

# Pelatihan Business Plan dengan Menggunakan Metode Business Model Canvas (BMC) Bagi Wirausaha Pemula dan UMKM di Kabupaten 50 Kota Sumatera Barat

Akmal\*<sup>1</sup>, Rina Febriani<sup>2</sup>, Tillawatil Cisetayoda<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Baiturrahmah

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Baiturrahmah

\*e-mail: Akmal@fekon.unbrah.ac.id<sup>1</sup>, rinafebriani@fekon.unbrah.ac.id<sup>2</sup>,  
tillawatilcisetayoda@fekon.unbrah.ac.id<sup>3</sup>

## Abstract

*Business will be succsee full if they have business plan. The faculty of Mnagement provide training for new enterpreneur who just started their business. The probability of getting loose is less when they adjust the business plan. We offer material using Business Model Canvas (BMC) because it is easier to understand and apply. Therefore we hope that the new enterpreneurs are able to understand and apply the knowledge into their business. We present all the material to the owner of Small Medium Enterprise at 50 Kota West Sumatera province. In this region most of the citizen work as enterpreneur. They need more knowledge to groeth their business in the future.moreover most of the new enterpreneurship in this region have capital but they did not prepare their business well. This situation create unstable sustainable profit.*

**Keywords:** *business plan, small medium enterprise*

## Abstrak

*Suatu usaha akan sukses ketika memiliki rencana usaha. Tim pengabdian fakultas ekonomi memberikan pelatihan kepada pengusaha muda yang baru saja memulai usahanya. Kemungkinan untuk rugi akan berkurang jika perusahaan menerapkan rencana usaha.kami memberikan materi berhubungan dengan metode Business Model Canvas yang simpel dan mudah dimengerti. Oleh karena itu kami harap pengusaha muda dapat memahami dan menerapkan pengetahuan yang telah didapatkan pada usaha mereka. Kami memberikan materi pada pemilik usaha UMKM di kabupaten 50 kota provinsi sumatera Barat. Di daerah ini banyak masyarakat yang memiliki usaha dan membutuhkan pengetahuan ini agar usahanya dapat berkembang di masa yang akan datang. Selain itu dikarenakan banyaknya pengusaha yang mempunyai modal namun tidak mempersiapkan usahanya dengan matang. Hal ini menyebabkan keuntungan tidak berjalan secara berkelanjutan.*

**Kata kunci:** *rencana usaha, UMKM*

## 1. PENDAHULUAN

Persaingan usaha semakin ketat dari waktu ke waktu. Pemilik usaha dituntut untuk kreatif dalam memulai usahanya. Selain itu dalam kegiatan operasionalnya juga harus efektif dan efisien. Untuk mencapai hal tersebut maka dibutuhkan pengetahuan mengenai proses perjalanan usaha dimulai dari awal sampai dengan penciptaan keuntungan. Perencanaan usaha merupakan langkah awal yang harus dipikirkan secara matang oleh pemilik usaha. Menurut Ermaya dan Darna ( 2019) kajian dan rumusan model harus diterapkan dengan sungguh-sungguh hal ini dapat membuat strategi usaha dapat dilakukan secara maksimal. Dari hal ini dapat diketahui bahwa rumusan model atau perencanaan merupakan hal penting dalam menerapkan strategi usaha.

Perencanaan usaha harus menghubungkan berbagai bidang ilmu. Menurut Alma (2010) Perencanaan usaha adalah dokumen yang tertulis yang disiapkan oleh pengusaha yang menggambarkan unsur internal maupun eksternal yang berhubungan dengan usaha tersebut. Isinya berupa perencanaan yang berhubungan erat dengan pemasaran, permodalan, peoduksi dan sumber daya manusia Lebih lanjut Prasetyo, Baga dan Yulianti (2018) menyatakan bahwa rencana usaha berlaku dalam skala luas, hal ini berhubungan dengan pengusaha, penasihat usaha, organisasi nirlaba, investor dan bagi perusahaan yang

ingin mempersiapkan usaha baru. Perencanaan bisnis merupakan arahan mengenai rencana perusahaan yang meliputi berbagai bidang dan akan bermanfaat bagi berbagai pihak. Sehingga ketika akan merencanakan suatu perencanaan usaha dibutuhkan pengetahuan dan ketelitian agar semua aspek dapat terangkum di dalamnya. Laporan ini diharapkan dapat digunakan dalam mengambil keputusan terkait dengan kegiatan yang akan dilakukan oleh perusahaan tersebut.

Melihat pentingnya perencanaan usaha bagi sebuah usaha baru maka Business Model Canvas (BMC) adalah suatu model yang dapat digunakan. Pemilihan model menggunakan metode ini dikarenakan cukup mudah untuk mengaplikasikan pada berbagai jenis usaha. Dengan menerapkan metode ini diharapkan pengusaha muda dapat mendapatkan keuntungan maksimal dan sukses dalam menjalankan usahanya. Menurut Ermaya dan Darna (2019) business model canvas dapat digunakan sebagai model usaha baru seperti memotret model usaha perusahaan saat ini. Zulkarnain Saputra, Silvia (2020) menjelaskan bahwa Business Model Canvas (BMC) terdiri dari 9 aspek yaitu :

1. *Customer segment* yaitu sekelompok orang atau organisasi yang menjadi target yang ingin dijangkau atau dilayani dari suatu usaha.
2. *Channels* adalah cara perusahaan agar mampu untuk menjangkau konsumen.
3. *Customer Relationship* yaitu cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk membangun suatu hubungan yang baik dengan konsumen.
4. *Value Proposition* adalah daya tarik bagi pembeli yang ditawarkan oleh perusahaan sehingga memenuhi kepuasan konsumen.
5. *Key Resource* merupakan sumber daya utama yang dimiliki oleh perusahaan dalam membangun suatu bisnis.
6. *Key Partnership* adalah mitra kerja yang dimiliki oleh perusahaan.
7. *Revenue Stream* merupakan sumber pemasukan bagi perusahaan yang didapatkan dari daya tarik yang diciptakan perusahaan untuk konsumen dan supplier.
8. *Cost Structure* yaitu biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk mendukung semua aktivitas-aktivitas yang dimilikinya.
9. *Key Activities* yaitu aktivitas utama yang dilakukan oleh perusahaan terkait dengan produksi di perusahaan.

Dalam pembuatan *Business Model Canvas* (BMC) ini, pengusaha diminta untuk mengisi 9 poin di atas mengenai kemampuan atau strategi perusahaan dalam mencapainya. Dengan terisinya poin-poin di atas maka diharapkan usaha tersebut mampu untuk berkembang dan dapat dimulai berdasarkan rencana yang telah dicantumkan sebagai arahan bagi perusahaan dalam membuat keputusan.

Pelatihan menggunakan BMC ini telah dilakukan pada Sekolah-sekolah maupun pada pelaku UMKM di daerah lain. Tujuannya adalah agar pengusaha terutama yang berada pada Kabupaten 50 kota memiliki perencanaan usaha yang benar, mampu menerapkan BMC pada usaha yang dimiliki atau yang akan dirintisnya, sehingga pengetahuan ini dapat mengantisipasi kemungkinan yang tidak diinginkan seperti kerugian atau kecurangan yang dapat mempengaruhi usaha tersebut sedini mungkin.

## 2. METODE

Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah dengan memberikan ceramah dan diskusi tanya jawab. Pada tahapan ini materi ceramah yang diberikan berupa pengertian, tahapan pembuatan BMC, penjelasan mengenai aspek-aspek BMC dan contoh dari BMC pada suatu perusahaan. Tim pengabdian memberikan tutorial bagaimana cara

pengisian kesembilan poin dari BMC. Selain itu apabila peserta mengalami kesulitan maka dapat menanyakan kepada tim pengabdian. Setiap peserta diberikan arahan agar mampu membuat BMC pada usaha yang dimilikinya. Peserta pelatihan berjumlah 30 orang. Langkah – langkah lebih detail mengenai pelaksanaan pengabdian ini adalah sebagai berikut :

1. Pra-kegiatan. Kegiatan meliputi pengamatan mengenai keadaan mitra yaitu pelaku UMKM dan pengusaha muda pada kabupaten 50 kota provinsi Sumatera Barat. Hal ini antara lain dengan menggali informasi mengenai permasalahan yang dihadapi, diskusi mengenai situasi yang terjadi saat ini. Dari hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa penerapan BMC merupakan solusi yang tepat untuk menyelesaikan permasalahan pada pelaku UMKM dan pengusaha muda pada Kabupaten 50 kota
2. Pelaksanaan kegiatan. Pada tahapan ini diberikan ceramah materi BMC kepada peserta pelaku UMKM dan pengusaha muda di Kabupaten 50 kota secara langsung. Penjelasan dengan menjelaskan dengan PPT dan bimbingan. Kegiatan ini berlangsung dari jam 8.00- 12.00 dengan pemateri Ibu Tillawatil Cissetta Yoda.
3. Monitoring dan evaluasi. Sebagai bahan evaluasi mengenai kegiatan yang telah berlangsung maka diberikan kuisisioner kepada peserta dan peserta diberikan pertanyaan mengenai keefektifan dan tingkat pengetahuan peserta terhadap materi yang diberikan.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk menentukan jenis kegiatan ini maka dilakukan wawancara dan diskusi dengan mitra di Kabupaten 50 Kota selain itu dengan melakukan observasi mengenai keadaan yang dihadapi oleh mitra. Tahapan yang dilakukan untuk kegiatan ini adalah :

1. Menghubungi mitra dan berdiskusi mengenai masalah dan solusi yang dapat dilaksanakan.
2. Pihak mitra mengumpulkan anggota dan menyepakati waktu pertemuan dan jam pertemuan
3. Melaksanakan kegiatan yang dilakukan secara langsung pada waktu yang ditetapkan
4. Memberikan kuisisioner bagi peserta dalam batas waktu tertentu untuk mengukur kemampuan dan pemahaman peserta mengenai materi yang diberikan.

Menurut Awaludin (2021) metode BMC ini dipilih karena dapat meningkatkan pengetahuan bisnis dari berbagai kalangan seperti mahasiswa, pelaku usaha UMKM, dan dapat diterapkan pada berbagai jenis usaha seperti peternakan, pertanian, UMKM. Oleh karena itu BMC juga dipilih sebagai materi pengabdian kali ini. Pada penerapan BMC, para pengusaha harus mampu mengisi 9 indikator yang telah ditentukan sesuai dengan jenis usaha yang dimiliki. Setiap jenis usaha pasti akan memiliki BMC yang berbeda-beda seperti customer segment, ada jenis usaha yang menginginkan pelanggannya adalah menengah ke atas sehingga harga produk lebih mahal dan bahan baku yang digunakan juga yang berkualitas. *Channel* dan *customer relationship* tentu akan berbeda dengan usaha yang sasarannya menengah kebawah. Dimana ketika usaha tersebut menasar customer menengah ke atas perlu mempunyai tempat usaha yang berlokasi di daerah premium dan untuk membangun customer relationship perlu diberikan perhatian lebih. Ketika pelanggan setia berulang tahun misalnya, diberikan kado khusus sehingga pelanggan merasa penting dan tetap berlangganan dengan usaha tersebut. Hal-hal seperti ini yang diajarkan sehingga pelaku usaha mampu untuk mengisi poin-poin yang ada. Ketika peserta mengalami kesulitan maka anggota tim akan langsung membantu dan membimbing peserta dalam mengisi poin-poin usahanya sebagai berikut :

1. *Customer Segments*: UMKM dan pengusaha muda diminta untuk memetakan konsumen utama yang dilayani dari usahanya saat ini.
2. *Value Proposition* : Para UMKM dan pengusaha muda diminta untuk melakukan analisis value / nilai / manfaat / kelebihan / keunikan berdasarkan usaha masing-masing
3. *Channels*: Pemilik UMKM dan pengusaha muda diminta untuk menuliskan saluran distribusi yang digunakannya untuk dapat memasarkan produknya dan menjangkau konsumennya.
4. *Customer Relationships*: Pelaku UMKM dan pengusaha muda diminta untuk menuliskan bagaimana cara usanya untuk menjaga hubungan dengan pelanggan. Apakah mereka memperlakukan semua konsumen dengan cara yang sama atau mereka memiliki program khusus untuk para pelanggannya
5. *Revenue Streams*: Para UMKM dan pengusaha muda dilatih untuk mendeskripsikan sumber-sumber daya yang mereka miliki yang menunjang operasional usahanya.
6. *Key Activities*: UMKM dan pengusaha muda diminta untuk menuliskan aktifitas-aktifitas yang mereka lakukan dalam usahanya contoh proses pembuatan produk, pemasaran atau aktifitas lain yang berada dalam lingkup usaha yang dimilikinya.
7. *Key Partnerships*: UMKM dan pengusaha muda diminta untuk menuliskan pihak-pihak yang membantunya dalam membuat atau memasok dan pendistribusian produk-nya ke konsumen.
8. *Cost Structure*: UMKM dan pengusaha muda dilatih untuk dapat menuliskan seluruh biaya yang diperlukan dalam operasional bisnis-nya, contohnya : biaya bahan baku, tenaga kerja, biaya pemasaran, biaya listrik, air, pajak dan biaya lainnya.

Hasil evaluasi dari kegiatan pengabdian yang dilakukan setelah pengabdian selesai dengan memberikan kuisioner pada peserta dapat disimpulkan bahwa peserta mempunyai ketertarikan yang tinggi terhadap materi yang dibahas hal ini dapat dilihat dari banyaknya pertanyaan dari peserta selain itu juga hasil kuisioner menunjukkan hal yang sama. Selain itu dari hasil pengamatan tim terhadap BMC yang telah dibuat peserta menunjukkan peserta telah paham dan mampu dalam mengaplikasikan BMC pada usaha yang dimilikinya. Hal ini menunjukkan bahwa tujuan dari pengabdian ini telah tercapai dimana para peserta mampu menerapkan BMC pada usaha yang dimilikinya.

#### 4. KESIMPULAN

Banyaknya jumlah pelaku usaha muda dan UMKM pada Kabupaten 50 Kota membuat perencanaan usaha perlu dilaksanakan agar usaha yang dimiliki dapat memberikan keuntungan yang maksimal dan berkelanjutan oleh karena itu dilakukanlah pengabdian masyarakat mengenai penyusunan rencana usaha menggunakan Business Modal Canvas (BMC). Setelah kegiatan dilaksanakan kesimpulan dari pengabdian yang diberikan pada pengusaha muda dan pelaku UMKM pada Kabupaten 50 Kota Provinsi Sumatera Barat mampu untuk menyusun BMC untuk usaha yang dimilikinya. Selain itu juga peserta memiliki antusiasme yang tinggi mengenai program yang diberikan.

Kegiatan pengabdian yang dilakukan ini memiliki kekurangan yaitu perlunya kegiatan lanjutan sehingga tim pengabdian mampu menilai apakah setelah kegiatan ini diberikan mampu untuk meningkatkan laba dari usaha yang dimiliki. Dengan kegiatan lanjutan dapat dilihat secara pasti dan diberikan tanggapan atau saran mengenai bagian poin mana yang perlu diperbaiki dan ditambahkan.

---

## UCAPAN TERIMA KASIH

Acara ini dapat berlangsung dengan baik atas dukungan berbagai pihak. Mitra pengabdian yaitu pengusaha muda dan pelaku UMKM Kabupaten 50 Kota Provinsi Sumatera Barat dan juga dukungan penuh dari Universitas Baiturrahmah dan terutama sekali tim pengabdian Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Baiturrahmah yang telah meluangkan waktu untuk membagi ilmu dengan masyarakat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2010) *Kewirausahaan Untuk Mahasiswa Dan Umum*. Bandung Alfabeta.
- Awaluddin, R. (2021) 'Pelatihan Swot Dan Business Model Canvas Pada Ukm Keripik', *Humanis : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 20(1), pp. 47–58
- Dhika Amalia Kurniawan<sup>1</sup>, Fajar Surya Ari A<sup>2</sup>, Lathiefa Rusli<sup>3</sup>, Rahma Yudi A<sup>4</sup>, Apriliana Ika K (2020) *Pelatihan Analisis SWOT Dan BMC Pada Asosiasi UMKM Ponorogo*. Cendekia : jurnal pengabdian masyarakat, vol 2, No 1.
- Ermaya, S. K. and Darna, N. (2019) 'Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Pendekatan Business Model Canvas (Studi Kasus: Industri Kecil Kerupuk)', *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 1(3), pp. 207–210
- Prasetyo, B. B., Baga, L. M. and Yuliati, L. N. (2018) 'Strategi Pengembangan Bisnis Rhythm Of Empowerment Dengan Pendekatan Model Bisnis Kanvas', *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), pp. 296–307.
- Zulkarnain, Z., Saputra, M. G. and Silvia, D. (2020) 'Strategi Pengembangan Bisnis Melalui Pendekatan Business Model Canvas Pada Pt Pitu Kreatif Berkah', *Journal Industrial Servicess*, 6(1), p. 55. doi: 10.36055/jiss.v6i1.9476