

Penerapan *Business Model Canvas* untuk Mengembangkan Strategi Bisnis ACW Studio

Capriandika Putra Susanto¹, David Reza Widhiwipati^{2*}, Anka Luffi Ramdani³,
Wien Kuntari⁴

¹⁻⁴IPB University, Indonesia

Alamat: Jl. Kumbang No.14, RT.02/RW.06, Babakan, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor,
Jawa Barat 16128

Korespondensi penulis: devianskydavid@apps.ipb.ac.id

Abstract. *The development of digital technology has opened significant opportunities for the website development industry to innovate, particularly through the implementation of Augmented Reality (AR) technology. This study explores the application of the Business Model Canvas (BMC) in designing a business strategy for ACW Studio, a website development service company utilizing AR technology. By integrating AR, ACW Studio offers a unique value proposition, such as creating interactive websites and AR-based creative products, significantly enhancing customer experience. The use of BMC helps the company analyze nine key business elements, including strategic collaboration, service personalization, and optimization of digital distribution channels. The study results show that AR-based strategies can provide substantial competitive advantages in a highly competitive market while also opening opportunities for expansion into sectors such as education, retail, and tourism.*

Keywords: *Business Strategy, Business Model Canvas, Website Development, Augmented Reality*

Abstrak. Perkembangan teknologi digital telah membuka peluang besar bagi industri jasa pembuatan website untuk berinovasi, salah satunya melalui implementasi teknologi *Augmented Reality* (AR). Penelitian ini mengeksplorasi penerapan *Business Model Canvas* (BMC) dalam merancang strategi bisnis untuk ACW Studio, sebuah perusahaan jasa pembuatan website berbasis AR. Dengan mengintegrasikan elemen AR, ACW Studio mampu menawarkan proposisi nilai unik, seperti pembuatan website interaktif dan produk kreatif berbasis AR, yang meningkatkan pengalaman pelanggan secara signifikan. Penggunaan BMC membantu perusahaan dalam menganalisis sembilan elemen penting bisnis, termasuk kolaborasi strategis, personalisasi layanan, dan optimalisasi saluran distribusi digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi berbasis AR dapat memberikan keunggulan kompetitif yang signifikan di tengah persaingan pasar, sekaligus membuka peluang ekspansi ke sektor-sektor seperti pendidikan, ritel, dan pariwisata.

Kata kunci: Strategi bisnis, BMC, Pengembangan website, AR.

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi digital telah membawa transformasi signifikan di berbagai sektor, termasuk industri jasa pembuatan website. Dalam era digitalisasi, website bukan hanya menjadi alat informasi, tetapi juga media interaktif untuk meningkatkan pengalaman pengguna (Binrany dkk., 2024). Salah satu inovasi terkini dalam teknologi website adalah implementasi *Augmented Reality* (AR) yang menempatkan suatu gambar visual dari grafis komputer ke dunia nyata atau dengan kata lain penggabungan dunia maya dengan dunia nyata (Pambudi dkk., 2023).

Augmented Reality telah membuktikan potensinya dalam meningkatkan daya tarik pelanggan melalui visualisasi 3D yang memperkaya informasi (Fany dkk., 2024). Dalam konteks bisnis jasa pembuatan website seperti ACW Studio, teknologi AR menjadi nilai tambah yang dapat memberikan diferensiasi di tengah persaingan yang semakin ketat (Rorizanda & Suharto, 2024). Namun, untuk mencapai keberlanjutan bisnis dan memenuhi kebutuhan pasar, diperlukan strategi bisnis yang terstruktur dan adaptif terhadap dinamika teknologi dan preferensi pelanggan (Rahmasari, 2023).

Salah satu alat yang efektif untuk merancang dan mengevaluasi strategi bisnis adalah *Business Model Canvas* (BMC). *Business Model Canvas* (BMC) adalah strategi manajemen berupa chart visual yang terdiri dari 9 elemen, di mana pelaku usaha perlu memahami deskripsi model bisnis yang dijalani untuk menentukan strategi bersaing yang tepat bagi perusahaannya (Warnaningtyas, 2020). Dalam konteks ACW Studio, penggunaan BMC dapat membantu dalam merumuskan strategi yang relevan untuk menghadapi tantangan pasar, seperti kebutuhan personalisasi website dan implementasi teknologi canggih seperti AR (Alaydrus dkk., 2024).

Selain itu, kebutuhan akan website dengan teknologi AR semakin meningkat di kalangan pelaku bisnis. Penelitian menunjukkan bahwa pengalaman berbasis AR meningkatkan engagement pelanggan hingga 70% lebih tinggi dibandingkan media tradisional (Ehab dkk., 2020). Hal ini menciptakan peluang besar bagi ACW Studio untuk mengembangkan model bisnis yang berfokus pada penyediaan solusi inovatif berbasis AR. Namun, untuk menghadapi tantangan seperti biaya pengembangan tinggi dan kebutuhan tenaga ahli, ACW Studio perlu memiliki strategi yang matang dan adaptif (Handayani, 2024).

Beberapa studi juga mengungkapkan bahwa model bisnis berbasis teknologi memerlukan fokus pada kolaborasi mitra strategis dan pengelolaan sumber daya yang efisien (Ardiansyah, 2022). Dengan menganalisis segmen pasar potensial, seperti perusahaan ritel, properti, dan institusi pendidikan yang membutuhkan solusi AR, ACW Studio dapat memperluas pangsa pasarnya secara efektif (Putri dkk., 2019).

Penerapan *Business Model Canvas* tidak hanya mempermudah perencanaan, tetapi juga memungkinkan eksplorasi inovasi di setiap elemen bisnis, seperti pengembangan proposisi nilai yang unik dan optimalisasi jalur distribusi digital (Maricar dkk., 2022). Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada penerapan *Business Model Canvas* untuk

mengembangkan strategi bisnis ACW Studio sebagai penyedia jasa pembuatan website berbasis teknologi AR.

2. KAJIAN TEORITIS

2.1. Tinjauan Pustaka dan Penelitian Terdahulu

2.1.1. Perkembangan Teknologi Digital dan *Augmented Reality* (AR)

Teknologi digital telah mengubah banyak aspek kehidupan, termasuk cara kita berinteraksi dengan informasi dan dunia sekitar (Ginting dkk., 2024). Seiring dengan perkembangan teknologi internet dan perangkat mobile, perusahaan dan individu kini lebih mudah terhubung dan berinteraksi secara langsung dengan audiens mereka (Adhitya dkk., 2024). Salah satu teknologi yang semakin populer dalam beberapa tahun terakhir adalah *Augmented Reality* (AR). AR adalah teknologi yang menggabungkan elemen digital—seperti gambar, suara, dan informasi lainnya—ke dalam pandangan dunia nyata melalui perangkat teknologi seperti smartphone, tablet, atau perangkat khusus seperti kacamata AR (Rofi'i dkk., 2023).

AR memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan elemen virtual yang ditampilkan di atas dunia nyata, yang dapat memperkaya pengalaman mereka. Dalam konteks bisnis, terutama dalam industri jasa pembuatan website, AR menawarkan potensi besar untuk meningkatkan pengalaman pengguna (Widagdo dkk., 2023). Teknologi ini dapat digunakan untuk menciptakan pengalaman visual interaktif yang lebih mendalam dan menarik bagi pelanggan. Penggunaan AR dalam pemasaran mampu meningkatkan daya tarik dan interaksi pelanggan hingga 70% lebih tinggi dibandingkan dengan media tradisional (Ehab dkk., 2020). Hal ini menunjukkan bahwa AR bukan hanya sebagai alat visual, tetapi juga sebagai elemen penting dalam memperkuat hubungan antara perusahaan dan pelanggan.

2.1.2. *Business Model Canvas* (BMC)

Business Model Canvas (BMC) adalah alat manajemen yang digunakan untuk merancang, menggambarkan, menilai, dan mengubah model bisnis perusahaan (Hidayah dkk., 2023). BMC berfungsi sebagai alat yang mudah dipahami untuk menggambarkan elemen-elemen penting yang membentuk sebuah model bisnis (Muktarom dkk., 2022). BMC terdiri dari sembilan blok bangunan utama yang meliputi:

1. Segmen Pelanggan: Identifikasi kelompok target seperti UMKM, perusahaan, atau industri kreatif dengan kebutuhan spesifik.
2. Proposisi Nilai: Keunggulan unik produk, seperti website interaktif berbasis Augmented Reality yang memberikan pengalaman istimewa.
3. Saluran Distribusi: Media komunikasi dan penjualan seperti Instagram, WhatsApp Business, dan platform digital.
4. Hubungan Pelanggan: Strategi untuk menarik dan mempertahankan pelanggan melalui dukungan personal dan layanan otomatis.
5. Aliran Pendapatan: Sumber penghasilan dari pembuatan website, konsultasi, layanan AR, dan produk kreatif.
6. Sumber Daya Utama: Aset kritis mencakup perangkat keras, merek, tim ahli, dan modal.
7. Kegiatan Utama: Tindakan kunci untuk menghasilkan proposisi nilai dan mendukung model bisnis.
8. Mitra Utama: Jaringan pemasok dan mitra strategis yang mendukung efisiensi operasional.
9. Struktur Biaya: Perhitungan biaya tetap, variabel, dan pertimbangan keuangan lainnya.

Dengan kerangka ini, BMC membantu pengusaha memvisualisasikan hubungan antara elemen-elemen penting, sehingga mempermudah proses perencanaan strategi untuk keberhasilan bisnis jangka panjang (Kusriyanti, 2020).

2.1.3. Penerapan AR dalam Bisnis

Seiring dengan meningkatnya adopsi teknologi, banyak bisnis yang mulai mengeksplorasi penerapan AR sebagai bagian dari strategi pemasaran mereka (Sariyono & Nerisafitra, 2024). Penerapan AR dalam pengalaman pengguna dapat meningkatkan ketertarikan dan interaksi pelanggan secara signifikan. Penggunaan AR dalam website, misalnya, dapat memungkinkan pelanggan untuk melihat produk atau layanan dalam format 3D atau secara langsung mengintegrasikan produk tersebut ke dalam lingkungan mereka (Sariyono & Nerisafitra, 2024). Dengan demikian, pelanggan tidak hanya mendapatkan informasi yang lebih jelas, tetapi juga merasakan pengalaman yang lebih mendalam.

3. METODE PENELITIAN

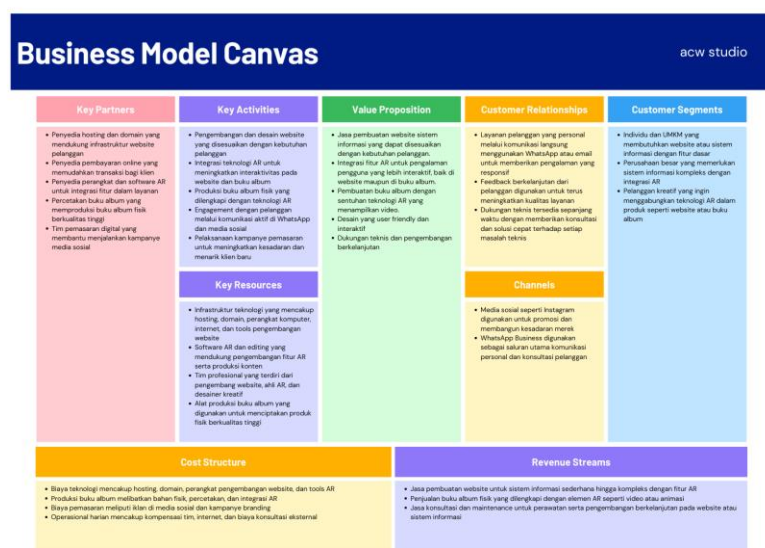
Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Jenis penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan Business Model Canvas (BMC) dalam merancang strategi bisnis yang mendukung pengembangan teknologi Augmented Reality (AR) pada jasa pembuatan website di ACW Studio. Pendekatan ini memungkinkan penelitian untuk menggali secara mendalam elemen-elemen strategis dalam BMC yang relevan untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis (Hakim & Mulyadi, 2024).

Penelitian dilakukan pada ACW Studio, sebuah perusahaan jasa pembuatan website. Objek penelitian mencakup model bisnis perusahaan, penerapan teknologi AR dalam layanan mereka, serta bagaimana elemen-elemen BMC diadaptasi untuk mendukung kebutuhan pelanggan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil

Hasil penelitian ini memanfaatkan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) untuk merancang model bisnis yang strategis bagi ACW Studio, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa pembuatan website dan produk berbasis teknologi *Augmented Reality* (AR). BMC membantu mendefinisikan sembilan elemen utama yang menjadi dasar operasional dan pengembangan bisnis. Berikut adalah *Business Model Canvas*:



Gambar 1. *Business Model Canvas* ACW Studio

1. Key Partner

ACW Studio melibatkan kolaborasi strategis dengan penyedia hosting dan domain untuk mendukung infrastruktur website pelanggan, penyedia perangkat lunak AR untuk mendukung integrasi teknologi interaktif, serta percetakan yang menghasilkan produk fisik berkualitas tinggi seperti buku album berbasis AR. Tim pemasaran digital juga memainkan peran penting dalam menjalankan kampanye promosi melalui media sosial.

2. Key Activities

ACW Studio mengutamakan pengembangan website yang disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan. Aktivitas utama lainnya adalah integrasi teknologi AR yang bertujuan meningkatkan pengalaman interaktif pelanggan. Selain itu, kampanye pemasaran secara digital menjadi langkah signifikan untuk meningkatkan kesadaran merek dan menarik pelanggan baru.

3. Value Proposition

Value Propositions yang ditawarkan adalah jasa pembuatan website dengan fitur AR yang menciptakan pengalaman unik, serta produk buku album fisik yang dilengkapi teknologi AR. Layanan yang disediakan bersifat ramah pengguna (user-friendly), dilengkapi dukungan teknis berkelanjutan yang menjadi nilai tambah bagi pelanggan.

4. Customer Relationship

ACW Studio menjalin hubungan personal dengan pelanggannya melalui komunikasi langsung via WhatsApp atau email. Pendekatan ini memungkinkan perusahaan untuk memberikan solusi cepat atas masalah teknis serta menerima masukan pelanggan yang dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas layanan secara berkelanjutan.

5. Customer Segmentation

Customer Segments terdiri dari beberapa kelompok utama, yaitu individu dan UMKM yang membutuhkan website sederhana, perusahaan besar yang memerlukan sistem informasi berbasis AR, serta pelanggan kreatif yang ingin menggunakan

teknologi AR untuk produk unik seperti buku album. Pendekatan ini menunjukkan fleksibilitas ACW Studio dalam melayani berbagai segmen pasar.

6. Channels

Elemen **Channels** memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram untuk promosi produk dan meningkatkan kesadaran merek, sedangkan WhatsApp Business digunakan sebagai sarana komunikasi langsung dengan pelanggan. Saluran ini memungkinkan proses pemasaran dan konsultasi berjalan lebih efisien.

7. Key Resources

Sumber daya utama yang mendukung operasional perusahaan adalah infrastruktur teknologi, perangkat lunak AR, dan tim profesional yang terdiri dari pengembang website, desainer kreatif, serta penyedia layanan percetakan. Dalam **Key Resources**, elemen ini mendukung terciptanya produk berkualitas tinggi dengan proses yang efektif.

8. Cost Structure

Cost **Structure** mencakup biaya infrastruktur teknologi seperti hosting, domain, dan perangkat AR, serta biaya produksi buku album fisik yang melibatkan percetakan dan integrasi teknologi AR. Biaya pemasaran dan operasional harian menjadi komponen lain yang mendukung keberlanjutan perusahaan.

9. Revenue Streams

Pendapatan bisnis meliputi pendapatan dari jasa pembuatan website berbasis AR, penjualan produk buku album fisik yang dilengkapi teknologi AR, serta layanan konsultasi dan perawatan berkelanjutan untuk sistem informasi.

4.2. Pembahasan

Berdasarkan hasil yang telah dirumuskan melalui *Business Model Canvas*, ACW Studio menunjukkan keunggulan kompetitif yang signifikan melalui pemanfaatan teknologi AR. Proposisi nilai seperti layanan pembuatan website berbasis interaktif dan produk kreatif berbasis AR menempatkan ACW Studio sebagai pemain inovatif di industri ini. Kemampuan untuk menawarkan solusi yang disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan

memberikan keunggulan tambahan, terutama dalam membangun loyalitas pelanggan dan meningkatkan daya saing.

Namun, implementasi strategi ini juga menghadirkan tantangan tertentu. Salah satu tantangan terbesar adalah tingginya biaya investasi untuk teknologi AR, yang mencakup perangkat keras, perangkat lunak, serta pelatihan bagi tim pengembang. Untuk mengatasi hal ini, ACW Studio dapat meningkatkan efisiensi melalui kolaborasi dengan mitra strategis yang andal serta memanfaatkan pendekatan minimal viable product (MVP) untuk menguji ide dengan biaya lebih rendah sebelum implementasi skala penuh.

Selain itu, keberhasilan model bisnis ini juga ditunjang oleh pemanfaatan saluran distribusi yang relevan dengan segmen pasar. Media sosial, terutama Instagram, berfungsi tidak hanya sebagai platform promosi tetapi juga sebagai alat untuk meningkatkan keterlibatan pelanggan. Pendekatan ini memungkinkan ACW Studio untuk menjangkau audiens lebih luas dengan biaya pemasaran yang relatif rendah dibandingkan metode tradisional.

Peluang pengembangan pasar bagi ACW Studio juga sangat potensial, mengingat tren penggunaan teknologi AR semakin populer di berbagai sektor seperti pendidikan, ritel, dan pariwisata. Dengan terus berinovasi dalam integrasi teknologi, perusahaan dapat memperluas jangkauan layanannya ke pasar global. Kombinasi antara proposisi nilai yang unik, hubungan pelanggan yang solid, dan strategi pemasaran digital yang efektif menjadikan ACW Studio berada pada posisi yang strategis untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang di masa depan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Model bisnis ACW Studio yang dirancang menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) mampu menghadirkan keunggulan kompetitif melalui integrasi teknologi *Augmented Reality* (AR) ke dalam produk dan layanan mereka.

Proposisi nilai utama, seperti pembuatan website interaktif yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan, serta buku album fisik berbasis AR, menjadi keunikan yang memposisikan ACW Studio di pasar sebagai penyedia solusi inovatif. Selain itu, pemanfaatan saluran pemasaran digital seperti media sosial dan WhatsApp Business memungkinkan perusahaan untuk menjangkau pelanggan secara efektif dan efisien.

Dukungan dari mitra strategis, sumber daya berkualitas, dan aktivitas utama yang terfokus pada pengembangan produk dan pemasaran digital menunjukkan sinergi yang baik dalam operasional bisnis. Tantangan seperti biaya implementasi teknologi AR yang tinggi dapat diatasi melalui strategi inovasi yang lebih terukur, seperti penerapan MVP (*Minimum Viable Product*).

Dengan pendekatan ini, ACW Studio tidak hanya memenuhi kebutuhan pelanggan saat ini tetapi juga memiliki potensi untuk memperluas pasar di masa depan, terutama di sektor-sektor lain yang relevan seperti pendidikan dan pariwisata. Model bisnis ini menunjukkan fleksibilitas dan skalabilitas yang diperlukan untuk terus bertumbuh di era digital.

5.2. Saran

ACW Studio disarankan untuk terus berinvestasi dalam riset dan pengembangan teknologi, khususnya dalam bidang *Augmented Reality* (AR), guna menciptakan inovasi baru yang dapat meningkatkan daya saing. Kerja sama dengan institusi teknologi atau akademisi dapat menjadi langkah strategis untuk mendukung riset dengan biaya yang lebih terjangkau. Selain itu, diversifikasi layanan juga perlu dilakukan untuk memperluas cakupan segmen pelanggan. Misalnya, menghadirkan aplikasi berbasis AR yang dapat digunakan di sektor pendidikan atau ritel dapat membuka peluang pasar baru yang lebih luas.

Dalam hal pemasaran, ACW Studio perlu memperkuat strategi melalui kolaborasi dengan influencer dan kampanye digital yang lebih masif guna meningkatkan kesadaran merek. Selain itu, pemanfaatan data pelanggan untuk menyusun strategi pemasaran berbasis analitik dapat membantu menciptakan pengalaman yang lebih personal dan relevan bagi pelanggan. Efisiensi biaya operasional juga harus menjadi perhatian utama. Evaluasi rutin terhadap pengeluaran dan pengelolaan sumber daya yang lebih efektif, seperti melakukan outsourcing untuk aktivitas non-inti, dapat membantu mengurangi beban biaya tanpa mengurangi kualitas layanan.

DAFTAR REFERENSI

Adhitya WR, Teviana T, Sienny S, Hidayat A, Khaira I. 2024. Implementasi Digital Marketing Menggunakan Platform E-Commerce dan Media Sosial Terhadap Masyarakat Dalam Melakukan Pembelian. *TIN Terap. Inform. Nusant.* 5(1):63–72.doi:10.47065/tin.v5i1.5293. [diunduh 2024 Des 9]. Tersedia pada:

<https://ejournal.seminar-id.com/index.php/tin/article/view/5293>

Alaydrus AZA, Hadi Pranoto, Diashafa AK, Irsyad Faridl A. 2024. SOSIALISASI PEMBUATAN BUSINESS MODEL CANVAS (BMC) UNTUK MENDORONG MINDSET KEWIRAUSAHAAN DI KALANGAN MAHASISWA. *PROFICIO*. 5(2):268–273.doi:10.36728/jpf.v5i2.3481. [diunduh 2024 Des 9]. Tersedia pada: <https://ejournal.utp.ac.id/index.php/JPF/article/view/3481>

Ardiansyah D. Digitalisasi Model Bisnis Sebagai Upaya Perusahaan Menghadapi Dunia Digital.

Averil Rorizanda, Bambang Suharto. 2024. Potensi Implementasi Teknologi Augmented Reality Pada Industri Food & Beverage Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. *NAWASENA J. Ilm. Pariwisata*. 3(2):114–125.doi:10.56910/nawasena.v3i2.1682. [diunduh 2024 Des 9]. Tersedia pada: <https://jurnal-stiepari.ac.id/index.php/nawasena/article/view/1682>

Ehab M, Adel R, Abdelmoaty H. 2020. The Effect of Augmented Reality Applications on Customer's Purchase Intentions. *Int. J. Adv. Sci. Res. Manag.* 5(11):34.doi:10.36282/IJASRM/5.11.2020.1777. [diunduh 2024 Des 9]. Tersedia pada:http://ijasrm.com/wp-content/uploads/2020/11/IJASRM_V5S11_1777_34_43.pdf

Fany RG, M.Rakesh, Maria Rosario B. 2024. Implementasi Augmented Reality Sebagai Media Promosi Kursus Pembelajaran Pada LPPK Gentala Hospitality School Jambi. *J. Manaj. Teknol. Dan Sist. Inf. JMS*. 4(1):617–626.doi:10.33998/jms.2024.4.1.1604. [diunduh 2024 Des 9]. Tersedia pada: <https://ejournal.unama.ac.id/index.php/jms/article/view/1604>

Ginting DCA. Analisis Pengaruh Jejaring Sosial Terhadap Interaksi Sosial di Era Digital.

Hakim A, Muliyadi DZ. 2024. PENDAMPINGAN BISNIS MODEL CANVAS UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING DAN EFISIENSI OPERASIONAL BENGKEL MOTOR BINTANG MOTOR SARANANI DI KOTA KENDARI. (5).

Handayani K. 2024. Strategi Adaptif untuk Mempertahankan Tenaga Kerja di Era Society 5.0: Menghadapi Tantangan Cobot. *J. Penelit. Multidisiplin Bangsa*. 1(3):185–200.doi:10.59837/jpnmb.v1i3.50. [diunduh 2024 Des 9]. Tersedia pada: <https://ejournal.amirulbangunbangsapublishing.com/index.php/jpnmb/article/view/50>

Hermawan Honggo Widagdo, Ahmad Nugroho, Gati Zulfikar. 2023. Pemanfaatan Teknologi Augmented Reality (AR) Sederhana Untuk Meningkatkan Engagement Pelanggan Pada Program Pemasaran UMKM. *Lokawati J. Penelit. Manaj. Dan Inov. Ris*. 1(3):10–20.doi:10.61132/lokawati.v2i4.995. [diunduh 2024 Des 9].

Tersedia pada: <https://journal.arimbi.or.id/index.php/Lokawati/article/view/995>

Hidayah R, Farid ES, Adda HW. 2023. Penerapan Bisnis Model Kanvas Dalam Upaya Pengembangan Usaha Sweet Banana. *J. EMA*. 8(1):10.doi:10.51213/ema.v8i1.316. [diunduh 2024 Des 9]. Tersedia pada: <http://ema-jurnal.unmerpas.ac.id/index.php/ekonomi/article/view/316>

Muktarom A, Budheci DR, Habibah N, Afriliani SD, Wahyudi PH, Ningsih R, Supandi A. 2022. STRATEGI BISNIS DENGAN PENDEKATAN BUSINESS MODEL CANVAS (BMC) DAN ANALISIS SWOT PADA WARUNG MAKAN BEBEK NANO-NANO. *J. USAHA*. 3(2):63–78.doi:10.30998/juuk.v3i2.1558. [diunduh 2024 Des 9]. Tersedia pada: <https://journal.unindra.ac.id/index.php/usaha/article/view/1558>

Pambudi P, Nurhayati OD, Prasetijo AB. 2023. Implementasi Web Augmented Reality Sebagai Alternatif Edukasi Sistem Tata Surya Menggunakan Google Model Viewer dan Javascript. *J. Ilmu Tek. Dan Komput.* 7(1):64.doi:10.22441/jitkom.2023.v7i1.009. [diunduh 2024 Des 9]. Tersedia pada: <https://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/jitkom/article/view/17308>

Putri MK, Rahman JSFM, Nursyifa FA, Alfarisi S, Putro TGS, Agustin R. 2019. Analisis Segmentasi Pasar Dalam Penggunaan Produk Viefresh Di Wilayah Sekitar Kampus Universitas Muhammadiyah Surabaya. *BALANCE Econ. Bus. Manag. Account. J.* 16(2).doi:10.30651/blc.v16i2.3133. [diunduh 2024 Des 9]. Tersedia pada: <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/balance/article/view/3133>

Rahmasari S. 2023. Strategi Adaptasi Bisnis di Era Digital: Menavigasi Perubahan dan Meningkatkan Keberhasilan Organisasi. 2.

Sariyono PA, Nerisafitra P. AUGMENTED REALITY SEBAGAI MEDIA DIGITAL MARKETING PADA KEMASAN PRODUK MENGGUNAKAN METODE MARKER BASED TRACKING.

Warnaningtyas H. Desain Bisnis Model Canvas (BMC) Pada Usaha Batik Kota Madiun. *J. Manaj.*

Yulie Aisyah Binrany, Olivia Theresia Manurung, Christian Putra Tarigan, Lenti Susanna Saragih, Aurora Elise Putriku. 2024. Analisis Media Sosial dalam Peningkatan Pemasaran Global. *Stud. Sci. Creat. J.* 2(4):109–117.doi:10.55606/sscj-amik.v2i4.3405. [diunduh 2024 Des 9]. Tersedia pada: <https://journal.amikveteran.ac.id/index.php/sscj/article/view/3405>

Maricar, R., Syahribulan, S., Rosmiati, R., & elliyana, ela. (2022). Application of Business Model Canvas (BMC) in could help students develop a more entrepreneurial mindset. *Economy Deposit Journal (E-DJ)*, 4(1), 232-240.

<https://doi.org/10.36090/e-dj.v4i1.1226>

Rofi'i, A., Saputra, D. S., Yonanda, D. A., & Febriyanto, B. (2023). Implementasi Media Pembelajaran Augmented Reality (AR) dalam Meningkatkan Kemampuan Literasi Siswa. *Jurnal Elementaria Edukasia*, 6(1), 344-350.

Kusriyanti, T. (2020). PERANCANGAN STRATEGI BISNIS DENGAN METODE BUSINESS MODEL CANVAS PADA LEORA DESIGN INTERIOR & FURNITURE. *JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL*, 1(2), 527–536. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v1i2.294>