

PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH DI KECAMATAN TELANAIPURA KOTA JAMBI MELALUI BISNSI MODEL CANVAS

Agesha Marsyaf¹, Adi Putra², Deca Veronica³, Hario Tamtomo⁴
^{1,2,3,4} Universitas Muhammadiyah Jambi
e-mail: agesha.marsyaf.am@gmail.com

Abstrak

Dalam kegiatan pengabdian masyarakat (PKM) ini, kami memberikan pelatihan kepada Pelaku usaha (UMKM) binaan Mitra Asih di Kecamatan Telanaipura Kota Jambi, hasil Hasilnya peserta berhasil menyelesaikan semua latihan dan tugas yang diberikan ,dan peserta juga dapat mengikuti praktikum dari tahap awal hingga tahap akhir dengan sangat baik. UMKM kemudian dapat mempraktekkan pelatihan bisnis plan menggunakan bisnis model canvas, ini membantu usaha-usaha *home industry*, terutama yang baru memulai suatu bisnis, merencanakan sebuah rencana usaha di tahap awal yang dikenal sebagai bisnis plan, dikarenakan sebelumnya masyarakat di daerah ini menghadapi kesulitan di dalam merencanakan tahap-tahap berwirausaha, yang menyebabkan mereka tidak memiliki model untuk mengelola bisnis mereka , tidak tepat tujuan, dan masih minim ilmu tentang perencanaan bisnis

Kata kunci : Pelatihan, Bisnis Model Canvas.

1. PENDAHULUAN

Usaha rumah tangga biasanya di klasifikasikan sebagai UMKM, menurut Keputusan presiden No.127 tahun 2001, usaha kecil di klasifikasikan dalam beberapa bidang, yang pertama industri dan perdagangan barang dan jasa, dan yang kedua adalah industri makanan dan minuman olahan, yang terbuka bagi usaha kecil di bidang industri dan perdagangan termasuk industri olahan makanan, yang membutuhkan perawatan melalui proses seperti penggaraman, pemanisan, pengasapan, pengeringan, dan pengeringan.

Ketiga Industri tekstil adalah suatu alat yang digerakkan tangan termasuk batik, peci, kopiah. Serta perajutan, pembatikan, dan pembordiran. Keempat metode pengolahan hasil hutan dan olahan kebun non pangan. Kelima industri menggunakan perkakas tangan untuk pertukangan dan pemotongan. Untuk empat pertanian, enam industry perkakas yang di perlukan, termasuk pengolahan lahan, proses memproduksi, tahap panen, pasca panen dan pengelolaan, terkecuali sekop dan cangkul. Ketujuh bisnis yang menggunakan tanah liat, baik yang diglasir maupun yang tidak diglasir, selain itu usaha kerajinan memiliki kekayaan khasanah budaya khas lokal, nilai sebuah seni dengan menggunakan bahan alami dan bahan tiruan atau imitasi, (Keputusan presiden No 127 tahun 2001).

Aspek penting dalam pemberdayaan masyarakat adalah melakukan pendampingan. Yang merupakan kegiatan mentransfer pengetahuan dan keterampilan. Kegiatan pendampingan dilakukan dengan cara menempatkan tenaga pendamping didalam komunitas untuk melakukan tugas-tugas pendampingan seperti

Pengorganisasian, pengendalian, dan Fasilitasi (Fadhilah Isdayanti, F. 2021). Dengan demikian rencana tujuan utama dari menciptakan perubahankondisi mental dan kebiasaan masyarakat, adalah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

Akan tetapi masih terdapat beberapa UMKM tidak memiliki alat strategis yang diperlukan untuk memperluas bisnis atau pasar mereka. Selain persaingan yang ketat di industri ini, Para pengusaha harus sadar akan kebutuhan pasar terhadap produk tertentu, ukuran pasar, kapan produk tersebut di butuhkan , dan metode pengiriman barang. Masalah- masalah ini menyebabkan UMKM ketinggalan dalam memasuki akses pasar, yang akhirnya membatasi operasi (Venkatesh dan Kumari, 2015).

UMKM di Telanaipura Kota Jambi, ada berbagai usaha home industry (UMKM) yang berpotensi seperti bisnis makanan dan kerajinan tangan. Dengan munculnya berbagai bisnis di saat ini, pemilik usaha kuliner menghadapi sejumlah masalah internal dan eksternal. Permasalahan internal pemilik usaha termasuk pengolahan keuangan, pembukuan aliran arus kas, dan kekurangan modal awal, dan kurangnya tenaga kerja yang berpengalaman.

Diantara Konsep-konsep manajemen saat ini, bisnis model canvas adalah yang paling menonjol. Model bisnis canvas menjadi populer karena kemampuan banyak organisasi untuk membangun model bisnis mereka sesuai dengan bisnis yang mereka bangun. Model bisnis canvas di pelopori oleh Osterwalder dan Pigneur yang merupakan ide model bisnis yang paling dasar (Tim PPN Manajemen, 2012).

Beberapa masalah yang dihadapi oleh UMKM terutama ketika akan merancang sebuah usaha. Dibutuhkan rencana bisnis di tahap awal usaha, yang dikenal sebagai bisnis plan atau rencana usaha, Masyarakat di daerah tersebut masih terdapat kendala dalam merencanakan tahap-tahap dalam berbisnis. Sehingga mereka tidak memiliki sebuah model dalam mengoperasikan usaha mereka, dan belum dapat merencanakan sesuatu yang akan kerjakan. Oleh karena itu, dosen dan instruktur Universitas Muhammadiyah jambi akan memberikan bantuan dalam pembuatan bisnis plan tersebut.

2. METODE

a. Tujuan Pembuatan Business Model Canvas

Perusahaan dapat menggunakan Bisnis Model Canvas untuk mengarahkan mereka dalam membuat perencanaan suatu bisnis dengan menetapkan dan mengkoordinasikan elemen penting dalam sumber daya, aktivitas, pendapatan, hubungan yang akan dijalin dengan pihak terkait, dan biaya. Bahasa yang digunakan untuk menggambarkan, menilai, dan mengubah model suatu bisnis (Permana, D. J., 2015). Konsep ini dapat digunakan sebagai bahasa yang memungkinkan anda membuat strategi baru dengan mendeskripsikan dan merubah suatu model usaha, Sebuah model bisnis dapat menggambarkan proses segmentasi pasar strategik yang besar atau kecil untuk satu atau beberapa segmen pelanggan (Adhitya, D., & Eka, M., 2016):

- a. Tahap Segmentasi:

Variabel permintaan digunakan untuk mensegmentasi pasar dan kemudian mendefinisikan segmen pasar yang ditemukan dengan cara yang dapat membantu bisnis memahami cara melayani apa yang dibutuhkan pelanggan.
- b. Tahap Targeting
 1. Variabel permintaan digunakan untuk menentukan daya Tarik masing masing segmen dan menghitung kemungkinan permintaan segmen tersebut.
 2. Lebih dari satu segmen tujuan untuk dilayani berdasarkan potensi mereka dan apakah mereka sesuai dengan startegi bisnis perusahaan.
- c. Tahap Positioning
 1. Pembagian geografis
 2. Demografis
 3. Psikografis
 4. Perilaku.

Hubungan baik dengan pelanggan sebanding dengan bagaimana perusahaan melayani pelanggannya dengan baik. Lima dimensi kualitas layanan menurut Tjiptono (2008).

1. Reliabilitas atau keandalan, yang berarti kemampuan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat serta memuaskan.
2. Responsivitas atau ketanggapan, yang berarti keinginan serta kesiapan karyawan dalam membantu pelanggan dan juga memberikan pelayanan secara tanggap.
3. Assurance atau jaminan, yaitu pengetahuan, kompetensi, kesopanan, serta sifat yang dapat dipercaya yang harus dimiliki oleh para karyawan, serta terhindar dari bahaya fisik dan resiko pekerjaan.
4. Empathy, adalah kemudahan dalam menjalin hubungan dengan pelanggan, serta memiliki kemampuan komunikatif yang bagus, serta perhatian khusus, dan pemahaman tentang kebutuhan dari pelanggan.
5. Bukti fisik adalah terdiri dari fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan serta sarana komunikasi terhadap pelanggan.

Terlepas dari fakta istilah model bisnis relative baru, itu pertama kali dilihat dalam jurnal akademik ditahun 1957 dan diterapkan sebagai judul dari salah satu jurnal akademik yang diterbitkan pada tahun 1960 oleh Jones. Namun sejak tahun 1990 ke atas ide tentang model bisnis dibahas dalam konteks online.

1. Segmentasi pelanggan

Metode yang digunakan perusahaan untuk menentukan segmentasi pelanggan yang paling diunggulkan untuk dijalankan agar bisnis dapat mencapai target dan memenuhi target konsumen (Kimura, M., 2022).

2. Nilai Produk

Pelanggan akan memilih produk mana yang paling sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka. Dengan tujuan mencapai kepuasan maksimal. konsumen akan membeli barang dan jasa dari perusahaan yang

mereka anggap memiliki nilai pelanggan yang di kirimkan.

3. Saluran Pemasaran

Merupakan sebuah komponen yang sangat penting dalam komunikasi perusahaan dan pelanggan. Seperti contoh yang dinyatakan oleh Osterwalder dan Pigneur (2012) Saluran ini berfungsi sebagai sarana untuk komunikasi, distribusi dan penjualan.

4. Hubungan dengan pelanggan

Menurut (Hassan, R. 2015) Blok bangunan hubungan pelanggan menggambarkan berbagai jenis hubungan yang dibangun oleh perusahaan dengan segmen pelanggan tertentu. Sebuah perusahaan harus memberikan penjelasan tentang jenis hubungan yang ingin mereka bangun dengan segmen pelanggannya. Hubungan dapat pribadi hingga otomatis.

5. Arus pendapatan

Blok bangunan (arus pendapatan) menunjukkan uang tunai yang dihasilkan perusahaan dari masing-masing segmen pelanggan untuk menghasilkan pemasukan, biaya harus dikurangi dari pendapatan.

6. Sumber Daya Utama

Merupakan bagian penting dari sumber daya utama yang menggambarkan aset- aset penting yang sangat dibutuhkan untuk menjalankan model usaha (Hartatik, H., & Baroto, T., 2017). Sumber daya yang digunakan oleh perusahaan untuk mendukung operasinya dikenal dengan sumber daya utama. Aset sendiri adalah keuntungan ekonomi dimasa depan yang mungkin diperoleh bagi perusahaan tersebut sebagai akibat transaksi atau peristiwa masa lalu.

7. Aktifitas Utama

Sebenarnya dasar dari aktifitas utama tidak jauh berbeda dengan dasar dari balok sumber daya utama, yang memberikan penjelasan yang sama bahwa aktivitas utama ini penting bagi setiap jenis usaha. Aktivitas kunci juga berbeda karena mereka bergantung pada jenis usaha, apakah itu usaha usaha kecil, menengah, ataupun usaha besar.

8. Kemitraan penting

Kemitraan penting adalah dasar dari kerjasama penting menggambarkan jaringan pemasok dan mitra yang membentuk model usaha (Suwarni, E., & Handayani, M. A., 2020). Ada berbagai alasan mengapa perusahaan membentuk sebuah kemitraan.

9. Struktur biaya

Menjelaskan biaya utama yang muncul saat menerapkan model bisnis tertentu (Balakrishnan 2014). Menciptakan dan memberikan nilai, mempertahankan hubungan dengan pelanggan, dan menghasilkan pendapatan, setelah sumber daya utama, perhitungan biaya jenis ini relative lebih mudah.



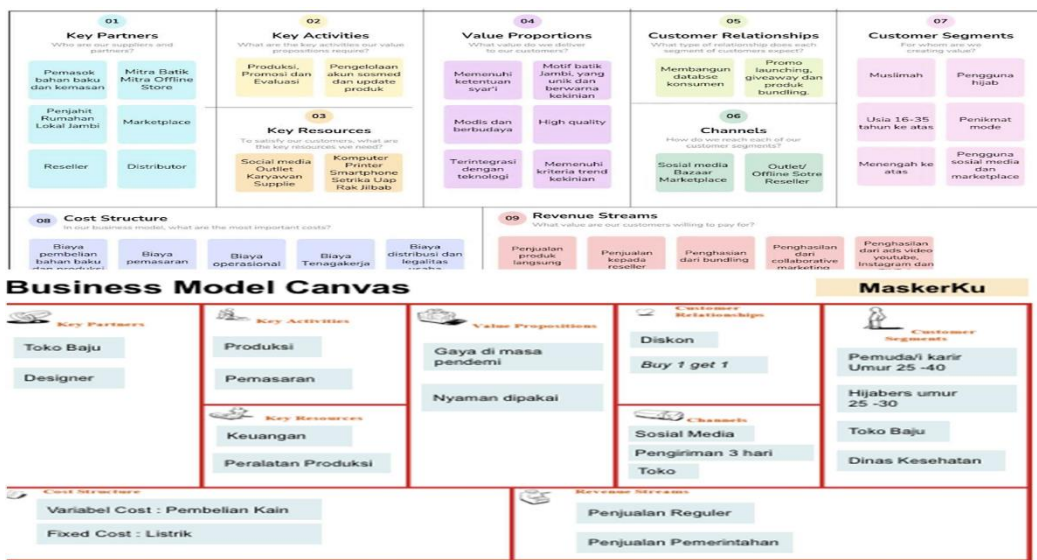
Gambar 1. Contoh Business Model Canvas

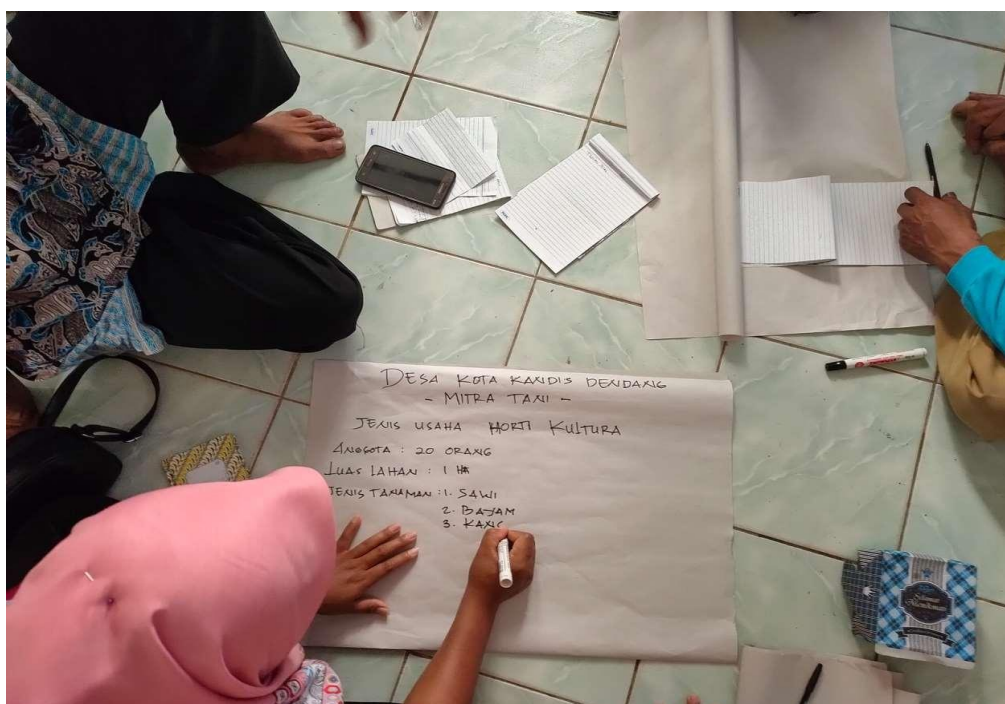
b. Manfaat Business Model Canvas

- a. Mengurangi waktu yang dibutuhkan untuk menulis bisnis plan.
- b. Mengembangkan perhatian suatu usaha terhadap aspek utama dalam merencanakan usaha.
- c. Mengurangi kemungkinan kesalahan dalam keputusan usaha.

3. HASIL

Dalam kegiatan PKM ini kami pada tanggal 20 Juli 2022 kita membuat pelatihan untuk UMKM binaan mitra asih. Hasilnya UMKM berhasil menyelesaikan semua latihan dan tugas yang diberikan selanjutnya UKM dapat melakukan pelatihan bisnis plan menggunakan model canvas bisnis dan tetap mendapatkan pendampingan untuk kedepannya.





4. SIMPULAN

Salah satu kesimpulan dari Pengabdian Kepada UMKM yang sudah dilakukan yaitu sebagai berikut:

1. Pelaksanaan pengabdian masyarakat telah dilakukan dengan baik dan sesuai dengan rencana yang telah dibuat.
2. Kegiatan pengabdian yang belum dilakukan yaitu hanyalah pendampingan lanjutan, yang dapat segera dilakukan, seiring dengan proses agar UMKM dapat memperoleh pengetahuan yang cukup untuk memperbaiki proses kerja dan dapat menerapkan nya secara bertahap.

Disini Penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada yang terhormat bapak Rektor Universitas Muhammadiyah Jambi, Para Wakil Rektor, Dekan dan Ketua LPPM dan UMKM yang telah ikut berpartisipasi dan mensukseskan rangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul: Pelatihan Bisnis Model Canvas Dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kecamatan Telanaipura Kota Jambi.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Adhitya, D., & Eka, M. (2016). Analisis Model Bisnis Pada Bisnis Sepatu Guten. Inc Menggunakan Model Bisnis Kanvas. *Jurnal Sositologi*, 15(3), 324.
- Balakrishnan, R., Labro, E., & Soderstrom, N. S. (2014). Cost structure and sticky costs. *Journal of management accounting research*, 26(2), 91-116.
- Eggert, A., Ulaga, W., Frow, P., & Payne, A. (2018). Conceptualizing and communicating value in business markets: From value in exchange to value in use. *Industrial Marketing Management*, 69, 80-90.
- Fadhilah Isdayanti, F. (2021). Peran Pendamping Program Keluarga Harapan (PKH) Sebagai Fasilitator di Kelurahan Tirta Siak Kecamatan Payung Sekaki Kota Pekanbaru (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Hartatik, H., & Baroto, T. (2017). Strategi pengembangan bisnis dengan metode business model canvas. *Jurnal Teknik Industri*, 18(2), 113-120.
- Hassan, R. S., Nawaz, A., Lashari, M. N., & Zafar, F. (2015). Effect of customer relationship management on customer satisfaction. *Procedia economics and finance*, 23, 563-567.
- Kimura, M. (2022). Customer segment transition through the customer loyalty program. *Asia Pacific journal of marketing and logistics*, 34(3), 611-626.
- 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.

- Sri, M., & Ahmad, Y. (2017). Peluang dan Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dari Berbagai Aspek Ekonomi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 181-197.
- Suwarni, E., & Handayani, M. A. (2020). Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah Keripik Pisang Dengan Pendekatan Business Model Kanvas. *MBIA*, 19(3), 320-330.
- Venkatesh, J. and Kumari, R. L. (2015) 'Role of Marketing Strategies in the Context of MSME Sector', *International Journal of Research in Finance and Marketing*, 5(8), pp. 1–6. Business Insider. (2019). Generation Z: Latest Characteristics, Research, and Facts.