

PENGUNAAN BISNIS MODEL KANVAS UNTUK PENGEMBANGAN PEMASARAN UMKM DESA TALAGAJAYA

Lilika Saputri Panggabean¹, Kiki Ahmad Baihaqi²

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

mn20.lilikapanggabean@mhs.ubpkarawang.ac.id¹, kikiahmad@ubpkarawang.ac.id²

ABSTRAK

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) dijalankan di Desa Talagajaya, Pakisjaya, Karawang, dengan tujuan memberikan sumbangan kepada masyarakat dalam bentuk pemahaman mengenai penggunaan bisnis model kanvas untuk mengembangkan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dalam konteks SDGs Desa, desa merupakan bagian penting dalam upaya mencapai tujuan-tujuan pembangunan berkelanjutan. Salah satunya pembangunan yang berkelanjutan yang bisa dilakukan di desa adalah pemberdayaan UMKM. Upaya lainnya adalah mendorong inovasi serta penerapan teknologi di UMKM guna mencapai ekonomi mandiri masyarakat. Dalam pelaksanaan KKN, pendekatan yang digunakan melibatkan observasi, dan pendampingan terhadap para pemuda dan UMKM desa talagajaya. Prosesnya melibatkan persiapan, pelaksanaan, dan penyediaan pengetahuan serta keterampilan dalam manajemen pemasaran. Tim KKN dari Universitas Buana Perjuangan Karawang tahun 2023 dilibatkan dalam upaya ini, dengan pengetahuan yang sesuai. Desa Talagajaya, yang memiliki banyak UMKM, teridentifikasi memiliki potensi, sehingga dilakukan program "Penggunaan Bisnis Model Kanvas Untuk Pengembangan Pemasaran Umkm Desa Talagajaya". Melalui program ini, para mahasiswa memahami potensi dan hambatan yang dihadapi oleh desa tersebut. Keseluruhan aktivitas KKN dilaksanakan sesuai rencana program. Dukungan dan partisipasi masyarakat, khususnya para pemuda di Desa Talagajaya, memainkan peran krusial dalam kesuksesan program ini. Respon positif dari warga setempat memberikan kontribusi berharga terhadap kelancaran semua program yang dijalankan.

Kata kunci : Umkm, Kkn, Bisnis Model Kanvas

ABSTRACT

Community Service Program (KKN) activities are carried out in Talagajaya Village, Pakisjaya, Karawang, with the aim of contributing to the community in the form of understanding the use of

1172 | Abdima Jurnal Pengabdian Mahasiswa

the canvas business model to develop Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). In the context of Village SDGs, villages are an important part of efforts to achieve sustainable development goals. One of the sustainable developments that can be carried out in the village is the empowerment of MSMEs. Another effort is to encourage innovation and the application of technology in MSMEs in order to achieve an independent economy for the community. In implementing KKN, the approach used involved observation, and assistance to the youth and SMEs of the village of Talagajaya. The process involves preparing, implementing, and providing knowledge and skills in marketing management. The KKN team from Buana Perjuangan University in 2023 was involved in this effort, with appropriate knowledge of Talagajaya Village, which has many MSMEs, was identified as having potential, so the program "Using the Business Model Canvas for Marketing Development for MSMEs in Talagajaya Village was carried out. Through this program, the students understand the potentials and obstacles faced by the village All KKN activities are carried out according to the program plan Community support and participation, especially the youth in Talagajaya Village, plays a crucial role in the success of this program Positive response from local residents makes a valuable contribution to the smooth running of all programs run.

Keywords Umkm, Kkn, Canvas Model Tires

PENDAHULUAN

Kuliah Kerja Nyata (KKN) adalah sebuah kegiatan dalam pengabdian di tengah masyarakat desa oleh mahasiswa yang wajib dilaksanakan sebagai bentuk pengamalan Tri Dharma Perguruan Tinggi. Tak terkecuali Universitas Buana Perjuangan Karawang yang mengirimkan mahasiswanya untuk mengabdikan melaksanakan kegiatan KKN, salah satunya yang berada di desa Talagajaya kecamatan Pakisjaya kabupaten Karawang. Desa Talagajaya ini merupakan desa yang terletak di kecamatan Pakisjaya kabupaten Karawang provinsi Jawa Barat. Desa Talagajaya ini terdiri dari 4 Dusun, 11 Rukun Tetangga (RT), dan 4 Rukun Warga (RW).

Business Model Canvas adalah sebuah kerangka kerja yang membahas model usaha dalam bentuk visual berupa kanvas lukisan, supaya dapat dimengerti dan dipahami dengan mudah. Ini merupakan alat dalam strategi manajemen usaha untuk menjelaskan konsep, konsumen, infrastruktur, target pelanggan, maupun keuangan perusahaan secara lebih jelas. Biasanya, strategi ini digunakan oleh pelaku usaha pemula agar bisa menghasilkan strategi usaha yang matang.

Sebelumnya, pelaku UMKM masih belum terlalu banyak menggunakan strategi ini, tapi dengan akses informasi yang lebih baik serta persaingan di pasar yang semakin ketat, tidak mengherankan kalau UMKM juga perlu menggunakan strategi ini.

UMKM bisa memanfaatkan Business Model Canvas untuk bertahan, karena bisa membuat pelaku UMKM dapat menangkap peluang usaha potensial yang dapat diambil. Pelatihan lain terhadap UMKM Indonesia yang diulas dalam Warta Depok menekankan bahwa alasan utama pentingnya Business Model Canvas ini diajarkan secara lebih lanjut adalah karena UMKM perlu meningkatkan strategi usaha serta daya saing, agar nantinya bisa memasuki pasar global. Konsep Business Model Canvas ini sangat bisa membantu merancang maupun mengevaluasi strategi yang digunakan dalam usaha, sehingga setiap pilihan dan langkah yang diambil dapat berdampak baik secara maksimal bagi usaha.

Elemen Business Model Canvas untuk Menuntun Pembentukan Strategi Usaha Dalam penerapannya, Business Model Canvas punya 9 elemen yang perlu diperhatikan :

1. Nilai Manfaat (Value Proposition)

Pastinya dalam memulai usaha, kita menentukan hal yang menjadi keunggulan produk kita, Hal yang kita tawarkan perlu memiliki manfaat bagi segmen pasar yang disasar, namun juga memiliki daya pembeda. Strategi ini perlu ditentukan dan ditulis dengan jelas dalam Business Model Canvas, sehingga pelanggan dapat merasa tertarik dengan produk tersebut sekaligus tergerak untuk memilih dan menggunakannya. Keunggulan ini bisa sangat beragam. Bisa jadi produk kita belum pernah ada sebelumnya, atau menawarkan harga yang bersaing dan lebih efisien. Bisa jadi produk kita menghadirkan kenyamanan serta kemudahan bagi pelanggan. Bisa juga produk ini bisa dimodifikasi sesuai kebutuhan setiap pelanggan, memberikan nilai artistik lebih dari sekadar fungsinya, atau bahkan memberikan status sosial yang lebih baik bagi para penggunanya.

2. Segmen Pasar (Customer Segments)

Dalam menjalankan UMKM, sangat penting untuk menentukan segmen pasar yang akan menjadi target. Pelaku usaha perlu mengenali konsumen beserta ciri-ciri dan kebutuhannya secara jelas, sehingga produk yang ditawarkan bisa hadir untuk orang-orang yang sesuai dan menjadi solusi bagi mereka. Setiap bentuk usaha makanan, kebutuhan sehari-hari, atau pakaian tentu punya golongan pasar tertentu yang mereka sasar. Apakah pasar yang dituju adalah remaja, keluarga muda kelas menengah, atau mungkin sebuah kelompok penggemar

makanan spesifik? Ada beberapa kategori segmen pasar yang bisa memudahkan untuk menentukan yang sesuai berdasarkan prioritas sebelum menuliskannya ke dalam Business Model Canvas, yaitu:

Mass Market: segmen pasar luas dengan jenis kebutuhan dan masalah yang sama.

Niche Market: segmen pasar yang spesifik. Segmented: segmen pasar yang memiliki kebutuhan berbeda tetapi dalam satu kategori.

Diversified: segmen pasar yang memiliki kebutuhan atau masalah yang sangat berbeda.

Multi-sided Platform: melayani dua atau lebih pasar segmen pasar yang saling tergantung.

3. Hubungan dengan Pelanggan (Customer Relationship)

Elemen yang turut berperan adalah hubungan yang dijalin dengan pelanggan. Ya, usaha besar maupun UMKM perlu memikirkan hal ini dengan matang. Bagaimana pun juga, usaha kita ada untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Perlu strategi yang tepat dalam menentukan interaksi dan menjaga kesetiaan pelanggan agar tidak berpaling pada pelaku usaha yang lain. Ada bermacam strategi komunikasi yang bisa digunakan: bisa sebatas transaksional atau beli putus, bisa menjaga hubungan jangka panjang dengan pelanggan, bisa menciptakan komunitas pelanggan, bisa dilayani oleh representatif penjual yang bersahabat, atau bahkan

memberikan promo atau diskon kepada pelanggan.

4. Aktivitas Utama Usaha (Key Activities)

Elemen Business Model Canvas ini mengacu kepada semua aktivitas yang berhubungan dengan produktivitas usaha yang berkaitan dengan sebuah produk, supaya produk dengan nilai manfaat (value proposition) yang ditetapkan dapat tercipta dan hadir di pasar. Aktivitas utama usaha ini maksudnya adalah kegiatan wajib dalam usaha, seperti perancangan produk, proses produksi dan pengolahan, operasional usaha, pengiriman barang, dll.

5. Sumber Pendapatan Usaha (Revenue Streams)

Sumber pendapatan usaha dari transaksi pelanggan jelas merupakan bagian yang paling penting. Tanpa hal ini, UMKM tidak akan mampu bertahan, apalagi berkembang dan menghasilkan keuntungan. Karena itu, elemen ini harus dikelola semaksimal mungkin, utamanya dengan memanfaatkan setiap sumber daya secara maksimal supaya bisa meningkatkan pendapatan usaha. Intinya, elemen ini merupakan strategi pelaku usaha

untuk menghasilkan uang tergantung dengan setiap kegiatan dan hal yang ditawarkan melalui usaha, misalnya penjualan produk, penjualan jasa, biaya berlangganan, atau bahkan biaya peminjaman.

6. Saluran (Channels)

Saluran (channels) adalah cara kita sebagai pelaku usaha bisa menjangkau pasar serta menyampaikan produk secara tepat sasaran. Dengan saluran yang tepat, kita bisa menyampaikan nilai manfaat produk UMKM yang ditawarkan kepada segmen pasar yang dituju. Elemen Business Model Canvas ini juga sangat penting dan tidak hanya terbatas pada distribusi produk, tapi juga setiap proses yang berperan dalam pertemuan antara usaha kita dan para pelanggan.

7. Sumber Daya (Key Resources)

Elemen ini penting untuk mendukung aktivitas utama dalam usaha agar produk usaha bisa terwujud sesuai harapan.

8. Kerjasama (Key Partnership)

Kerjasama menunjukkan siapa saja rekan yang akan mendukung usaha kita supaya bisa bersaing dan menjalankan aktivitas usaha secara efektif. Tujuannya bisa macam-macam, bisa untuk mengurangi risiko dalam persaingan di pasar, atau mengupayakan sumber daya dan melakukan kegiatan usaha secara lebih optimal.

METODE

Penelitian ini berfokus kepada pemuda yang berada di Desa Talagajaya, Kecamatan Pakisjaya, Kabupaten Karawang, Jawa Barat. Waktu yang dibutuhkan untuk pengabdian kepada masyarakat ini yaitu 1 Juli sampai 31 Juli 2023. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif karena data yang diambil tidak berupa angka, sehingga kesimpulan yang dihasilkan akan berbentuk kesatuan utuh dan logis secara ilmiah dan alasan. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu : Observasi, Wawancara dan Dokumentasi.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Tahap Perencanaan

Tahap perencanaan dimulai dengan mengajukan surat izin kegiatan ke Kantor Desa.

Sebelum memulai kegiatan, tim pelaksanaan sosialisasi memberikan undangan kepada pemuda desa Talagajaya untuk menghadiri sosialisasi.

Mitra dalam program Penggunaan Bisnis Model Kanvas Untuk Pengembangan Pemasaran Umkm Desa Talagajaya adalah para pemuda yang belum bekerja di Desa Talagajaya, yang menjadi fokus pengabdian masyarakat ini. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan panduan awal bagi pemula dalam berwirausaha.

NO	NAMA	ALAMAT	USIA	PARAF
1.	Dila Hilalah	Wangir Janya	19	1. Hilalah
2.	Nuraini	"	17	2. Nuraini
3.	Muradiah	"	19	3. Muradiah
4.	Salvia Anu	"	"	4. Salvia Anu
5.	INDRA	KALI KUTENAN DE 2	20	5. Indra
6.	ASAP SUNDAHA	KALI ASISI CEMANDE 20	20	6. Asap Sunda
7.	ALDI MANKUN	"	16	7. Aldi Mankun
8.	SARI POKIM	KALI ASISI	19	8. Sari Pokim
9.	JUPRI	KALI ASISI	17	9. Jupri
10.	JAKA MULYANA	KALI ASISI	20	10. Jaka Mulyana
11.	AS S	KALI ASISI	25	11. As S
12.	DAET PRATAMA	KALI ASISI	18	12. Daet Pratama
13.	MA LAUFIE	KALI ASISI	25	13. Ma Laufie
14.				14.
15.				15.
16.				16.

Gambar 1. Daftar Hadir Peserta Bimtek UMKM

2. Tahap Pelaksanaan

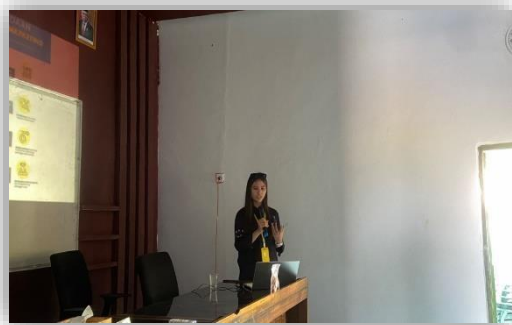
Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini berfokus pada pemberian materi mengenai Penggunaan Bisnis Model Kanvas Untuk Pengembangan Pemasaran Umkm Desa Talagajaya, dan metodenya dilakukan secara tatap muka atau offline. Kegiatan ini dijadwalkan berlangsung pada tanggal 22 Juli 2023, mulai dari pukul 09.30 hingga 12.00 WIB. Dalam acara ini, peserta akan diberikan materi dengan tujuan agar mereka lebih mudah memahami dan menguasai isi materi yang disampaikan. Hal ini diharapkan akan mendorong peserta untuk aktif bertanya dan berdiskusi selama sesi penyuluhan.

Sesuai dengan agenda, setelah peserta hadir, acara penyuluhan akan dimulai. Tim pelaksana akan secara bergantian menyampaikan berbagai materi yang telah disiapkan kepada para peserta. Tujuannya adalah memberikan pemahaman yang komprehensif dan memastikan peserta memperoleh panduan yang berguna dalam menjalankan pertanyaan dan diskusi yang produktif selama penyuluhan berlangsung.

Dampak yang dihasilkan dari program Penggunaan Bisnis Model Kanvas Untuk Pengembangan Pemasaran Umkm Desa Talagajaya adalah adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam Konsep Business Model Canvas ini sangat bisa membantu merancang maupun mengevaluasi strategi yang digunakan dalam usaha. Selain itu, para pengusaha UMKM di Desa Talagajaya juga menjadi lebih berpengetahuan tentang perkembangan bisnis mereka melalui penerapan Bisnis Model Kanvas yang efektif dan terstruktur.



Gambar 2. Kegiatan Pelaksanaan Bimtek



Gambar 3. Kegiatan Pelaksanaan Bimtek

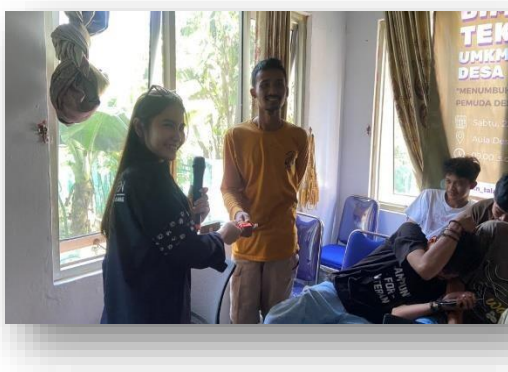


Gambar 4. Kegiatan Pelaksanaan Bimtek

3. Tahap Evaluasi

Banyak dari peserta menunjukkan minat yang tinggi dalam mengajukan pertanyaan terkait dengan tantangan mereka dalam mengembangkan hal-hal baru dalam menjalankan usaha saat ini. Mereka ingin mengetahui cara menghasilkan gagasan dan karya yang berbeda dari yang telah ada

sebelumnya, baik dalam bentuk konsep maupun realisasi nyata. Selanjutnya, program Penggunaan Bisnis Model Kanvas Untuk Pengembangan Pemasaran Umkm Desa Talagajaya dievaluasi oleh peserta berdasarkan bagaimana pelaksanaan penyuluhan ini berjalan. Peserta memberikan penilaian terhadap kinerja dan proses pelaksanaan program ini.



Gambar 5. Pemberian Gift Kepada
Audience yang Bertanya

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Penggunaan Bisnis Model Kanvas Untuk Pengembangan Pemasaran Umkm Desa Talagajaya memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perkembangan usaha di wilayah tersebut. Respon terhadap kegiatan pengabdian ini sangat positif, dengan para pelaku usaha memperoleh pengetahuan dan keterampilan baru dalam mengelola usaha bisnis melalui bisnis model kanvas yang diterapkan. Dampak dari Program Kerja Kuliah Nyata (KKN) ini adalah pemuda dan UMKM di Desa Talagajaya menjadi lebih mampu memahami prinsip-prinsip berwirausaha yang efektif melalui bisnis model kanvas, yang pada akhirnya membantu mereka dalam perkembangan usaha mereka.

Kegiatan KKN yang melibatkan pendampingan dalam pemaparan materi bisnis model kanvas berpotensi memberikan manfaat yang substansial bagi UMKM di Desa Talagajaya. Oleh karena itu, penting untuk menjaga kelanjutan dan melakukan evaluasi secara rutin guna memastikan dampak positif terhadap perkembangan UMKM tetap terjaga. Kerja sama antara pelaku UMKM, pemerintah, sektor swasta, dan lembaga pendidikan diperlukan dalam upaya meningkatkan pemahaman terhadap teknologi dan media sosial, terutama mengingat tingkat pendidikan yang beragam. Penggunaan teknologi informasi (TI) dan optimalisasi situs web pemerintah setempat

juga memiliki peran penting dalam mempermudah pertukaran informasi UMKM dengan cara yang efisien dan efektif. Dengan memanfaatkan platform media sosial untuk mengembangkan cakupan pasar mereka, berpotensi meningkatkan pendapatan secara keseluruhan.

Dalam hal keuangan, dianjurkan agar pemilik usaha Mencatat dengan akurat pemasukan dan pengeluaran selama proses produksi menjadi hal yang krusial bagi pemilik usaha.

DAFTAR PUSTAKA

1. Hasyim, M., Rahmad, D., & Subur, S. (2014). Pelatihan Manajemen Pemasaran Pada Pelaku Usaha Toko Kelontong Dusun Puluhan, Desa Banyusidi, Pakis, Magelang, Jawa Tengah. *Jurnal Inovasi Dan Kewirausahaan*, 3(2), 134–140.
2. Noor, A. S., Lestari, B., & Lestari, B. (2020). Pelatihan Tentang Bisnis Model Kanvas Bagi Pelaku Usaha Kecil Menengah Sebagai Upaya Pembekalan Keterampilan di Desa Tabing Rimbah Kecamatan Mandastana Kabupaten Barito Kuala. *Prosiding Hasil-Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 36–41.
3. Bisnis Model Kanvas Bagi UMKM Muda Rumbai Aznuriyandi, P., Lodia Putri, D., & Lancang Kuning, U. (2022). *JPK: Jurnal Pengabdian Kompetitif*. 1(2), 76–80.