



## **PELATIHAN PENYUSUNAN BISNIS MODEL KANVAS UNTUK PENINGKATAN DAYA SAING KELOMPOK UMKM DESA KARANG TALUN**

**Rino Sardanto<sup>1</sup>, Susi Damayanti<sup>2</sup>, Basthoumi Muslih<sup>3</sup>, Bambang Agus Sumantri<sup>4</sup>, Fattma Ainun  
Khiftiyah<sup>5</sup>**

<sup>1</sup> Universitas Nusantara PGRI Kediri  
rinosardanto@unpkediri.ac.id

<sup>2</sup> Universitas Nusantara PGRI Kediri  
susidamayanti@unpkediri.ac.id

<sup>3</sup> Universitas Nusantara PGRI Kediri  
basthoumi@unpkediri.ac.id

<sup>4</sup> Universitas Nusantara PGRI Kediri  
bambang.as@unpkediri.ac.id

<sup>5</sup> Universitas Nusantara PGRI Kediri  
fattmaainun2801@gmail.com

### **ABSTRAK**

Tujuan dari pengabdian masyarakat di Desa Karang Talun Kecamatan Kras Kabupaten Kediri 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.

Kata Kunci : pengabdian masyarakat, BMC, keunggulan bersaing

### **ABSTRACT**

*The purpose of community service in Karang Talun Village, Kras District, Kediri Regency is to provide insight to MSMEs in managing business and increasing the competitiveness of their businesses in the midst of intense business competition. Planning a business strategy using BMC makes it easier for entrepreneurs 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 entrepreneurs can apply to improve the business strategy that has been made and provide assistance so that it can reduce the risk of business failure.*

*Keywords : community service, BMC, competitive advantage*

## PENDAHULUAN

Desa Karang Talun 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 Karang Talun dapat digunakan dalam meningkatkan perekonomian masyarakat. Selain itu dukungan dari Bapak Santoso selaku Kepala Desa Karang Talun 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 Kepala Desa Karang Talun 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.

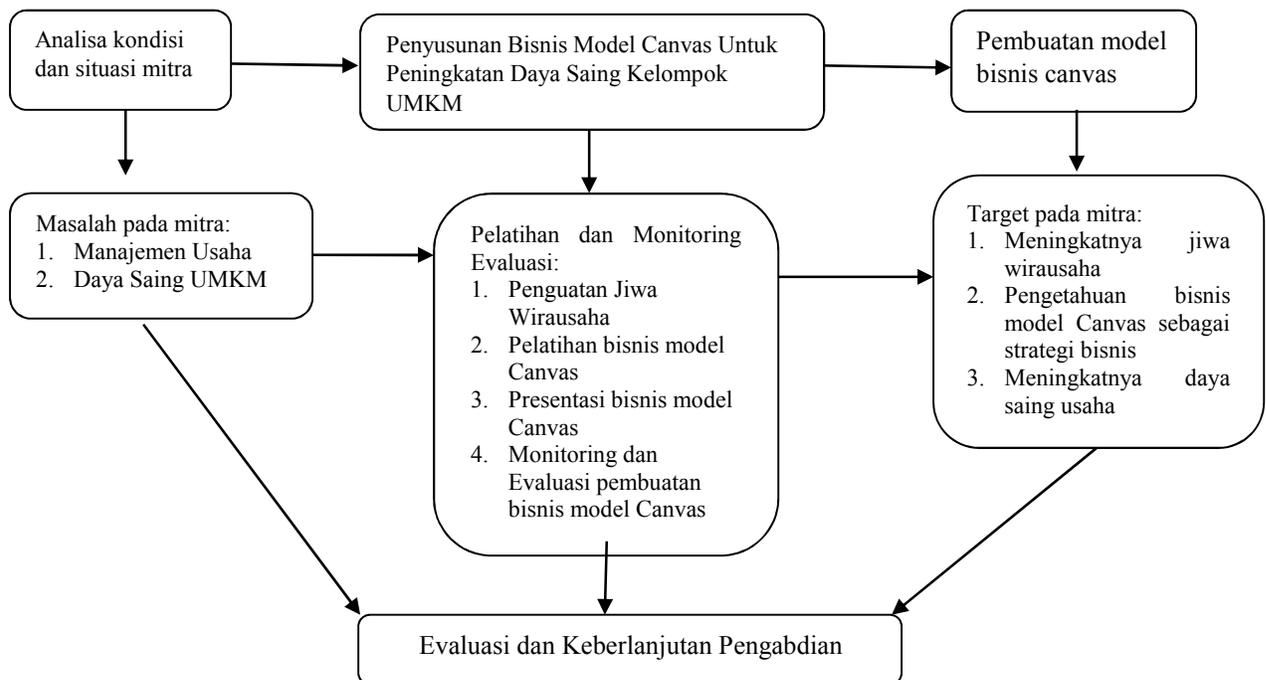
Upaya yang harus dilakukan oleh wirausaha khususnya di desa Karang Talun pasca Pandemi Covid 19 dengan melakukan perencanaan bisnis yang sering disebut dengan *business plan*. Perencanaan yang dilakukan sebagai penentu keberhasilan berwirausaha dan menekan kerugian yang diterima (Suprpto et al., 2018). 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 Karang Talun 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 Program Studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri 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 PELAKSANAAN**

Tempat pelaksanaan pengabdian pada Desa Karang Talun Kecamatan Kras Kabupaten Kediri. 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 10 November 2022 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; 2). Pada tanggal 18 November 2022 digunakan untuk evaluasi dan monitoring dimana peserta melakukan diskusi dan presentasi bisnis model canvas. Secara umum kegiatan pelaksanaan pengabdian masyarakat di Desa Karang Talun dengan menggunakan prosedur kerja sebagai beri



**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 Kepala Desa, pemuda Karang Taruna dan ibu-ibu pelaku UMKM. Kami melakukan diskusi awal berkaitan dengan bisnis apa saja yang ada di Desa Karang Talun, 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 Karang Talun antara lain kuliner, perkebunan, pertanian dan kerajinan.

Kegiatan selanjutnya adalah analisa kebutuhan yang hanya melibatkan dosen Program Studi Manajemen dengan Kepala Desa. Tujuan dari kegiatan ini menyampaikan hasil analisa situasi yang telah dilakukan oleh tim pengabdian kepada Kepala Desa dengan menyampaikan program-program yang dilakukan sesuai dengan kebutuhan dari pelaku UMKM dan latar belakang Pendidikan dan kompetensi masing-masing dosen. Harapan dari tim, terciptanya program yang benar-benar berguna untuk meningkatkan daya saing pelaku UMKM.

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 2,5 jam mulai dari 19.00 WIB sampai dengan 21.30 WIB, 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 11 November 2022, peserta 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). 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 *costumer segments* (segemen pelanggan), pelaku UMKM harus mengetahui siapa yang akan menggunakan produk atau jasanya. Segemen 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 Karang Talun seperti facebook, Instagram, tik tok dan whatsapp.

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. 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, 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.

*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 Karang Talun, 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 Pemaparan BMC**

Selain materi BMC, tim juga memberikan materi tambahan berkaitan dengan perizinan usaha seperti Nomor Induk Bersama (NIB), sertifikasi halal, kemasan produk, kurasi produk untuk memperkuat daya saing. Pada tanggal 18 November 2022, tim meminta pelaku UMKM berdasarkan kelompok bisnis yang telah ditentukan untuk mempresentasikan BMC yang telah dibuat sesuai dengan bisnis yang dijalani sehingga tim dapat memberikan masukan. Selain itu tim membuka kesempatan berdiskusi berkaitan apa yang menjadi permasalahan pelaku UMKM dalam menjalankan bisnisnya.



**Gambar 3 Pembahasan BMC Peserta**

Pada saat peserta melakukan presentasi BMC, tim melakukan pencatatan atas presentasi berkaitan masukan untuk bisnisnya. Kelompok bisnis kuliner setelah presentasi BMC, tim memberikan masukan agar ada inovasi produk yang disesuaikan dengan konsumen yang dibidik, pemasaran yang dilakukan saat ini secara offline, maka pemasarannya dapat

dilakukan dengan menggunakan media social seperti facebook dan tiktok yang sedang trending.

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

Pelaku UMKM di Desa Karang Talun 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 inovaso 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 Karang Talun. 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 berkaitan dengan pelaksanaan atau hasil Pengabdian kepada Masyarakat, Saran jangan terkesan mangada-ada.

### **REKOMENDASI**

Rekomendasi 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.

### **UCAPAN TERIMAKASIH**

Ucapan terimakasih disampaikan kepada 1) LPPM Universitas Nusantara PGRI Kediri, 2) Bapak Santoso selaku Kepala Desa Karang Talun yang telah bekerjasama untuk pengabdian masyarakat.

### **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.