

PELATIHAN STRATEGI BISNIS MODEL CANVAS (BMC) PADA UMKM BINAAN GEREJA KATOLIK SANTO ALOYSIUS GONZAGA MLATI YOGYAKARTA

Oscar Chrismadian Noventa^{*1},
Raymundo Patria Hayu Sasmita²,
Api Adyantari³, Vonezyo
Yupanzara Dharomesz⁴

^{1,3,4}Program Studi Manajemen, Universitas

Atma Jaya Yogyakarta, Indonesia

²Program Studi Akuntansi, Universitas Atma
Jaya Yogyakarta, Indonesia

Article history

Received : 08 Agustus 2023

Revised : 15 September 2023

Accepted : 11 Oktober 2023

Available Online : 30 Oktober 2023

*Corresponding Author

Nama: Api Adyantari

Email : api.adyantari@uajy.ac.id

Licensed Under

a Creative Commons

Attribution 4.0

International License



Abstrak

Pengabdian Masyarakat di Gereja Katolik Santo Aloysius Gonzaga Mlati bertujuan membantu para pelaku UMKM untuk dapat mengelola bisnis dan mengembangkan usahanya melalui perencanaan yang sistematis dan terstruktur. Tools yang digunakan dalam membuat perencanaan bisnis ini adalah Bisnis Model Canvas (BMC) yang terdiri dari 9 bagian. Setiap bagian dalam BMC bertujuan mempermudah para pelaku UMKM menentukan cara dalam mencapai tujuan bisnisnya yaitu bisnis yang berkesinambungan dan mempunyai daya saing usaha. Materi pelatihan berfokus pada 9 bagian dalam BMC serta penjelasan dan contoh untuk masing-masing bagian dalam BMC. Kegiatan pelatihan dan pendampingan menggunakan metode partisipatif sehingga terjadi diskusi yang bersifat dua arah. Sehingga terjadi keterlibatan aktif dari pelaku UMKM dalam membuat perencanaan bisnis menggunakan Bisnis Model Canvas. Sehingga pelaku UMKM dapat memperoleh pemahaman yang jelas mengenai kondisi usahanya baik dari sisi internal maupun eksternal, serta dilakukan pendampingan dan evaluasi terhadap Bisnis Model Canvas yang telah dibuat oleh pelaku UMKM.

Kata Kunci: Pengabdian Masyarakat, Bisnis Model Canvas, UMKM

Abstract

Community Service at the Santo Aloysius Gonzaga Mlati Catholic Church aims to help MSMEs to be able to manage their business and develop their business through systematic and structured planning. The tool used in making this business plan is the Bisnis Model Canvas (BMC), which consists of 9 bagiants. Each bagiant in BMC aims to make it easier for MSME players to determine how to achieve their business goals, namely a sustainable business and business competitiveness. The training material focuses on the nine bagiants in BMC and explanations and examples of each component in BMC. Training and mentoring activities use participatory methods so that two-way discussions occur. So, there is active involvement from MSME players in making business plans using the Bisnis Model Canvas. So that MSME players can gain a clear understanding of their business conditions both internally and externally, as well as provide assistance and evaluation of the Bisnis Model Canvas that MSME actors have created.

Keywords: Community Service, Bisnis Model Canvas, MSMEs

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia. Mereka adalah tulang punggung ekonomi negara, menciptakan lapangan kerja, dan memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi. Di Indonesia, UMKM menyumbang lebih dari 60% Produk Domestik Bruto (PDB) dan lebih dari 97% jumlah unit usaha di negara ini. Namun, para pelaku UMKM sering menghadapi tantangan yang signifikan dalam mengelola dan mengembangkan bisnis mereka. Persaingan yang semakin ketat, perubahan pasar yang cepat, keterbatasan akses ke sumber daya dan pembiayaan, serta masalah manajemen yang seringkali belum terkelola dengan baik adalah beberapa dari banyak tantangan yang dihadapi oleh UMKM. Untuk mengatasi tantangan ini, diperlukan alat dan pengetahuan yang sesuai yang dapat membantu para pelaku UMKM merumuskan strategi bisnis yang kuat dan berkelanjutan. Pandemi membuat terjadinya pergeseran pada pola belanja konsumen dari pemberian luring menjadi pembelian secara daring, namun beberapa konsumen tetap banyak yang memilih melakukan pembelian secara luring ke toko atau pusat perbelanjaan (Ihza, 2020).

Salah satu alat yang telah mendapat pengakuan dalam membantu pelaku UMKM merancang ulang strategi bisnis mereka adalah Bisnis Model Canvas (BMC). BMC merupakan gambaran kerja yang memungkinkan pengusaha untuk merinci dan menggambarkan bagian-bagian kunci dalam bisnis mereka. Ini termasuk segmen pelanggan, proposisi nilai, kanal distribusi, hubungan pelanggan, sumber pendapatan, sumber daya kunci, aktivitas kunci, mitra kunci, dan struktur biaya. BMC membuat para pelaku UMKM dapat mengevaluasi bisnis yang mereka jalankan, mengidentifikasi peluang, dan mengatasi tantangan. Osterwalder dan Pigneur (2010) menjelaskan BMC adalah suatu bentuk model bisnis yang dapat memberi gambaran secara logis tentang bagaimana sebuah Perusahaan dapat menciptakan dan memberikan sebuah nilai kepada konsumen. Menurut studi yang dilakukan oleh Mahdi dan Baga (2018), BMC sangat tepat untuk diterapkan dengan tujuan untuk meningkatkan pendapatan bisnis. Selain itu Bisnis Model Canvas merupakan alat dalam bisnis yang dapat membantu pemilik usaha untuk melihat jenis bisnis apa yang saat ini sedang dijalankan atau bagaimana bisnis ingin dikembangkan (Baumassepe, 2017). Studi yang dilakukan Solihah et al. (2014) menemukan bahwa Bisnis Model Canvas memiliki sembilan faktor yang penting dalam membantu memahami model bisnis dan untuk memahami faktor-faktor yang memerlukan perbaikan untuk keberhasilan bisnis di masa yang akan datang.

Dalam upaya untuk mendukung para pelaku UMKM dalam menerapkan BMC dalam bisnis mereka, program pelatihan khusus telah dirancang. Program pelatihan dan pendampingan mempunyai tujuan membuat para pelaku UMKM dapat memahami bisnisnya dengan lebih baik, membantu pelaku UMKM menerapkannya dalam konteks bisnis mereka, dan mendorong inovasi dan pertumbuhan bisnis. Salah satu manfaat utama dari pelatihan BMC bagi UMKM adalah peningkatan pemahaman tentang bisnis mereka sendiri. Para pelaku UMKM sering terjebak dalam rutinitas sehari-hari dan mungkin tidak memiliki waktu atau sumber daya untuk merenungkan secara mendalam tentang bagian-bagian kunci dalam bisnis mereka. Pelatihan BMC memberikan kesempatan untuk melihat bisnis mereka dari sudut pandang yang berbeda dan memahami bagian-bagian kunci yang membentuk model bisnis. Pemahaman yang lebih baik mengenai bisnis mereka, para pelaku UMKM dapat membuat keputusan yang lebih baik, mengidentifikasi peluang yang

belum tergarap, dan mengatasi tantangan dengan lebih efektif. Mereka juga dapat lebih baik mengenali siapa pelanggannya dan menawarkan produk dan jasa yang lebih baik.

Pengelolaan bisnis yang efektif membutuhkan kemampuan manajemen yang kuat. Pelatihan BMC tidak hanya membantu para pelaku UMKM untuk memahami bisnis mereka, tetapi juga membantu mereka mengembangkan keterampilan manajemen yang lebih baik. Ini termasuk kemampuan untuk mengelola sumber daya dengan lebih efisien, merencanakan operasi bisnis, dan mengelola keuangan dengan lebih baik. Dengan kemampuan manajemen yang lebih baik, pelaku UMKM dapat meningkatkan efisiensi operasional bisnis mereka, mengurangi biaya, dan mengoptimalkan penggunaan sumber daya. Ini dapat berdampak positif pada profitabilitas bisnis mereka.

Salah satu manfaat terbesar dari pelatihan BMC adalah bahwa itu mendorong pelaku UMKM untuk fokus pada inovasi dan pertumbuhan. Dengan memahami bagian-bagian kunci dalam bisnis mereka, mereka dapat mengidentifikasi peluang inovasi dan merancang strategi untuk pertumbuhan bisnis mereka. Inovasi adalah kunci untuk mempertahankan dan meningkatkan daya saing bisnis. Dengan pelatihan BMC, para pelaku UMKM akan lebih baik memahami bagaimana mereka dapat berinovasi dalam produk, layanan, dan cara mereka beroperasi. Mereka akan memiliki alat yang diperlukan untuk mengidentifikasi peluang inovasi dan merancang strategi untuk mewujudkannya.

Pada program pengabdian masyarakat ini tim pengabdian dari Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta bekerja sama dengan TIM PSE Gereja Katolik Santo Aloysius Gonzaga Mlati melakukan pelatihan dan pendampingan pada mitra UMKM yang ada di Gereja Katolik Santo Aloysius Gonzaga Mlati. Dalam mencapai keunggulan kompetitif para pelaku UMKM perlu mengetahui bagaimana situasi dan perubahan yang terjadi dalam industri bisnis. Terlebih lagi dengan semakin masifnya digitalisasi ekonomi yang ditandai dengan banyaknya platform-platform e-commerce seperti Tokopedia, Shopee, Tiktok Shop, dll. Sehingga UMKM perlu meninjau kembali apakah model bisnisnya mampu menangkap peluang yang ada dan melihat kembali peluang-peluang apa saja yang bisa ditangkap ke depannya. Masalah utama di Pengembangan Sosial Ekonomi St. Aloysius Gonzaga Mlati adalah kesulitan atau keterbatasan untuk mengevaluasi dan menganalisa model bisnis yang dimiliki oleh UMKM Binaan mereka. Melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini, Tim Pengabdian Masyarakat dari Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta mempunyai keahlian pada manajemen pemasaran, operasi dan kewirausahaan akan membantu pemetaan masalah, dan penyusunan modul Bisnis Model Canvas pada UMKM binaan PSE St. Aloysius Gonzaga Mlati.

Penerapan model bisnis *e-commerce* dalam bidang perikanan merupakan upaya untuk mengoptimalkan potensi sektor perikanan dengan memanfaatkan teknologi digital dan internet. Hal ini dilakukan dengan melihat berbagai pertimbangan (Amini dan Permata, 2022). Yakni :

1. Pertumbuhan Potensi Pasar: Pasar produk perikanan, seperti ikan, udang, lobster, dan produk perikanan lainnya, memiliki potensi yang besar. Dengan memanfaatkan platform *e-commerce*, pelaku usaha perikanan dapat mengakses pasar yang lebih luas, baik di tingkat nasional maupun internasional.
2. Perubahan Preferensi Konsumen: Konsumen modern cenderung lebih suka berbelanja secara online karena kenyamanan, kemudahan perbandingan harga, dan pilihan produk

yang lebih beragam. Ini menciptakan peluang untuk bisnis perikanan untuk menjual produk mereka secara online.

3. Peningkatan Aksesibilitas: Kemajuan teknologi dan penetrasi internet yang semakin luas telah meningkatkan aksesibilitas ke berbagai jenis pasar. Hal ini memungkinkan para nelayan, petani ikan, produsen, dan pedagang perikanan untuk menjual produk mereka dengan lebih mudah.
4. Optimalisasi Rantai Pasokan: Dengan memanfaatkan *e-commerce*, bisnis perikanan dapat mengoptimalkan rantai pasokan mereka dengan lebih efisien. Mereka dapat mengurangi pemborosan, mengelola persediaan dengan lebih baik, dan mengurangi risiko kerusakan produk.
5. Promosi Produk: *E-commerce* juga memberikan kesempatan untuk mempromosikan produk perikanan secara lebih efektif melalui berbagai strategi pemasaran digital, seperti media sosial, iklan online, dan kampanye promosi (Nasrullah, 2015; Lita, 2021).

Disisi lain, kemajuan teknologi informasi telah mendorong badan usaha untuk menerapkan metode penjualan dan pemasaran baru untuk meningkatkan pengetahuan konsumen, serta pengiriman layanan dan produk dengan cepat. Internet merupakan bagian dari kemajuan teknologi informasi (Abdullah et al, 2021). Konsumen di seluruh dunia dapat mengakses internet dari mana saja. Salah satu peluang yang harus dimanfaatkan oleh masyarakat adalah pemanfaatan *knowledge management* dan *e-commerce* untuk memudahkan pola hidup manusia. Apalagi dengan kondisi paska pandemi yang masih terasa sampai saat ini, membuat beberapa sektor bisnis dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di bidang perikanan harus memikirkan berbagai macam alternatif agar bisnisnya dapat bertumbuh secara berkelanjutan, termasuk para pelaku UMKM di Kecamatan Batauga. Melihat perkembangan bisnis digital, kedua UMKM tersebut ingin mencoba untuk melirik pasar yang lebih besar, bukan hanya lokal tapi dapat menjangkau pasar yang lebih luas, yakni tingkat provinsi maupun nasional.

METODE PELAKSANAAN

Peserta dalam kegiatan ini adalah umat Gereja Katolik Santo Aloysius Gonzaga Mlati yang memiliki usaha mikro. Pengabdian dilakukan selama tiga bulan atau dua belas Minggu. Dimulai dari bulan Desember 2022 hingga Februari 2023. Secara umum kegiatan pelaksanaan pengabdian masyarakat di Gereja Katolik Santo Aloysius Gonzaga Mlati menggunakan prosedur kerja sebagai berikut:

1. Wawancara dan *Forum Group Discussion*

Dalam mempersiapkan modul Bisnis Model Canvas tim pengabdian melakukan wawancara dan FGD dengan Tim PSE Santo Aloysius Gonzaga Mlati dan mitra UMKM. Wawancara dilakukan secara terpisah antara Tim PSE dengan Mitra UMKM. Tujuan dari wawancara adalah agar di dapatkan perspektif yang berbeda tentang tantangan dan kebutuhan yang materi yang diharapkan oleh mitra UMKM. Pada pertemuan berikutnya dilakukan *Forum Group Discussion* dengan Tim PSE dan perwakilan mitra UMKM. Melalui hasil FGD tersebut didapatkan kesimpulan bahwa permasalahan utama yang dihadapi oleh mitra UMKM adalah kesulitan dalam mencari tahu mengapa penjualan turun atau kemana harus memasarkan produk atau jasanya. Hasil dari wawancara dan FGD ini kemudian menjadi bahan kajian tim pengabdian

untuk menentukan bentuk pelatihan dan pendampingan seperti apa yang tepat bagi mitra UMKM.

2. Penyusunan Materi

Hasil dari wawancara dan FGD kemudian dikaji secara internal oleh tim pengabdian Masyarakat. Setelah dikaji secara internal didapatkan hasil bahwa mitra UMKM masih kesulitan dalam memahami bisnis mereka sendiri baik secara internal maupun eksternal sehingga dibutuhkan pelatihan dan pendampingan tentang bagaimana mengenal bisnis atau usaha mereka baik dari sisi internal maupun eksternal. Beberapa masukan dari Tim PSE paroki Aloysius Gonzaga Mlati juga memberikan gambaran yang sama. Sehingga tim pengabdian Masyarakat memutuskan untuk membuat modul mengenai Bisnis Model Canvas. Tujuannya agar mitra UMKM bisa melakukan analisis terhadap kondisi usahanya secara mandiri.

3. Penyusunan Materi BMC

Tahap selanjutnya adalah penyusunan modul pelatihan dan pendampingan Bisnis Model Canvas yang berupa modul pelatihan dan handbook. Modul pelatihan berisi penjelasan mengenai Bisnis Model Canvas dan beberapa studi kasus yang memudahkan pelaku UMKM dalam memahami BMC. Sedangkan handbook berisi Sembilan kotak yang ada dalam BMC. Tantangan yang dihadapi oleh tim pengabdian masyarakat saat pembuatan materi adalah pada saat menyusun studi kasus yang mudah dipahami oleh pelaku UMKM.

4. Pelaksanaan Pelatihan dan Pendampingan BMC

Pada tahap ini dibagi menjadi dua pertemuan dimana pertemuan pertama fokus pada penjelasan materi tentang BMC, bagaimana menganalisis kondisi bisnis dengan BMC. Kemudian mitra UMKM dibagi menjadi beberapa kelompok setiap kelompok di temani oleh dua orang pendamping tim. Peserta kemudian diberikan studi kasus dan diminta untuk membuat analisis BMC dari studi kasus tersebut. Setelah itu pada pertemuan berikutnya mitra UMKM diminta membuat analisis BMC untuk usahanya. Kemudian tim pengabdian masyarakat memberikan masukan dan ide terhadap hasil analisis BMC yang dibuat oleh mitra UMKM. Adapun setelah sesi pelatihan dan pendampingan tim pengabdian masyarakat masih membuka kesempatan bagi mitra UMKM untuk berkonsultasi terkait dengan kondisi usahanya.

HASIL PEMBAHASAN

Gereja Katolik sebagai salah satu organisasi nirlaba memiliki fokus pada pelayanan atau diakonia ini karya pelayanan dalam banyak hal salah satunya program pemberdayaan masyarakat. Untuk memfasilitasi hal tersebut Gereja Katolik Santo Aloysius Gonzaga Mlati membentuk Seksi Pengembangan Sosial Ekonomi (PSE). Fokus dari tim PSE adalah membantu mengerakkan, mewujudkan, dan mengembangkan social ekonomi umat. Dalam prosesnya Tim PSE melakukan pelatihan dan pendampingan kepada UMKM-UMKM milik umat Katolik yang ada di wilayahnya. Namun, dalam pendampingan tersebut terdapat beberapa kendala yang dihadapi, yaitu:

1. UMKM merasa kesulitan dalam menentukan keunggulan dari produk atau jasa yang dimiliki. Hal ini karena kebanyakan pelaku UMKM hanya mengamati dan meniru produk atau jasa yang ada di pasar tanpa melakukan modifikasi. Sehingga para pelaku UMKM belum menemukan keunikan pada produk atau jasa yang mereka miliki;

2. Masalah berikutnya para pelaku UMKM mengalami kesulitan dalam menentukan segmentasi untuk produk atau jasanya. Hal ini dikarenakan para pelaku UMKM fokus menjual produk atau jasanya di lingkungan gereja dan belum semua menjual produknya atau jasanya ke masyarakat umum;
3. Terakhir, belum adanya struktur pembiayaan yang jelas. Sehingga keuangan untuk usaha masih bercampur dengan keuangan rumah tangga. Hal ini tentu membuat pelaku UMKM sulit dalam memajukan bisnisnya.

Penyelesaian

Beberapa masalah yang dihadapi oleh para pelaku UMKM di Gereja Katolik Santo Aloysius Gonzaga Mlati, tentu memerlukan pelatihan dan pendampingan yang berfokus pada bagaimana mengajak para pelaku UMKM tersebut melakukan evaluasi dan melihat potensi dari produk atau jasa yang dimiliki. Adapun program pelatihan dan pendampingan yang diberikan terkait dengan *Bisnis Model Canvas*. Program pelatihan dan pendampingan ini dilakukan dalam beberapa tahapan.

1. Pertama, pertemuan dengan Tim PSE dan pelaku UMKM dalam bentuk wawancara dan FGD.
2. Kedua, Tim Pengabdian Masyarakat dari Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta membuat materi pelatihan dan pendampingan menyesuaikan dengan kebutuhan pelaku UMKM.
3. Ketiga, memberikan pelatihan kepada para pelaku UMKM mengenai *Bisnis Model Canvas*. Keempat, masing-masing para pelaku UMKM mempresentasikan Bisnis Model Canvas agar mendapat masukan dan saran dari tim pendamping.

Bisnis Model Canvas (BMC) adalah *tools* dalam mendeskripsikan model bisnis ke dalam 9 blok yang menggambarkan seperti apa Perusahaan menangkap dan menawarkan *value* kepada konsumen (Osterwalder dan Pigneur, 2010). Natallia et al. (2022) berpendapat dengan menerapkan *Bisnis Model Canvas* pelaku usaha menjadi lebih mudah dalam menfokuskan bisnisnya serta mengurangi resiko pada bisnis yang sedang berjalan. *Bisnis Model Canvas* membantu pelaku usaha untuk dapat merumuskan ide bisnis dengan lebih cepat dan membuat bisnis menjadi lebih terstruktur (Subekti et al., 2021). Tujuan dari BMC adalah menyederhanakan konsep bisnis sehingga dapat dilakukan evaluasi dan adaptasi terhadap pola industry yang dinamis dan terus berubah. Menurut Wallin et al. (2013) *Bisnis Model Canvas* mampu mendukung pelaku usaha untuk memodifikasi dan menciptakan bisnis baru.

Pelatihan BMC dilaksanakan pada tanggal 12 Februari 2023. Pada sesi ini tim pendamping memberikan pemahaman terkait bagaimana kita melihat bisnis kita baik dari aspek internal maupun eksternal menggunakan 9 bagian di *dalam Bisnis Model Canvas*). Pemberian materi diawali dengan penjelasan 9 bagian dalam BMC kemudian di lanjutkan dengan *brainstorming* antara pemateri dan peserta sehingga peserta mudah memahami setiap aspek di dalam BMC. Pemateri mengajak peserta untuk mengisi Bersama 9 bagian yang ada di dalam BMC mulai dari *Value Proposition* (proposisi nilai pelanggan),. Pada bagaian ini peserta diajak untuk melihat keunikan yang ada pada produk atau jasa yang dimiliki sehingga membuat konsumen tertarik untuk membeli produk atau jasa kita. Keunikan ini juga harus mampu menjawab kebutuhan atau permasalahan yang dihadapi

konsumen. Sehingga pada akhirnya keunikan ini menjadi pembeda produk atau jasa kita dibandingkan dengan pesaing.

Bagian kedua adalah *Customer Segment* (segmentasi konsumen), pelaku UMKM harus mengetahui konsumen seperti apa yang tertarik membeli produk atau jasa mereka. Oleh karena itu pelaku UMKM harus membuat segmentasi konsumen agar mengetahui siapa saja yang menjadi *target market* mereka. Bagian ketiga *Channels* (saluran) berkaitan dengan bagaimana pelaku UMKM menjual produk atau jasanya. Bagian ini fokus pada sarana penjualan produk atau jasa dari UMKM tersebut. Bagian keempat yaitu *Customer Relationships* (hubungan dengan pelanggan) berfokus pada cara atau upaya kita dalam untuk menarik pelanggan membeli atau mengkonsumsi produk atau jasa yang kita tawarkan. Bagian kelima *Key Resources* (sumber daya) pada tahap ini pelaku UMKM mendata sumber daya yang dimiliki untuk menjalankan usaha baik sumber daya fisik seperti bangunan, peralatan, atau kendaraan termasuk juga sumber daya manusia. Mengetahui aset apa saja yang dimiliki dapat membantu menunjang keberhasilan operasional bisnis.

Bagian yang keenam adalah *Key Activities* (aktivitas yang dijalankan) pada bagian ini pelaku UMKM diajak untuk melihat aktivitas-aktivitas krusial apa saja yang dilakukan dalam menghasilkan produk atau jasa. Sehingga pelaku UMKM dapat mengetahui tahapan operasional dalam membuat produk atau jasa dan mengetahui masalah apa saja yang dihadapi dalam membuat produk atau jasa tersebut. Tahap berikutnya *Key Partnership* (kerjasama) bagian ini mengajak pelaku UMKM untuk mengenal siapa saja yang menjadi mitra usahanya baik itu supplier maupun rekanan bisnis. Tahapan ini penting untuk dipahami agar pelaku UMKM dapat fokus pada membina hubungan baik dan jangka panjang dengan mitra bisnisnya.

Dua bagian terakhir berkaitan dengan keuangan usaha yaitu *Cost Structure* (struktur biaya) dan *Revenue Streams* (sumber pendapatan). *Cost Structure* (struktur biaya) berkaitan dengan berapa uang yang digulirkan dalam proses menghasilkan produk dan jasa. Komponen biaya ini termasuk biaya dan biaya variabel. Terakhir, *Revenue Streams* (sumber pendapatan) merupakan pendapatan usaha yang didapat dari hasil menjual produk atau jasa. Pada bagian ini penting bagi pelaku UMKM dalam memisahkan keuangan untuk bisnis dengan keuangan untuk rumah tangga.

Agenda berikutnya berupa pendampingan yang dilakukan pada tanggal 19 Februari 2023. Pada pendampingan ini masing-masing pelaku UMKM dibagi menjadi beberapa kelompok sesuai dengan bidang usahanya. Kemudian dilanjutkan dengan sesi dinamika kelompok dimana setiap kelompok melakukan diskusi untuk mengisi 9 bagian yang ada di dalam BMC. Kemudian setiap kelompok mempresentasikan BMC yang telah dibuat dan tim pendamping memberikan masukan dan saran terkait dengan BMC yang sudah dibuat oleh setiap kelompok. Terakhir, tim pendamping memberi kesempatan kepada pelaku UMKM untuk berdiskusi terkait permasalahan yang dihadapi dalam menjalankan bisnis.

Berikut adalah dokumentasi dari aktivitas pelatihan dan pendampingan yang sudah dijabarkan di atas:



Gambar 1. Pendamping sedang memberikan pelatihan *Bisnis Model Canvas* pada tanggal 12 Februari 2023.



Gambar 2. Pendamping sedang menjelaskan mengenai 9 bagian dalam *Bisnis Model Canvas*.

<i>The Business Model Canvas</i> Bimbel Lesinaja					
Key Partners - Guru sekolah dan orang tua. - Tutor paruh waktu. - Konsultan pendidikan	Key Activities - Pengajaran yang menyesuaikan dengan kebutuhan siswa. - Materi selalu diperbarui. - Evaluasi proses belajar.	Value Proposition - Pembelajaran yang menyenangkan. - Selingan game pada saat belajar. - Metode belajar sesuai dengan tipe kecerdasan siswa.	Customer Relationships - Menjaga komunikasi yang baik dengan orang tua siswa. - Memberikan laporan proses belajar anak secara berkala. - Promo pada tahun ajaran baru dan awal semester.	Customer Segments - Orang tua yang ingin mendapatkan pembelajaran tambahan untuk anak-anaknya. - Anak-anak TK, SD, SMP, SMA.	Key Resources - Tutor paruh waktu. - Guru yang sudah memiliki banyak pengalaman mengajar.
Cost Structure Biaya sewa tempat, Biaya promosi, Biaya cetak poster dan flyer.			Revenue Streams Pembayaran les perminggu ataupun bulanan.		

Gambar 3. Materi BMC yang disampaikan oleh pendamping.

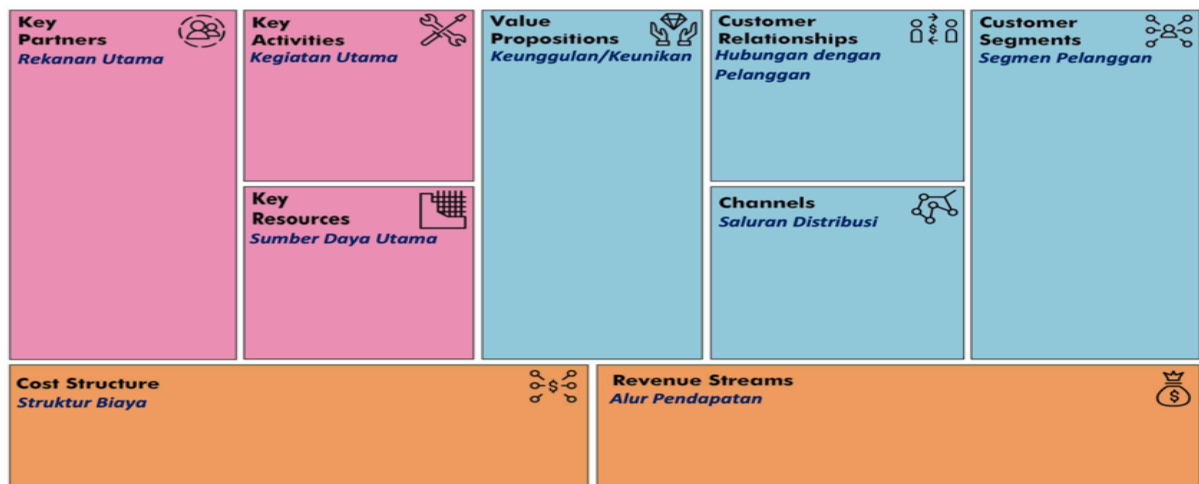


Gambar 4. Sesi foto bersama peserta pelatihan dan tim pengabdian masyarakat FBE UAJY.

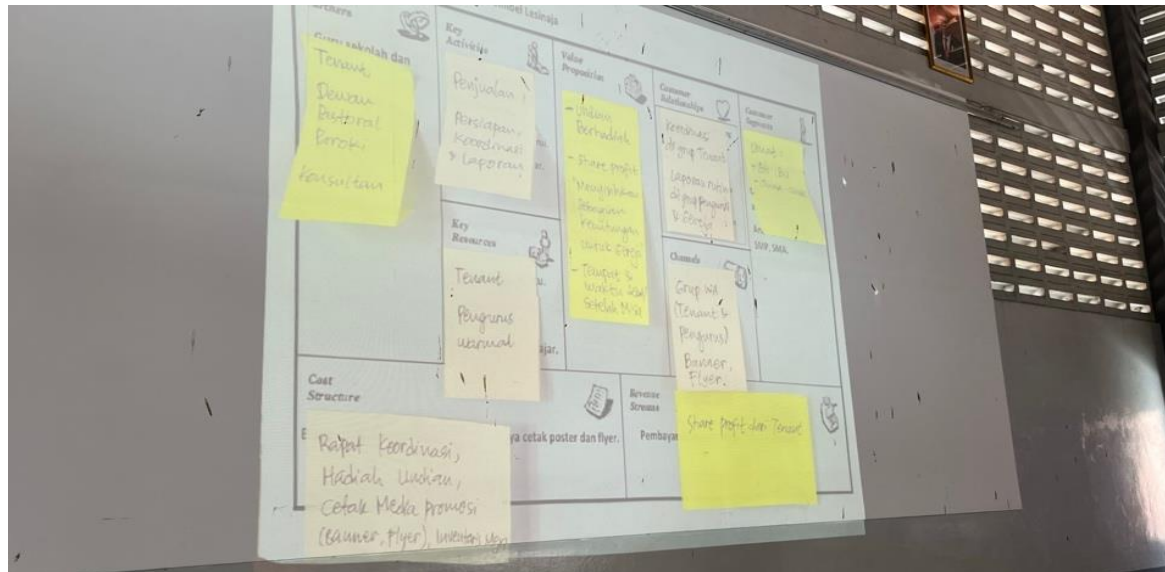


Gambar 5. Para pelaku UMKM secara berkelompok melakukan praktik analisis BMC pada 19 Februari 2023.

* Business Model Canvas



Gambar 6. Template yang digunakan peserta pelatihan untuk analisis BMC.



Gambar 7. Presentasi hasil analisis BMC salah satu kelompok peserta pelatihan.

KESIMPULAN

Business Model Canvas membantu para pelaku UMKM di Gereja Katolik Santo Aloysius Gonzaga Mlati untuk dapat menfokuskan bisnis, membuat segmentasi pasar yang sesuai dengan produk atau jasa yang dimiliki, mampu membuat strategi marketing yang sesuai dengan tren yang berkembang, serta mengetahui siapa saja yang menjadi stakeholder dalam bisnisnya. Selain itu dengan adanya Bisnis Model Canvas membuat para pelaku UMKM lebih teliti dalam membuat laporan keuangan terutama memisahkan uang untuk usaha dan rumah tangga. Dalam membuat inovasi pada produk atau jasa pelaku UMKM harus fokus pada preferensi dan perilaku konsumen. Sehingga produk atau jasa yang dihasilkan dapat menjawab kebutuhan dan keinginan konsumen (Simamora, 2021). Selain itu BMC membantu para pelaku UMKM untuk dapat melihat perubahan internal dan eksternal dalam bisnisnya. Sehingga membuat para pelaku UMKM lebih waspada dan memperhatikan kelangsungan bisnisnya dalam jangka panjang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Pengabdian Masyarakat Fakultas Bisnis dan Ekonomika (FBE) Universitas Atma Jaya Yogyakarta mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat (LPPM) UAJY, selaku Lembaga yang memberikan izin sehingga pengabdian masyarakat ini bisa berjalan dengan baik. Terima kasih yang sebesar-besarnya Seksi Pengembangan Sosial Ekonomi (PSE) Gereja Katolik Santo Aloysius Gonzaga Mlati yang sudah mendukung pelaksanaan kegiatan pengabdian Masyarakat ini dari awal hingga akhir. Akhir kata, semoga kegiatan pengabdian Masyarakat bisa memberikan manfaat dan berdampak nyata bagi para pelaku UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Baumassepe, A. N. 2017. MODUL PELATIHAN BISNIS MODEL CANVAS. Makassar: Inkubator Bisnis Universitas Hasanuddin.
https://www.researchgate.net/publication/344892276_MODUL_PELATIHAN_BUSINESS_MODEL_CANVAS

- Direktorat Jenderal Kekayaan Negara. 2022. OPTIMALKAN POTENSI UMKM TERHADAP PDB INDONESIA MELALUI LELANG UMKM. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-semarang/baca-artikel/15395/Optimalkan-Potensi-UMKM-terhadap-PDB-Indonesia-melalui-Lelang-UMKM.html>
- Direktorat Jenderal Perbendaharaan. 2023. KONTRIBUSI UMKM DALAM PEREKONOMIAN INDONESIA. <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/lubuksikaping/id/data-publikasi/artikel/3134-kontribusi-umkm-dalam-perekonomian-indonesia.html>
- Ihza, K.N.. 2020. DAMPAK COVID-19 TERHADAP USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) (STUDI KASUS UMKM IKHWA COMP DESA WATESPROJO, KEMLAGI, MOJOKERTO). *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(7), pp.1325-1330.
- Mahdi, A. F., & Baga, L. M. 2018. BISNIS MODEL CANVAS PERUSAHAAN PENGOLAH RUMPUT LAUT. In *Forum Agribisnis*, 8(1), pp. 1–16.
- Natallia, D., Susanti, L.W., Herisen, H. and Malind, M. 2022. BISNIS MODEL CANVAS BAGI UMKM MOII FOODS. Dalam *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK)*, 1, pp. 154-160. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol1.2022.33>
- Osterwalder, A. and Pigneur, Y. 2010. BUSINESS MODEL GENERATION: A HANDBOOK FOR VISIONARIES, GAME CHANGERS, AND CHALLENGERS (Vol. 1). John Wiley & Sons.
- Simamora, J.M. 2021. PENGARUH SERVICE EXCELLENCE DAN RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA CV BERSINAR PEMATANGSIANTAR. *Strategic: Journal of Management Sciences*, 1(1), pp.9-19.
- Solihah, E., Hubeis, A. V. S., & Maulana, A. 2014. ANALISIS MODEL BISNIS PADA KNM FISH FARM DENGAN PENDEKATAN BISNIS MODEL CANVAS (BMC). *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan*, 9(2), pp. 185-194.
- Subekti, P., Yogatama, A. N., Anjaningrum, W. D., & Sidi, A. P. 2021. PELATIHAN BISNIS MODEL CANVAS BAGI SISWA SMA DIPONEGORO TUMPANG DALAM MEMBANGUN BISNIS DI MASA PANDEMI. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 79–90. <https://doi.org/10.32815/jpm.v2i2.395>
- Wallin, J., Chirumalla, K. and Thompson, A. 2013. DEVELOPING PSS CONCEPTS FROM TRADITIONAL PRODUCT SALES SITUATION: THE USE OF BISNIS MODEL CANVAS. Dalam *Product-Service Integration for Sustainable Solutions: Proceedings of the 5th CIRP International Conference on Industrial Product-Service Systems*, Bochum, Germany, March 14th-15th, 2013 (pp. 263-274). Springer Berlin Heidelberg.