

Pelatihan Penyusunan Bisnis Model Kanvas Untuk Peningkatan Daya Saing Kelompok UMKM Desa Pesa Wawo

Intisari Haryanti¹, Avicena Dhamara Pasha²

^{1,2} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bima, Indonesia

Corresponding Author

Nama Penulis: Intisari Haryanti

E-mail: Intisariharyanti@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari pengabdian masyarakat di Desa Pesa Kecamatan Wawo Kabupaten Bima untuk memberikan wawasan pada pelaku UMKM dalam mengelola bisnis dan 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. Hasilnya Pelaku UMKM dengan memiliki bisnis model canvas dapat membuat tujuan bisnis, menentukan pasar yang sesuai dengan produk atau jasanya pada konsumen, dapat membuat analisis pasar yang sesuai dengan targetnya dan menyesuaikan dengan trend yang berkembang saat ini, melakukan pemetaan terhadap kompetitor atas kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman, dapat menentukan harga jual produk, menentukan BEP serta mengidentifikasi biaya secara tepat.

Kata kunci – Pengabdian Masyarakat, BMC, Keunggulan Bersaing

Abstract

The aim of community service in Pesa Village, Wawo District, Bima Regency is to provide insight to MSME players in managing business and increasing their business competitiveness amidst intense business competition. Business strategy planning using BMC makes it easier for business actors to determine how to achieve their business goals, namely profits and a sustainable and competitive business. This activity was carried out using a participatory method which did not only use the lecture method but the participation of participants in making business plans. So that actors can apply to improve the business strategies that have been created and provide assistance so as to reduce the risk of business failure. As a result, MSME actors by having a canvas business model can create business goals, determine the appropriate market for their products or services to consumers, can make market analyzes that suit their targets and adapt to current developing trends, map competitors' strengths, weaknesses, opportunities and threats, can determine product selling prices, determine BEP and identify costs correctly.

Keywords – Community Service, BMC, Competitive Advantage

PENDAHULUAN

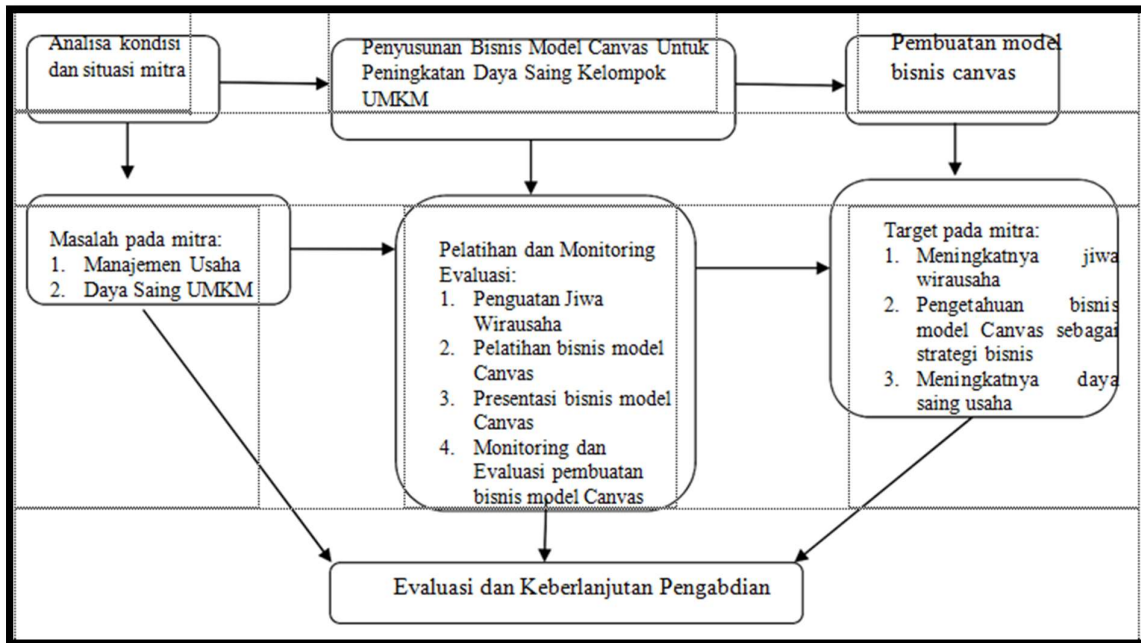
Desa Pesa merupakan salah satu desa di kecamatan Kras Kabupaten Kediri yang memiliki potensi ekonomi dengan memiliki banyak UMKM bidang kuliner, pertanian, peternakan, perkebunan dan jasa. Potensi yang dimiliki oleh Desa Pesa dapat digunakan dalam meningkatkan perekonomian masyarakat. Selain itu dukungan dari Bapak Taufik selaku Kepala Desa Pesa untuk meningkatkan pendapatan masyarakat dengan rumusan kebijakan ekonomi dengan peluang yang bisa dimanfaatkan berdasarkan potensi yang ada serta mengembangkan jiwa wirausaha pada masyarakatnya. Pemanfaatan potensi desa belum maksimal, karena belum ada edukasi dan program-program pelatihan kewirausahaan, oleh sebab itu tim PKM dari Mahasiswa KKN Stie Bima berinisiatif membuat program pemberdayaan masyarakat yang dapat mengangkat perekonomian desa. Tujuan dari pemberdayaan masyarakat untuk menciptakan sumber daya manusia di desa menjadi insan yang memiliki kemampuan pengelolaan usaha sehingga masyarakat memiliki jiwa wirausaha dengan memanfaatkan potensi lokal disertai dengan inovatif dan kreativitas untuk menghasilkan produk dengan nilai jual tinggi dan memiliki daya saing.

Upaya yang harus dilakukan oleh wirausaha khususnya di desa Pesa dengan melakukan perencanaan bisnis yang sering disebut dengan business plan. Perencanaan yang dilakukan sebagai penentu keberhasilan berwirausaha dan menekan kerugian yang diterima (Suprpto et al., 2018). Selain itu, pelaku bisnis juga harus memiliki strategi untuk bisa bersaing dengan bisnis yang sejenis dengan keunggulan bersaing (Sunarsi et al., 2021), keunggulan bersaing dapat berupa inovasi produk, layanan, proses, teknologi atau struktur organisasi. Berdasarkan pada situasi dan permasalahan yang dijabarkan diatas, permasalahan mitra sebagai berikut: 1). Masih rendahnya jiwa wirausaha bagi pelaku bisnis di Desa Pesa sehingga sering mengalami hambatan dalam melakukan inovasi dan daya kreativitas pada produk yang dihasilkan; 2). Keterbatasan pengetahuan tentang pengelolaan bisnis seperti pemasaran, pengelolaan produksi, strategi bisnis dan pengelolaan keuangan.

Oleh karena itu, program pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh Mahasiswa KKN Stie Bima untuk memberikan solusi dalam pengelolaan bisnis UMKM dengan memberikan pelatihan penyusunan bisnis model canvas yang bertujuan untuk meningkatkan daya saing UMKM pada mitra. Model Bisnis Canvas merupakan sebuah model bisnis yang dijalani oleh pelaku bisnis dengan menerapkan 4 poin utama yaitu nilai 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 menjangkau pasar yang lebih luas dengan perencanaan yang tepat dan matang (Osterwalder & Pigneur, 2010).

METODE

Tempat pelaksanaan pengabdian pada Desa Pesa Kecamatan Wawo Kabupaten Wawo. Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan dengan memberikan pelatihan model bisnis canvas dan daya saing bagi pelaku UMKM dengan menggunakan metode ceramah pembuatan bisnis model canvas dan monitoring dan evaluasi implementasinya untuk meningkatkan daya saing UMKM. Pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan cara: 1). Pada tanggal 9 Januari 2023 dengan memberikan ceramah berkaitan dengan model bisnis canvas serta praktek pembuatan model bisnis canvas. Peserta diberi wawasan kewirausahaan dan cara pengisian 9 kolom pada bisnis model canvas.



Gambar 1.
Prosedur Kerja Pelaksanaan Pengabdian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pengabdian diawali dengan pengenalan maksud dan tujuan dari kegiatan ini yang mendapatkan sambutan baik oleh Pemerintah Desa dan ibu-ibu pelaku UMKM. Kami melakukan diskusi awal berkaitan dengan bisnis apa saja yang ada di Desa Pesa, berapa lama bisnis tersebut sudah berjalan, bagaimana manajemen usahanya termasuk pemasaran, keuangan dan operasionalnya. Kegiatan kami yang kedua adalah melakukan analisa situasi, dimana kami melakukan diskusi secara natural dan penuh keakraban serta ditanggapi antusias oleh pelaku UMKM. Jenis UMKM di Desa Pesa antara lain kuliner, Wakop, dan pertanian.. Berdasarkan pada hasil analisa situasi dan kebutuhan diputuskan untuk memberikan pelatihan penyusunan model bisnis canvas kepada pelaku UMKM yang dilakukan tatap muka. Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan atas 9 blok dalam bisnis canvas, meningkatkan ketrampilan dalam merancang dan membangun bisnis berkelanjutan, memberikan wawasan untuk mengembangkan bisnis yang sudah dijalani agar memiliki daya saing bisnis ditengah era digital. Alokasi waktu pelatihan selama 30, adapun materi yang diberikan antara lain pengertian bisnis model canvas, 9 blok bisnis model canvas dan praktek pembuatan bisnis model canvas.

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 9 Januari 2023, peserta diberi pemahaman terkait bagaimana bisnis seharusnya dijalankan dengan menggunakan 9 elemen BMC meliputi value proposition (nilai proporsi), customer segments (segmen pelanggan), channels (saluran menuju pelanggan), customer 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 diawali dengan brainstorming berkaitan dengan apa saja yang telah dilakukan dan permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM sehingga peserta tertarik, seru, semangat, antusias, interaktif dan komunikatif sehingga memudahkan pemahaman bagi peserta. Pemateri menjelaskan elemen BMC yang diikuti oleh peserta dengan mengisi 9 elemen diawali value proposition (nilai proposi) dimana peserta diminta mengisi keunikan dari produk/ jasa yang dibuat sehingga dipilih oleh pelanggan karena dianggap dapat menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh konsumen. Keunikan ini harus ditonjolkan dibandingkan kompetitor yang lain dan tahu keinginan konsumen. 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.

Selanjutnya customer segments (segmen pelanggan), pelaku UMKM harus mengetahui siapa yang akan menggunakan produk atau jasanya. Segmen pelanggan mana yang mampu membeli atas produk/ jasa sehingga lebih fokus saat memberikan pelayanan, oleh karena itu pelaku UMKM harus dapat memilih dan memilah pelanggan yang dilayani secara maksimal. Channels (saluran menuju pelanggan) merupakan elemen terpenting bagaimana pelaku UMKM menyampaikan nilai proposinya kepada pelanggan. Channels dapat digunakan untuk meningkatkan kesadaran pelanggan menilai, membeli produk atau jasa, menyampaikan produk dan jasa serta purna jualnya. Channels yang dapat digunakan oleh pelaku UMKM desa Pesa seperti facebook, Instagram, tik tok dan whatsapp.

Pada elemen customer 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. Pelaku UMKM dalam menjalin hubungan dengan konsumen menggunakan facebook dan whatsapp. Key resources (sumber daya kunci) dimana pelaku UMKM menggambarkan sumber daya yang dimiliki seperti sumber daya fisik (bangunan, peralatan dan kendaraan) modal, aset intelektual (merk, hak paten, data base pelanggan), sumber daya manusia. Asset yang dimiliki dapat menunjang keberhasilan operasional bisnis dan mewujudkan nilai proposi yang ditawarkan atau dijanjikan pada konsumen.

Key activities (Kegiatan-kegiatan kunci) menggambarkan aktivitas penting yang dilakukan oleh pelaku UMKM baik secara operasional dan solusi atas masalah yang sering timbul. Key activities ini berperan penting dalam mewujudkan nilai proposi, membina hubungan dengan konsumen, dan memperoleh pendapatan. Pada key activities, pelaku UMKM paling tidak memiliki standar minimal setiap aktivitas bisnisnya. Key partners (mitra kunci) merupakan hal yang penting dilakukan oleh pelaku UMKM menjalin mitra kerjasama untuk mengurangi resiko kerugian dan sumber daya yang dimiliki. Selama ini yang telah dilakukan oleh pelaku UMKM menjalin hubungan antara pembeli dan supplier. Mitra kunci pelaku UMKM bidang roti kering dengan menjalin kerjasama toko bahan baku roti, wedding organizer berkaitan dengan souvenir yang berisi dengan roti kering seperti saat hajatan di Desa Pesa, kelompok pengajian, pengelola grup facebook kuliner, dan tukang ojek untuk melakukan pengantar produk.

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 yang dilakukan oleh pelaku UMKM adalah biaya bahan baku, biaya produksi, biaya paket data dan transportasi. Revenue streams (aliran pendapatan) merupakan aliran dana yang masuk dari setiap customer segments. Pendapatan yang diterima dapat berupa pendapatan transaksional seperti penjualan penjualan jasa dan produk, dan pendapatan yang berulang (recurring) seperti penyewaan mesin, langganan atau keanggotaan.



Gambar 2.

Pembahasan BMC Pada 5 Pelaku Usaha di Desa Pesa



Gambar 3.

Proses pendampingan dan pengisian BMC

Dari hasil pemaparan materi dan diskusi, terdapat permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM mulai dari kesulitan menentukan nilai lebih dan segmen untuk produk atau jasanya sehingga ada kejenuhan dari konsumen, pada struktur pembiayaan tidak ada pemisahan antara keuangan usaha dan keuangan rumah tangga sehingga dapat menghambat kemajuan bisnisnya. Setelah pelaku UMKM membuat dan mengisi bisnis model canvas dapat melakukan kerjasama dan melakukan evaluasi diri serta menjalankan bisnisnya sesuai dengan rencana bisnis yang dibuat dapat meningkatkan pendapatan maupun skala pemasarannya. Pelaku UMKM dengan memiliki bisnis model canvas dapat membuat tujuan bisnis, menentukan pasar yang sesuai dengan produk atau jasanya pada konsumen, dapat membuat analisis pasar yang sesuai dengan targetnya dan menyesuaikan dengan trend yang berkembang saat ini, melakukan pemetaan terhadap kompetitor atas kekuatan, kelemahan, peluang

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

dan ancaman, dapat menentukan harga jual produk, menentukan BEP serta mengidentifikasi biaya secara tepat.

Pelaku UMKM di Desa Pesa harus memiliki jiwa wirausaha yang berkaitan dengan inovasi dan keunggulan bersaing. Pelaku harus selalu berorientasi pada konsumen sehingga memungkinkan dapat memberikan solusi atas masalah yang dihadapi dengan memasukan preferensi dan perilaku pembelian saat melakukan inovasi produk atau jasa (Simamora & Yusmalinda, 2021). Pelaku UMKM dapat memanfaatkan BMC yang berorientasi pada pasar serta inovasi akan mempermudah meraih loyalitas pelanggan dan agar dapat berkompetisi dengan pesaing. Selain itu dengan BMC dapat mempersiapkan perubahan internal dan eksternal yang akan berperan dalam keunggulan kompetitif untuk keberlangsungan bisnis. Inovasi yang berkelanjutan dengan orientasi pasar dapat membentuk nilai yang sama atau lebih tinggi dibandingkan harga yang ditentukan.

KESIMPULAN

Pengabdian Masyarakat berkaitan dengan penyusunan BMC dapat membantu pelaku UMKM dalam menjalankan operasionalnya dan mengambil keputusan baik secara praktis dan strategis sehingga mengurangi resiko kerugian dalam bisnis. Pelaku UMKM memahami betapa pentingnya perencanaan dalam menjalankan bisnis walaupun bisnis mereka telah berjalan. Pelaku UMKM menyadari bahwa yang selama ini yang dilakukan hanya menjual produk atau jasa tanpa pernah memperhitungkan nilai pembeda produk, siapa yang menjadi segmentasinya serta membuat bisnis karena meniru dapat berakibat stagnasi pada penjualan bahkan menyebabkan gulung tikar bisnisnya. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan daya saing UMKM desa Pesa. Saran untuk kegiatan selanjutnya adalah melakukan pendampingan secara berkelanjutan sehingga terjadi transfer knowledge dan tukar pengalaman diantara pelaku UMKM. Simpulan dituliskan secara kritis, cermat, logis dan jujur berdasarkan fakta yang diperoleh. Saran berkait dengan pelaksanaan atau hasil Pengabdian kepada Masyarakat, Saran jangan terkesan mangada-ada. Yang dapat kami berikan atas pengabdian yang dilakukan adalah terbentuknya kelompok UMKM yang berbentuk koperasi atau BUMDES, sehingga mempermudah pelaku UMKM untuk melakukan pemasaran dan pemenuhan bahan baku bahkan permodalan.

DAFTAR PUSTAKA

- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. John Wiley and Sons.
- Simamora, J. M., & Yusmalinda. (2021). Pengaruh Service Excellence Dan Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Cv Bersinar Pematangsiantar. *Strategic:Journal of Management Sciences*, 1(1), 9-19.
- Sunarsi, D., Hidayat, D., Maddinsyah, A., Suryani, N. L., & Komarudin. (2021). Penyuluhan Wirausaha Untuk Meningkatkan Ekonomi Keluarga Dengan Daur Ulang Barang Bekas Desa Mekarsari Kabupaten Bogor. *Jurnal PADMA: Pengabdian Dharma Masyarakat*, 1(1), 153-157.
- Suprpto, A. H., Rusdi, M., & Paryono. (2018). Pelatihan Pembuatan Proposal Rencana Bisnis (Business Plan) Bagi Siswa Madrasah Tsanawiyah Nurul Hikmah Dan Smp Al-Ihsan Guna Meningkatkan Kemampuan Berwirausaha. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (ABDIMAS)*, 01(02), 81-88.