

PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN PENYUSUNAN RENCANA BISNIS MODEL KANVAS BAGI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH

Sulastri^{1*}, Mohamad Adam², Yulia Saftiana³, Welly Nailis⁴, Yulia Hamdani Putri⁵

^{1,2,4,5}Manajemen, Universitas Sriwijaya, Indonesia

³Akuntansi, Universitas Sriwijaya, Indonesia

sulastri@unsri.ac.id¹, mr_adam2406@yahoo.com², ysaftiana@yahoo.com³,
wellynailis@gmail.com⁴, yulia.hamdani.fe@gmail.com⁵

ABSTRAK

Abstrak: Model bisnis kanvas merupakan salah satu metode alternatif untuk membantu pelaku usaha mikro kecil dan menengah dalam memahami dan mengembangkan usaha yang ditekuni. (1) Pelaku UMKM masih banyak yang belum memahami bisnis model kanvas; (2) Tujuan pengabdian; meningkatkan kemampuan dan pemahaman pelaku UMKM mengenai bisnis model kanvas (3) Metode penyuluhan dan praktikum, pelaku UMKM yang berada di kota Palembang sebanyak 20 orang, (4) Hasil yang telah dicapai 90 persen pelaku UMKM dapat membuat bisnis model kanvas.

Kata Kunci: Bisnis Model Kanvas; Usaha Mikro Kecil dan Menengah.

Abstract: *business model is one of the alternative methods to help micro small and medium enterprises in understanding and developing the business pursued. (1) There are still many MSMEs who do not understand the canvas business model; (2) The purpose of devotion; improving the ability and understanding of MSME participants regarding the canvas model business (3) Extension and practicum methods, MSMEs located in Palembang city as many as 20 people, (4) The results that have been achieved by 90 percent of MSME participants can make a canvas model business.*

Keywords: *Business Model Canvas; Micro, Small And Medium Enterprises.*



Article History:

Received: 21-11-2021

Revised : 11-01-2022

Accepted: 12-01-2022

Online : 14-02-2022



*This is an open access article under the
CC-BY-SA license*

A. LATAR BELAKANG

Pertumbuhan ekonomi mengalami keterlambatan akibat pandemic. Pandemi menyebabkan krisis selama evolusi bagi penggiat ekonomi yang tidak dapat dihindarkan. Tanggung jawab pelaku usaha terhadap krisis pembangunan disebabkan oleh kerja yang tidak efektif dari semua subsistem manajemen. Namun baik sebelumnya, dalam manajemen krisis tradisional, dan saat ini, dalam paradigma preventif modern, pelaku sebaiknya memperhatikan terutama pada aspek keuangan, aspek pemasaran, aspek sumber daya dan aspek organisasi (Namitulina, 2015).

Tekanan bagi bisnis untuk menanggapi konsep keberlanjutan secara konsisten meningkat. Pelaku usaha diharapkan untuk lebih aktif menangani isu-isu seperti krisis keuangan, ketidaksetaraan ekonomi dan sosial, peristiwa lingkungan, kelangkaan sumber daya material, permintaan energi dan pengembangan teknologi sebagai bagian dari fokus mereka (Paquin, 2016).

Usaha memerlukan manajemen strategi yang terukur, terarah dan jelas sehingga dapat berkembang. Terukur artinya dapat dicapai, memiliki sasaran dan tujuan yang jelas, kemudian terarah artinya memiliki langkah-langkah yang pasti dalam mencapai tujuan, kemudian jelas terdapat pion-pion yang tertuang dalam tulisan (David R, 2017).

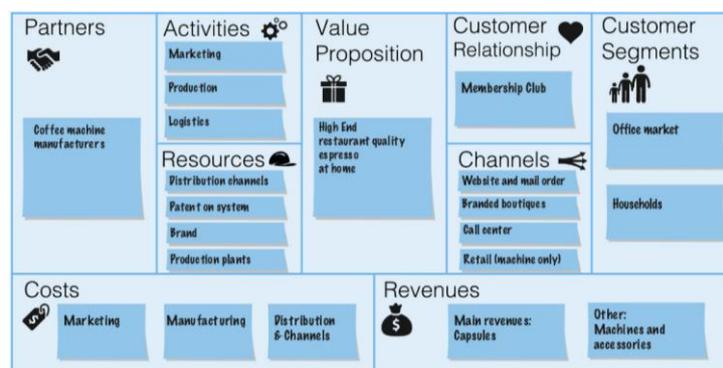
Pada tahun 2005 Alexander Osterwalder menciptakan suatu perancangan bisnis yang dinamakan bisnis model kanvas. Perancangan bisnis model kanvas berdasarkan proposisi nilai perusahaan, produk, infrastruktur, pelanggan, dan keuangan. Di Indonesia beberapa pelaku usaha sudah menerapkan rencana bisnis model kanvas (Awaluddin, 2021; Andi, 2018; Rahmawati, 2017; Adiningrat, 2020; Anjaningrum, 2021). Penerapan model kanvas dapat dilakukan pada usaha kuliner dengan memperbaiki komponen bisnis kanvas yang sudah dijalankan pada objek yang mereka teliti (Suryaningrat, 2019). Kemudian beberapa penelitian juga dengan menganalisis model kanvas pada usaha makanan olahan ikan teri (Hermawan, 2018), serta memperkenalkan rencana bisnis model kanvas kepada calon wirausaha di Pademangan (Sondari, 2019). Rencana bisnis model kanvas ini perlu terus diperkenalkan karena mudah diterapkan dan dipahami oleh pelaku usaha mikro, kecil dan menengah maupun calon wirausahawan dengan berbagai bentuk bisnis yang dijalankan (Pamungkas, Widjaya, Wiyanto, & Budiono, 2021).

Welter (2009) dan Rumelt et al., (2003) menyatakan arus keuangan dibentuk oleh kemampuan entitas ekonomi untuk menciptakan dan menjual produk sesuai permintaan. Namun permintaan konsumen dapat berubah secara spontan dan dapat diprediksi. Jadi, dari sudut pandang manajemen strategis, salah satu kondisi terpenting untuk pertumbuhan berkelanjutan suatu entitas ekonomi adalah memperkirakan perubahan permintaan konsumen dan memengaruhinya. Hal ini pada gilirannya, menjamin stabilitas relatif dalam laba ekonomi (pendapatan operasional),

yaitu membentuk aliran uang masuk yang berlaku yang menutupi pengeluaran dan berkontribusi pada laba. Hal ini menunjukkan efektivitas perangkat pengelolaan keuangan khususnya penganggaran (Dudin et al., 2015).

Pelaku UMKM umumnya belum memiliki pemahaman tentang proposisi nilai perusahaan, produk, infrastruktur, pelanggan, dan keuangan sehingga perlu diberi pelatihan dan bimbingan baik dalam membuka usaha baru atau mengembangkan usaha yang sudah ada. Terutama pelaku UMKM yang bergerak di bidang kuliner dan industry rumahan. Untuk itu, perlu diberikan ketrampilan pembuatan rencana bisnis model kanvas bagi pelaku usaha mikro kecil dan menengah.

Tiga aspek penting dalam model kanvas (Paquin, 2016), yaitu: (1) Bagaimana komponen dan fungsi utama, atau suku cadang, diintegrasikan untuk memberikan nilai kepada pelanggan; (2) Bagaimana bagian-bagian tersebut saling berhubungan di dalam organisasi dan di seluruh rantai pasokan dan jaringan pemangku kepentingan; dan (3) Bagaimana organisasi menghasilkan nilai, atau menciptakan keuntungan, melalui interkoneksi tersebut. Adapun konsep model kanvas menurut Osterwalder dan Pigneur tertuang pada Gambar 1.



Gambar 1. Layout Model Kanvas (Paquin, 2016)

Osterwalder dan Pigneur menyatakan bisnis model canvas terdiri dari blok bangunan (Ojasalo & Ojasalo, 2019), antara lain :

1. Segmen pelanggan: mengacu pada kelompok orang atau organisasi yang berbeda yang ingin dijangkau dan dilayani oleh perusahaan.
2. Saluran: menggambarkan bagaimana perusahaan berkomunikasi dengan dan menjangkau segmen pelanggannya.
3. Hubungan pelanggan: mendefinisikan jenis hubungan yang dibangun perusahaan dengan segmen pelanggan yang ditargetkan.
4. Proposisi nilai: menggambarkan bundel produk dan layanan yang menciptakan nilai untuk segmen pelanggan tertentu. Proposisi nilai dapat mencakup karakteristik seperti kebaruan, kinerja, penyesuaian, "menyelesaikan pekerjaan", desain, merek/status,

harga, pengurangan biaya, pengurangan risiko, aksesibilitas, dan kenyamanan/kegunaan.

5. Aliran pendapatan: mewakili uang tunai yang dihasilkan perusahaan dari setiap segmen.
6. Sumber daya utama: adalah aset terpenting yang diperlukan untuk membuat model bisnis berfungsi.
7. Aktivitas utama: menjelaskan apa yang harus dilakukan perusahaan untuk membuat model bisnis berfungsi, seperti aktivitas produksi, pemecahan masalah, platform, dan jaringan.
8. Kemitraan utama: merupakan jaringan pemasok dan mitra yang membuat model bisnis berfungsi. Kemitraan mungkin aliansi strategis antara non-pesaing serta pesaing (coopetition), usaha patungan untuk mengembangkan bisnis baru atau hubungan pembeli-pemasok.
9. Struktur biaya: menggambarkan semua biaya yang dikeluarkan untuk mengoperasikan model bisnis.

Pengusaha UMKM umumnya belum memiliki pemahaman tentang proposisi nilai perusahaan, produk, infrastruktur, pelanggan, dan keuangan sehingga perlu diberi pelatihan dan bimbingan baik dalam membuka usaha baru atau mengembangkan usaha yang sudah ada (Laga, 2020). Oleh karena itu, tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk memberikan pendampingan dalam penyusunan rencana bisnis model kanvas, untuk memberikan pelatihan kewirausahaan dan memberikan praktik pendampingan langsung kepada pelaku UMKM. Sehingga dapat bermanfaat untuk meningkatkan keterampilan dalam mengembangkan usahanya (Wiranti, 2021; Kumalawati, 2018; Suparno, 2017).

B. METODE PELAKSANAAN

Khalayak sasaran kegiatan pengabdian ini adalah pelaku UMKM yang berada di kota Palembang sebanyak 20 orang. Jumlah peserta UMKM yang terlibat sebanyak 20 orang, dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 90 persen dan laki-laki 10 persen. Jenis usaha yang banyak dijalani oleh peserta 80 persen bergerak di bidang kuliner seperti catering, pempek, dan kue basah, sedangkan 20 persen lainnya bergerak di bidang usaha produksi tas khas Palembang. Rincian kegiatan metode pelaksanaan kegiatan sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan

- a. Observasi dan wawancara di tempat usaha terpilih. Dosen dan Mahasiswa dilibatkan dalam kegiatan observasi dan wawancara pada pelaku UMKM terpilih
- b. Penyusunan Buku Panduan Rencana bisnis Model Kanvas. Dosen menyusun buku panduan membuat rencana bisnis model kanvas

2. Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Bimbingan teknis tatap muka dan daring (internet). Mahasiswa dan dosen melakukan pembimbingan teknis tatap muka dan daring kepada pelaku UMKM.

- a. Bimbingan teknis tatap muka.
 - 1) Dosen memberikan ceramah bagaimana cara membuat bisnis model kanvas selama 90 menit. Kemudian dilanjutkan tanya-jawab selama 90 menit. Selanjutnya, masing-masing peserta didampingi oleh mahasiswa-mahasiswa yang telah ditunjuk untuk membantu dalam pembuatan bisnis kanvas.
 - 2) Dosen melakukan kunjungan ke tempat usaha pelaku UMKM untuk mengetahui sejauh mana praktek bisnis yang sudah dilakukan.
- b. Bimbingan teknis melalui internet. Dosen memberikan ceramah bagaimana cara menghitung harga pokok penjualan selama 60 menit. Kemudian dilanjutkan tanya-jawab selama 60 menit. Kemudian peserta dapat melakukan konsultasi lebih lanjut melalui jaringan pribadi atau *whats app group* tentang perhitungan HPP ataupun permasalahan bisnis lainnya yang sedang dihadapi.

3. Tahap Evaluasi

Evaluasi berupa pengisian angket (sebelum dan sesudah kegiatan) wajib dan form simulasi rencana bisnis yang wajib diisi peserta.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Tahap Persiapan

a. Observasi dan wawancara di tempat usaha terpilih.

Dosen dan Mahasiswa dilibatkan dalam kegiatan observasi dan wawancara pada pelaku UMKM terpilih. Kegiatan awal pelaksanaan yaitu mengidentifikasi sejauhmana pelaku usaha memahami rencana penyusunan bisnis usaha model canvas dan melakukan pendataan ulang seberapa banyak orang tertarik mengikuti kegiatan bimbingan penyusunan rencana bisnis, seperti terlihat pada Tabel 1.

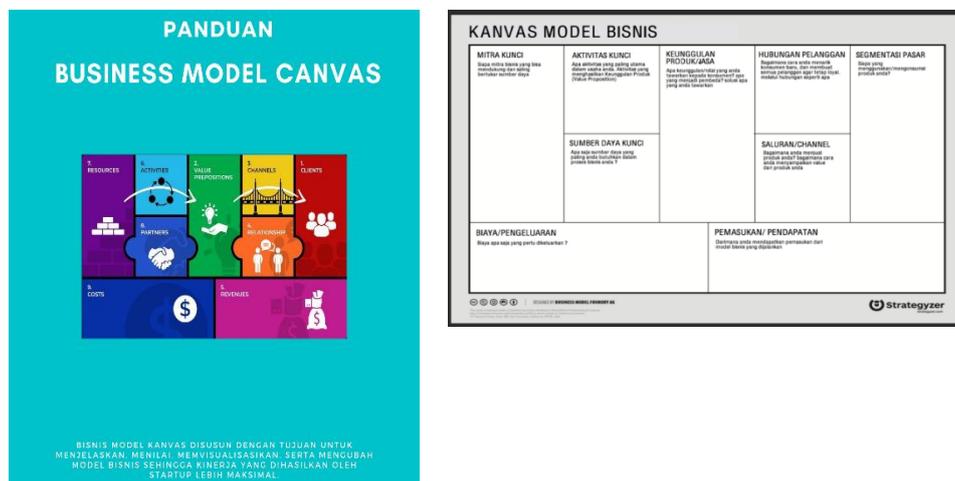
Tabel 1. Identifikasi pemahaman peserta sebelum adanya pelatihan dan bimbingan

No	Kegiatan	Melakukan
1	Profiling usaha	70 persen tidak melakukan
2	Pemasaran	
	Menjual langsung di sekitar	100 persen melakukan
	Melalui jejaring social	100 persen melakukan
	Melakukan segmentasi pasar	90 persen tidak melakukan
3	Operasional	
	Sendiri	100 persen melakukan
	Bersama keluarga	100 persen melakukan
	Kerjasama orang lain (Lokal)	50 persen melakukan
	Kerjasama Internasional	100 persen tidak melakukan
4	Keuangan	
	Belum memahami perhitungan harga pokok penjualan	100 persen iya
	Belum pernah membuat anggaran	100 persen iya
	Belum memahami upah per jam	100 persen iya

Sumber: Data diolah (2021)

b. Penyusunan Buku Panduan Rencana bisnis Model Kanvas.

Dosen menyusun buku panduan membuat rencana bisnis model kanvas. Buku Panduan Rencana Bisnis Model Kanvas terdiri dari 37 halaman dan membahas tentang strategi dari model bisnis. Berikut cover buku panduan dan kanvas model bisnis yang dibahas pada buku panduan, seperti terlihat pada Gambar 2.



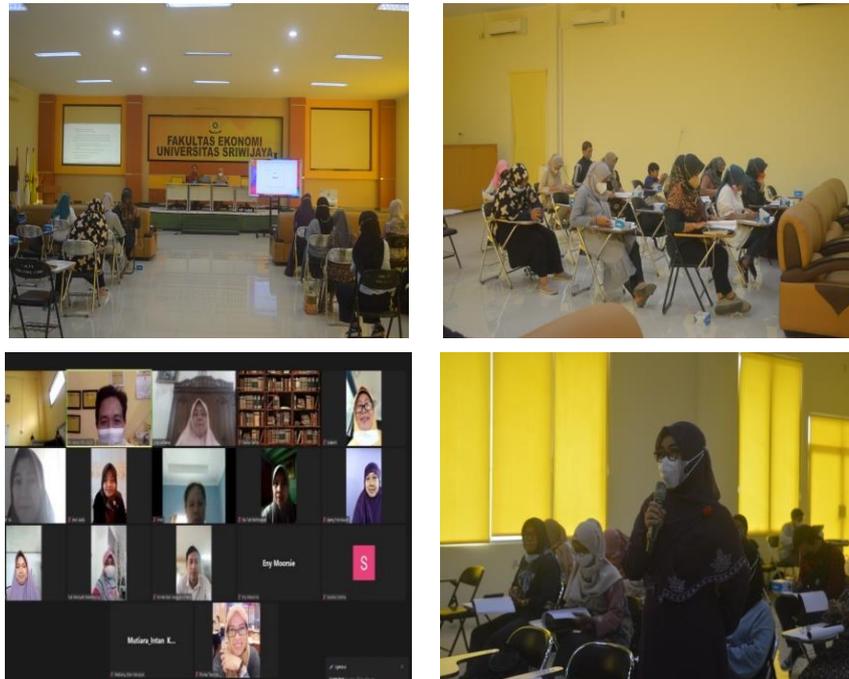
Gambar 2. Cover Buku Panduan dan Kanvas Model Bisnis

2. Tahap Pelaksanaan Kegiatan

a. Bimbingan teknis tatap muka dan daring (internet).

Mahasiswa dan dosen melakukan pembimbingan teknis tatap muka dan daring kepada pelaku UMKM. Pelaksanaan pemberian materi kanvas berlokasi di Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya. Setelah itu, peserta dapat berkonsultasi langsung pada pemateri melalui grup

telekomunikasi dan saat pemateri melakukan kunjungan di lokasi usaha. Kemudian pembimbingan juga dilakukan melalui media zoom untuk berdiskusi pelaksanaan kegiatan. Berikut dokumentasi rangkaian kegiatan yang dilakukan, seperti terlihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Pelaksanaan Kegiatan

3. Tahap Evaluasi

Evaluasi berupa pengisian angket dan form simulasi rencana bisnis yang wajib diisi peserta. Evaluasi dengan cara Pratest dan Post Test. Pada Pra Test dilakukan pengujian terhadap pengetahuan dan kemampuan untuk penyusunan rencana bisnis. Setelah dilakukan pelatihan dan pendampingan dilakukan test seberapa besar tambahan tingkat pengetahuan dan keterampilan penyusunan rencana bisnis dengan serangkaian pertanyaan dan observasi hasil penyusunan rencana bisnis yang telah dilakukan oleh UMKM. Peserta telah mengikuti pelatihan dengan baik. Hal ini terlihat dari 90 persen peserta menjawab hasil *post test* dengan baik, seperti terlihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Evaluasi Peserta Kelompok UMKM

No.	Kanvas Model Bisnis	Hasil Jawaban Peserta
1	Segmen pelanggan	Peserta dapat menerapkan segmen pelanggan, misalnya salah satu peserta yang memproduksi tas wanita, memproduksi tas pria dengan merek yang berbeda. Awal mulanya peserta ini menerima semua pesanan tanpa memperhatikan segmen
2	Proposisi Nilai	Peserta sudah dapat melakukan standarisasi produk, dan menjaga kualitas produk mereka. Sebelum pelatihan dan pendampingan, 50 persen peserta menyatakan kurang dapat melakukan

No.	Kanvas Model Bisnis	Hasil Jawaban Peserta
		standarisasi produk.
3	Saluran Distribusi	Saluran distribusi menggunakan langsung ke konsumen akhir dan ada pula mitra, dengan kata lain produk tidak secara langsung ke pelanggan tetapi ke mitra terlebih dahulu. Barang akan di distribusikan kepada mitra kerja
4	Hubungan kepada pelanggan	Peserta membutuhkan survey konsumen untuk hubungan jangka panjang. Untuk itu, peserta juga dibantu untuk membuat kuesioner sederhana tentang produk dan pelayanan mereka
5	Aliran pemasukan	Kebanyakan aliran pemasukan usaha peserta menggunakan arus pendapatan yaitu pendapatan dari transaksi yang dihasilkn dari satu kali pembayaran pelanggan.
6	Sumber daya kunci	Sumber daya kunci dari kebanyakan usaha peserta, yaitu dilihat dari manusia, fasilitas, dan jalur distribusi.
7	Struktur biaya	Peserta dapat memahami cara perhitungan dan pengelompokan struktur biaya

D. SIMPULAN DAN SARAN

Adanya pendampingan dalam penyusunan rencana bisnis model kanvas, memberikan pelatihan kewirausahaan kepada pelaku UMKM dan memberikan praktik pendampingan langsung yang dilakukan oleh kolaborasi dosen dan mahasiswa kepada pelaku UMKM dapat bermanfaat bagi pelaku UMKM sebagai sarana untuk meningkatkan keterampilan dalam mengembangkan usahanya. Hal ini terlihat dari capaian 90 persen pelaku UMKM dapat menyusun bisnis model kanvas. Mereka juga mengetahui kekurangan dan kelebihan dari bisnis mereka sehingga dapat menjadi bahan evaluasi bisnis.

Selanjutnya Universitas sebaiknya bekerja sama dengan Pemerintah Daerah khususnya dinas perindustrian dan perdagangan setempat untuk melakukan pendampingan dan program kolaboratif selanjutnya agar hasil pemetaan bisnis model kanvas dapat diimplementasikan dan dievaluasi kembali secara optimal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) dan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya yang membantu proses perizinan pelaksanaan kegiatan pengabdian.

DAFTAR RUJUKAN

- Awaluddin, R. (2021). Pelatihan Swot dan Business Model Canvas Pada UKM Keripik Kere di Kabupaten Kuningan. *HUMANIS*, 20(1), 47–58.
- Brush, C. G. A. D. bruin, & Welter, F. (2009). A Gender-Aware Framework for Women's Entrepreneurship. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 1(1), 8–24.
- David R, F., & David R, F. (2017). Strategic Management (16th edition). In *Fortune*. England: Pearson Education Limited.
- Dudin, M. N., Kutsuri, G. N., Fedorova, I. J. evna, Dzusova, S. S., & Namitulina, A. Z. (2015). The innovative business model canvas in the system of effective budgeting. *Asian Social Science*, 11(7), 290–296. <https://doi.org/10.5539/ass.v11n7p290>
- Herawati, N., Lindriati, T., & Suryaningrat, I. B. (2019). Penerapan Bisnis Model Kanvas Dalam Penentuan Rencana Manajemen Usaha Kedelai Edamame Goreng. *Jurnal Agroteknologi*, 13(01), 42. <https://doi.org/10.19184/j-agt.v13i01.8554>
- Hidayah, F., & Wiranti, T. (2021). *Penggunaan Business Model Canvas Sebagai Upaya Menumbuhkan Minat Berwirausaha*. 7(2), 37–51.
- Ita, A., Ety, S., & Andi, N. (2018). Penerapan Business Model Canvas (Bmc) Untuk Mendorong Mindset Kewirausahaan Di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Ketahanan Pangan*, 2(1), 66–75.
- Joyce, A., & Paquin, R. L. (2016). The triple layered business model canvas: A tool to design more sustainable business models. *Journal of Cleaner Production*, 135(June), 1474–1486. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.06.067>
- Ojasalo, J., & Ojasalo, K. (2019). Service Logic Business Model Canvas for Lean Development of SMEs and Start-Ups. In *Sustainable Business*. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-9615-8.ch020>
- Pamungkas, A. S., Widjaya, H., Wiyanto, H., & Budiono, H. (2021). Pengembangan Dan Pelatihan Menggunakan Model Bisnis Canvas Bagi Siswa/I Smk Santo Leo Mangga Besar Jakarta. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 3(2), 514–520. <https://doi.org/10.24912/jbmi.v3i2.9403>
- Rainaldo, M., Wibawa, B. M., & Rahmawati, Y. (2017). Analisis Business Model Canvas Pada Operator Jasa Online Ride-Sharing (Studi Kasus Uber di Indonesia). *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 6(2), 2–6. <https://doi.org/10.12962/j23373520.v6i2.25277>
- Rumelt, R. P., & Kunin, E. (2003). What in the World is Competitive Advantage? *Policy Working Paper*, 1(105), 1–5.
- Salamin, P., & Hermawan, F. (2018). Analisis Bisnis Model Kanvas dan Kelayakan Keuangan (Studi Kasus Pada Teri Sambal Terateri). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 15(1), 31–38. <https://doi.org/10.29259/jmbs.v15i1.5645>
- Suarni, A., Adzim, F., Abdi, M. N., & Adiningrat, A. A. (2020). Training Bisnis Model Canvas (BMC) Bagi Petani Buah Naga Masa Pandemi Covid-19 Desa Caramming Bulukumba. *Jurnal Abmas Negeri*, 1(1), 11–19. <https://doi.org/10.36590/jagri.v1i1.88>
- Subekti, P., Yogatama, A. N., & Anjaningrum, W. D. (2021). *Pelatihan Business Model Canvas Bagi Siswa SMA Diponegoro Tumpang Dalam Membangun Bisnis di Masa Pandemi*. 2(2), 79–90.
- Tanusi, G., & Laga, Y. (2020). Pengaruh pelatihan, motivasi dan modal usaha terhadap minat berwirausaha di uptd llk ukm kabupaten ende. *Kinerja*, 17(1), 157–163.
- Wardhanie, A. P., & Kumalawati, D. (2018). Analisis business model canvas pada perpustakaan Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya dalam meningkatkan kualitas perguruan tinggi. *Berkala Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 14(2), 124. <https://doi.org/10.22146/bip.32247>

- Wicaksono, A. A., Syarief, R., & Suparno, O. (2017). Business Model in Electricity Industry Using Business Model Canvas Approach; the Case of Pt. Xyz. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 3(1), 52–63. <https://doi.org/10.17358/ijbe.3.1.52>
- Yohanna, L., & Sondari, E. (2019). Menumbuhkan Minat Berwirausaha melalui Pelatihan Perancangan Model Bisnis Kanvas. *Jurnal PkM Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(01), 19. <https://doi.org/10.30998/jurnalpkm.v2i01.2961>