

Implementasi Business Model Canvas BMC Dalam Pengembangan Usaha Pelaku Umkm Perumahan Pamulang Estate Kota Tangerang Selatan

Jamaludin*¹, Ana Septia Rahman², Thamrin³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

E-mail: E-mail: dosen01709@unpam.ac.id

Diterima 01/Maret/2024 | Direvisi 10/Maret/2024 | Disetujui 30/Maret/2024

Abstract

Having a successful business is the dream of every person or MSME player. Therefore, it is important for MSMEs to design their business as well as possible, one of which is by using the business canvas model. The business model canvas (BMC) is a framework that is widely known for defining startup business models and can be applied by all types of startups without being limited to business sectors. This was prepared with the aim of explaining, assessing, visualizing and changing business models so that the performance produced by startups will be maximized. The aim of this PKM is to understand the Business model canvas (BMC) concept, to find out the application of the Business model canvas (BMC) in developing business ideas for MSME players, to find out more about examples of the Business model canvas (BMC) model. The method used in this PKM is the Lecture Method. The lecture method was chosen to provide an explanation of the Introduction to BMC. Question and answer method. The question and answer method is very important for Partners. This method allows MSME players to know as much as possible about BMC science. Simulation Method. This simulation method is given to training participants to provide the opportunity to practice their business ideas on a canvas model. The results of this PKM can provide a detailed understanding of BMC, and can also encourage MSME players to try to develop their business by implementing this BMC model.

Keywords: Business Model Canvas, MSMEs, BMC.

Abstrak

Memiliki bisnis yang sukses adalah impian setiap orang atau pelaku UMKM. Oleh karena itu, penting bagi UMKM untuk merancang bisnisnya sebaik mungkin, salah satunya yaitu dengan menggunakan bisnis model canvas. Business model canvas (BMC) merupakan kerangka kerja yang dikenal banyak untuk mendefinisikan model bisnis startup dan bisa diterapkan oleh semua jenis startup tanpa terbatas sektor usaha. Hal ini disusun dengan tujuan untuk menjelaskan, menilai, memvisualisasikan, serta mengubah model bisnis sehingga kinerja yang dihasilkan oleh startup akan lebih maksimal. Adapun tujuan dari PKM ini adalah untuk mengetahui Konsep Business model canvas (BMC), untuk mengetahui penerapan Business model canvas (BMC) dalam mengembangkan ide Bisnis pelaku UMKM, untuk mengetahui lebih dalam tentang contoh-contoh model Business model canvas (BMC). Metode yang digunakan dalam PKM ini adalah Metode Ceramah. Metode ceramah dipilih untuk memberikan penjelasan tentang Pengenalan BMC. Metode Tanya Jawab. Metode tanya jawab sangat penting bagi para Mitra. Metode ini memungkinkan para pelaku UMKM pengetahuan sebanyak-banyaknya tentang ilmu BMC. Metode Simulasi. Metode simulasi ini diberikan kepada para peserta pelatihan dalam memberikan kesempatan untuk mempraktekkan ide Bisnisnya dalam model canvas. Hasil dari PKM ini dapat memberikan pemahaman secara terperinci tentang BMC, juga dapat menuangkan pelaku UMKM untuk mencoba mengembangkan bisnisnya dengan mengimplementasikan model BMC ini.

Kata kunci: Business Model Canvas, UMKM, BMC

1. PENDAHULUAN

Keberadaan UMKM tidak dapat dihapuskan ataupun dihindarkan dari masyarakat bangsa saat ini. Karena keberadaannya sangat bermanfaat dalam hal pendistribusian pendapatan masyarakat. Selain itu juga mampu menciptakan kreatifitas yang sejalan dengan usaha untuk mempertahankan dan mengembangkan unsur-unsur tradisi dan kebudayaan masyarakat setempat. Pada sisi lain, UMKM mampu menyerap tenaga kerja dalam skala yang besar mengingat

jumlah penduduk Indonesia yang besar sehingga hal ini dapat mengurangi tingkat pengangguran. Dari sinilah terlihat bahwa keberadaan UMKM yang bersifat padat karya, menggunakan teknologi yang sederhana dan mudah dipahami mampu menjadi sebuah wadah bagi masyarakat untuk bekerja (www.smecca.com).

Dalam rangka mencapai pertumbuhan ekonomi yang stabil dan berkelanjutan, perlu didukung kokohnya stabilitas makroekonomi dan sistem keuangan. Untuk mendukung upaya tersebut diperlukan pemberdayaan sektor riil khususnya pengembangan Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berkontribusi besar dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

Untuk menghadapi persaingan pasar global saat ini tidaklah mudah, karena produk UMKM akan bersaing dengan produk negara lain. Peningkatan akses dan jangkauan akses UMKM terhadap jasa keuangan sangat dibutuhkan untuk menghadapi persaingan tersebut. Sehingga pengembangan UMKM tidak luput dari kontribusi pembiayaan dari perbankan dan lembaga keuangan lainnya yang masih memiliki keterbatasan informasi mengenai UMKM potensial lengkap dengan kelayakan usahanya. Selanjutnya, agar terdapat peningkatan penyaluran kredit UMKM, diperlukan informasi laporan keuangan yang memadai dari UMKM baik yang telah atau belum terhubung dengan perbankan atau lembaga keuangan lainnya.

Sementara itu, UMKM memiliki keterbatasan informasi mengenai produk dan jasa bank yang sesuai dengan kebutuhan untuk melakukan pengembangan usahanya. Selain itu, diperlukan pula informasi mengenai prosedur dan persyaratan yang harus dipenuhi dalam mengakses pembiayaan.

Untuk mengatasi kesenjangan informasi dimaksud, kami menyediakan media informasi berupa Minisite Info UMKM yang dapat menunjang pembiayaan kepada UMKM baik oleh perbankan atau lembaga keuangan lainnya serta perluasan akses pasar UMKM. Beragam informasi kami sajikan meliputi informasi komoditi UMKM yang potensial di berbagai daerah, profil UMKM yang layak dibiayai, pola pembiayaan komoditi unggulan, model bisnis pengembangan UMKM, aplikasi pencatatan informasi keuangan UMKM, profil UMKM yang layak dibiayai oleh Bank, data perkembangan UMKM di Indonesia, perkembangan kedit UMKM dan lain sebagainya

Saat ini telah banyak ditemukannya model bisnis, dan model bisnis menjadi konsep yang menonjol diantara konsep-konsep manajemen lainnya. Populernya model bisnis dikarenakan banyak organisasi yang tumbuh pesat dikarenakan dapat menciptakan model bisnis yang cocok bagi suatu usaha. Untuk mengetahui strategi dalam pengembangan usaha haruslah kita mengetahui tentang model bisnis yang digunakan. Menurut Alexander dan Pigneur (2012), model bisnis merupakan gambaran dasar pemikiran tentang bagaimana organisasi, menciptakan, memberikan dan menangkap nilai yang berkaitan dengan aktivitas organisasi.

Penggunaan business model canvas dapat memberikan gambaran mengenai model bisnis perusahaan dan hubungan yang terjadi antar-blok dengan cara yang lebih atraktif. Business model canvas juga membantu perusahaan untuk mengenali apa yang menjadi value propositions perusahaan, serta bagaimana membangun dan menjalankan key activities dan key resources dalam menciptakan value propositions dan mendapatkan revenue streams, memahami bagaimana produk dan jasa

Business Model Canvas adalah salah satu alat yang di buat untuk membantu menyederhanakan model bisnis yang kompleks sehingga mudah dipahami. Melalui Business Model Canvas perusahaan seakan melihat bisnis dari gambaran besar namun tetap lengkap dan mendetail apa saja elemenelemen kunci yang terkait dengan bisnis. Dengan demikian perusahaan bisa melihat gambaran utuh yang sangat membantu dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan seputar bisnis. Evaluasi terhadap satu demi satu elemen-elemen kunci akan memudahkan analisis terhadap apa yang kurang tepat, dan pada akhirnya perusahaan dapat mengambil langkah untuk mencapai tujuan bisnis.

Business Model Canvas yang dikembangkan oleh Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur dapat digunakan untuk menciptakan, menyampaikan, hingga memodifikasi sebuah model bisnis yang dijalankan oleh suatu perusahaan. Model bisnis ini dapat menggambarkan kegiatan – kegiatan internal dan eksternal yang dijalankan suatu bisnis sehingga dapat

mengidentifikasi kondisi lingkungan yang sedang dihadapi oleh suatu perusahaan. Business Model Canvas mengelompokkan aktivitas-aktivitas bisnis menjadi sembilan blok bangunan yang menunjukkan cara berpikir tentang bagaimana sebuah perusahaan berjalan. Kesembilan blok ini mencakup proporsisi nilai (value propositions), segmen pelanggan (customer segments), hubungan pelanggan (customer relationships), saluran (channels), arus pendapatan (revenue streams), sumber daya utama (key resources), aktivitas utama (key activities), mitra kerja utama (key partnership), dan struktur biaya (cost structure).

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, dan dalam mewujudkan kemandirian UMKM, maka perlu dilakukan pengenalan sebuah model, supaya ide bisnis yang ada dalam benak siswa dapat mereka penerapkan setelah lulus nanti, dan bagi yang tidak melanjutkan ke jenjang Pendidikan tinggi, bisa menjadi alternatif untuk berbisnis, dan bagi yang melanjutkan kuliah juga bisa sambil mempraktekan ide bisnis tersebut. Hal tersebut membuat Tim PKM dari Prodi Manajemen Universitas Pamulang untuk melakukan Pengabdian Kepada Masyarakat yang berjudul "IMPLEMENTASI BUSINESS MODEL CANVAS (BMC) DALAM PENGEMBANGAN USAHA PELAKU UMKM PERUMAHAN PAMULANG ESTATE KOTA TANGERANG SELATAN".

2. METODE

Penggunaan Bisnis Model Canvas atau biasa disebut (BMC) dapat membantu perusahaan untuk memahami aspek bisnis yang sedang berjalan, apa mungkin sistem pada perusahaan tersebut perlu dirubah atau ditambahkan. BMC merupakan template yang ada dalam manajemen strategis guna perkembangan sistem yang baru atau mencetak model bisnis yang telah di pakai (Xing & Ness, 2016).

Proses BMC ini dapat diaplikasikan pada perusahaan sebagai identifikasi dan evaluasi untuk menjabarkan secara terperinci dari hulu sampai hilir dan mengelompokkan proses bisnis yang sedang berjalan di perusahaan serta mencari solusi atas kendala-kendala yang dihadapi. Hal tersebut bertujuan untuk mempermudah dalam penyelesaian masalah. Adapun sembilan elemen BMC tersebut mencakup tentang segmen pelanggan/customer segment (CS), proposisi nilai/value proposition (VP), saluran/channel (CH), hubungan pelanggan/customer relationship (CR), arus pendapatan/revenue stream (RS), sumber daya utama/key resource (KR), aktifitas utama/key activities (KA), bangunan kemitraan/key partnership (KP) dan struktur biaya/cost structure (CS). Elemen-elemen tersebut saling berkaitan satu sama lainnya. Jika terdapat kendala di dalam salah satu elemen, maka akan berdampak pada ketidak sesuaian di dalam proses bisnis yang dijalkannya. Hasil dari BMC berguna untuk melakukan analisis SWOT dengan fungsi perbandingan antar kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang akan dialami perusahaan. Kombinasi antara analisis SWOT dan BMC menjadikan penilaian yang fokus serta evaluasi pada model bisnis perusahaan (Tjitradi, 2015).

Bisnis model menjelaskan mengenai dasar pemikiran bagaimana sebuah bisnis diciptakan, diberikan, dan ditangkap nilainya. Osterwalder dan Pigneur (2012), membuat sebuah pendekatan model kanvas yaitu "nine building blocks" yang memudahkan bagi para pebisnis untuk membangun dan mengembangkan bisnis mereka. Nine building blocks terdiri dari: value propositions, customer segments, customer relationships, channels, key resources, key activities, key partnerships, cost structures, dan revenue streams. Menurut Osterwalder dan Pigneur, ide inovasi dalam bisnis model dapat datang dari mana saja. Osterwalder dan Pigneur membedakan inovasi model bisnis menjadi lima bagian yaitu: resource-driven, offerdriven, customer-driven, finance-driven, dan multiple-epicenter. Resource-driven adalah inovasi yang berasal dari infrastruktur yang ada dalam sebuah organisasi atau memperluas dalam kemitraan atau memperluas dalam kemitraan atau mengubah sebuah model bisnis. Offerdriven adalah inovasi yang dibuat menciptakan nilai proporsi baru yang dapat memberikan dampak kepada building blocks bisnis model lain. Customer-driven adalah inovasi yang didasarkan pada kebutuhan pelanggan, memfasilitasi akses, atau meningkatkan kenyamanan.

Di dalam sebuah bisnis, apapun bentuknya, pastinya ada beberapa orang yang mengoperasikan agar kegiatan usaha terus berjalan. Di dalam sebuah bisnis juga memerlukan strategi, manajemen, maupun sistem yang mempermudah orang-orang di dalamnya untuk bekerja secara efektif dan sesuai goals yang dimiliki perusahaan. Salah satu model bisnis yang terbukti efektif dan sering diterapkan adalah bisnis model canvas.

Jika dilihat lebih teliti, bisnis model canvas membagi hal-hal penting ke dalam beberapa fokus yang jelas. Hal ini memudahkan para pelaku bisnis dalam berbagai aspek dan bisa diterapkan oleh perusahaan baik skala besar maupun kecil.

Menurut Osterwalder & Yves Pigneur (2014) menjelaskan bahwa Business Model Canvas terdiri dari sembilan blok bangunan bisnis. Blok bangunan ini berisikan bagian-bagian penting yang menjelaskan tentang bagaimana organisasi tersebut menciptakan manfaat dan juga mendapat kemanfaatan dari para pelanggannya. Adapun bagian dalam Business Model Canvas tersebut meliputi Customer Segment, Value Proposition, Channels, Customer Relationship, Revenue Streams, Key Resources, Key Activities, Key Partnership dan Cost Structure. Manfaat dari Business Model Canvas bisa menjabarkan, menganalisis, dan merancang secara kreatif dan inovatif dalam upaya membentuk, memberikan, dan menangkap dimensi pasar dan mendorong permintaan dengan cara menginovasi sebuah nilai. Business Model Canvas ini dipaparkan secara visual berupa suatu kanvas/gambar sehingga membantu memudahkan untuk dipahami oleh sang pembaca. Pihak stakeholder perusahaan bisa menyesuaikan bentuk Business Model Canvas ini sesuai dengan kebutuhan usahanya.

Metode kegiatan ini berupa IMPLEMENTASI BUSINESS MODEL CANVAS (BMC) DALAM PENGEMBANGAN USAHA PELAKU UMKM PERUMAHAN PAMULANG ESTATE KOTA TANGERANG SELATAN. Untuk melaksanakan kegiatan tersebut digunakan beberapa metode pelatihan, yaitu:

- a. Metode Ceramah, Metode ceramah dipilih untuk memberikan penjelasan tentang Pengenalan BMC
- b. Metode Tanya Jawab, Metode tanya jawab sangat penting bagi para Mitra. Metode ini memungkinkan pelaku UMKM pengetahuan sebanyak-banyaknya tentang ilmu BMC
- c. Metode Simulasi, Metode simulasi ini diberikan kepada para peserta pelatihan dalam memberikan kesempatan untuk mempraktekkan ide Bisnisnya dalam model canvas.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Permasalahan secara umum yang dihadapi oleh para UMKM yang berkaitan dengan pengembangan usaha dengan BMC yakni:

1. Kurangnya pemahaman Pelaku UMKM mengenai cara mengembangkan ide bisnis
2. Terjadinya kesenjangan dan hambatan dalam melakukan pemanfaatan potensi SDA sekitar;
3. Kurangnya pemahaman dalam mengakses data dan informasi mengenai literasi BMC.
4. Kurang memanfaatkan teknologi yang ada sebagai media promosi
5. Kurangnya motivasi dalam mengembangkan usaha sejak dini dimana hal tersebut dipengaruhi oleh beberapa factor, antara lain:

- a. Faktor Internal

- 1) Usia

Usia merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi besar kecilnya motivasi seseorang dikarenakan semakin bertambah usia seseorang akan merubah pola pikir dan pengalaman seseorang secara langsung akan memotivasi seseorang.

- 2) Jenis kelamin

Jenis kelamin merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pola berfikir seseorang karena jenis kelamin akan menentukan dimasa depan seseorang tersebut akan menjadi apa dan melakukan apa sehingga secara langsung juga akan berimbas mempengaruhi motivasi seseorang.

- 3) Tingkat Pendidikan

Tingkat atau jenjang pendidikan seseorang merupakan salahsatu faktor yang

mempengaruhi motivasi seseorang karena semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang akan menambah pengetahuan dan pengalaman seseorang dimana hal tersebut akan mempengaruhi motivasi seseorang.

4) Sifat Fisik

Sifat fisik merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat motivasi seseorang karena saat seseorang menjalani kehidupan tersebut akan menemui beberapa peristiwa yang akan memotivasinya menyangkut sifat fisik yang sesuai dengan dirinya.

b. Faktor Eksternal

1) Keluarga

Latar belakang keluarga adalah salah satu faktor yang mempengaruhi motivasi seseorang, karena di dalam keluarga secara tidak langsung seseorang meneladani apa-apa saja yang ada di keluarga tersebut sehingga secara tidak langsung akan memotivasi anak tersebut.

2) Sekolah

Sekolah adalah salah satu faktor yang memotivasi seseorang untuk melakukan apa di masa depan karena sekolah adalah tempat seseorang mendapatkan informasi, pengalaman dan pengetahuan mengenai ilmu kehidupan sehingga secara langsung membentuk karakter seseorang sekaligus memotivasi seseorang.

3) Masyarakat

masyarakat merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi motivasi seseorang karena didalam masyarakat terdapat pendidikan yang secara langsung diterima seseorang sehingga secara tidak langsung turut memotivasi seseorang tersebut.

Solusi yang dapat dilakukan untuk para siswa SMK Al-Manar melakukan “IMPLEMENTASI BUSINESS MODEL CANVAS (BMC) DALAM PENGEMBANGAN USAHA PELAKU UMKM PERUMAHAN PAMULANG ESTATE KOTA TANGERANG SELATAN” sebagai berikut:

1. Memberikan edukasi berupa pengenalan Konsep “**BUSSINES MODEL CANVAS (BMC)**”

Definisi bisnis model merupakan metode rasional bagi perusahaan dalam menciptakan, menyampaikan nilai tambah serta menangkap peluang (Osterwalder dan Pigneur, 2009). Dapat diartikan bahwa bisnis model merupakan alat bagi perusahaan untuk mengonsep hal-hal apa yang dimiliki dan dapat dihasilkan oleh perusahaan sehingga dapat diterima oleh konsumennya secara luas. Joyce dan Paquin (2016) mengungkapkan bahwa bisnis model mampu menjadi alat penunjang bagi perusahaan guna mengupayakan kemampuannya agar tetap eksis melalui pendekatan outside-in atau inside-out. Pendekatan secara outside-in yakni mengeksplorasi peluang guna menciptakan inovasi perusahaan melalui beberapa ide bisnis model, hal tersebut memungkinkan perusahaan dalam mengembangkan bisnis model yang dimilikinya. Secara sederhana perusahaan mengidentifikasi tantangan eksternal guna memicu potensi internalnya. Sedangkan pendekatan inside-out merupakan pendekatan yang melibatkan potensi perusahaan saat ini. Dapat diartikan bahwa perusahaan menyesuaikan potensi internalnya untuk mengatasi masalah eksternalnya.

Business Model Canvas adalah suatu alat bantu guna memudahkan dalam penyelesaian masalah dengan cara digambarkan, memberi visual, memberikan nilai dan merubah model bisnis yang kompleks menjadi sederhana. Konsep ini disajikan pada satu lembar kanvas yang berisi Peta Sembilan Blok dasar yang merujuk pada logika berpikir. Bagaimana bisnis dapat berjalan sesuai harapan dan menghasilkan pendapatan dengan mempertimbangkan komponen-komponen apa saja yang dibutuhkan untuk perencanaan sebuah model bisnis (Fahmi Nurahman, 2019).

2. Menjelaskan cara mengpenerapkan Konsep “**BUSSINES MODEL CANVAS (BMC)**”

Model bisnis ini mewakili empat aspek utama di dalam sebuah bisnis yaitu pelanggan, penawaran, infrastruktur dan keberlangsungan keuangan yang mana dikategorikan menjadi 9 blok yang memperlihatkan cara berpikir perusahaan dalam menjalankan sebuah bisnis. 9 blok tersebut terbagi menjadi dua bagian, antara lain: Bagian pertama atau di sisi kanan memudahkan perusahaan dalam melihat penciptaan sebuah nilai

tambah yang dapat ditawarkan melalui segmen pelanggan (customer segments), proposisi nilai (value propositions), hubungan pelanggan (customer relationships), saluran (channels), dan arus pendapatan (revenue streams).

Bagian kedua atau sisi kiri memudahkan perusahaan dalam melihat biaya – biaya yang ditimbulkan atau upaya melakukan efisiensi biaya melalui sumber daya utama (key resources), aktivitas kunci (key activities), kemitraan utama (key partnerships), struktur biaya (cost structure).

- a. customer segments. segmen pasar terdiri dari kelompok pelanggan yang memiliki seperangkat keinginan yang sama (Kotler, 2005). Pelanggan adalah jantung dari setiap model bisnis. Tanpa adanya pelanggan, tidak ada satupun perusahaan yang dapat bertahan dalam jangka waktu yang lama. Dalam rangka memenuhi kepuasan pelanggan, perusahaan mengelompokkan pelanggan- pelanggan ke beberapa segmen yang berbeda berdasarkan kesamaan kebutuhan, kesamaan perilaku dan lain-lain. Model bisnis dapat diterapkan dalam berbagai perusahaan baik kecil maupun besar (Hayyu, 2019).
- b. proposisi nilai (value propositions), Value propositions merupakan nilai tambah yang ditawarkan kepada pelanggan pada produk baik barang maupun jasa. Proposisi nilai terbentuk dari pemecahan masalah yang dihadapi atau terpenuhinya kebutuhan pelanggan. Hal ini yang menjadikan pelanggan lebih memilih produk sebuah perusahaan dari pesaing lainnya.
- c. hubungan pelanggan (customer relationships), Hubungan pelanggan ini merupakan bagian dimana perusahaan menjalin ikatan dengan pelanggannya. Diperlukan pengawasan yang ketat dan intensif agar pelanggan tidak mudah berpaling ke bisnis yang lain hanya karena jalinan hubungan yang kurang baik.
- d. saluran (channels), Channels memiliki beberapa fungsi, antara lain meningkatkan kesadaran pelanggan terhadap barang dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, membantu pelanggan dalam mengevaluasi value propositions yang ditawarkan perusahaan, memfasilitasi pelanggan untuk membeli barang atau jasa yang spesifik, menghantarkan value proposition kepada pelanggan, dan menyediakan dukungan layanan purnajual kepada pelanggan.
- e. arus pendapatan (revenue streams). Revenue streams menggambarkan bagaimana perusahaan memperoleh pendapatan dari masing – masing segmen pelanggan yang ditargetkan (Osterwalder dan Pigneur, 2013). Di dalam sebuah bisnis, ada dua jenis dalam menghasilkan arus pendapatan yaitu pendapatan transaksi yang dihasilkan dari satu kali pembayaran pelanggan dan pendapatan berulang yang dihasilkan dari pembayaran berkelanjutan baik untuk memberikan proposisi nilai kepada pelanggan maupun menyediakan dukungan pelanggan saat pasca pembelian.
- f. sumber daya utama (key resources), Key resources adalah sekat dalam Business Model Canvas yang berisikan daftar sumber daya yang sebaiknya direncanakan dan dimiliki perusahaan untuk mewujudkan proposisi nilainya (Osterwalder dan Pigneur, 2013). Sumber daya yang dimaksud pun bisa berupa sumber daya fisik, finansial, intelektual atau sumber daya manusia. Setiap model bisnis membutuhkan key resources agar perusahaan dapat menciptakan dan menawarkan nilai tambah, menjangkau pasar, menjalin hubungan dengan pelanggan serta mendapatkan pemasukan
- g. aktivitas kunci (key activities), Key activities menggambarkan kegiatan-kegiatan utama yang dilakukan oleh perusahaan agar dapat menghasilkan value propositions, menjangkau customer segments, mempertahankan hubungan dengan pelanggan dengan kegiatan customer relationship dan mendapatkan pemasukan atau revenue stream (Osterwalder dan Pigneur, 2013).
- h. kemitraan utama (key partnerships), Key partnerships menggambarkan pemasok dan mitra yang menjalin hubungan kerja sama dengan perusahaan (Osterwalder dan Pigneur, 2013). Hubungan kerja sama ini dilakukan untuk mengoptimalkan model bisnis perusahaan serta mengurangi resiko atau memperoleh sumber-sumber daya yang strategis.

- i. struktur biaya (cost structure). Cost structure menggambarkan bagaimana perusahaan mengeluarkan biaya – biaya yang ditimbulkan dari penciptaan dan penghantaran nilai, mempertahankan hubungan dengan pelanggan sampai dengan cara mendapatkan pemasukan perusahaan (Osterwalder dan Pigneur, 2013). Mengelola biaya secara efisien akan membuat bisnis yang dijalani menjadi lebih hemat dan bisa meminimalkan risiko kerugian.
3. Memberikan Contoh Penerapan “BUSSINES MODEL CANVAS (BMC)” dalam bentuk usaha/bisnis.

Dalam memberikan solusi permasalahan ketiga ini, nanti akan di berikan beberapa contoh penerapan model BMC ini dalam bentuk kegiatan usaha yang diminati oleh Pelaku UMKM. Langkah awal yang dilakukan adalah:

 - a. Menggali informasi langsung UMKM, siswa mana yang memiliki Ide Bisnis atau yang sudah memjalankan usaha kecil-kecilan dengan menerapkan model BMC.
 - b. Memetakan Pelaku UMKM yang sudah menerapkan minimal point-point dari BMC.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil evaluasi dan pengamatan yang dilakukan oleh tim pengabdian bahwasannya mitra mampu memahami penggunaan Bisnis Model Canvas yang dapat membantu perusahaan dalam memahami aspek bisnis yang sedang berjalan dengan menggunakan template yang ada dalam manajemen strategis guna perkembangan sistem yang baru atau mencetak model bisnis yang telah di gunakan. Hasil dari BMC berguna untuk melakukan analisis SWOT dengan fungsi perbandingan antar kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang akan dialami perusahaan. Kombinasi antara analisis SWOT dan BMC menjadikan penilaian yang fokus serta evaluasi pada model bisnis perusahaan. Jika dilihat lebih teliti, bisnis model canvas membagi hal-hal penting ke dalam beberapa fokus yang jelas. Hal ini memudahkan para pelaku bisnis dalam berbagai aspek dan bisa diterapkan oleh perusahaan baik skala besar maupun kecil.

DAFTAR PUSTAKA

- Fahmi Nurahman, Ahmad. 2019. “Penerapan Model Bisnis Canvas Pada Perusahaan Jasa Wedding Organizer” Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta. 2019.
- Hayyu, Rahmi. 2019. “Analisis Bisnis Model Dengan Pendekatan Business Model Canvas Terhadap Baitul Maal Wat Tamwil Masjid Al Azhar Jakarta Selatan” Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Ekonomi Syariah. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta. 2019.
- Osterwalder, Alexander & Pigneur, Yves. 2013. *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Hoboken: Wiley.
- Tjitradi, E. C. (2015). Evaluasi Dan Perancangan Model Bisnis Berdasarkan Business Model Canvas. Surabaya. Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra., 3(1), 8–16.
- Xing, K., & Ness, D. (2016). Transition to Product-service Systems: Principles and Business Model. *Procedia CIRP*, 47, 525–530. <https://doi.org/10.1016/j.procir.2016.03.236>