

## **Pelatihan Penyusunan Business Model Canvas Untuk Pengembangan Produk Dan Usaha Bandeng Presto Pada UMKM UMA ME'E Di Desa Belo Kecamatan Palibelo**

**Jaenab<sup>1</sup>, Reny Fatmawati<sup>2</sup>, Aenun Jariah<sup>3</sup>, Rifdatul Anisah<sup>4</sup>, Khairunisyah<sup>5</sup>**

*<sup>1,2,3,4,5</sup> Prodi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima, Indonesia*

### **Corresponding Author**

**Nama Penulis:** Jaenab

**E-mail:** [jaenab84.stiebima@gmail.com](mailto:jaenab84.stiebima@gmail.com)

### **Abstrak**

*Kegiatan proyek desa yang dilakukan oleh KKNT di desa belo STIE Bima tahun 2022 menyusun sebuah pelatihan dan pendampingan pembuatan Business Model Canvas (BMC) yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas produk dan daya saing umkm pada mitra. Model business canvas merupakan sebuah model bisnis yang dijalani oleh pelaku usaha dengan fokus 4 poin utama, yaitu : pembeda dari bisnis yang sama, pemasaran, operasional dan keuangan Tujuan dari pengabdian masyarakat di Desa Belo Kecamatan Palibelo Kabupaten Bima untuk memberikan wawasan pada pelaku UMKM dalam pengembangan produk dan usaha bandeng presto untuk meningkat daya saing usahanya di tengah persaingan bisnis yang ketat. Perencanaan strategi bisnis dengan menggunakan BMC mempermudah pelaku usaha menentukan cara untuk mencapai tujuan bisnisnya yaitu keuntungan dan bisnis yang berkesinambungan dan memiliki daya saing. Kegiatan ini dilakukan dengan metode partisipatif yang tidak hanya menggunakan metode ceramah tetapi keikutsertaan peserta untuk dalam membuat perencanaan bisnis yang dijalani. Sehingga pelaku dapat menerapkan untuk memperbaiki strategi bisnis yang telah dibuat serta dilakukan pendampingan sehingga dapat mengurangi resiko kegagalan bisnis.*

**Kata kunci** – Bisnis Model Canvas, Pendampingan UMKM, Desa

### **Abstract**

*Village project activities carried out by KKNT in the village of Belo STIE Bima in 2022 compiled a training and assistance in making a Business Model Canvas (BMC) which aims to improve product quality and the competitiveness of MSMEs in partners. The business canvas model is a business model that is lived by business actors with a focus on 4 main points, namely: differentiation of the same business, marketing, operations and finance. The purpose of community service in Belo Village, Pabelelo District, Bima Regency is to provide insight to MSME actors in development milkfish presto products and business to increase its business competitiveness in the midst of intense business competition. Planning a business strategy using BMC makes it easier for business actors to determine ways to achieve their business goals, namely profits and a sustainable and competitive business. This activity was carried out using a participatory method that did not only use the lecture method but also the participation of participants in making the business plan that was undertaken. So that actors can apply to improve the business strategy that has been made and provide assistance so as to reduce the risk of business failure.*

**Keywords** – Business Model Canvas, MSME Assistance, Village

## **PENDAHULUAN**

Desa belo merupakan salah satu desa di kecamatan palibelo kabupaten bima. Secara geografis desa belomemiliki luas daerah sebesar 290 ha dengan ketinggian 420-520 mdpl. Secara administratif desa belo terdiri dari 2 dusun yaitu dusun uma mee dan dusunu uma rato, dari dua rusun itu terbgai menjadi 3 rukun warga rw dan 10 rukun keluarga RT. Desa belo memiliki potensi alam yang cukup melimpah melihat letaknya yang dekat dengan laut sehingga memiliki hasil laut yang melimpah. Hasil alam yang menjadi potensi unggulan desa belo yaitu bandeng, tiram dan garam. Sehingga tidak heran banyak mata pencaharian warga desa belo bermata pencaharian sebagai penambak bandeng, garam dan pencari tiram. Desa Belo terkenal akan salah satu produk unggulannya yaitu bandeng presto.

Namun salah satu permasalahan yang kami dapati adalah tidak adanya pengolahan lebih lanjut pada bandeng. Bandeng sendiri kaya akan manfaat yang baik untuk manusia di antaranya kandungan zinc dalam bandeng dapat meningkatkan daya tahan tubuh, menjaga kesehatan jantung, mendukung kesehatan otak, mencegah kerusakan sel akibat radikal bebas dan masih banyak manfaat lainnya. Namun nampaknya manfaat ini kurang disadari oleh masyarakat. Padahal jika bandeng yang kaya akan manfaat diolah lebih lanjut akan menjadikan produk tersebut yang memiliki nilai jual yang tinggi jika diproses dan dikemas dengan baik. Sebuah bisuness model menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan dan menangkap nilai (Cheng, 2019). Adapun empat bidang utama dalam satu model bisnis, yaitu konsumen, penawaran, infrastruktur, dan kelangsungan finansial. Strategi untuk memenangkan pasar sangat di perlukan disetiap sektor industri terlebih jika industri tersebut adalah industri yang berhubungan langsung dengan konsumen (costumer goods), di industri ini tingkat persaingan sangat tinggi sehingga di butuhkan penciptaan dan pengembangan nilai yang kuat agar mampu menciptakan loyalitas konsumen (Akbar, R.N., Endayani, F., Salsabila, S., Primadani, E. I., 2022)

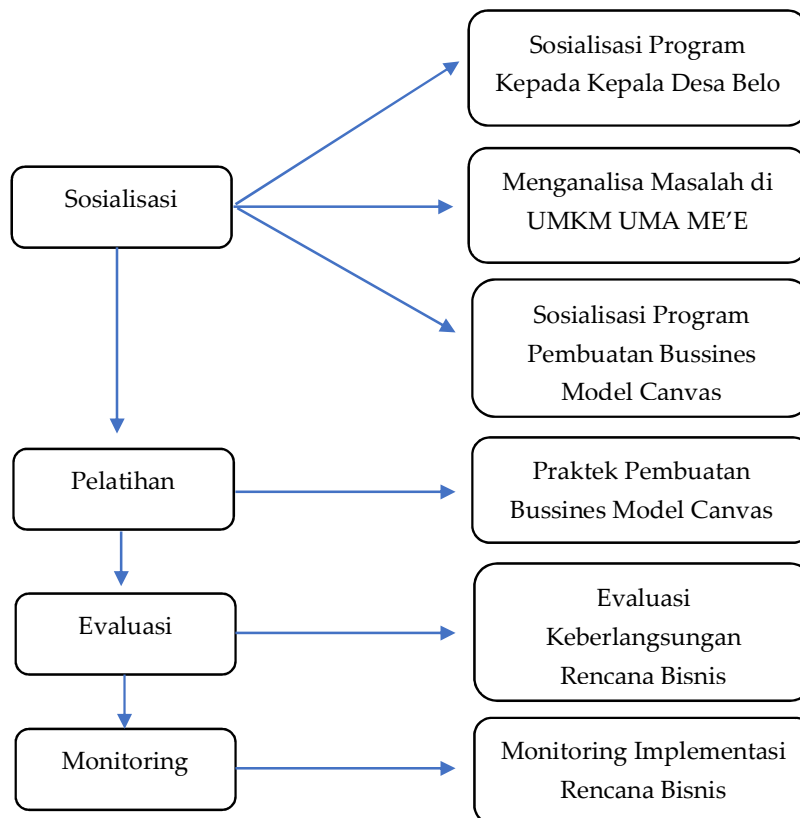
Oleh karena itu diperlukan adanya program dan kegiatan yang dapat memperdayakan umkm dan masyarakat pencari bandeng. Tujuan dari pemberdayaan masyarakat untuk menciptakan sumber daya manusia di desa menjadi individu yang memiliki kemampuan pengelolaan usaha sehingga masyarakat memilikijwa enterpreneurship dengan memanfaatkan potensi lokal disertai dengan inovatif dan kreativitas untuk menghasilkan produk dengan nilai jual tinggi dan memiliki daya saing.

Model bisnis saat ini yang paling populer di dunia adalah model bisnis yang diciptakan oleh alexander Osterwalder dan Yves Pigneur dengan buku Best saller-nya Business model Generation yang di kenal Business Model canvas dalam (Mubarak. A., Syamsir, Frinaldi, 2022). Salah satu program yang harus dilakukan yaitu pelatihan mengenai pembuatan Business Model Canvas (BMC). BMC sendiri memiliki fungsi sebagai wadah untuk membuat dan mengembangkan suatu rencana usaha yang akan dilakukan. Diharapkan dengan adanya BMC yang bagus, para pelaku usaha dapat meningkatkan daya saingnya di dalam pasar. Keunggulan bersaing dapat berupa inovasi produk, layanan, proses, teknologi atau struktur organisasi. Berdasarkan pada situasi dan permasalahan yang dijabarkan diatas, permasalahan umkm sebagai berikut: 1). Masih kurangnya standarisasi penentuan kualitas produk ; 2). Kemasan yang kurang menarik dan informatif ; 3) kurangnya mitra usaha dan media dalam memasarkan produk.

Oleh karena itu kegiatan proyek desa yang dilakukan oleh KKN-T MBKM Desa Belo STIE Bima Angkatan XX Tahun 2022 menyusun sebuah pelatihan dan pendampingan pembuatan Business Model Canvas (BMC) yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas produk dan daya saing umkm pada mitra. Model business canvas merupakan sebuah model bisniss yang dijalani oleh pelaku usaha dengan fokus 4 poin utama, yaitu : pembeda dari bisnis yang sama, pemasaran, operasional dan keuangan dengan tujuan menghasilkan keuntungan dan menjadi daya saing bisnis agar memenangkan persaingan dan keberlanjutan bisnisnya serta memperbaiki posisi persaingan dipasar agar bisa menjangkaupasar yang lebih luas dengan perencanaan yang tepat dan matang (Osterwalder & Pigneur, 2010)

## **METODE**

Lokasi pelaksanaan pelatihan dan pendampingan pembuatan BMC adalah UMKM la hutri di desa Belo yang memproduksi kerupuk tiram. Kegiatan pelatihan dilakukan dengan cara door to door yaitu menghampiri pelaku usaha secara langsung dalam penyusunan business model canvas untuk mengembangkan usahanya yang dalam praktiknya dibagi ke dalam 4 tahapan, yaitu: 1) melakukan sosialisasi program terkait program proyek desa yang akan dilakukan ; 2) melakukan pelatihan dan pendampingan pembuatan business model canvas ; 3) evaluasi rencana bisnis yang telah dijalankan dan 4) melakukan monitoring atas implementasi rencana bisnis yang dijalankan guna mengembangkan usaha dan daya saing usaha. Secara umum gambaran kegiatan yang dilakukan adalah sebagai berikut :



**Gambar 1.**  
Tahapan kegiatan proyek desa yang dilakukan

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pelaksanaan proyek desa diawali dengan melakukan kunjungan ke kantor desa Belo dan menjelaskan maksud dan tujuan pelaksanaan kegiatan proyek desa yang akan dilakukan kepada kepala desa Belo. Kepala desa Belo menyambut baik kedatangan kami dan program pengabdian yang akan dilakukan. Program yang kami usulkan sejalan dengan program desa yang ingin meningkatkan bidang ekonomi kreatif di desa Belo dan mengangkat potensi lain yang dimiliki desa Belo selain bandeng.

Kemudian dilanjutkan dengan meminta persetujuan kerjasama dengan UMKM UMA ME'E terkait program yang akan dilakukan bersama UMKM UMA ME'E dalam mengembangkan usaha bandeng presto. Pemilik UMKM UMA ME'E menyambut baik kedatangan kami dan bersedia untuk bekerjasama dalam program yang akan dilakukan serta bersedia mengikuti pelatihan pembuatan business model

canvas. Selanjutnya kami menganalisa masalah yang dihadapi dari perolehan bahan baku, proses produksi hingga proses pemasaran. Kami mendapati bahwa, tidak terdapat masalah dari pemasok bahan baku karena banyaknya masyarakat desa belo yang bermatapencaharian sebagai pencari bandeng, serta bandeng selalu tersedia sepanjang musim. Sementara untuk proses produksi kami mendapati masalah yaitu belum adanya standar kualitas produk yang konsisten. Untuk proses pemasaran masalah yang dihadapi adalah kurangnya media pemasaran yang dilakukan dan juga belum adanya umkm usaha untuk membantu meningkatkan penjualan. Dan yang terakhir yaitu kemasan yang kurang menarik dan inofatif. Kemasan bandeng prestohnya menggunakan boks dan stiker sederhana.

Berdasarkan uraian permasalahan yang kami dapati dapat menjadi dasar dalam pembuatan business model canvas yang akan dilakukan bersama pelaku usaha. Bisnis Model Canvas (BMC) merupakan alat strategi yang digunakan untuk mendeskripsikan model bisnis dan menggambarkan pemikiran pelaku usaha bagaimana organisasi menciptakan, memberikan dan menangkap nilai tambah sebuah bisnis. BMC mengubah konsep bisnis yang terlihat rumit menjadi sederhana sehingga dapat dilakukan dan mengevaluasi setiap saat mengikuti perubahan bisnis yang dinamis. BMC merupakan 9 kunci elemen yang terintegrasi baik untuk strategi internal maupun eksternal (Osterwalder & Pigneur, 2010).

Pada pelatihan BMC yang dilaksanakan pada tanggal 7 Januari 2023, Menurut (Pramularso, E.Y., Nurhayaty. E., Susilowati, I.H., Marginingsih R., 2022) pelaku bisnis diberi pemahaman dan penjelasan terkait bagaimana bisnis dapat dikembangkan dengan menggunakan 9 elemen Business Model canvas atau BMC agar lebih mudah di pahami yang meliputi Value Proposition (nilai proporsi), Costumer Segments (segmen pelanggan), Channels (saluran menuju pelanggan), Costumer Relationships (hubungan dengan pelanggan), Key Resources (sumber daya kunci), Key Activities (kegiatan- kegiatan kunci), Key Partnerships (mitra kunci) Revenue Streams (aliran pendapatan), Cost Structures (biaya-biaya). Penyampaian materi dilakukan secara langsung dengan pelaku usaha dengan menyediakan template BMC yang tersedia. Penjelasan dilakukan dengan komunikasi dua arah sehingga terjadi komunikasi yang interaktif antara pemberi materi dengan pelaku usaha. Materi menjelaskan elemen BMC yang diikuti oleh pelaku usaha dengan mengisi 9 elemen diawali oleh value proposition (nilai proposi) dimana pelaku usaha diarahkan untuk mengisi keunikan dari produk/ jasa yang dibuat sehingga menarik bagi pelanggan karena dianggap dapat menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh konsumen. Keunikan ini harus difokuskan untuk memberikan ciri khas usaha yang tidak dimiliki oleh kompetitor lain. Selain itu nilai proporsi menjadi solusi atas ketidakpuasan konsumen, manfaat yang ditawarkan oleh pelaku usaha untuk menciptakan kepuasan konsumen yang maksimal. Nilai proposi ini bisa gabungan antara produk dan layanan yang menciptakan nilai tambah dari produk itu sendiri. Osterwalder dan Pigneur dalam (Pramularso, E.Y., et. al., 2022) Menyatakan bahwa bagi perusahaan, BMC memudahkan untuk mengenali kepada siapa produk dan jasa tersebut di jual atau yang menjadi segmen pelanggannya siapa, apakah pemilihan pelanggan berdasarkan kebiasaan, pengalaman, gender dan usia.

Berikutnya yaitu Costumer Segments (segmen pelanggan), pelaku usaha harus mengetahui target konsumen yang dituju untuk produk yang dihasilkan jika sudah mengetahui segmen konsumen potensial, maka pelaku usaha dapat mengembangkan produknya sesuai ketertarikan pada konsumen potensial tersebut. Channels (saluran menuju pelanggan) merupakan bagian terpenting bagaimana pelaku usaha dapat menyampaikan nilai produk yang dimiliki kepada pelanggan. Channels juga dapat digunakan untuk menjalin hubungan dengan konsumen agar lebih erat dengan menyebarkan informasi produk secara intens dan efektif. Channels yang dapat digunakan oleh pelaku usaha La Hutri seperti instagram, facebook, tik tok dan whats app.

Pada elemen Costumer Relationships (hubungan dengan pelanggan) merupakan kegiatan yang dilakukan oleh pelaku UMKM yang bertujuan untuk mencari konsumen baru (akuisisi) serta mempertahankan pelanggan lama (Retention) dan menawarkan produk atau jasa baru pada pelanggan

baru dan lama. Costumer Relationship yang dapat dilakukan di antaranya yaitu memberikan diskon atau promo-promo menarik kepada konsumen.

Key Resources (sumber daya kunci) yaitu dimana pelaku usaha dapat memproyeksikan sumberdaya yang dimiliki seperti sumber daya fisik (bangunan, peralatan dan kendaraan) modal, assetintelektual (merk, hak paten, data base pelanggan) dan sumber daya manusia. Aset yang dimilikidapat menunjang keberhasilan operasional bisnis dan mewujudkan nilai proposi yangditawarkan atau dijanjikan pada konsumen. Key Activities (Kegiatan-kegiatan kunci) menggambarkan aktivitas penting apa saja yangdilakukan oleh pelaku usaha baik secara operasional dan solusi atas masalah yang seringdihadapi. Key activities ini sangat penting dalam mewujudkan nilai proposi, membinahubungan dengan konsumen, dan memperoleh pendapatan. Pada Key Activities, pelaku UMKM paling tidak memiliki standar minimal setiap aktivitas bisnisnya. Key Partners (mitra kunci) adalah salah satu hal dasar yang harus diperhatika mencakup kerja sama dengan beberapa pihak dari pemasok bahan baku hingga mitra-mitra usaha yang akan bekerjasama dalam kegiatan bisnis.Selama ini pelaku usaha telah memiliki beberapa pemasok tetap.

Cost Structure (biaya-biaya) yang dikeluarkan dalam menjalankan model bisnis untuk mewujudkan nilai proposi. Biaya-biaya dapat dihitung setelah menentukan channels yang sesuai, key resources dan key activities serta key partnerships. Hasil identifikasi yangdilakukan oleh pelaku UMKM adalah biaya bahan baku, biaya produksi, biaya paket data dantransportasi. Revenue Streams (aliran pendapatan) merupakan aliran dana yang masuk dari setiapcostumer segments. Pendapatan yang diterima dapat berupa pendapatan transaksional seperti hasil penjualan produk dari beberapa channel yang dimiliki seperti whats app, facebook, instagram dan pameran/bazar.



**Gambar 2 .**  
Perizinan Pelaksanaan Kegiatan Pada Perangkat Desa



Gambar 3.  
Pendampingan UMKM



Gambar 4.  
Business Model Canvas (BMC) UMKM

Setelah menyelesaikan penyusunan BMC. Pelaku usaha dapat mengembangkan usaha dan produknya menjadi lebih terarah. Dengan adanya BMC pelaku usaha dapat mengenali potensi dari produk yang dihasilkan, sasaran penjualan sehingga dapat mengembangkan produknya sesuai dengan target yang ditentukan, membuat kemasan yang lebih menarik dan informatif dan menalin kerjasama dengan beberapa pihak dari pemasok bahan baku hingga mitra usaha yang akan membantu proses penjualan produk agar menjangkau lebih banyak konsumen.

## **KESIMPULAN**

Kegiatan proyek desa yang dilakukan di desa belo kecamatan palibelo dengan menjalini kerjasama dengan UMKM uma me'e dalam program pelatihan pembuatan business model canvas bertujuan untuk meningkatkan kesadaran kepada pelaku umkm dan pelaku usaha akan pentingnya membuat dan memiliki suatu rencana bisnis di era globalisasi saat ini. Kegiatan yang dilakukan dalam 4 tahap dari sosialisasi, praktek, evaluasi dan mentoring berjalan lancar dan dapat diselesaikan dengan baik berkat bantuan dari berbagai pihak. Hasil dari penyusunan BMC yang dilakukan, pelaku usaha dapat mengetahui keunggulan dari produk yang dihasilkan dan ciri khas nya yang tidak dimiliki oleh kompetitor lain, menetapkan pihak-pihak yang akan bekerjasama dalam mendukung usaha, menetapkan segmentasi konsumen, dan mengatasi permasalahan- permasalahan yang dihadapi serta menyempurnakan produknya agar memiliki nilai jual yang lebih tinggi dan menjangkau pasar yang lebih luas. Rekomendasi atas edukasi dan pelatihan yang dilakukan adalah terbentuknya kelompok UMKM yang berbentuk koperasi, sehingga mempermudah pelaku UMKM untuk melakukan pemasaran dan pemenuhan bahan baku bahkan permodalan.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Ucapan terimakasih disampaikan kepada kepala Desa Belo dan pelaku usaha yang telah memberi izin dan bekerjasama untuk edukasi dan pelatihan dalam penyusunan bisnis model canvas untuk peningkatan daya saing kelompok UMKM Uma Me,e, La Hutri di desa Belo Kecamatan Palibelo.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Akbar, R.N., Endayani, F., Salsabila, S., Primadani, E. I., (2022). Pengembangan proposisi Nilai Bisnis Melalui Pelatihan Business Model canvas pada Godress Koffie malang. Jurnal pengabdian masyarakat Nusantara (JPkMN). E-ISSN: 27454053. Vol. 3.No.2. Hal. 555-562.
- Mubarak. A., Syamsir, Frinaldi, A., (2022). Penguatan Badan Usaha Milik Negara melalui pelatihan Penyusunan Business Model Canvas. Jurnal pengabdian kepada Masyarakat Dinamisia. Vol. 6. No. 5. Hal. 1283-1290.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. John Wiley and Sons.
- Pramularso, E.Y.,Nurhayaty. E., Susilowati, I.H., Marginingsih R.,(2022). Pelatihan Pembuatan Business Plan dangan menggunakan metode Business model canvas (BMC) pada komunitas Perempuan Indonesia Maju. Jurnal Pengabdian Masyarakat berkemajuan ( Jurnal selaparang). Vol. 6. No. 2. ISSN: 2614-526X