



## **PENINGKATAN PENGETAHUAN BISNIS MELALUI PELATIHAN PENYUSUNAN *BUSINESS MODEL* KANVAS PADA UMKM RENGGINANG DI KELURAHAN RONTU KOTA BIMA**

**Kartin Aprianti<sup>a\*</sup>, Dwi Alladin<sup>a</sup>, Ainun Wulandari<sup>a</sup>**

<sup>a</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima

Email: [kartinaprianti93@gmail.com](mailto:kartinaprianti93@gmail.com)<sup>a\*</sup>

### ***ABSTRACT***

*The aim of education and training in preparing a business canvas model is to provide insight into Rengginang MSME business actors in managing their business and increasing the competitiveness of their business amidst intense competition. Business strategy planning using the canvas business model can make it easier for business actors to determine how to achieve their business goals, namely profits and a sustainable business that has competitiveness. The aim of this community service is to provide education about business and business planning as well as assist Rengginang MSMEs in preparing and optimizing their business development plans. The method used is to carry out community service in the form of direct outreach by visiting the homes of MSME actors. This socialization was realized in the form of lectures related to material and training on creating a Business Model Canvas (BMC). The results obtained by Rengginang MSMEs can make business plans by creating a Business Model Canvas (BMC)*

*Keywords: Business Model Canvas, MSMEs, business knowledge, BMC*

### **ABSTRAK**

Tujuan dari edukasi dan pelatihan penyusunan bisnis model canvas yaitu untuk memberikan wawasan pada pelaku usaha UMKM rengginang dalam mengelola bisnis dan meningkatkan daya saing usahanya di tengah persaingan yang ketat. Perencanaan strategi bisnis dengan menggunakan bisnis model canvas dapat mempermudah pelaku usaha menentukan cara untuk mencapai tujuan bisnisnya yaitu keuntungan dan bisnis yang berkesinambungan serta memiliki daya saing. Tujuan pengabdian masyarakat ini adalah untuk memberikan edukasi mengenai bisnis dan perencanaan bisnis serta membantu pelaku UMKM rengginang dalam menyusun dan mengoptimalkan perencanaan pengembangan bisnisnya. Metode yang digunakan adalah melaksanakan pengabdian masyarakat dalam bentuk sosialisasi secara langsung dengan mendatangi rumah pelaku UMKM. Sosialisasi ini diwujudkan dalam bentuk ceramah terkait materi dan pelatihan pembuatan Bisnis Model Canvas (BMC). Hasil yang diperoleh pelaku UMKM rengginang dapat membuat perencanaan bisnis dengan pembuatan Bisnis Model Canvas (BMC)

Kata kunci : Bisnis Model Kanvas, UMKM, pengetahuan bisnis, BMC

## **1. PENDAHULUAN**

Kelurahan Rontu merupakan kelurahan yang terletak di kecamatan Raba, Kota Bima, Provinsi Nusa Tenggara Barat, dengan luas wilayah 4,74 km<sup>2</sup>, jumlah

*Received Januari 9, 2024; Revised Januari 15, 2024; Accepted Januari 25, 2024*

penduduk di kelurahan Rontu sebanyak 3.220 jiwa dengan jumlah penduduk berjenis kelamin laki-laki sebanyak 1.596 jiwa, perempuan 1.624 jiwa, mata pencaharian utama penduduk masyarakat kelurahan Rontu antara lain. Mayoritas mata pencaharian penduduk adalah sebagai pengumpul sampah, tukang batu dan petani sayur. Salah satu hasil tani adalah kangkung, ubi dan singkong, dan kemudian di pasarkan di pasar.

Daerah yang akan menjadi sasaran dalam program ini adalah Kelurahan Rontu, satu jenis usahayang berada di kelurahan rontu kecamatan raba kota bima, luas wilayah 4,74 km, mayoritas penduduk bermata pencaharian sebagai petani sayur dengan melakukan penjualan perikat, dengan target penjualan, kondisi perekonomian di kelurahan rontu awalnya hanya berpusat pada objek potensi kuliner khas yang dihasilkan. Khusus untuk potensi kuliner khas saat ini masyarakat Rontu mengolah Rengginang dan pangaha bunga. Oleh karena itu dengan adanya proyek desa ini diharapkan kondisi perekonomian unit unit usaha dan masyarakat di keluarahan Rontu dapat meningkat yaitu dengan cara memanfaatkan hasil alam yang di olah oleh unit-unit usaha yang yang asa dikelurahan Rontu menjadi aneka produk olahan kuliner khas menjadi berbagai macam produk olahan yang memiliki nilai jual yang tinggi.

Jumlah penduduk yang cukup banyak untuk wilayah kelurahan rontu dapat di manfaatkan sebagai sumber daya manusia yang mendukung dengan berbagai inovasi dan kegiatan produktif, masyarakat pada kelurahan rontu tergolong masyarakat bersifat gotong royong sehingga memudahkan kita merangkul dan memberikan kegiatan yang bermanfaat untuk warganya selain itu masyarakat kelurahan rontu tidak tertutup dengan informasi dan pengetahuan baru.

Hanya saja belum ada kegiatan yang memberikan bukti nyata kepada mereka sehingga bias menjadi langkah awal yang baik bagi usaha atau SDM tersebut melalui adanya pelatihan program industri kreatif untuk pengelolaan aneka usaha dan pendampingan terhadap usaha anekah pengelolaan sehingga bisa menjadi sarana yang efektif dan produktif untuk mewujudkan UMKM . naik kelas dan unggul mempunyai ciri khas daraerah setempat .

Oleh karena itu, upaya yang dilakukan pada UMKM rengginang Kelurahan Rontu yaitu dengan melakukan perencanaan bisnis yang 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: Masih rendahnya jiwa wirausaha bagi pelaku bisnis sehingga sering mengalami hambatan dalam melakukan daya kreativitas pada produk yang

dihasilkan.

Damayanti dkk (2022) menjelaskan Keterbatasan pengetahuan tentang pengelolaan bisnis seperti pemasaran, sumber daya manusia, pengelolaan produksi, strategi bisnis dan pengelolaan keuangan. Oleh karena itu, edukasi dan pelatihan yang dilakukan 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 menjangkaupasar yang lebih luas dengan perencanaan yang tepat dan matang (Osterwalder & Pigneur, 2010).

## 2. METODE

Pada pelatihan BMC yang dilaksanakan 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).

Pelatihan idilaksanakan dengan langkah kegiatan sebagai berikut:

1. Menghubungi dan berkoordinasi dengan pihak terkait yaitu perangkat kelurahan/desa, pemilik UMKM
2. Pelaksanaan dilakukan secara door to door sesuai dengan kesepakatan dengan pihak mitra
3. Menyampaikan materi edukasi/sosialisasi dengan menggunakan *leaflet* Bisnis model *canvas* yang telah dibuat dan disiapkan sebelumnya.
4. Mitra mendengarkan dan memberikan respon pada materi sosialisasi yang dijelaskan melalui dan melakukan pengisian pada leaflet bisnis model canvas.

**B U S I N E S S M O D E L C A N V A S**



**Gambar 1 : LEAFLETBMC UNTUK PEMAPARAN PELATIHAN**

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan edukasi dan pelatihan diawali dengan pengenalan maksud dan tujuan dari kegiatan ini yang mendapatkan sambutan baik oleh Kelurahan, dan pelaku UMKM. Kami melakukan diskusi awal berkaitan dengan bisnis apa saja yang ada di Kelurahan Rontu, berapa lama bisnis tersebut sudah berjalan, bagaimana manajemen usahanya termasuk pemasaran, keuangan dan operasionalnya. Kegiatan tersebut ditanggapin antusias oleh pelaku UMKM. Jenis UMKM di Kelurahan Rontu antara lain makanan minuman ,jasa dan kerajinan. Yang menjadi fokus pengabdian adalah UMKM rengginang dikelurahan Rontu, Harapan dari tim KKN Rontu yaitu terciptanya program yang benar-benar berguna untuk meningkatkan daya saing pelaku UMKM rengginang. Berdasarkan pada hasil analisa situasi dan kebutuhan diputuskan untuk memberikan pelatihan penyusunan model bisnis canvas kepada pelaku UMKM rengginang yang dilakukan tatap muka. Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan atas 9 blok bisnis model 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.

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 (Awaludin, 2021)

Penyampaian materi diawali dengan *brainstorming* berkaitan dengan apa saja yang telah dilakukan dan permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM renggengang sehingga peserta tertarik, semangat, antusias, interaktif dan komunikatif sehingga memudahkan pemahaman bagi pelaku usaha tersebut. Pemateri berkelompok menjelaskan elemen BMC yang diikuti oleh peserta dengan mengisi 9 elemen diawali *value proposition* (nilai proposi) dimana pelaku usaha 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.

Nilai proposi ini bisa gabungan antara produk dan layanan yang menciptakan nilai tambah dari produk itu sendiri. Selanjutnya *customer segments* (segemen pelanggan), pelaku UMKM harus mengetahui siapa yang akan menggunakan produk atau jasanya..

*Channels* (saluran menuju pelanggan) merupakan elemen terpenting bagaimana pelaku UMKM menyampaikan nilai proposinya kepada pelanggan.. *Channels* yang dapat digunakan oleh pelaku UMKM di Kelurahan Ntobo seperti facebook, Instagram, tik tok dan whatsapp.

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 serta Instagram (Herawati, dkk, 2019)

*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.

*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 fashion dengan menjalin kerjasama dengan toko benang, toko sembako berkaitan dengan tempat grosiran (Hidayat & Wiranti, 2021)

*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 jasa dan produk dan pendapatan yang berulang (*recurring*) seperti penyewaan mesin, langganan atau keanggotaan.



**GAMBAR 3 : KEGIATAN PELATIHAN BMC PADA UMKM RENGGINANG SECARA DOOR TO DOOR**

Gambar di atas merupakan gambar yang menjelaskan Kegiatan kedua yaitu

melakukan edukasi dan pelatihan dalam penyusunan bisnis model kanvas untuk peningkatan daya saing UMKM rengginang di Kelurahan Rontu. Tim memberikan masukan agar ada inovasi produk yang disesuaikan dengan konsumen yang menjadi sasaran, pemasaran yang dilakukan saat ini secara offline, maka pemasarannya dapat dilakukan dengan menggunakan media social seperti *facebook, Instagram, Whatsapp* serta tiktok yang sedang trend. Selain materi BMC, tim pengabdian juga memberikan materi tambahan berkaitan dengan sertifikasi halal, kemasan produk, kurasi produk untuk memperkuat daya saing.

Dari hasil presentasi dan diskusi, terdapat permasalahan yang dihadapi UMKM rengginang 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 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. UMKM rengginang 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. Menurut Ita & andi (2018) 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.

#### 4. KESIMPULAN

Edukasi dan pelatihan berkaitan dengan penyusunan BMC dapat membantu UMKM rengginang dalam menjalankan operasionalnya dan mengambil keputusan baik secara praktis dan strategis sehingga mengurangi resiko kerugian dalam bisnis. Pelaku UMKM memahami akan 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 pada penjualan bahkan menyebabkan gulung tikar bisnisnya. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan bisnis UMKM rengginang di Kelurahan Rontu.

## 5. DAFTAR PUSTAKA

- Awaluddin, R. (2021). Pelatihan Swot dan Business Model Canvas Pada UKM Keripik Kere di Kabupaten Kuningan. *HUMANIS*, 20(1), 47–58
- Damayanti, S., Sardanto, R., Muslih, B., Sumantri, B. A., & Khiftiyah, F. A. (2022). Pelatihan Penyusunan Bisnis Model Kanvas Untuk Peningkatan Daya Saing Kelompok Umkm Desa Karang Talun. *Jurnal Abdimas Akademika*, 3(02), 127- 135.
- Herawati, N., Lindriati, T. And Suryaningrat, I. B. (2019) 'Penerapan Bisnis Model Kanvas Dalam Penentuan Rencana Manajemen Usaha Kedelai Edamame Goreng', *Jurnal Agroteknologi*, 13(01), P. 42. Doi: 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.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook For Visionaries, Game Changers, And Challengers*. John Wiley And Sons.
- Sulastri *Et Al.* (2022) 'Pelatihan Dan Pendampingan Penyusunan Rencana Bisnis Model Kanvas Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah', *Jurnal Masyarakat Mandiri*, 6(1), Pp.121–130.
- 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.