

PEMBEKALAN WIRAUSAHA BARU MENGGUNAKAN MODEL BISNIS CANVAS PADA KELOMPOK USAHA DESA MLARAS

Nuri Purwanto

Prodi Manajemen (STIE PGRI Dewantara Jombang.)

*E-mail: nuri.stiedw@gmail.com

ABSTRAK

Bisnis model canvas merupakan suatu model yang menghantarkan dan menangkap suatu nilai dari usaha yang terdiri dari 9 element yang terdapat dalam inti suatu bisnis yang dipaparkan secara sederhana dan mudah dimengerti, semakin ketatnya persaingan usaha serta adanya wabah virus covid 19 telah membawa perubahan besar dalam perekonomian serta dampak nyata adalah pada sektor UMKM oleh karena hal tersebut STIE PGRI Dewantara Jombang bergerak untuk melakukan program pengabdian masyarakat dengan tema adalah pelatihan membuat business plan model canvas, pembuatan yang sederhana dan mudah gampang untuk diaplikasikan, terdapat tiga metode yang digunakan dalam pengabdian masyarakat yang dilakukan kali ini yaitu, model ceramah yang memamparkan mengenai teori bisnis canvas, yang kedua model praktek pembuatan kue sebagai bentuk implementasi dari value preposition dan segmentation serta yang kedua adalah model presentasi dan diskusi untuk menilai tingkat kepaahaman para peserta mengenai materi yang telah di lakukan sebelumnya, proses kegiatan berjalan lancar tanpa terkendala, serta terbukanya wawasan para peserta mengenai pentingnya untuk membuat perencanaan bisnis sebelum melakukan usaha.

Kata kunci: Model bisnis canvas, Kewirausahaan, Proposisi nilai

PROVISIONING FOR NEW ENTREPRENEURS USING THE CANVAS BUSINESS MODEL IN THE MLARAS VILLAGE BUSINESS GROUP

ABSTRACT

Business canvas model is a model that sends and captures the value of a business consisting of 9 elements contained in the core of a business that is presented simply and easily understandable, the tighter business competition and the covid-19 virus outbreak has brought major changes in the economy and the real impact is on the MSME sector therefore STIE PGRI Dewantara Jombang is moved to conduct a community service program with the theme is training to create a business plan canvas model , simple and easy to apply creation there are three methods used in community service conducted this time, namely, a lecture model that presents about canvas business theory, the second model of baking practice as a form of implementation of value preposition and segmentation and the second is the presentation and discussion model to assess the level of understanding of the participants regarding the material that has been done before, the process of activities goes smoothly without being constrained , as well as the open insights of participants on the importance of making business planning before doing business

Keywords: *business canvas model; entrepreneurship; value preposition*

PENDAHULUAN

Pentingnya suatu perencanaan yang tertuang dalam *business plan* dapat dijadikan penentu tingkat kesuksesan seseorang dalam berwirausaha sekaligus dapat meminimalisasi kerugian yang diterima. (Suprpto, 2018), *Busines plan* merupakan suatu laporan dalam bentuk dokumen yang berisi mengenai suatu keyakinan akan kemampuan dalam mengelola sebuah bisnis untuk menjual barang atau jasa dengan menghasilkan profit yang dapat memuaskan dan menarik bagi penyandang dana (Vitratin, 2020; Zamrudi et al., 2018), sebagai seorang wirausaha alangkah baiknya melakukan proses perencanaan sebelum melakukan kegiatan wirausaha, hal tersebut terjadi karena semakin meningkatnya peta persaingan usaha terlebih lagi dengan adanya wabah covid 19 yang telah memporak porandakan sendi perekonomian dunia, khususnya Indonesia, banyak pegawai yang dulunya bekerja di suatu perusahaan harus merasakan pahitnya Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) dan berakhir dengan menjadi seorang wirausaha, sedangkan aspek yang kedua adalah berubahnya perilaku masyarakat yang saat ini telah di himbau untuk melakukan *phsyical distancing* sehingga turut andil dalam merubah pola pembelian dari konsumen, yang dulunya membeli secara luring sekarang lebih suka untuk membeli secara daring.

Suatu metode dalam menjalankan bisnis agar perusahaan dapat menghasilkan keuntungan untuk mempertahankan dan meningkatkan keberadaan perusahaan disebut sebagai model bisnis, laksana cetak biru model bisnis digunakan untuk strategi yang akan di terapkan melalui sistem, struktur organisasi dan proses (Osterwalder & Pigneur, 2010) keuntungan apabila menerapkan suatu bisnis model adalah sebagai berikut, menghasilkan keuntungan atau laba bagi perusahaan, dapat menjadi daya saing bagi suatu perusahaan agar menang melawan pihak pesaing, dengan memanfaatkan suatu model bisnis perusahaan dapat memperbaiki letak posisi persaingan di pasar agar semakin luas jangkauan pasar asal model tersebut di buat dengan perencana yang tepat dan matang.

Dilihat dari sisi produk, kalau kita lihat kue donat yang ada dalam bayangan hanya kue dari bahan baku tepung dan kentang yang digoreng dan di beri gula

salju atau taburan meses, namun hari ini produk tersebut harus bertransformasi menjadi kue dengan beragam topping dan bentuk agar dapat menarik perhatian konsumen agar dibeli, rasa yang enak saja tidaklah cukup untuk membuat produk laku dijual, dengan keadaan tersebut maka sudah selayaknya seorang wirausahawan harus mempelajari pasar dan menuangkan dalam business plan. Salah satu cara mengembangkan bisnis adalah dengan menggunakan model bisnis canvas, model tersebut berisi strategi perusahaan yang diaplikasikan secara konkret, pentingnya bisnis model canvas dapat digunakan sebagai pemetaan bisnis serta kerangka kerja agar menghasilkan kinerja yang optimal (Bustamin, 2020; Tantriana, 2018) Mlaras adalah sebuah desa di wilayah Kecamatan Sumobito, Kabupaten Jombang yang di dalamnya terdapat kelompok ibu rumah tangga wirausaha yang membutuhkan tambahahan ketrampilan wirausaha dalam hal ini pelatihan yang diberikan adalah pelatihan membuat business plan model canvas, pembuatan yang sederhana dan mudah gampang untuk diaplikasikan merupakan salah satu alasan kenapa tema pengabdian masyarakat yaitu pembuatan bisnis plan menggunakan model bisnis canvas dipilih, adapun jumlah beserta berjumlah 25 orang.

METODE

Metode pelaksanaan yang dilakukan dalam pengabdian masyarakat tersebut dilakukan melalui tiga metode selama tiga hari di mulai pada tanggal 11 sampai 13 Agustus 2020 secara terperinci dapat dilihat pada table berikut :

1. Pada tanggal 11 agustus, metode pelaksanaan melalui media ceramah dengan topic sosialisasi serta praktek membuat *canvas bisnis model*, peserta diberi wawasan mengenai bagaimana cara mengisi kolom isian pada canvas bisnis model adapun pemateri adalah dosen STIE PGRI Dewantara Jombang yaitu Nuri Purwanto, SST, MM
2. Pada tanggal 12 agustus metode praktek pembuatan kue modern yang terdiri dari tiga jenis kue yaitu *Korean garlic bread*, *red velvet* dan *role pandan*, pada hari kedua peserta diajari mengenai cara membuat kue, menghitung total biaya

dalam membuat kue serta bagaimana mengemas agar bentuk terlihat bagus serta dapat dijual dengan harga yang pantas, setelah membuat kue, peserta akan langsung menjual hasil produksinya melalui media social dan dijual dengan system *door to door* ke tetangga sekitar sebagai bentuk mengenal respon pasar

3. Pada tanggal 13 Agustus metode yang digunakan adalah diskusi dan presentasi adapun tema presentasi dan diskusi mengenai strategi penjualan serta rintangan dalam memanfaatkan social media sebagai sarana promosi dan penjualan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bisnis model canvas merupakan suatu model yang menghantarkan dan menangkap suatu nilai dari usaha yang terdiri dari 9 element yang terdapat dalam inti suatu bisnis yang dipaparkan secara sederhana dan mudah dimengerti (Febriansyah, 2019; Tantriana, 2018) terdapat 9 aspek yang dijelaskan dalam bisnis model canvas yaitu *value proposition*, *costumer segmentation*, *channel*, *costumer relationship*, *revenue stream*, *key sources*, *key activities*, *key patnership*, dan *cost structure*, adapun penjelasan dari kesembilan balok tersebut adalah sebagai berikut :

Value Preposition, merupakan gabungan dari produk dan layanan yang berfungsi untuk menciptakan nilai, guna mencapai pasar pelanggan yang lebih khusus, dengan adanya value preposition dapat dijadikan solusi dalam menghadapi masalah ketidakpuasan pelanggan, gabungan manfaat yang ditawarkan perusahaan kepada pelanggan dapat menciptakan kepuasan yang maksimal *value preposition* Mengambarkan gabungan antara produk dan layanan yang menciptakan nilai tambah pada produk yang diberikan (Tantriana, 2018) *value preposition* yang di ciptakan adalah dengan produk, ibu-ibu wirausaha membuat kue yang sesuai dengan perkembangan zaman, pada awalnya produk yang dihasilkan oleh ibu-ibu di desa Mlaras adalah kue basah tradisional seperti kue putu, klepon dan kue talam yang memiliki sifat produk tidak tahan lama,

karena memang mereka membuat kue hanya berdasarkan pesanan, ketika ada hajatan atau acara yasinan yang diselenggarakan di desa, namun karena adanya covid 19 yang menciptakan *physical distancing* membuat gerak para wirausaha semakin sempit sehingga jarang sekali menerima orderan, oleh karena itu menciptakan produk yang tahan lebih lama dan mengubah sistem pemasaran merupakan salah satu aspek *value proposition* yang diupayakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat tersebut. Adapun kue yang dibuat dalam proses pelatihan praktek pembekalan wirausaha, terdiri dari tiga kue yaitu : 1) *red velvet*, 2) *korean garlic bread* dan 3) *pandan cake* adapun alasan kenapa dipilih kue tersebut karena, ketiga kue tersebut yang sedang banyak di senangi oleh warga Jombang pada khususnya, selain rasanya yang enak, waktu simpan lebih lama daripada kue basah serta gampang dalam proses pembuatannya



Gambar 1. Proses penciptaan produk

Segmentation, agar perusahaan gampang untuk memuaskan pelanggan, maka perusahaan dapat mengelompokkan mereka dalam segment yang berbeda berdasarkan kesamaan kebutuhan, perilaku atau atribut lain. Hal tersebut layak dilakukan karena kepuasan pelanggan adalah inti dari semua model bisnis, tanpa pelanggan perusahaan tidak akan mampu bertahan lama, namun tidak semua segment dapat dilayani dengan maksimal oleh karena itu perusahaan harus

memilih dan memilah segment mana yang pantas dilayani dan diabaikan. (Warnaningtyas, 2020) fokus segment yang dilayani adalah penduduk desa mlaras yang ingin melaksanakan hajatan, serta di jual secara online melalui whatsapp dan menggunakan media sosial dengan menyasar pada konsumen anak muda.



Gambar 2. Produk yang dihasilkan untuk dipasarkan

Channel, bagaimana sebuah perusahaan berkomunikasi dengan para pelangganya dan menjangkau mereka untuk menghantarkan nilai, saluran atau channel merupakan titik sentuh yang berperan dalam setiap moment yang pelanggan alami. Media sosial yaitu facebook dan whatsapp merupakan pilihan tepat untuk menjangkau calon konsumen dan pelanggan, untuk konsumen di desa mlaras dapat dijangkau dengan media whatsapp karena sebagian besar pembeli adalah tetangan atau rekan pengajian atau sesama komunitas wirausaha di desa tersebut

Costumer Relationship, hubungan yang diciptakan perusahaan dengan segment pelanggan yang telah dipilih secara spesifik, hubungan tersebut terbangun dengan sifat pribadi sampai otomatis. Untuk menjalin kerjasama maka,

kembali lagi peserta pelatihan wirausaha mengandalkan media sosial facebook dan whatsapp.



Gambar 3. Facebook kejora

Pemanfaatan media sosial yaitu facebook sangat membantu dalam proses penjualan serta sebagai sarana untuk bertegur sapa dengan para penjual serta dengan para konsumen, sebagai media promoso yang murah dan handal (Rahmadhani, 2018)

Revenue Stream, merupakan perencanaan aliran dana yang masuk dari segment pilihan perusahaan, profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba melalui semua kemampuan, dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang dan sebagainya. Dengan begitu aktiva-aktiva yang digunakan tersebut juga memberikan pengaruh pada penghasilan laba yang didapatkan (Sofyan, 2019) sementara hasil *revenue stream* di dapat dari hasil penjualan serta dari iuran kelompok sebagai modal awal dalam membuat usaha.

Key Sources, menggambarkan aset-aset terpenting yang diperlukan agar sebuah model bisnis dapat berfungsi. Setiap model bisnis memungkinkan perusahaan menciptakan dan menawarkan proposisi nilai, menjangkau pasar mempertahankan hubungan dengan Segmen Pelanggan dan memperoleh pendapatan. Kebutuhan sumber daya utama berbeda-beda sesuai jenis model

bisnis (Permana, 2015) adapun *key resources*, yang di dapat di identifikasikan adalah baker (pembuat kue) yang berposisi sebagai bagian produksi, marketing yang bertugas upload foto dan video, manager yang bertugas mengatur kerja rekan-rekan dan bagian accounting yang bertugas untuk mengurus uang belanja dan pendapatan dari hasil penjualan.

Key Activities, merupakan aktivitas utama yang dilakukan dalam suatu perusahaan atau organisasi. Aktivitas pada bagian ini tentunya adalah aktivitas yang dapat menjadi nilai lebih dan menguntungkan. *key activities*, menggambarkan hal-hal terpenting yang harus dilakukan perusahaan agar model bisnisnya dapat bekerja. Setiap model bisnis membutuhkan sejumlah aktivitas kunci yaitu tindakan-tindakan terpenting yang harus diambil perusahaan agar dapat beroperasi dengan sukses. Seperti halnya sumber daya utama, aktivitas – aktivitas kunci juga diperlukan untuk menciptakan dan memberikan proposisi nilai, menjangkau pasar, mempertahankan Hubungan Pelanggan dan memperoleh pendapatan. seperti sumber daya utama aktivitas-aktivitas kunci berbeda bergantung pada jenis model bisnisnya.

key patnership, Perusahaan membentuk kemitraan dengan berbagai alasan, dan kemitraan menjadi landasan dari berbagai model bisnis mengurangi risiko atau memperoleh sumber daya mereka. Untuk dapat mengoptimalkan proses operasional dan mengurangi resiko yang ada, perusahaan atau organisasi biasanya membentuk hubungan pembeli dengan supplier. Key Partnerships merupakan mitra kerjasama perusahaan dalam pengoperasian organisasi. Adapun yang menjadi *key patnership* antara lain toko bahan roti, sebagai pemasok bahan baku, ibu-ibu pengurus PKK dan jamaah pengajian sebagai penyelenggara acara yang sering memesan kue pada para wirausahawati di desa Mlaras, serta pengurus facebook Kejora (Kuliner Jombang Raya) yang selalu membantu dalam posting produk sehingga dapat diterima oleh masyarakat luas di Jombang pada khususnya, garuda *food delivery* (jasa antar dan pesan barang dan makanan di Jombang)

Cost Structure, Menggambarkan pengeluaran atau biaya yang dibutuhkan untuk menjalankan suatu bisnis. Pengeluaran tersebut dapat dengan mudah dianalisa dan dihitung setelah menentukan key resources, key activities dan key partners. Cost Structure merupakan gambaran semua biaya yang akan muncul ketika mengoperasikan bisnis model yang di jalankan, sementara yang dapat diidentifikasi adalah biaya quota internet, transportasi dan produksi

Setelah prose prenentasi dari narasumber dalam rangka sosialisasi dari *canvas bisnis model* tahap selanjutnya adalah pembentukan kelompok dari 25 peserta di bentuk menjadi 5 kelompok dan memulai untuk menulis dan menuangkan ide dalam lembaran kertas kerja. Serta untuk menjunjang aspek *value propositon*, *costumer segmentation*, *channel* ditambah dengan praktek pembuatan kue dan foto produk,

Selain aspek produk yang terdiri dari rasa dan tampilan, proses penciptaan *value preposition* diperkuat lagi dengan kegiatan *visual marketing*, yaitu proes strategi pemasaran menggunakan tampilan produk, karena produk yang dijual nantinya akan di promosikan melalui media sosial, maka tampilan produk di foto sedemikian rupa sehingg dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk, dimana hasil foto tersebut akan di unggh di media sosial dan di status *whtasaap* para peserta.



Gambar 3. Pemaparan dari narasumber serta presentasi peserta

Aspek yang lain yaitu aspek *channel*, *costumer relationship*, *revenue stream*, *key sources*, *key activities*, *key patnership*, diajarkan melalui proses pemaparan dari pemateri, sedangkan pada hari ketiga atau hari terakhir tiap peserta harus melakukan presentasi serta proses diskusi berkenaan dengan praktek bisnis canvas yang telah mereka kerjakan sebelumnya.



Gambar 4. Presentasi dan diskusi

Hari ketiga yaitu tanggal 13 Agustus 2020 adalah sesi presentasi dan diskusi dari para peserta program pelatihan wirausaha, adapun dari hasil presentasi akan diketahui pemahaman peserta dalam menyerap ilmu yang telah di ajarkan serta sebagai bahan evaluasi pada program pengabdian mendatang, hal apa saja yang sekiranya perlu ditambahkan agar program pengabdian berjalan dengan lebih baik lagi, adapun personal yang dihadapi oleh para peserta dapat di rangkum sebagai berikut :

1. Permasalahan di bidang pengusaan teknologi, kesulitan peserta adalah pada bagian sesi foto produk, para peserta merasa kesulitan karena rata-rata para peserta berada di umur yang sudah tidak muda lagi, sehingga merasa kesulitan dalam memahmi dan mengedit foto, yang peserta ketahui hanya melakukan foto seadanya, sehingga hasil yang di tampilkan kurang maksimal
2. Permasalahan di bidang produk, karena pemasarannya di daerah pedesaan maka, banyak yang belum mengenal inovasi produk salah satunya garlic bread,

oleh karena itu perlunya promosi agar masyarakat atau calon konsumen mengenal produk tersebut, dengan tidak kenalnya masyarakat akan produk tersebut menyebabkan kesulitan para peserta untuk menjual, namun produk tersebut ternyata laku di jual melalui media sosial yang notobene para penggunaanya sangat terbiasa dengan produk tersebut

3. Waktu, karena waktu yang diberikan hanya satu hari dalam menjual produk, para peserta merasa waktu yang diberikan terlalu singkat

SIMPULAN

Selama tiga hari para peserta telah menyadari mengenai pentingnya *business plan* dalam menunjang bisnis mereka, hal yang mereka lakukan dari dulu hanya berjualan tanpa memikirkan bagaimana menciptakan nilai produk, tanpa memikirkan siapa segment mereka, selama ini yang dilakukan hanya meniru dari rekan, kerabat yang sukses berwirausaha saja, tanpa memikirkan aspek perencanaan alhasil produk yang mereka jual tidak sepenuhnya dapat memenuhi keinginan pasar, khususnya selera anak muda yang suka berubah dan sangat terbiasa dengan teknologi

DAFTAR PUSTAKA

- Bustamin, A. (2020). Business Model Canvas dan Social Media Marketing untuk Meningkatkan Kapasitas Pengusaha Mikro di Kabupaten Pangkep. *JURNAL TEPAT: Applied Technology Journal for Community Engagement and Services*, 3(1), 150–156.
- Febriansyah, F. (2019). Pengembangan Usaha UKM Kedai Kopi Abang Kecamatan Pulogadung Dengan Metode Business Model Canvas. *BERDAYA: Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 89–96.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business model canvas. *Self Published. Last*.
- Permana, D. J. (2015). Analisis peluang bisnis media cetak melalui pendekatan bisnis model canvas untuk menentukan strategi bisnis baru. *Faktor Exacta*, 6(4), 309–319.
- Rahmadhani, D. (2018). *Efektivitas Media Sosial Facebook Sebagai Media Promosi Produk Es Puter (Studi Kasus Di Ukm Lancar Jaya Dan Barokah Jaya Kota Batu)*. Universitas Brawijaya.
- Sofyan, M. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Profitabilitas Bank

- Perkreditan Rakyat (BPR) di Provinsi Jawa Timur. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 63–76.
- Suprpto, H. A. (2018). PELATIHAN Pembuatan Proposal Rencana Bisnis (Business Plan) Bagi Siswa Madrasah Tsanawiyah Nurul Hikmah Dan Smp Al-Ihsan Guna Meningkatkan Kemampuan Berwirausaha. *Abdimas Siliwangi*, 1(2), 81–88.
- Tantriana, D. (2018). BUSINESS MODEL CANVAS PRODUK SIMPANAN KENCLENG KOPERASI SYARIAH MANFAAT SURABAYA. *Prosiding Seminar Nasional: Manajemen, Akuntansi, Dan Perbankan*, 1(1), 154–169.
- Vitratin, V. (2020). Vitratin PELATIHAN PEMBUATAN PROPOSAL BISNIS PLAN PADA MAHASISWA SEMESTER III JURUSAN AKUNTANSI DAN MANAJEMEN DI STIE PRASETIYA MANDIRI LAMPUNG. *Sosioteknologi Kreatif*, 4(1), 475–481.
- Warnaningtyas, H. (2020). Desain Bisnis Model Canvas (BMC) Pada Usaha Batik Kota Madiun. *JURNAL EKOMAKS: Jurnal Manajemen, Ekonomi Kreatif Dan Bisnis*, 9(2), 52–65.
- Zamrudi, Z., Karim, S., & Wicaksono, T. (2018). WORKSHOP BUSINESS MODEL CANVAS UNTUK ANALISA BISNIS YANG LEBIH KOMPREHENSIF. *Panrita Abdi-Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 2(2), 105–112.