

Peningkatan Kapasitas UMKM dalam Perencanaan Strategis melalui *Lean Product Canvas*: Pengabdian kepada Masyarakat di Kalurahan Bangunjiwo

**Faiza Renaldi¹, Irma Santikarama^{1,*}, Tacbir Hendro Pudjiantoro¹, Sigit Anggoro¹,
Dea Destiani¹, Krisna Mutiara Wati², Murwani Eko Astusi², Edhy Tri Cahyono²,
Wina Driyan Pradana², Rizki Wahyuning Damayanti², Ari Okta Viyani²**

¹Program Studi Sistem Informasi, Universitas Jenderal Achmad Yani, Cimahi, Jawa Barat

²Program Studi Manajemen, Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta

*Penulis korespondensi: irma.santikarama@lecture.unjani.ac.id

Dikirim : 19 Januari 2026

Direvisi : 27 Februari 2026

Diterima : 28 Februari 2026

Abstrak: Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan untuk meningkatkan kemampuan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam menyusun perencanaan usaha yang lebih terarah, adaptif, dan sesuai dengan kebutuhan pasar melalui pendekatan *Lean Product Canvas* (LPC). Permasalahan yang banyak dijumpai pada UMKM meliputi belum adanya perencanaan strategis tertulis, lemahnya pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan, serta belum jelasnya nilai keunggulan produk dan strategi pengembangan usaha. Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu persiapan, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi. Pada tahap pelatihan, peserta diberikan pemahaman mengenai konsep *Lean Product Canvas* dan fungsi setiap komponennya, mulai dari identifikasi masalah pelanggan, perumusan solusi, penentuan segmen pasar, hingga perencanaan biaya dan pendapatan. Selanjutnya, pendampingan dilakukan secara langsung untuk membantu peserta menyusun *Lean Product Canvas* berdasarkan kondisi usaha masing-masing. Evaluasi dilakukan melalui observasi, diskusi, dan penilaian terhadap hasil canvas yang disusun peserta. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta dalam menyusun rencana usaha, semakin jelasnya arah pengembangan produk, serta meningkatnya kesiapan UMKM dalam menghadapi persaingan pasar. Peserta mampu menghasilkan dokumen *Lean Product Canvas* yang dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan dan perencanaan usaha jangka menengah.

Kata kunci: *lean product canvas*, perencanaan usaha, UMKM

Abstract: This community service activity was carried out to improve the capacity of Micro, Small, and Medium Enterprise (MSME) actors in developing more structured, adaptive, and market-oriented business plans through the *Lean Product Canvas* (LPC) approach. Common problems faced by MSMEs include the absence of written strategic planning, limited understanding of customer needs, and unclear value propositions as well as business development strategies. The activity was implemented through several stages, namely preparation, training, mentoring, and evaluation. During the training stage, participants were introduced to the concept of *Lean Product Canvas* and the function of each of its components, ranging from identifying customer problems, formulating solutions, determining market

segments, to planning costs and revenue. This was followed by direct mentoring to assist participants in developing a Lean Product Canvas based on the real conditions of their respective businesses. Evaluation was conducted through observation, group discussions, and assessment of the canvases produced by participants. The results show an improvement in participants' understanding of business planning, clearer directions for product development, and increased readiness of MSMEs to face market competition. Participants were able to produce Lean Product Canvas documents that can be used as a basis for decision-making and medium-term business planning.

Keywords: *business planning, lean product canvas, MSMEs*

1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian nasional karena berperan besar dalam penyerapan tenaga kerja dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Data Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa UMKM mendominasi struktur usaha di Indonesia dan berkontribusi signifikan terhadap pembentukan Produk Domestik Bruto (BPS, 2023). Hal ini diperkuat oleh data Kementerian Koperasi dan UKM yang menyatakan bahwa UMKM tidak hanya berfungsi sebagai penggerak ekonomi lokal, tetapi juga sebagai penopang stabilitas ekonomi nasional, khususnya pada masa krisis (Kementerian Koperasi dan UKM, 2022). Secara yuridis, peran strategis UMKM juga ditegaskan dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 yang menempatkan UMKM sebagai bagian penting dalam pembangunan ekonomi berbasis kerakyatan.

Kalurahan Bangunjiwo merupakan salah satu wilayah di Kapanewon Kasihan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta, yang memiliki potensi ekonomi lokal cukup besar, khususnya pada sektor UMKM. Masyarakat Bangunjiwo dikenal produktif dengan beragam jenis usaha, seperti kuliner, kerajinan, fesyen, pertanian olahan, serta jasa berbasis rumah tangga. Keberadaan UMKM menjadi penopang utama perekonomian masyarakat setempat karena mampu menyerap tenaga kerja lokal dan meningkatkan pendapatan keluarga. Selain itu, letak geografis Bangunjiwo yang strategis, berada di wilayah penyangga Kota Yogyakarta serta dekat dengan kawasan pendidikan dan pariwisata, membuka peluang pasar yang luas bagi produk UMKM, baik melalui penjualan langsung maupun pemasaran berbasis digital.

Meskipun memiliki potensi besar, banyak UMKM di Bangunjiwo belum mampu memanfaatkan peluang tersebut secara optimal. Permasalahan utama yang dihadapi adalah lemahnya perencanaan usaha, di mana sebagian besar pelaku usaha menjalankan bisnis berdasarkan pengalaman tanpa perencanaan strategis jangka menengah dan panjang. Segmentasi pasar belum dirumuskan secara jelas, nilai keunggulan produk belum terdefinisi

kuat, serta strategi pemasaran dan pengelolaan biaya masih bersifat sederhana. Kondisi ini sejalan dengan temuan Tambunan (2019) yang menyatakan bahwa salah satu kendala utama UMKM di Indonesia adalah lemahnya aspek manajerial, khususnya dalam perencanaan usaha dan pengambilan keputusan berbasis data.

Perencanaan strategis merupakan fondasi penting bagi keberlanjutan usaha. Melalui perencanaan yang baik, pelaku usaha dapat menetapkan tujuan, memahami kebutuhan pelanggan, serta merancang langkah pengembangan usaha secara sistematis (Suryana, 2014). Namun, bagi UMKM, model perencanaan yang terlalu kompleks sering kali sulit diterapkan. Oleh karena itu, dibutuhkan pendekatan perencanaan yang sederhana, visual, dan mudah diaplikasikan. Konsep *Lean* dan model bisnis visual seperti *Business Model Canvas* dan *Lean Product Canvas* menawarkan solusi tersebut. Osterwalder & Pigneur (2010) memperkenalkan *Business Model Canvas* sebagai alat visual untuk memetakan model bisnis secara ringkas, sedangkan Maurya (2012) mengembangkan *Lean Product Canvas* yang lebih menekankan pada masalah pelanggan, solusi, dan proposisi nilai. Pendekatan ini sejalan dengan prinsip *Lean Startup* yang menekankan inovasi berkelanjutan berbasis kebutuhan pasar (Ries, 2011).

Lean Product Canvas (LPC) membantu pelaku usaha memetakan masalah pelanggan, solusi produk, keunggulan nilai, segmen pasar, saluran distribusi, struktur biaya, dan sumber pendapatan dalam satu kerangka visual terintegrasi (Maurya, 2012). Pendekatan ini mendorong UMKM untuk berpikir lebih sistematis, adaptif, dan berorientasi pasar. Namun, penerapan LPC memerlukan proses pendampingan agar pelaku UMKM tidak hanya memahami konsep, tetapi juga mampu mengaplikasikannya sesuai karakteristik usaha masing-masing. Hal ini sejalan dengan pandangan Blank & Dorf (2012) yang menekankan pentingnya pembelajaran berbasis praktik dan pendampingan dalam pengembangan usaha.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan suatu program pengabdian kepada masyarakat yang tidak hanya bersifat pelatihan satu arah, tetapi juga dilengkapi dengan pendampingan intensif. Pendekatan ini diharapkan mampu membantu pelaku UMKM mengaplikasikan konsep perencanaan strategis secara nyata. Oleh karena itu, kegiatan pelatihan pembuatan dan pendampingan rencana strategis berbasis *Lean Product Canvas* bagi UMKM di Kalurahan Bangunjiwo menjadi sangat relevan untuk meningkatkan kapasitas manajerial, memperkuat daya saing, serta mendorong keberlanjutan usaha masyarakat.

Melalui kegiatan ini, pelaku UMKM diharapkan tidak hanya memperoleh pemahaman konseptual, tetapi juga mampu menghasilkan dokumen rencana strategis berbasis *Lean*

Product Canvas yang dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan bisnis dan pengembangan usaha di masa depan. Dengan demikian, program ini diharapkan dapat berkontribusi nyata terhadap pemberdayaan ekonomi masyarakat dan penguatan ekosistem UMKM di Kalurahan Bangunjiwo secara berkelanjutan.

2. Metode

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan pendampingan akademik yang bersifat partisipatif dan aplikatif, dengan tujuan meningkatkan kemampuan pelaku UMKM di Kalurahan Bangunjiwo dalam menyusun perencanaan usaha berbasis *Lean Product Canvas* (LPC). Metode ini dipilih karena sesuai dengan karakteristik UMKM yang membutuhkan pendekatan sederhana, visual, dan mudah diterapkan (Maurya, 2012; Ries, 2011). Kegiatan ini dapat dilihat sesuai dengan diagram alur yang divisualisasikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

2.1 Kerangka Pemecahan Masalah

Permasalahan utama UMKM di Kalurahan Bangunjiwo adalah masih kurangnya kemampuan dalam menyusun perencanaan usaha yang terstruktur, lemahnya pemahaman terhadap kebutuhan pasar, serta belum optimalnya strategi pengembangan produk dan pemasaran. Oleh karena itu, pemecahan masalah dilakukan melalui tahapan sistematis sebagai berikut:

1. Identifikasi Masalah

Dilakukan melalui observasi lapangan dan diskusi awal dengan pelaku UMKM serta pihak kalurahan untuk memetakan kondisi riil usaha, tantangan, dan kebutuhan utama pengembangan usaha.

2. Perancangan Solusi

Hasil identifikasi digunakan sebagai dasar penyusunan materi pelatihan dan pendampingan berbasis Lean Product Canvas yang relevan dan kontekstual.

3. Pelatihan Perencanaan Strategis Berbasis LPC

Peserta diberikan pemahaman tentang pentingnya orientasi pasar dan konsep perencanaan usaha menggunakan Lean Product Canvas yang meliputi: masalah pelanggan, solusi, proposisi nilai, segmen pelanggan, saluran distribusi, struktur biaya, dan sumber pendapatan (Maurya, 2012).

4. Pendampingan Intensif

Peserta didampingi secara langsung dan partisipatif dalam menyusun Lean Product Canvas usaha masing-masing, dengan tim pengabdian berperan sebagai fasilitator.

5. Evaluasi dan Umpan Balik

Hasil canvas dievaluasi melalui diskusi kelompok, presentasi, dan penilaian kelengkapan serta keterpaduan komponen, kemudian diberikan rekomendasi perbaikan.

2.2 Bentuk dan Metode Kegiatan

Kegiatan dilaksanakan dalam beberapa metode terintegrasi:

1. *Workshop* (Pelatihan Luring)

- Pelaksanaan secara tatap muka di Kalurahan Bangunjiwo.
- Materi: perencanaan strategis usaha dan *Lean Product Canvas*.
- Metode: ceramah, diskusi, studi kasus, dan praktik langsung.

2. Konsultasi dan Pendampingan Individu

- Setiap UMKM mendapat pendampingan khusus.
- Tim memberikan umpan balik terhadap canvas yang disusun.
- Pendampingan dilakukan bertahap hingga peserta mampu menyusun rencana yang aplikatif.

3. Penyusunan Modul dan Bahan Pendukung

- Disusun modul *Lean Product Canvas* berisi panduan langkah demi langkah.
- Digunakan sebagai bahan belajar mandiri pasca kegiatan.

4. Simulasi dan Studi Kasus

- Simulasi penyusunan LPC melalui contoh UMKM sederhana.
- Studi kasus UMKM sukses sebagai bahan diskusi dan inspirasi.

2.3 Evaluasi Pelaksanaan

Evaluasi dilakukan pada seluruh tahapan kegiatan dengan tujuan menilai ketercapaian program dan dampaknya terhadap peningkatan kapasitas UMKM. Instrumen evaluasi meliputi: observasi, daftar hadir, lembar kerja peserta, kuesioner, dan dokumentasi. Indikator keberhasilan meliputi:

- a. $\geq 80\%$ peserta hadir dan kegiatan berjalan tepat waktu.
- b. $\geq 75\%$ peserta memahami konsep utama *Lean Product Canvas*.
- c. $\geq 70\%$ peserta mampu menyusun canvas secara lengkap dan relevan.
- d. $\geq 80\%$ peserta menyatakan kegiatan bermanfaat.

Hasil evaluasi digunakan sebagai dasar perbaikan dan pengembangan program pengabdian berikutnya (Sugiyono, 2019).

3. Hasil dan Diskusi

3.1 Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema Pelatihan Pembuatan dan Pendampingan Rencana Strategis Berbasis *Lean Product Canvas* bagi UMKM di Kalurahan Bangunjiwo dilaksanakan pada:

Hari, Tanggal : Rabu, 19 November 2025

Waktu : 08.00 – 13.00 WIB

Tempat : Balai Kalurahan Bangunjiwo, Kapanewon Kasihan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta

Kegiatan ini dihadiri oleh berbagai pihak yang terlibat dalam pelaksanaan program, yaitu 5 dosen Program Studi Sistem Informasi Universitas Jenderal Achmad Yani, 6 dosen Program Studi Manajemen Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta, 3 tenaga kependidikan Program Studi Sistem Informasi Universitas Jenderal Achmad Yani, 6 mahasiswa Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta, 3 staf Pemerintah Kalurahan Bangunjiwo, serta 31 pelaku UMKM dari wilayah Kalurahan Bangunjiwo. Dokumentasi kegiatan diperlihatkan dalam Gambar 2.



Gambar 2. Pelaksanaan Kegiatan

Rangkaian kegiatan diawali dengan registrasi peserta dan pembagian modul pelatihan yang berisi panduan penyusunan *Lean Product Canvas* serta materi pendukung lainnya. Modul ini digunakan sebagai acuan selama kegiatan berlangsung dan juga dapat dimanfaatkan oleh peserta sebagai bahan belajar mandiri setelah kegiatan selesai. Selanjutnya, acara dibuka dengan sambutan dari perwakilan Pemerintah Kalurahan Bangunjiwo, Ketua Tim Pengabdian kepada Masyarakat, serta perwakilan Program Studi pelaksana kegiatan. Sambutan tersebut menekankan pentingnya peningkatan kapasitas pelaku UMKM dalam menghadapi persaingan usaha serta perlunya perencanaan strategis yang terstruktur untuk mendukung keberlanjutan usaha.

Setelah rangkaian sambutan, kegiatan dilanjutkan dengan sesi pelatihan yang dibagi menjadi dua sesi utama. Sesi pertama berisi penyampaian materi tentang perencanaan strategis

usaha dan pengenalan *Lean Product Canvas* bagi UMKM oleh tim dosen pelaksana pengabdian. Materi disampaikan secara interaktif melalui ceramah singkat dan diskusi, dengan fokus pada pentingnya orientasi pasar serta pemahaman komponen *Lean Product Canvas*, meliputi identifikasi masalah pelanggan, solusi produk, proposisi nilai, segmen pasar, saluran distribusi, struktur biaya, dan sumber pendapatan.

Sesi kedua merupakan sesi tanya jawab dan diskusi interaktif. Pada sesi ini, peserta diberikan kesempatan untuk menyampaikan permasalahan yang dihadapi dalam menjalankan usaha masing-masing, seperti kesulitan menentukan segmen pasar, lemahnya strategi pemasaran, serta kendala dalam pengelolaan biaya. Tim pengabdian memberikan tanggapan dan solusi yang relevan sesuai dengan kondisi riil usaha peserta.

Setelah sesi diskusi, kegiatan dilanjutkan dengan *workshop* penyusunan *Lean Product Canvas*. Pada tahap ini, peserta dibimbing secara langsung untuk mengisi setiap komponen canvas berdasarkan kondisi usaha masing-masing. Tim pengabdian dan mahasiswa pendamping memberikan pendampingan intensif kepada peserta dalam merumuskan masalah pelanggan, menentukan proposisi nilai, mengidentifikasi segmen pasar, serta menyusun strategi distribusi, struktur biaya, dan sumber pendapatan. Antusiasme peserta terlihat dari keaktifan dalam berdiskusi dan menyampaikan permasalahan usaha yang dihadapi. Pendampingan ini membantu peserta memperoleh pemahaman yang lebih jelas mengenai arah pengembangan usaha dan strategi yang dapat diterapkan secara realistis.

3.2 Hasil dan Diskusi

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema Pelatihan Pembuatan dan Pendampingan Rencana Strategis Berbasis *Lean Product Canvas* bagi UMKM di Kalurahan Bangunjiwo menunjukkan hasil yang positif. Peserta mengikuti seluruh rangkaian kegiatan dengan antusias, yang terlihat dari tingkat kehadiran yang tinggi, keaktifan dalam sesi diskusi, serta keterlibatan peserta dalam praktik penyusunan *Lean Product Canvas*.

Peserta secara aktif menyampaikan permasalahan usaha yang dihadapi, seperti kesulitan menentukan segmen pasar, lemahnya strategi pemasaran, serta belum jelasnya nilai keunggulan produk. Permasalahan tersebut kemudian dikaitkan dengan komponen *Lean Product Canvas* untuk membantu peserta memahami hubungan antara kebutuhan pasar dan strategi pengembangan usaha. Dengan pendampingan dari tim pengabdian, sebagian besar peserta mampu menyusun rancangan awal rencana strategis usaha sesuai dengan kondisi riil

usaha masing-masing.

Untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta terhadap materi yang diberikan, dilakukan evaluasi melalui pengamatan dan tanya jawab sebelum dan setelah kegiatan pelatihan. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta terhadap konsep perencanaan strategis usaha dan penggunaan *Lean Product Canvas* sebagai alat bantu perencanaan. Hasil pengukuran pemahaman peserta disajikan pada Tabel 1.

Berdasarkan hasil pada Tabel 1, terlihat adanya peningkatan yang signifikan pada pemahaman peserta terhadap aspek perencanaan strategis usaha dan penggunaan *Lean Product Canvas* setelah mengikuti kegiatan pelatihan dan pendampingan di Kalurahan Bangunjiwo. Sebelum pelatihan, mayoritas peserta berada pada kategori kurang paham dan tidak paham, terutama pada pemahaman konsep *Lean Product Canvas*, penentuan proposisi nilai, serta pemahaman struktur biaya dan sumber pendapatan usaha. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM belum memiliki alat bantu perencanaan yang sistematis dan masih menjalankan usaha berdasarkan pengalaman tanpa perencanaan tertulis.

Setelah pelatihan, terjadi peningkatan yang sangat jelas pada kategori paham di seluruh indikator, dengan persentase berkisar antara 75% hingga 85%. Peningkatan tertinggi terjadi pada indikator pemahaman pentingnya perencanaan strategis usaha dan pemahaman saluran distribusi serta pemasaran produk, yang mencapai lebih dari 80% peserta berada pada kategori paham. Hal ini menunjukkan bahwa materi yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan peserta dan mudah dipahami serta dapat langsung diaplikasikan. Kemampuan peserta dalam mengidentifikasi masalah pelanggan, menentukan segmen pasar, serta merumuskan proposisi nilai produk juga meningkat secara signifikan. Persentase peserta pada kategori tidak paham menurun menjadi di bawah 5% pada hampir seluruh indikator setelah pelatihan. Kondisi ini menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan yang dikombinasikan dengan pendampingan dan praktik langsung penyusunan *Lean Product Canvas* efektif membantu peserta memahami keterkaitan antara kebutuhan pasar dan strategi pengembangan produk.

Tabel 1. Hasil Pemahaman Peserta

No.	Pernyataan	Sebelum Sosialisasi			Setelah sosialisasi		
		Paham	Kurang Paham	Tidak Paham	Paham	Kurang Paham	Tidak Paham
1	Memahami pentingnya perencanaan strategis usaha	30%	45%	25%	85%	12%	3%
2	Mengetahui konsep Lean Product Canvas	15%	35%	50%	80%	17%	3%
3	Mampu mengidentifikasi masalah pelanggan	25%	40%	35%	82%	15%	3%
4	Mampu menentukan proposisi nilai (value proposition)	20%	45%	35%	78%	18%	4%
5	Mampu menentukan segmen pasar	22%	43%	35%	80%	17%	3%
6	Memahami saluran distribusi dan pemasaran produk	28%	42%	30%	83%	14%	3%
7	Memahami struktur biaya dan sumber pendapatan usaha	18%	40%	42%	75%	20%	5%

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kegiatan pelatihan dan pendampingan rencana strategis berbasis *Lean Product Canvas* di Kalurahan Bangunjiwo efektif dalam meningkatkan kapasitas manajerial dan kemampuan perencanaan usaha pelaku UMKM. Peningkatan pemahaman ini diharapkan dapat berdampak pada pengambilan keputusan bisnis yang lebih terarah, inovatif, dan berkelanjutan di masa mendatang.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema *Pelatihan Pembuatan dan Pendampingan Rencana Strategis Berbasis Lean Product Canvas bagi UMKM di Kalurahan Bangunjiwo*, dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini berjalan dengan

baik dan memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas pelaku UMKM. Program ini berhasil meningkatkan pemahaman peserta mengenai pentingnya perencanaan strategis usaha yang terstruktur, adaptif, dan berorientasi pada kebutuhan pasar.

Sebelum kegiatan dilaksanakan, sebagian besar peserta belum memiliki perencanaan usaha tertulis serta belum memahami konsep Lean Product Canvas. Setelah mengikuti rangkaian pelatihan dan pendampingan, peserta menunjukkan peningkatan pemahaman yang signifikan terhadap komponen utama perencanaan strategis, meliputi identifikasi masalah pelanggan, perumusan solusi dan proposisi nilai, penentuan segmen pasar, saluran distribusi, serta perencanaan struktur biaya dan sumber pendapatan.

Peserta juga mampu menyusun dokumen Lean Product Canvas berdasarkan kondisi riil usaha masing-masing. Dokumen ini dapat dimanfaatkan sebagai dasar pengambilan keputusan bisnis serta perencanaan pengembangan usaha jangka menengah. Hasil ini menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan yang dikombinasikan dengan pendampingan praktik langsung efektif dalam meningkatkan kapasitas manajerial dan kewirausahaan pelaku UMKM di Kalurahan Bangunjiwo, serta berpotensi mendorong keberlanjutan dan daya saing usaha secara lebih baik.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Jenderal Achmad Yani atas dukungan pendanaan dan fasilitasi melalui skema Program Kemitraan Masyarakat (PKM) sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta (UNJAYA), khususnya Program Studi Manajemen, atas dukungan dan kerja sama dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini. Selanjutnya, apresiasi juga disampaikan kepada Pemerintah Kalurahan Bangunjiwo, Kapanewon Kasihan, Kabupaten Bantul, serta para pelaku UMKM di Bangunjiwo atas partisipasi aktif, dukungan, dan keterlibatan selama seluruh rangkaian kegiatan. Terima kasih juga kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam kelancaran kegiatan ini. Semoga hasil pengabdian ini dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi pelaku UMKM dan mendukung penguatan ekonomi masyarakat secara berkelanjutan.

Daftar Referensi

- Blank, S., & Dorf, B. (2012). *The Startup Owner's Manual: The Step-by-Step Guide for Building a Great Company. K&S Ranch*. Pescadero, CA.
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Statistik Usaha Mikro dan Kecil di Indonesia*. BPS. Jakarta.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2022). *Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)*. KemenKopUKM. Jakarta.
- Maurya, A. (2012). *Running Lean: Iterate from Plan A to a Plan That Works*. O'Reilly Media. Sebastopol, CA.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. John Wiley & Sons. Hoboken, NJ.
- Ries, E. (2011). *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*. Crown Business. New York.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Suryana. (2014). *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Salemba Empat. Jakarta.
- Tambunan, T.T.H. (2021). *UMKM di Indonesia: Perkembangan, Kendala, dan Tantangan*. Prenada. Jakarta.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.