mahal atau terlalu murah karena seringkali mereka

tidak menghitung tenaga dan listrik dalam biaya operasional usaha. Menurut narasumber, BMC sebagai alat visual yang memetakan sembilan elemen utama bisnis, mulai dari segmen pelanggan, proposisi nilai dan saluran distribusi, hingga struktur biaya. [19] BMC memungkinkan pelaku usaha untuk melihat gambaran menyeluruh tentang bisnis mereka dalam satu lembar kanvas, sehingga memudahkan proses perencanaan dan pengambilan keputusan [8]. Metode ini cukup sederhana dan sering dipakai oleh perusahaan dalam merumuskan strategi usahanya [20].



Gambar 3. Materi tentang NIB disampaikan oleh Ibu Iva Mindhayani, S.T., M.T.

Pemateri selanjutnya Ibu Iva Mindhayani, ST, M.T menyampaikan materi tentang pentingnya NIB bagi UMKM: Peran Strategis Mahasiswa sebagai Fasilitator Nomor Induk Berusaha (NIB) merupakan identitas legal yang wajib dimiliki setiap pelaku UMKM sebagai bentuk pengakuan hukum atas kegiatan usahanya . NIB berfungsi sebagai pintu akses utama menuju permodalan, perizinan lanjutan, dan perlindungan hukum .



Gambar 4. Peserta antusias saat Pelatihan

Mahasiswa sebagai fasilitator pendamping berperan strategis dalam mengatasi rendahnya pemahaman pelaku UMKM terhadap pentingnya NIB. Fakta menunjukkan bahwa 69% pelaku UMKM belum memahami manfaat legalitas usaha karena keterbatasan informasi dan kekhawatiran akan pajak [21]. Melalui pendekatan partisipatif, mahasiswa dapat menjembatani kesenjangan digital dengan mendampingi proses pendaftaran NIB melalui sistem *Online Single Submission* (OSS) . Pendampingan yang berkelanjutan terbukti efektif meningkatkan kesadaran dan kepemilikan NIB di kalangan UMKM .Dengan demikian, pembekalan mahasiswa tentang tata cara dan manfaat NIB menjadi fondasi keberhasilan program pendampingan UMKM menuju usaha yang formal dan berdaya saing.



Gambar 5. ProdukWarung Lotek Mak'e



Gambar 6. Teh Warga, produksi mitra

Dalam praktek pendampingan UMKM, mahasiswa dibagi menjadi dua kelompok. Masing-masing mempunyai koordinator yang bertanggung jawab untuk mengatur kelompok, membagi tugas dan menghubungkan komunikasi dengan UMKM mitra maupun dosen pendamping. Kelompok A mendampingi produsen Teh Warga yang memproduksi minuman teh series, thai tea, milky, kopi. Kelompok B mendampingi pemilik Warung Lotek Mak'e, yang menyajikan makanan siap saji (lotek, bakmi, penyetan). Pendampingan berlangsung antara 3,5 - 4 bulan.

Pendampingan dilakukan dengan menerapkan komunikasi efektif dalam setiap interaksi, mendengarkan kebutuhan UMKM, serta memberikan masukan yang relevan. Mahasiswa juga membantu UMKM dalam menggunakan BMC untuk merancang strategi bisnis, mulai dari identifikasi segmen pelanggan hingga perhitungan struktur biaya. Proses pendampingan ini bersifat partisipatif, sehingga UMKM tidak hanya menerima materi, tetapi juga terlibat aktif dalam merancang bisnis mereka sendiri. Selama pendampingan berlangsung, dilakukan monitoring dan evaluasi (monev) oleh tim dosen untuk memastikan bahwa kegiatan berjalan sesuai rencana. Monev dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara dengan UMKM, serta penilaian terhadap laporan mahasiswa. Dengan adanya monev, program dapat diukur efektivitasnya dan diperbaiki jika ditemukan kendala.

Setelah didampingi, dilakukan proses evaluasi yang melibatkan mitra UMKM. Evaluasi dilakukan secara berlapis, melibatkan mahasiswa, dosen pembimbing, dan UMKM mitra. Dari sisi mahasiswa, evaluasi diarahkan pada kemampuan mereka dalam menerapkan komunikasi efektif dan *Business Model Canvas* selama proses pendampingan. Mahasiswa diminta menyusun laporan yang berisi pengalaman mereka di lapangan, strategi yang telah dirancang bersama UMKM, serta hasil yang dicapai. Laporan ini menjadi instrumen penting untuk menilai sejauh mana mahasiswa mampu mengintegrasikan teori dengan praktik, serta bagaimana mereka mengatasi tantangan riil yang dihadapi UMKM. Penilaian terhadap laporan mahasiswa dilakukan oleh tim dosen, sehingga aspek akademik tetap terjaga.

Dari sisi UMKM, evaluasi dilakukan melalui umpan balik yang diberikan oleh pelaku usaha terkait kualitas interaksi dengan mahasiswa dan manfaat yang dirasakan dari pendampingan. Umpan balik ini mencakup penilaian terhadap kemampuan mahasiswa dalam berkomunikasi, relevansi strategi bisnis yang dirancang, serta dampak nyata terhadap usaha mereka. Dengan melibatkan UMKM dalam proses evaluasi, program ini

menempatkan pelaku usaha sebagai mitra aktif yang memiliki suara dalam menentukan keberhasilan pendampingan. Hal ini sejalan dengan pendekatan partisipatif yang menjadi dasar pemberdayaan masyarakat.



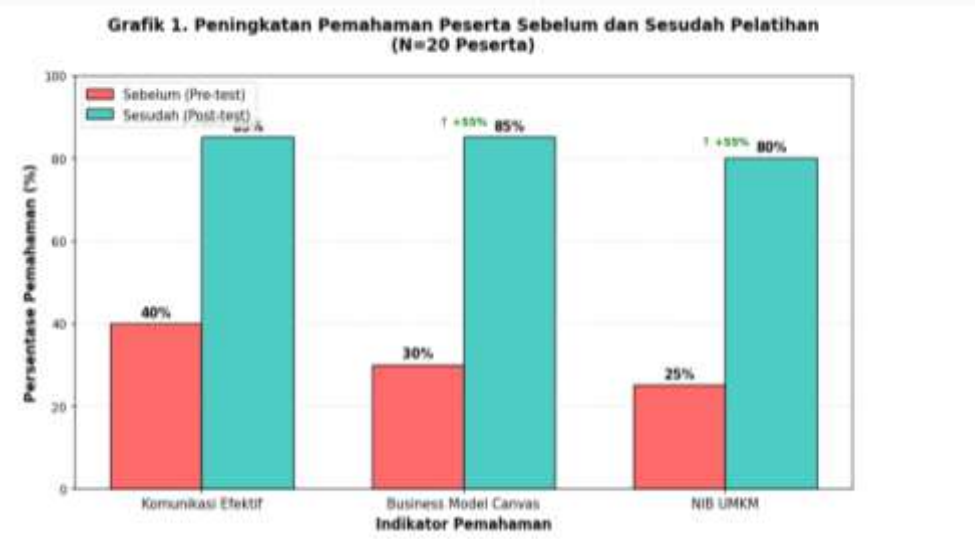
Gambar 7. Seluruh peserta berfoto usai pelatihan

Selain laporan mahasiswa dan umpan balik UMKM, evaluasi juga dilakukan melalui observasi langsung oleh dosen pembimbing. Dosen berperan sebagai pengawas yang memastikan bahwa kegiatan berjalan sesuai rencana dan tujuan. Observasi dilakukan dengan mengunjungi UMKM mitra, berdiskusi dengan mahasiswa, serta menilai interaksi yang terjadi. Dengan cara ini, dosen dapat memberikan masukan yang konstruktif kepada mahasiswa, sekaligus memastikan bahwa program tetap berada pada jalur yang benar.

Evaluasi juga mencakup aspek keberlanjutan. Setelah program selesai, dilakukan penilaian terhadap sejauh mana UMKM mampu melanjutkan strategi yang telah dirancang bersama mahasiswa. Keberlanjutan menjadi indikator penting karena menunjukkan bahwa program tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek, tetapi juga berkontribusi pada pengembangan UMKM dalam jangka panjang. Oleh karena itu, evaluasi keberlanjutan dilakukan dengan melihat apakah UMKM tetap menggunakan *Business Model Canvas* sebagai alat perencanaan, serta apakah komunikasi yang terjalin dengan mahasiswa menghasilkan jaringan yang dapat mendukung usaha mereka di masa depan. Dengan mekanisme evaluasi yang komprehensif ini, diharapkan program pengabdian masyarakat dapat memberikan gambaran yang jelas tentang keberhasilan dan tantangan yang dihadapi. Evaluasi tidak hanya berfungsi sebagai alat ukur, tetapi juga sebagai sarana pembelajaran bagi mahasiswa, dosen, dan UMKM. Melalui evaluasi, program dapat terus diperbaiki dan dikembangkan, sehingga dampaknya semakin besar bagi pemberdayaan UMKM dan penguatan peran mahasiswa sebagai agen perubahan.

Berdasarkan evalusi yang dilakukan tim, maka terdapat sejumlah temuan sebagaimana dalam grafik 1. Pertama, pengetahuan awal peserta sudah cukup baik sebesar 40% karena keterampilan komunikasi adalah hal yang biasa dilakukan. Setelah kursus, hampir 85% peserta memahami metode komunikasi yang lebih terstruktur dan efisien. Mengingat konsep BMC tergolong baru bagi sebagian besar UMKM, pemahaman awal tentangnya rendah sekitar 30%. Namun, pelatihan berhasil meningkatkan pemahaman secara signifikan menjadi 85%, menunjukkan bahwa metode penyampaian yang praktis dan partisipatif sangat efektif.Pengetahuan awal tentang Nomor Induk Berusaha paling rendah (25 persen) menunjukkan bahwa UMKM mitra tidak terlalu memahami tentang undang-undang bisnis. Setelah pelatihan selesai, 80% peserta memahami nilai NIB dan prosedur pengurusannya. Program pelatihan meningkatkan pemahaman peserta secara signifikan pada semua indikator, dengan peningkatan berkisar antara 45 persen hingga 55 persen. Indikator dengan pengetahuan awal terendah (NIB dan BMC) mengalami peningkatan terbesar. Tidak ada hasil akhir yang benar-benar 100% menunjukkan validitas data.Oleh karena itu, program ini layak untuk diterapkan pada komunitas UMKM lainnya dengan meningkatkan fokus pada elemen legalitas usaha (NIB) dan perencanaan bisnis (BMC).

Tabel 1. Peningkatan Pemahaman Peserta Sebelum dan Sesudah Pelatihan



Berdasarkan tabel 1, diperoleh data bahwa kedua mitra berhasil menyusun *Business Model Canvas* dan Analisis Risiko K3 sebagai instrumen perencanaan bisnis yang sistematis. Pencatatan keuangan mengalami peningkatan signifikan: yang semula tidak melakukan pencatatan, menjadi tersedia laporan sederhana hingga terstandar. Kedua mitra melaksanakan pemisahan keuangan pribadi dan usaha.

Dilihat dari perolehan omzet, omzet kedua UMKM meningkat rata-rata 25% (dari Rp 18 juta menjadi Rp 22,5 juta per bulan). Laba bersih meningkat, pada Warung Lotek Mak'e naik 117% (dari Rp 3,45 juta menjadi Rp 7,5 juta), sementara Teh Warga UWM naik 95% (dari Rp 6,2 juta menjadi Rp 12,1 juta). Kenaikan laba bersih yang lebih tinggi dibanding kenaikan omzet mengindikasikan efisiensi biaya operasional berhasil dilakukan setelah pendampingan.

Tabel 2. Hasil Pendampingan UMKM untuk Manajemen Keuangan & NIB

No	Keterangan	Warung Lotek Mak'e	Teh Warga UWM
1	Identitas UMKM		
1.1	Bidang Usaha	Makanan siap saji (lotek, bakmi, penyetan)	Minuman (teh series, thai tea, milky, kopi)
1.2	Pemilik Usaha	Mae / Febriola Reny Yumte	Aufia Nur Adelia
1.3	Alamat Usaha	Jl. Tentara Rakyat Mataram, Yogyakarta	Jl. Tatabumi Selatan, Ngestiharjo, Sleman
1.4	Status Tempat Usaha	Milik sendiri	Milik sendiri
2	Pendampingan		
2.2	Durasi Pendampingan	(2,5 bulan)	(3 bulan)
2.3	Metode Pendampingan	Coaching, mentoring, konsultasi, pelatihan	*Coaching*, konsultasi, pelatihan
3	Legalitas Usaha		
3.1	Legalitas Awal	Belum ada (hanya izin lurah)	Belum ada (hanya izin lurah)
3.2	Legalitas Akhir	Belum ada	Belum ada
3.3	Izin yang Dimiliki	Surat keterangan lurah	Surat keterangan lurah
4	Manajemen Keuangan		
4.1	Pencatatan Keuangan Awal	Tidak ada, campur pribadi	Tidak ada
4.2	Pencatatan Keuangan Akhir	Ada laporan sederhana	Ada laporan terstandar

4.3	Pemisahan Keuangan Pribadi & Usaha	Mulai diterapkan	Sudah diterapkan
5	Kinerja Usaha		
5.1	Omzet Awal (Rp/bulan)	12.000.000	24.000.000
5.2	Omzet Akhir (Rp/bulan)	15.000.000	30.000.000
5.3	Kenaikan Omzet (%)	+25%	+25%
5.4	Laba Bersih Awal (Rp/bulan)	3.450.000	6.200.000
5.5	Laba Bersih Akhir (Rp/bulan)	7.500.000	12.100.000
5.6	Kenaikan Laba Bersih (%)	+117%	+95%

Tabel 3. Hasil Pendampingan UMKM untuk Perencanaan Bisnis, produksi dan Manajemen Pemasaran

No	Keterangan	Warung Lotek Mak'e	Teh Warga UWM
1	Perencanaan Bisnis		
1.1	Business Model Canvas (BMC)	Selesai	Selesai
1.2	Analisis Risiko K3	Selesai	Selesai
2	Manajemen Pemasaran		
2.1	Strategi Pemasaran Awal	*Mouth to mouth, WA*	*Offline (booth)*
2.2	Strategi Pemasaran Akhir	Masih manual (belum berubah)	Mulai *online* (media sosial)
2.3	Pemasaran Digital	Belum optimal	Sebagian terimplementasi
4	Manajemen SDM		
4.1	Jumlah Tenaga Kerja Awal	1 orang (pemilik sendiri)	3 orang (1 pegawai + 2 pengelola)
5	Manajemen Produksi		
5.1	Peralatan Produksi Awal	Tradisional (wajan, ulekan)	Tradisional (kompor, panci)
5.2	Peralatan Produksi Akhir	Sebagian diganti lebih efisien (TSB)	Masih tradisional
5.3	Kapasitas Produksi	Fluktuatif	250 cup/hari

Keberlanjutan program diwujudkan melalui rencana tindak lanjut berupa jaringan alumni mahasiswa pendamping yang dapat terus berkomunikasi dengan UMKM, sehingga hubungan yang telah terjalin tetap terpelihara. Dengan adanya strategi keberlanjutan, program ini diharapkan mampu memberikan dampak jangka panjang bagi pengembangan UMKM di Yogyakarta.

KESIMPULAN

Pelaksanaan Program Pengabdian kepada Masyarakat ini mampu meningkatkan kapasitas mahasiswa sebagai calon trainer yang kompeten dalam mendampingi UMKM menghadapi berbagai tantangan usaha. Para mahasiswa dibekali keterampilan praktis, meliputi komunikasi efektif serta pemahaman legalitas usaha melalui NIB. Melalui pendekatan partisipatif, mitra UMKM dilibatkan secara aktif sebagai subjek dalam proses pembelajaran. Interaksi yang berkelanjutan antara mahasiswa dan pelaku UMKM mampu membangun kepercayaan, memperkuat kolaborasi, serta melahirkan solusi yang relevan dengan kebutuhan lokal.

Luaran kegiatan berupa rekayasa sosial berupa peningkatan kapasitas mahasiswa sebagai agen perubahan, serta penguatan daya saing mitra UMKM. Hasil kegiatan juga telah dituangkan dalam bentuk artikel ilmiah yang dipublikasikan pada jurnal nasional terakreditasi dan diberitakan melalui media sosial. Aksi nyata ini perlu ditindaklanjuti oleh berbagai pihak agar memberikan dampak yang berkelanjutan bagi UMKM yang telah didampingi.

ACKNOWLEDGMENT
Tim pengabdi mengucapkan terima kasih kepada LPPM Universitas Widya Mataram Yogyakarta. Apresiasi juga disampaikan kepada mitra pengabdian, yaitu UMKM Kelurahan Banyuraden, Sleman dan mahasiswa UWM, atas partisipasi mereka sebagai peserta. Ucapan terima kasih pula kami sampaikan kepada seluruh pihak yang telah membantu pelaksanaan kegiatan pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

[1] R. Khetarpal, D. Jain, and B. Mitra, "The role of entrepreneurship education, entrepreneurial motivation, and entrepreneurial readiness in mapping entrepreneurial intention of youth," International Journal of Management Education, vol. 23, no. 3, Dec. 2025, doi: 10.1016/j.ijme.2025.101272.

[2] M. Mubarok, A. A. R. Yusuf, A. Salwa, and F. Amini, "Pengelolaan keuangan dan perencanaan usaha desa melalui revitalisasi manajemen keuangan UMKM di Desa Ampelan, Kecamatan Wringin, Kabupaten Bondowoso (Financial management and village business planning through the revitalization of MSME financial management in Ampelan Village, Wringin District, Bondowoso Regency)," 2025.

[3] W. E. Putra, A. R. Fadilah, D. Panjaitan, and K. Nisa, "Analisis penggunaan Business Model Canvas pada usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM): A systematic literature review," Jurnal Bahtera Inovasi, vol. 9, no. 1, 2025.

[4] O. Anggraini and E. R. Endarwati, "Inovasi pendampingan pemasaran bagi UMKM di wilayah Kemantren Mergangsan Kota Yogyakarta," Manajemen Business Innovation Conference (MBIC), no. 7, pp. 973–988, 2024.

[5] E. Chumaidiyah, P. M. Fauzi, and A. A. Kamil, "Enhancement of SME feasibility through the integration of BMC, functional organization, and SCM," Cogent Business & Management, vol. 11, no. 1, 2024, doi: 10.1080/23311975.2024.2315678.

[6] O. Anggraini and Supriyanta, "Rekapitalisasi modal sosial dan pengembangan ekonomi kreatif berbasis Triple Helix di Yogyakarta era normal baru," 2021.

[7] N. Izzah, O. Anggraini, I. Mindhayani, and D. Mastuti, "Pelatihan berwirausaha dengan Business Model Canvas (BMC) untuk menciptakan UMKM perempuan inovatif di KUBE Kamboja, Banjarsari, Surakarta," Seminar Terbuka Pengabdian kepada Masyarakat, 2026.

[8] N. A. Budiman, S. Mulyani, D. L. Fithri, B. Gunawan, and F. Nugraha, "Business Model Canvas and competitiveness on financial performance of MSMEs," Journal of Lifestyle and SDGs Review, vol. 5, no. 1, Dec. 2024, doi: 10.47172/2965-730X.SDGSReview.v5.n01.pe01617.

[9] F. Imran, K. Shahzad, A. Butt, and J. Kantola, "Digital transformation of industrial organizations: Toward an integrated framework," Journal of Change Management, vol. 21, no. 4, pp. 451–479, 2021, doi: 10.1080/14697017.2021.1929406.

[10] G. Vial, "Understanding digital transformation: A review and a research agenda," Journal of Strategic Information Systems, vol. 28, no. 2, pp. 118–144, 2019, doi: 10.1016/j.jsis.2019.01.003.

[11] E. T. Alawiah, D. Setyorini, and Hasanudin, "Implementasi aplikasi peminjaman pada Koperasi Syariah Mandiri 19 untuk meningkatkan kesejahteraan anggota," Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan, vol. 4, no. 2, pp. 9959–9965, Nov. 2025, doi: 10.31004/jerkin.v4i2.3154.

[12] O. Anggraini, N. Izzah, and I. Mindhayani, "Transformasi kewirausahaan KUBE Kamboja melalui pemasaran digital inovatif penunjang wisata religi di Kelurahan Banjarsari, Surakarta," Jurnal Ilmiah Padma Sri Kreshna, vol. 2, no. 7, pp. 9–17, 2025.

[13] D. Purbasari, B. Marhaenanto, I. W. Yosika, N. P. Lestari, A. S. Pambudi, R. Nadzirah, et al., "Pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan penggunaan media sosial untuk pemasaran produk inovasi bunga mawar di Desa Karangpring (Community empowerment through social media training for marketing rose-based innovative products in Karangpring Village)."

[14] I. Nazaruddin, E. R. Utami, and E. Rahmawati, "Digitalization challenges for SMEs: A systematic literature review perspective and future research," JBTI: Jurnal Bisnis: Teori dan Implementasi, vol. 15, no. 1, pp. 15–43, Apr. 2024, doi: 10.18196/jbti.v15i1.20410.

[15] A. Farhana, T. N. Sari, U. A. Rosalina, M. Pradipto, M. R. Borman, and S. Hartini, "Edukasi Business Model Canvas (BMC) pada perusahaan UMKM supplier unggas," vol. 8, 2025.

[16] F. Chandrasari, O. Aditia, O. H. Prabowo, and N. Saebah, "Communication management strategies in improving partnership success in the technology industry," Asian Journal of Engineering, Social and Health, 2024. [Online]. Available: https://ajesh.ph/index.php/gp

[17] Y. H. Wahyuli, D. Novita, F. Sari, D. Haryani, I. A. Satya, et al., "Pelatihan Training of Trainer (TOT) penulisan artikel ilmiah bereputasi dalam upaya meningkatkan kualitas artikel ilmiah dosen," Community Development Journal, vol. 3, no. 3, pp. 1652–1658, 2022.

[18] I. C. Sistiawan, T. N. Siswono, N. A. Santoso, N. Lidya, D. A. W. Salim, I. A. I. C. Sari, et al., "Pembinaan peningkatan kapasitas usaha dalam program Sandang Terpandang melalui pelatihan komunikasi pemasaran," Jurnal Kreativitas Pengabdian kepada Masyarakat, vol. 7, no. 1, pp. 404–420, Jan. 2024, doi: 10.33024/jkpm.v7i1.12902.

[19] S. Sparviero, "The case for a socially oriented Business Model Canvas: The social enterprise model canvas," Journal of Social Entrepreneurship, vol. 10, no. 2, pp. 232–251, May 2019, doi: 10.1080/19420676.2018.1541011.

[20] M. Fariza, S. Nur Hajijah, S. Pranata, W. Eka Septian, M. Umar Fakhrudin, and S. Akbari, "Peningkatan kapasitas manajemen UMKM melalui pelatihan Business Model Canvas," vol. 1, 2025.

[21] C. Gunawan, "Omnichannel business strategy for MSME to increase profit during post-pandemic: A case of Jaya Raya Store," International Journal of Current Science Research and Review, 2023. [Online]. Available: https://ijcsrr.org/wp-content/uploads/2023/01/82-30-2023.pdf

[22] P. Trulline, A. Suryana, D. Sugiana, and U. Wahyudin, "Anuario de la Facultad de Geografía e Historia Santiago," vol. 25, no. 2, 2025.

[23] F. Chandrasari, O. Aditia, O. H. Prabowo, and N. Saebah, "Communication management strategies in improving partnership success in the technology industry," Asian Journal of Engineering, Social and Health, 2024. [Online]. Available: https://ajesh.ph/index.php/gp

[24] M. Fatih, N. Fauzi, E. Norman, and U. Islam Bunga Bangsa Cirebon, "Effective communication in building healthy and productive relationships," MES Management Journal, 2025.

[25] A. Osterwalder and Y. Pigneur, Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. Hoboken, NJ, USA: John Wiley & Sons, 2010.

[26] B. R. Sukarno, "Implementasi strategi pengembangan bisnis dengan Business Model Canvas," Universitas Sunan Ampel Surabaya.

[27] M. Anasrulloh, Kadeni, M. A. S. W., and S. Is, "Pendampingan legalitas usaha UMKM untuk meningkatkan kredibilitas masyarakat Desa Karanganom," Journal of Entrepreneurship and Community Innovations (JECI), vol. 1, no. 2, pp. 35–42, Feb. 2023, doi: 10.33476/jeci.v1i2.25.