



Analisis Penggunaan *Business Model Canvas* Terhadap Persaingan Bisnis pada LAZISMU Banyumas

Della Karu¹, Jun Salma Aryani², Maya Khaerunnisa³, Windi Astuti⁴, Fitri Andini⁵,
Yoiz Shofwa Shafrani⁶

Program Studi Perbankan Syariah, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto^{1,2,3,4,5,6}

*Email: 234110202040@mhs.uinsaizu.ac.id¹, 234110202047@mhs.uinsaizu.ac.id²,
234110202050@mhs.uinsaizu.ac.id³, 234110202064@mhs.uinsaizu.ac.id⁴, 234110202170@mhs.uinsaizu.ac.id⁵,
shafraniy@uinsaizu.ac.id⁶

Diterima: 05-05-2026 | Disetujui: 13-05-2026 | Diterbitkan: 15-05-2026

ABSTRACT

This study aims to analyze the application of the Business Model Canvas (BMC) to improve the competitiveness of Islamic philanthropic institutions, including LAZISMU Banyumas. The method used is a descriptive qualitative approach with a case study, using observation and interviews as data collection techniques. The results indicate that LAZISMU Banyumas has implemented the nine elements of the Business Model Canvas quite effectively, including customer segments, value propositions, channels, customer relationships, revenue streams, key resources, core activities, partnerships, and cost structure. Its main strengths lie in transparent fund management, sustainable social programs, and the use of social media for communication and fundraising. However, several obstacles remain, such as a limited number of donors, low public awareness, and a suboptimal administrative system. Therefore, strategic strengthening is needed through increased use of digital technology, expanding partnership networks, and improving data management systems. This research is expected to serve as a reference in developing strategies for philanthropic institutions to increase their effectiveness and competitiveness sustainably.

Keywords: *Business Model Canvas, LAZISMU, competitiveness*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan Business Model Canvas (BMC) untuk meningkatkan daya saing lembaga filantropi Islam, termasuk LAZISMU Banyumas. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan studi kasus, menggunakan observasi dan wawancara sebagai teknik pengumpulan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa LAZISMU Banyumas telah menerapkan sembilan elemen Business Model Canvas secara cukup efektif, termasuk segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran, hubungan pelanggan, aliran pendapatan, sumber daya utama, kegiatan utama, kemitraan, dan struktur biaya. Kekuatan utamanya terletak pada pengelolaan dana yang transparan, program sosial yang berkelanjutan, dan penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi dan penggalangan dana. Namun, beberapa kendala masih ada, seperti jumlah donatur yang terbatas, kesadaran publik yang rendah, dan sistem administrasi yang kurang optimal. Oleh karena itu, penguatan strategis diperlukan melalui peningkatan penggunaan teknologi digital, perluasan jaringan kemitraan, dan peningkatan sistem manajemen data. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam mengembangkan strategi bagi lembaga filantropi untuk meningkatkan efektivitas dan daya saing secara berkelanjutan.

Kata kunci: *Business Model Canvas*, LAZISMU, daya saing.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Karu, D. ., Aryani, J. S., Khaerunnisa, M. ., Astuti, W. ., Andini, F. ., & Shafrani, Y. S. . (2026). Analisis Penggunaan Business Model Canvas Terhadap Persaingan Bisnis Pada LAZISMU Banyumas. *Indonesia Economic Journal*, 2(1), 1125-1133. <https://doi.org/10.63822/b37c8880>

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi Islam di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan tren peningkatan, khususnya di sektor filantropi Islam, seperti zakat, infaq, dan sedekah (ZI). Hal ini ditandai dengan meningkatnya kesadaran masyarakat untuk menyalurkan dana melalui lembaga resmi. Lembaga zakat memainkan peran strategis dalam mengelola dana tersebut secara profesional, transparan, dan akuntabel untuk memberikan dampak optimal pada kesejahteraan masyarakat. Saat ini, pengelolaan dana ZI tidak hanya untuk konsumsi tetapi juga diarahkan pada program pemberdayaan ekonomi berkelanjutan (Fauziah dkk., 2024).

Salah satu lembaga yang berperan aktif dalam pengelolaan dana ZI adalah Lembaga Zakat, Infaq, dan Sedekah Muhammadiyah (LAZISMU). Lembaga ini berfungsi tidak hanya sebagai pengumpul dana tetapi juga sebagai pengelola dan penyalur dana untuk berbagai program strategis seperti pendidikan, kesehatan, ekonomi, dan program sosial dan kemanusiaan. Dalam menjalankan perannya, LAZISMU dituntut untuk menjaga kepercayaan masyarakat melalui pengelolaan yang transparan dan program yang tepat sasaran. Kepercayaan publik merupakan faktor kunci keberhasilan lembaga filantropi Islam (Wahyudi & Hasyim, 2025).

Di era digital saat ini, kemajuan teknologi dan meningkatnya jumlah lembaga filantropi telah meningkatkan persaingan dalam penggalangan dana. Oleh karena itu, strategi yang tepat diperlukan untuk meningkatkan daya saing lembaga. Salah satu pendekatannya adalah Business Model Canvas (BMC), alat manajemen strategis yang digunakan untuk secara sistematis dan komprehensif menggambarkan model bisnis. BMC membantu organisasi memahami bagaimana nilai diciptakan, disampaikan, dan dipertahankan (Pratama & Yuana, 2022).

Penggunaan Business Model Canvas dapat membantu organisasi mengidentifikasi berbagai aspek penting seperti segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran distribusi, dan struktur biaya. Dengan analisis ini, organisasi dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan mereka serta merancang strategi yang lebih efektif dan inovatif. Penelitian menunjukkan bahwa implementasi BMC dapat meningkatkan kinerja organisasi dan membantu menciptakan model bisnis yang adaptif terhadap perubahan lingkungan (Anita dkk., 2024); (Bahri & Tohani, 2024).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan Business Model Canvas dalam kaitannya dengan persaingan usaha di LAZISMU Banyumas. Analisis ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas tentang model usaha yang diterapkan dan menjadi dasar untuk merumuskan strategi yang lebih optimal. Dengan demikian, LAZISMU diharapkan dapat meningkatkan efektivitas pengelolaan dana ZIS dan memperkuat perannya dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat yang berkelanjutan.

KAJIAN TEORITIS

Lembaga Amil Zakat, Infaq, dan Sedekah Muhammadiyah (LAZISMU)

Lembaga Zakat, Infaq, dan Sedekah Muhammadiyah (LAZISMU) adalah lembaga filantropi Islam yang berperan dalam pengumpulan, pengelolaan, dan distribusi dana zakat, infaq, dan sedekah (ZIS) secara profesional. LAZISMU berfungsi tidak hanya sebagai lembaga penggalangan dana tetapi juga sebagai instrumen untuk memberdayakan ekonomi masyarakat melalui berbagai program sosial dan ekonomi yang produktif (Hermawan dan Wiwit Hariyanto 2022). Dalam praktiknya, LAZISMU mengembangkan

program berdasarkan enam pilar utama: pendidikan, kesehatan, ekonomi, dakwah, urusan sosial dan kemanusiaan, dan lingkungan, yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan (Azraq dkk. 2025).

Pengelolaan dana ZIS oleh LAZISMU juga diarahkan untuk memberdayakan mereka yang berhak menerima zakat (mustahik) melalui program zakat produktif, seperti bantuan modal usaha, pelatihan keterampilan, dan pendampingan usaha, sehingga meningkatkan kemandirian ekonomi masyarakat (Hasyim dan Iwan Wahyudi 2024). Lebih lanjut, LAZISMU berperan dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya filantropi Islam dan memperkuat nilai-nilai sosial melalui pengelolaan dana yang transparan dan akuntabel (Fauziyah dan Syamsiah, t.t.).

Dalam kaitannya dengan Business Model Canvas, LAZISMU dapat dianalisis menggunakan sembilan elemen BMC untuk memahami model operasionalnya secara lebih sistematis. Segmen pelanggan meliputi muzakki (penerima zakat) dan mustahik (penerima mustahik); proposisi nilai meliputi layanan distribusi dana yang terpercaya dan program pemberdayaan; saluran melalui platform digital dan jaringan organisasi; dan hubungan pelanggan melalui transparansi layanan dan pelaporan. Sementara itu, aliran pendapatan berasal dari dana ZIS; sumber daya utama meliputi sumber daya manusia dan jaringan organisasi; kegiatan utama meliputi pengumpulan dan distribusi dana; kemitraan utama dengan berbagai lembaga; dan struktur biaya mencakup biaya operasional dan program. Pendekatan ini membantu LAZISMU meningkatkan efektivitas, inovasi, dan keberlanjutan programnya (Rohmawati & Masruchin, 2024).

Business Model Canvas (BMC)

Business Model Canvas (BMC) adalah alat manajemen strategis yang digunakan untuk secara visual dan sistematis menggambarkan, menganalisis, dan mengembangkan model bisnis. BMC membantu organisasi memahami bagaimana bisnis menciptakan, menyampaikan, dan menangkap nilai melalui pendekatan yang sederhana namun komprehensif. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa BMC digunakan sebagai alat untuk merancang dan mengembangkan strategi bisnis yang lebih terstruktur, terutama dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin kompleks (Elka Pratama dan Yuana 2022).

Business Model Canvas terdiri dari sembilan elemen kunci yang terintegrasi untuk membentuk model bisnis yang lengkap.

1. Customer Segments (segmen pelanggan), yaitu kelompok pelanggan yang menjadi target utama organisasi.
2. Value Propositions (proposisi nilai) menggambarkan nilai atau manfaat yang ditawarkan kepada pelanggan sebagai solusi atas kebutuhan mereka.
3. Channels (saluran) menggambarkan bagaimana perusahaan menyampaikan produk atau layanan kepada pelanggan.
4. Customer Relationships (hubungan pelanggan) menggambarkan jenis hubungan yang dibangun dengan pelanggan untuk mempertahankan loyalitas.
5. Revenue Streams (aliran pendapatan) menggambarkan sumber pendapatan yang dihasilkan dari pelanggan.
6. Key Resources (sumber daya utama), yang mencakup sumber daya utama yang dibutuhkan untuk menjalankan bisnis.
7. Key Activities (aktivitas utama), yang merupakan aktivitas inti yang harus dilakukan untuk

menciptakan nilai.

8. Key Partnerships (kemitraan utama), yang menggambarkan kolaborasi dengan pihak lain untuk mendukung operasi bisnis.
9. Cost Structure (struktur biaya), yang menjelaskan semua biaya yang dikeluarkan dalam mengimplementasikan model bisnis.

Kesembilan elemen ini membentuk dasar untuk mengembangkan strategi bisnis yang sistematis dan efektif (Muhammad Diaudin dan Nasikh 2022).

Dalam praktiknya, Business Model Canvas memainkan peran penting dalam meningkatkan kinerja dan daya saing bisnis. Implementasi Business Model Canvas (BMC) dapat membantu pengusaha mengidentifikasi kebutuhan bisnis, mengoptimalkan sumber daya, dan merancang strategi pengembangan bisnis yang lebih tepat sasaran. Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan BMC dapat membantu bisnis dalam mengembangkan model bisnis baru untuk meningkatkan pendapatan dan keberlanjutan bisnis (Irfan Ilmi 2025). Selain itu, BMC juga banyak diterapkan di berbagai sektor, termasuk UMKM dan industri digital seperti fintech, karena fleksibilitasnya dalam beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan pasar (Anita dkk., 2024).

Business Model Canvas juga berfungsi sebagai alat inovasi dalam pengembangan bisnis. BMC memungkinkan organisasi untuk memahami kondisi bisnis internal dan eksternal, mengidentifikasi peluang, dan merancang strategi yang lebih adaptif dan berkelanjutan. Dengan demikian, BMC tidak hanya berfungsi sebagai alat perencanaan tetapi juga sebagai instrumen penting dalam pengambilan keputusan strategis dan pengembangan bisnis di era modern (Isnawati dkk., 2023).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami dan menganalisis model bisnis yang diimplementasikan oleh LAZISMU Banyumas menggunakan kerangka Business Model Canvas (BMC). Pendekatan ini dipilih karena memberikan gambaran mendalam tentang fenomena yang diteliti, khususnya mengenai strategi pengelolaan dana zakat, infaq, dan sedekah, serta daya saing lembaga dalam menghadapi perkembangan lingkungan eksternal.

Penelitian yang digunakan adalah studi kasus, yang berfokus pada objek spesifik secara mendalam. Dalam hal ini, objek penelitian adalah LAZISMU Banyumas. Melalui pendekatan studi kasus ini, peneliti dapat memperoleh informasi komprehensif mengenai aktivitas, strategi, dan model bisnis yang diimplementasikan oleh lembaga dalam menjalankan fungsinya sebagai lembaga filantropi Islam.

Penelitian ini dilakukan di LAZISMU Banyumas, yang berlokasi di Jalan Dokter Angka No. 01, Karangjengkol, Sokanegara, Kecamatan Purwokerto Timur, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung dan wawancara dengan pihak terkait, khususnya karyawan dan manajer LAZISMU. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam mengenai operasional lembaga tersebut.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh langsung dari informan melalui wawancara dan observasi lapangan. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari berbagai sumber, seperti jurnal ilmiah, buku, laporan institusional, dan dokumen pendukung lainnya yang relevan dengan penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan observasi dan wawancara yang dilakukan di LAZISMU Banyumas, model bisnis lembaga tersebut dianalisis menggunakan pendekatan Business Model Canvas (BMC), yang terdiri dari sembilan elemen utama. Analisis ini bertujuan untuk menentukan strategi yang diterapkan dalam pengumpulan dan pendistribusian dana ZIS serta dalam menghadapi persaingan dari lembaga filantropi.

Customer Segment (Segmen Pelanggan)

Segmen utama LAZISMU Purwokerto adalah individu atau perorangan sebagai donatur. Namun, lembaga ini juga menerima donasi dari berbagai instansi, seperti kantor cabang dan kantor layanan di tingkat desa.

Secara umum, mayoritas donatur berasal dari kalangan Muhammadiyah. Selain itu, terdapat program pengelolaan dana rutin, seperti penyaluran zakat setiap bulan. Dana yang terkumpul kemudian disalurkan ke berbagai bidang, antara lain:

- 1) Kesehatan
- 2) Pendidikan
- 3) Dakwah
- 4) Kemanusiaan
- 5) Lingkungan
- 6) Ekonomi

Value Propositions (Nilai yang Ditawarkan)

Nilai utama yang ditawarkan LAZISMU adalah program-program kebaikan yang bermanfaat bagi masyarakat, seperti:

- 1) Penyaluran zakat kepada fakir miskin dan anak yatim
- 2) Program sosial dan kemanusiaan lainnya

LAZISMU juga menjunjung tinggi prinsip transparansi dan profesionalitas, dengan cara:

- 1) Mengelola dana zakat secara amanah dan tepat sasaran (diberikan kepada yang benar-benar membutuhkan)
- 2) Melakukan pencatatan administrasi yang rapi dan dapat diaudit, baik oleh pihak internal maupun eksternal
- 3) Menyampaikan laporan kegiatan dan keuangan secara terbuka, terutama melalui media sosial

Selain itu, terdapat program khusus seperti beasiswa, namun saat ini masih terbatas untuk mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto (UMP).

Channels (Saluran Komunikasi)

Dalam menyampaikan informasi dan laporan kegiatan, LAZISMU menggunakan berbagai media sosial, seperti:

- 1) Twitter
- 2) Instagram (Paling Sering Digunakan)
- 3) TikTok
- 4) YouTube
- 5) Facebook

Media ini digunakan untuk mengedukasi masyarakat, mengajak berdonasi, serta melaporkan penyaluran dana.

Customer Relationships (Hubungan dengan Donatur)

LAZISMU membangun hubungan yang baik dengan para donatur melalui beberapa cara, yaitu:

- 1) Melakukan kunjungan rutin (jemput donasi) ke donatur
- 2) Menjalin silaturahmi dengan cara mendengarkan dan melayani kebutuhan donatur
- 3) Memberikan perhatian, seperti menjenguk donatur yang sakit atau hadir saat acara penting (misalnya pernikahan)
- 4) Berusaha menjaga kedekatan dengan donatur dan komunitas

Tim penghimpunan dana juga memiliki peran penting sebagai “da’i marketing” atau fundraiser. Mereka tidak hanya mengumpulkan dana, tetapi juga menyampaikan nilai-nilai dakwah.

Target penghimpunan dana ditetapkan setiap tahun, lalu dibagi menjadi target bulanan dan dikelola dalam tim atau kelompok. Setiap tim bertanggung jawab atas pencapaian target yang telah ditentukan.

Revenue Streams (Sumber Pendapatan)

Sumber pemasukan dalam organisasi ini didominasi oleh penghimpunan dana berbasis filantropi Islam, khususnya zakat, infaq, serta sedekah (ZIS).

- 1) Pemasukan utama berasal dari dana ZIS yang dikumpulkan dari warga.
- 2) Ada donasi dari donatur senantiasa yang membagikan dana secara berkala.
- 3) Sumber pemasukan bonus diperoleh lewat penerapan program ataupun aktivitas sosial tertentu.
- 4) Asistensi finansial pula bisa berasal dari kerja sama dengan pihak eksternal.

Secara analitis, pola pemasukan ini menampilkan ketergantungan yang lumayan besar terhadap partisipasi warga, sehingga keberlanjutan finansial sangat dipengaruhi oleh tingkatan keyakinan serta keterlibatan donatur.

Key Activities (Kegiatan Utama)

Kegiatan utama organisasi berfokus pada pengelolaan dana sosial keagamaan dan implementasi program berbasis pemberdayaan warga.

- 1) Penghimpunan dana zakat, infaq, serta sedekah.
- 2) Penyaluran dana kepada mustahik cocok prinsip syariah.
- 3) Penerapan sosialisasi serta bimbingan kepada warga.
- 4) Penjagaan ikatan kerjasama dengan donatur.
- 5) Penerapan program sosial semacam dorongan sembako serta aktivitas kemasyarakatan.
- 6) Aktivitas administrasi serta pelaporan.

Secara konseptual, kegiatan ini mencerminkan guna intermediasi sosial, ialah menghubungkan pihak yang mempunyai kelebihan dana dengan pihak yang memerlukan.

Key Partners (Mitra Utama)

Keberhasilan operasional organisasi tidak terlepas dari kedudukan mitra strategis yang ikut serta dalam bermacam aktivitas.

- 1) Lembaga pembelajaran selaku mitra dalam bimbingan serta sosialisasi.

- 2) Komunitas sosial dalam menunjang penerapan program.
- 3) Donatur selaku penyedia sumber dana.
- 4) Pihak eksternal yang lain yang bekerja sama dalam aktivitas sosial.
- 5) Regu internal organisasi selaku pelaksana operasional.

Dari perspektif kelembagaan, keberadaan mitra ini menguatkan jaringan sosial (social network) yang berfungsi berarti dalam meningkatkan daya guna distribusi dorongan.

Cost Structure (Struktur Bayaran)

Struktur bayaran organisasi mencerminkan kebutuhan operasional dalam melaksanakan guna sosialnya.

- 1) Bayaran operasional aktivitas organisasi.
- 2) Bayaran mengkonsumsi sepanjang penerapan aktivitas.
- 3) Bayaran transportasi buat distribusi kegiatan lainnya.
- 4) Bayaran peralatan serta media.
- 5) Bayaran penerapan program sosial.

Secara analitis, struktur bayaran ini menampilkan dominasi pengeluaran pada kegiatan langsung (direct program cost), yang mengindikasikan fokus organisasi pada pelayanan kepada warga.

Key Resources (Sumber Energi Utama)

Sumber energi utama jadi elemen berarti dalam menjamin keberlangsungan serta daya guna aktivitas organisasi.

- 1) Sumber energi manusia (SDM) berbentuk regu ataupun anggota organisasi.
- 2) Jaringan donatur selaku sumber pendanaan utama.
- 3) Sarana pendukung operasional.
- 4) Media komunikasi buat koordinasi serta sosialisasi.
- 5) Sistem pengelolaan administrasi serta aktivitas.

Dalam perspektif manajemen, campuran antara sumber energi manusia serta jaringan donatur jadi peninggalan strategis yang memastikan keberhasilan organisasi dalam menggapai tujuannya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa LAZISMU Banyumas telah menerapkan model bisnis yang baik dengan menggunakan pendekatan Business Model Canvas (BMC), yang mencakup sembilan elemen kunci. Kekuatan lembaga ini terletak pada proposisi nilainya, termasuk program sosial yang bermanfaat dan pengelolaan dana yang transparan dan terpercaya. Lebih lanjut, pemanfaatan media sosial sebagai saluran merupakan strategi yang efektif untuk menyebarkan informasi dan menjangkau masyarakat. Hubungan baik dengan para donatur melalui pendekatan personal berkontribusi pada keberlanjutan penggalangan dana.

Namun, beberapa tantangan masih ada, seperti jumlah donatur yang terbatas, kesadaran publik yang rendah, dan sistem administrasi yang kurang optimal. Oleh karena itu, diperlukan upaya pengembangan strategis, khususnya dalam meningkatkan penggunaan teknologi digital, memperluas jaringan kemitraan, dan meningkatkan sistem pengelolaan dan administrasi data. Dengan peningkatan ini, LAZISMU

Banyumas diharapkan dapat meningkatkan efektivitas pengelolaan dana ZIS dan memperkuat daya saingnya sebagai lembaga filantropi yang profesional dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Azraq, R., Hadaya, Q., Septiani, M. D., Syafril, M. M., Ramadhan, M. A., Sampean, S., & Kolopaking, L. M. (2025). Analisis Praktik Investasi Sosial Melalui Implementasi Program Enam Pilar LAZISMU. *Jurnal Noken: Ilmu-Ilmu Sosial*, 11(1), 200–213. <https://doi.org/10.33506/jn.v11i1.4478>
- Bahri, E.S. and Tohani, E. 2024. Rancangan Business Model Canvas untuk Lembaga Pelatihan Kerja Bidang Instruktur. *Diklus: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*. 8, 1 (Mar. 2024), 26–37. DOI:<https://doi.org/10.21831/diklus.v8i1.79712>
- Elka Pratama, A., & Yuana, P. . (2022). ANALISIS PENGEMBANGAN BISNIS DENGAN MENGGUNAKAN BMC (BUSINESS MODEL CANVAS). *Jurnal Kewirausahaan Dan Inovasi*, 1(2), 163–169. <https://doi.org/10.21776/jki.2022.01.2.05>
- Fauziyah, S., Jaharuddin, J., Ardiansyah, A., & Syamsiah, N. (2024). Meningkatkan Pembangunan Ekonomi Melalui Isomorfisme Institusional: Studi Kasus LazisMu Di Kota Depok. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(3), 2661–2670. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i3.14208>
- Hermawan, S., & Wiwit Hariyanto. (2022). Improving Lazismu Performance in the Perspective of Modern Philanthropy, Shariah Enterprise Theory, and Comprehensive Intellectual Capital Management: Peningkatan Kinerja Lazismu dalam Perspektif Filantropi Modern, Shariah Enterprise Theory, dan Comprehensive Intellectual Capital Management . *Journal of Accounting Science*, 6(2), 187–196. <https://doi.org/10.21070/jas.v6i2.1616>
- Irfan Ilmi. (2025). Strategi Pengembangan Bisnis Irhans Tailor melalui Pendekatan Business Model Canvas. *Jurnal Publikasi Sistem Informasi Dan Manajemen Bisnis*, 4(2), 626–642. <https://doi.org/10.55606/jupsim.v4i2.3089>
- Isnawati, S. I., Ramadhani, N. L., & Bangsa, J. R. (2023). Business Model Canvas (BMC) dalam Pengembangan Bisnis Fashion Muslim. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 20(1).
- Iwan Wahyudi, & Ibrony Hasyim. (2025). Implementasi Penerapan Zakat Produktif terhadap Kesejahteraan Mustahik di Lembaga (Lazismu) Pamekasan. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 10(5). <https://doi.org/10.30651/jms.v10i5.29322>
- Muhammad Diaudin, & Nasikh. (2022). Business Model Canvas: Perencanaan Strategi Pengembangan Agrowisata Belimbing Karang Sari Kota Blitar di Masa Pandemi Covid-19. *Media Wisata*, 20(1), 88–101. <https://doi.org/10.36276/mws.v20i1.326>
- nita, S. Y., Burhanuddin, B., Litamahuputty, J. V., Sipakoly, S., & Nurchayati, N. (2024). STRATEGI PENGEMBANGAN FINTECH DI INDONESIA DENGAN PENDEKATAN BUSINESS MODEL CANVAS. *JURNAL ILMIAH EDUNOMIKA*, 8(2). <https://doi.org/10.29040/jie.v8i2.13136>
- Rohmawati, L. (2024). Optimalisasi pendistribusian ZIS melalui program pemberdayaan UMKM di Lazismu Sidoarjo dalam perspektif maqashid syariah. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking And Finance*, 7(1), 249-262.