

## **Pendampingan Pengembangan Usaha UMKM Baru Dengan Model Bisnis Canvas**

**Fadli<sup>1</sup>, Suryadi<sup>2</sup>, Ade Firmansyah Tanjung<sup>3</sup>, Barmawi<sup>4</sup>, Amalia Azzahra<sup>5</sup>, Juli  
Mustika<sup>6</sup>**

*<sup>1,2,3,4,5,6</sup> Prodi Agribisnis Fak. Pertanian Universitas Malikussaleh, Indonesia*

### **Corresponding Author**

**Nama Penulis:** Fadli

**E-mail:** [fadli@unimal.ac.id](mailto:fadli@unimal.ac.id)

### **Abstrak**

*Berbagai ancaman dalam dunia persaingan usaha memberikan dampak yang dapat menyebabkan terjadinya keterpurukaan ekonomi sehingga para pelaku usaha memerlukan strategi untuk menjalankan usahanya. Metode pelaksanaan dirancang untuk pendampingan yang berupa pendekatan partisipatif dan mangacu pada proses pembelajaran orang dewasa tentang Bisnis Canvas Model. Lokasi pengabdian masyarakat diambil pada daerah Kabupaten Aceh Utara mengingat lokasi Fakultas Pertanian Universitas Malikussaleh. Metode pelaksanaan dirancang untuk pendampingan yang berupa pendekatan partisipatif dan mangacu pada proses pembelajaran orang dewasa (adult-learning) yang terdiri dari: (1) Pemaparan materi yang dilengkapi dengan Power Pointpresentation dan material simulasi terkait konsep Bisnis Canvas Model, (2) diskusi mendalam, (3) Pelatihan penyusunan Bisnis Canvas Model untuk UMKM baru untuk menghadapi tantangan new normal, dan (4) Evaluasi dampak kegiatan terhadap pelaku UMKM bari di Aceh Utara. Pada kegiatan ini, pelaku usaha diberi pemahaman terkait bagaimana bisnis seharusnya dijalankan dengan menggunakan 9 elemen BMC 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). Target luaran yang ingin dicapai dari kegiatan ini adalah: (1) Publikasi ilmiah pada jurnal pengabdian Internasional, (2) Publikasi kegiatan pada media cetak atau online, (3) Surat Perjanjian Kerja Sama dengan Mitra, dan (4) Naskah Bisnis Canvas Model untuk usaha UMKM baru.*

**Keywords-** BMC, Dunia Persaingan Usaha, UMKM

### **Abstract**

*Various threats posed by business competition can result in economic downturns, necessitating the formulation of effective strategies by business actors. The implementation method adopts a participatory approach based on the adult learning process, with the focus being on the Business Canvas Model. The North Aceh Regency area has been chosen for community service in view of the location of the Faculty of Agriculture at Malikussaleh University. The implemented methodology is intended to offer assistance in the form of a participatory approach and pertains to the adult-learning process. It encompasses: (1) Delivery of material supported with PowerPoint presentations and simulation materials related to the Business Canvas Model concept, (2) Extensive discussions, (3) Instruction on the preparation of the Business Canvas Model for new MSMEs to confront the challenges of the new normal, and (4) Evaluation of the effects of activities on new MSME actors in North Aceh. During this activity, participants gained insight into the 9 BMC components necessary for successful business management, namely: value proposition, customer segments, channels, customer relationships, key resources, key activities, key partnerships, revenue streams, and cost structures. The expected outcomes of the activities were also defined as target outputs.*

**Keywords -** BMC, World of Competition, UMKM

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

## **PENDAHULUAN**

Dunia persaingan usaha telah mempengaruhi sistem/tatanan kehidupan masyarakat di Indonesia (Fadli, 2020). Banyak para pekerja yang kehilangan pekerjaannya, mulai dari para karyawan perusahaan sampai dengan wirausahawan. Berbagai ancaman dalam dunia persaingan usaha seperti Pandemi COVID-19, inflasi, ketidakstabilan ekonomi daerah, dan tingginya angka pengangguran memberikan dampak yang dapat menyebabkan terjadinya keterpurukan ekonomi. Pada masa ini, banyak pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang mengalami kendala usaha bahkan ada yang terpaksa berhenti beroperasi untuk sementara atau selamanya.

Untuk dapat bertahan pada Dunia persaingan usaha ini tentunya para pelaku usaha memerlukan strategi dan perencanaan bisnis yang matang sehingga kedepannya para pelaku UMKM sukses dalam menjalankan usahanya (Fadli et al., 2022). Tidak hanya itu pengelolaan manajemen bisnis yang baik juga berpengaruh terhadap keberhasilan suatu usaha. Ketahanan dalam menghadapi hambatan yang akan datang mejadi faktor penting dalam berjalannya suatu usaha/bisnis (Valerio et al, 2014).

Universitas Malikussaleh (UNIMAL) sebagai perguruan tinggi negeri di Aceh Utara mempunyai potensi dalam menyelesaikan permasalahan UMKM baru di Dunia persaingan usaha. Universitas Malikussaleh melalui sumber dana Hibah PNPB yang diselenggarakan bersama lembaga LPPM Unimal memiliki fokus untuk menyelesaikan permasalahan yang terjadi di wilayah Aceh Utara. Disisi lain, UNIMAL memiliki banyak akademisi dengan integritas tinggi yang dapat diberdayakan untuk menyelesaikan permasalahan prioritas di wilayah Aceh Utara (Fadli et al., 2020). Salah satu program sesuai untuk menjawab permasalahan UMKM di Aceh Utara adalah program pengabdian kepada msyarakat. Secara khusus, tim pengusul melalui program pengabdian kepada masyarakat akan berusaha memecahkan persoalan tersebut. Untuk mencegah terjadinya kesalahan dalam menjalankan usaha maka perlu adanya suatu strategi untuk tetap bertahan ditengah kesulitan dengan tetap menjalankan usaha, tetap memproduksi barang/jasa, dan menjual ke target dan segmen pasar yang dituju sesuai dengan perencanaan usaha. Pemahaman tentang segmentasi dan target pasar merupakan point penting dalam menjalankan usaha. Strategi pemasaran juga merupakan suatu hal yang tidak bisa diabaikan karna strategi pemasaran juga merupakan suatu indikator keberhasilan sebuah usaha ditengah-tengah di Dunia persaingan usaha.

## **METODE**

### **Lokasi Pengabdian**

Lokasi pengabdian masyarakat dilakukan di daerah Kabupaten Aceh Utara mengingat lokasi Fakultas Pertanian Universitas Malikussaleh yang terletak di Kabupaten Aceh Utara, maka diharapkan dapat memberikan kontribusi langsung terhadap permasalahan pada Dunia persaingan usaha yang dihadapi oleh UMKM baru di Aceh Utara.

### **Metode Pelaksanaan Kegiatan**

Metode pelaksanaan dirancang untuk pedampingan yang berupa pendekatan partisipatif dan mangacu pada proses pembelajaran orang dewasa (adult-learning) yang terdiri dari: (1) Pemaparan materi yang dilengkapi dengan Power Pointpresentation dan material simulasi terkait konsep Bisnis Canvas Model, (2) diskusi mendalam, (3) Pelatihan penyusunan Bisnis Canvas Model untuk UMKM baru untuk menghadapi tantangan new normal, dan (4) Evaluasi dampak kegiatan terhadap pelaku UMKM bari di Aceh Utara.

### **Tahapan Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat**

Pada tahap awal akan dipaparan materi tentang apa itu Bisnis Canvas Model dan apa kegunaannya. Bisnis model adalah sebuah prototipe bisnis atau blue print yang mampu memberikan gambaran sederhana seperti apa bisnis akan dijalankan dan bagaimana bisnis tersebut dapat dikembangkan. Business model merupakan blueprint dari sebuah strategi yang mengarahkan apa yang harus dijalankan pada sebuah bisnis tersebut. Pengertian dari business model dapat dipilih

menjadi tiga kelompok. yaitu pertama. business model sebagai metode atau cara untuk menciptakan nilai. Kedua. business model dilihat dari komponen (elemen) seperti produk. pelanggan. manfaat dan pendapatan. aset. serta pengetahuan. Ketiga. business model sebagai strategi bisnis. digunakan sebagai alat untuk merumuskan strategi bisnis (Insana, 2020).

#### Partisipasi Mitra Pengabdian Kepada Masyarakat

Peran mitra dalam kegiatan pengabdian ini adalah sebagai peserta yang turut aktif dalam setiap kegiatan pengabdian yang akan dilaksanakan. Tahap selanjutnya adalah evaluasi dampak pendampingan terhadap pengetahuan pelaku UMKM baru tentang strategi usaha menggunakan alat BMC (Bisnis Canvas Model).

#### Evaluasi Hasil Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Instrumen untuk menilai dampak kegiatan adalah kuisioner dengan pertanyaan tertutup (telah disediakan pilihan jawaban) mengenai pemahaman peserta pendampingan tentang materi dan praktek yang disampaikan dalam pelatihan ini dalam bentuk pre tes dan pos test.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dengan melakukan sosialisasi dan pendampingan mengenai pengembangan usaha UMKM dengan menggunakan Model Bisnis *Canvas*. Untuk melakukan pengembangan dengan menggunakan Model Bisnis *Canvas* maka terdapat 9 elemen yang harus digunakan yaitu *customer segmen*, *value propositions*, *channels*, *customer relation*, *revenue streams*, *key resources*, *key activities*, *key partners*, dan *cost structure*. Pengembangan UMKM dengan menggunakan Model *Canvas* Model dapat membantu pengusaha untuk merancang perencanaan proses UMKM dan menetapkan serta memvalidasi poin penting dalam UMKM seperti; sumber daya, aktivitas, hubungan yang akan dijalin dengan pihak terkait, pendapatan, hingga pengeluaran yang harus dikeluarkan.



Gambar 1.

Penandatanganan MoU pada UMKM Kopi Disini

UMKM sebagai salah satu sektor usaha yang memiliki peran sangat penting bagi perekonomian masyarakat. UMKM merupakan agen perubahan yang dapat memajukan masyarakat dalam membawa inovasi dengan perubahan secara berkelanjutan, sehingga berdampak pada meningkatnya kreativitas para wirausaha, maka dari itu pengembangan pada UMKM sangat diperlukan. Sayangnya beberapa UMKM tidak memiliki alat yang strategis untuk dapat mengembangkan bisnis/pasar mereka. Selain itu persaingan pada industri yang juga semakin ketat membuat para pelaku usaha harus tanggap untuk memahami dengan benar mengenai jenis produk apa yang sebenarnya dibutuhkan oleh pasar, seberapa besar atau kecil pasar, kapan produk itu

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

dibutuhkan dan bagaimana cara mengirimkan produk tersebut. Dengan menggunakan Model *Canvas* Model diharapkan dapat menjadi sarana untuk meningkatkan keterampilan dalam mengembangkan usahanya.

Pelaksanaan pengabdian diawali dengan pengenalan maksud dan tujuan dari kegiatan ini yang mendapatkan sambutan baik dari pelaku usaha. Selanjutnya tim pengabdian melakukan analisa situasi, dimana tim pengabdian dan pelaku usaha melakukan diskusi secara natural dan penuh keakraban. Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan atas 9 elemen 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.

<p>Key partners</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Pavah Bilang Roastery</u> (pemasuk bahan baku kopi)</li> <li>• <u>Gran Sidney</u> (pemasuk bahan minuman varian)</li> <li>• <u>Sinar Arun</u> (pemasuk bahan baku penunjang)</li> <li>• <u>Moji Water</u> (pemasuk air dan es batu)</li> </ul>	<p>Key activities</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Pengadaan Bahan Baku</u></li> <li>• <u>Proses Produksi</u></li> <li>• <u>Penjualan Produk</u></li> <li>• <u>Perawatan Alat dan Mesin</u></li> </ul> <p>Key resources</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Sumber Daya Manusia (Tenaga Kerja)</u></li> <li>• <u>Sumber Daya Alam (Bahan Baku Kopi)</u></li> <li>• <u>Sumber Daya Finansial (Modal Usaha)</u></li> <li>• <u>Sumber Daya Fisik (Gerai, Mesin Kopi, Grinder, Roasting, Meja, Kursi, AC, Komputer, Photo Genic)</u></li> <li>• <u>Sumber Daya Intelektual (Pendidikan Formal dan Pendidikan Non Formal)</u></li> </ul>	<p>Value Proposition</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Bahan Baku fresh dan Berkualitas, Kemasan Produk, Izin Usaha (NIB), Non Pengawet, Varian Rasa, Kenyamanan Tempat.</u></li> </ul>	<p>Customer relationship</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Pelayanan (Konsultasi)</u></li> <li>• <u>Produk (Ketahanan Produk)</u></li> <li>• <u>Promosi (TikTok, Instagram, Facebook, Brosur)</u></li> <li>• <u>Promo (Setiap Hari Jadi Kopdis dan Melalui Member Card)</u></li> </ul> <p>Channels</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Saluran Pemasaran Langsung (Kopi Disini langsung ke konsumen)</u></li> <li>• <u>Pemasaran Tidak Langsung (Media Sosial - Instagram, Facebook)</u></li> </ul>	<p>Customer segments</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Gender (Laki-laki dan Perempuan)</u></li> <li>• <u>Usia (Remaja – Dewasa)</u></li> <li>• <u>Profesi (Semua Kalangan Profesi)</u></li> <li>• <u>Tingkatan Sosial (Semua Kalangan Tingkatan Sosial)</u></li> <li>• <u>Lokasi Potensial Penjualan (Dewantara, Muara Batu, Muara Satu)</u></li> </ul>
<p>Cost structure</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Biaya Tetap</u></li> <li>• <u>Biaya Variabel</u></li> </ul>	<p>Revenue streams</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Penjualan Produk</u></li> <li>• <u>Penjualan Biji Kopi</u></li> </ul> <p>Sistem Pembayaran : Tunai dan Non Tunai</p>			

Keterangan: Dipertahankan, Diciptakan, Ditingkatkan.

**Gambar 2.**

Bisnis Canvas Model UMKM Kopi Disini

Pelaku usaha 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).

*Value proposition* (nilai proposi) dimana pelaku usaha diminta mengisi keunikan dari produk yang dibuat. Keunikan ini harus ditonjolkan dibandingkan kompetitor yang lain dan tahu keinginan konsumen. Nilai proposi ini bisa gabungan antara produk dan layanan yang menciptakan nilai tambah dari produk itu sendiri. Dalam menjalankan UMKM ini Kopi Disini menggunakan bahan baku yang fresh dan berkualitas, memiliki izin usaha dan memiliki varian rasa minuman dan makanan yang beragam serta daya tarik yang paling menonjol dari UMKM ini adalah tempatnya yang strategis serta memiliki kenyamanan tempat baik untuk indoor dan outdoornya.

*Customer segments* (segmen pelanggan), pelaku UMKM harus mengetahui siapa yang akan menggunakan produk atau jasanya. Segmen pelanggan mana yang mampu membeli atas produk sehingga lebih fokus saat memberikan pelayanan, oleh karena itu pelaku UMKM harus dapat memilih dan memilah pelanggan yang dilayani secara maksimal. Produk yang dijual pada UMKM ini dapat dikonsumsi oleh semua kalangan dan profesi.

*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, dan menyampaikan produk. Pada UMKM Kopi Disini memiliki saluran pemasaran langsung yaitu berupa customer langsung datang ke penjual, sedangkan untuk penjualan tidak langsung dilakukan dengan menggunakan media sosial berupa instagram dan facebook.

*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 baru pada pelanggan baru dan lama. Pelaku UMKM dalam menjalin hubungan dengan konsumen dengan menggunakan media sosial seperti facebook, instagram dan tiktok. Selain itu untuk mempertahankan para konsumen UMKK Kopi Disini melakukan promo setiap tanggal berdirinya Kopi Disini melalui *Member Card*.

*Key resources* (sumber daya kunci) dimana pelaku UMKM menggambarkan sumber daya yang dimiliki seperti sumber daya fisik (bangunan, peralatan dan kendaraan) modal, asset 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. Pada UMKM Kopi Disini memiliki sumber daya manusia berupa tenaga kerja, sumber daya alam berupa bahan baku kopi, sumber daya finansial berupa modal usaha dan sumber daya fisik berupa gerai, mesin kopi, grinder, roasting, meja, kursi, AC dan Komputer.

*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. Pada elemen ini pelaku UMKM memperhatikan beberapa poin penting seperti melakukan pengadaan bahan baku secara maksimal agar bahan baku tetap terjaga kualitas dan kuantitasnya, proses produksi yang terjaga, penjualan produksi yang optimal serta perawatan alat dan mesin yang digunakan selama proses produksi.

*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. Dalam pengadaan bahan baku berupa kopi, UMKM Kopi disini membeli bahan baku dari Payah Bilang Roastery, untuk pemasok bahan minuman varian UMKM Kopi Disini membeli dari Gran Sidney dan untuk bahan penunjang lainnya UMKM Kopi disini mendapatkan dari Sinar Arun dan Moji Water.

*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 dan biaya produksi.

*Revenue streams* (aliran pendapatan) merupakan aliran dana yang masuk dari setiap customer segments. Pendapatan yang diterima oleh UMKM Kopi Disini berasal dari penjualan produk dan penjualan biji kopi. Untuk sistem pembayaran pada UMKM Kopi Disini dapat dilakukan dengan tunai dan non tunai.

### **Pengaruh dan Dampak Kegiatan**

Kegiatan pengabdian ini dilakukan dalam rangka mendorong pelaku UMKM untuk 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 dan ancaman, dapat menentukan harga jual produk, menentukan BEP serta mengidentifikasi biaya secara tepat. Selain itu dengan menggunakan BMC,

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

pelaku UMKM dapat mempersiapkan perubahan internal dan eksternal yang akan berperan dalam keunggulan kompetitif untuk keberlangsungan bisnis.



Gambar 3.

Pendampingan pemetaan BMC pada usaha Kopi Disini

### Luaran Pengabdian

Kegiatan pengabdian ini diharapkan akan terus berlanjut dan dapat memberikan kontribusi yang nyata pada permasalahan UMKM sekitar kampus. Para pelaku UMKM dapat berperan aktif dalam mengikuti program ini untuk meningkatkan kapasitas mereka dalam mengembangkan bisnis mereka agar bisa bersaing dengan produk lain. Respon peserta pengabdian terhadap kegiatan ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1.

Isi Pertanyaan Angket Kepuasan Peserta Pengabdian.

Pertanyaan	Ya	Tidak
Apakah anda merasa bahwa kegiatan ini bermanfaat bagi anda	25	0
Apakah anda lebih memahami tentang pengembangan UMKM dengan Model Bisnis Canvas setelah mengikuti acara ini, Jika tidak apa alasannya?	20	5
Apakah anda merasa kegiatan ini harus dilanjutkan di masa yang akan datang, Jika tidak apa alasannya?	20	5
Apakah anda tertarik untuk mulai mendalami pengembangan UMKM dengan Model Bisnis Canvas	15	10

Berdasarkan angket yang disebarakan selama pelatihan terlihat bahwa peserta pengabdian merasa bahwa kegiatan ini sangat bermanfaat bagi mereka. Sebahagian besar peserta menjawab sangat tertarik dengan adanya pelatihan dan pendampingan selama masa pengabdian berlangsung. Mereka terus memberikan pertanyaan dan mencatat mengenai keseluruhan kegiatan. Kegiatan ini akan membantu pelaku UMKM dalam permasalahan yang mereka alami.

### KESIMPULAN

Kegiatan sosialisasi dan pendampingan ini dilakukan dalam rangka mendorong pelaku UMKM untuk tetap dan terus menerus melakukan pengembangan UMKM secara mandiri, sehingga para pelaku UMKM dapat berinovasi dan mengatasi permasalahan yang terjadi pada UMKM selama ini. Pelaku usaha 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). Kegiatan pengabdian ini dilakukan dalam rangka mendorong pelaku UMKM untuk 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 telah 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. Kegiatan ini sangat disambut baik oleh pelaku UMKM Kopi Disini.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Pengabdian masyarakat ini dapat dilaksanakan dengan baik berkat bantuan berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu khususnya lembaga Penerimaan Negara Bukan Pajak (PNBP) yang telah mendanai kegiatan pengabdian ini.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Fadli, Emmia, T., Akbar, K., Rahman, A., & Piliang, A. A. (2022). Arabica Coffee Processed Product Development Strategy in Central Aceh District. *IJEBAS Journal*, 2(6), 1300–1314.
- Fadli, Suryadi, Tambarta, E., 2020. Kendala Pemasaran Kopi Arabika Pada Masa Pandemi Covid 19 Di Aceh Tengah. *J. bisnis tani* 6, 115–122.
- Fadli, Tambarta, E., & Sinta, I. (2020). Improvement Of Marketing Strategy With Training Of Gayo Arabica Coffee Promotion Video Design. *Irpitage Journal*, 2(1), 33–38.
- Hadiastuty. H. 2013. Model Bisnis Usaha Garam Rakyat Di Kabupaten Rembang. Institut Pertanian Bogor.
- Tambarta, Emmia. 2016. Analysis Added-Value And Development Strategic of Gayo Coffe Products in Bener Meriah Aceh. *IJSR Vol* (5).
- Valerio, A., Parton, B. & Robb, A. 2014. Entrepreneurship education and training program around the world: Dimension for success. Washington, D.C. : The World Bank.
- Zahara, H. ., Fadli, F., Tambarta, E. ., & Sinta, I. . (2021). Improving Working Age Youth Entrepreneurs Skills With Product Quality Improvement Training And Cupping Coffee Tests To Face New Normal Challenges In North Aceh. *Irpitage Journal*, 2(1), 7–14.