

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi dan internet telah memberikan peluang besar bagi pertumbuhan *Startup* di Indonesia, terutama di kalangan mahasiswa dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Salah satu model bisnis yang banyak digunakan oleh *Startup* adalah *Lean canvas*, yang dirancang untuk membantu pengusaha dalam menfokuskan strategi bisnis mereka pada masalah yang relevan, solusi yang efektif, dan penciptaan nilai unik bagi pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi *Lean Canvas* pada *Startup* D'Cetak, sebuah *Startup* yang berfokus pada layanan percetakan bagi mahasiswa di Universitas Telkom.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pengelola dan tim D'Cetak, serta observasi langsung. Analisis dilakukan memetakan elemen-elemen *Lean Canvas* seperti Problem (masalah), Customer Segments (Segmen Pelanggan), Unique Value Proposition (Nilai Proposisi Unik), Solution (Solusi), *Channels* (Saluran), Revenue Streams (Arus Pendapatan), Cost Structure (Struktur Biaya), Key Metrics (Metrik Utama), dan Unfair Advantage (Keunggulan Kompetitif).

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa implementasi *Lean Canvas* di D'Cetak membantu *Startup* ini untuk lebih fokus pada masalah dan kebutuhan spesifik pelanggan serta menawarkan solusi yang tepat dan relevan. *Lean Canvas* juga memungkinkan D'Cetak untuk mengidentifikasi dan mengembangkan nilai proposisi unik, serta mengukur keberhasilan melalui metrik yang jelas dan terukur. Dengan demikian, *Lean Canvas* terbukti menjadi model bisnis yang efektif bagi D'Cetak dalam menghadapi tantangan persaingan di pasar *Startup* dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan.

**Kata Kunci:** *Lean canvas*, *Startup*, model bisnis, D'Cetak, strategi bisnis.