

Pendampingan Fasilitas Penyusunan Bisnis Model Canvas Pada UMKM Temanggung

Ipuk Widayanti

Universitas Tidar, Indonesia

Corresponding author: ipuk.widayanti.ac.id

ARTICLE INFO

ABSTRAK

Kata Kunci
Kinerja usaha, UMKM, Bisnis
Model Canvas

UMKM memiliki peran strategis dalam pertumbuhan ekonomi daerah, namun sering menghadapi kendala dalam merancang model bisnis yang efektif dan berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk memfasilitasi penyusunan *Business Model Canvas* (BMC) pada UMKM di Kabupaten Temanggung sebagai upaya meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif melalui pelatihan, pendampingan, dan diskusi kelompok terarah dengan pelaku UMKM. Fasilitasi ini difokuskan pada sembilan elemen utama BMC, meliputi segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran, hubungan pelanggan, arus pendapatan, sumber daya utama, aktivitas utama, mitra kunci, serta struktur biaya. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelaku UMKM mampu memahami dan menyusun model bisnis yang lebih terstruktur, mengenali peluang pasar, serta merencanakan strategi pengembangan usaha secara sistematis. Dengan adanya penyusunan BMC, UMKM Temanggung diharapkan dapat memperkuat posisi dalam persaingan, meningkatkan inovasi, serta menciptakan keberlanjutan ekonomi lokal.

Copyright © 2025 Authors

This is an open access article under [CC-BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license



Pendahuluan

Saat ini UMKM yang menjadi binaan dari FEB Tidar yang sebagian besar adalah wira usahawan perorangan yang banyak bergerak di bidang usaha makanan dan minuman kinerja usahanya mengalami penurunan. Terlebih dengan adanya pandemi Covid 19 semakin memperparah penurunan kinerja usaha tersebut. Permasalahan yang dihadapi saat ini adalah turunnya kinerja usaha berupa lesunya permintaan pesanan atau order. Hal ini diperparah dengan kecenderungan bergesernya pola konsumsi pembeli dari pola pembelian langsung atau offline ke pola pembelian online yang mana hal ini sangat terasa saat pandemi covid 19 melanda masyarakat. Menurut penelitian Thaha (2020) dalam melaporkan bahwa 163.713 pelaku UMKM pada sektor makanan dan minuman terkena dampak pandemi Covid-19. Hasil laporan penelitian tersebut ditambah dengan data Kemenkop UMKM yang melaporkan bahwa 56% pelaku UMKM mengalami penurunan penjualan, 22% pada aspek pembiayaan, 15% pada aspek distribusi barang, dan 4% mengalami kesulitan mendapatkan bahan baku mentah (Indah, Maria, 2021).

Data penelitian Soetjipto (2020) menunjukkan bahwa 75% mengalami dampak penurunan penjualan, 51% pelaku UMKM hanya mampu bertahan 1-3 bulan, 67% menginginkan adanya dana darurat, dan hanya 13% pelaku UMKM yakin menghadapi situasi pandemi. Penelitian Soetjipto (2020) menjelaskan mengenai penyebab penurunan omzet pelaku UMKM, yang meliputi 63% disebabkan oleh daya beli konsumen menurun, 46% konsumen takut membeli disertai adanya aturan PSBB (Indah, Maria, 2021). Hasil penelitian Didin Saprudin, (2022) di CV Modena Rattan Cirebon, terjadi penurunan omzet penjualan dari target penjualan 20 juta pertahun masing-masing tahun 2019 tercapai 92%, tahun 2020 tercapai 84% dan tahun 2021 tercapai 64%. Dengan adanya pandemi covid-19 nilai penjualan UMKM Cirebon pada umumnya mengalami penurunan. Dengan adanya pandemi covid 19 dan masa-masa setelahnya kecenderungan pola belanja masyarakat secara lebih cepat bergeser dari offline ke online. Hal ini menjadikan permasalahan tersendiri bagi UMKM yang belum siap berperilaku usaha yang melibatkan teknologi digital ini. Khususnya dalam hal pemasaran maupun akses informasi usaha lainnya.

Pada akhirnya ini semua mengakibatkan kinerja usaha menurun atau tidak tumbuh. Di saat masa pandemi terjadi perubahan pola konsumsi barang dan jasa masyarakat dari offline ke online. Pelaku UMKM pasti kesulitan dalam mencapai target-target yang harus dicapai saat perekonomian terganggu. Perubahan pola tersebut, seyogyanya diikuti pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) agar dapat survive, serta bisa berkembang sehingga mampu menghadapi kondisi new normal. Digitalisasi menjadi sebuah kebutuhan penting, terbukti di Masa Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) memberikan kenaikan pada pemanfaatan e-learning, eCommerce, literasi digital, permintaan delivery, dan kebutuhan alat kesehatan/kebersihan. Namun kita tidak dapat memungkiri adanya permasalahan digitalisasi UMKM. Di beberapa daerah terpencil keterbatasan akses internet masih

menjadi kendala. Pemahaman dari pelaku UMKM terhadap teknologi, pemasaran online terbatas, proses produksi dan akses pasar daring yang masih dinilai belum cukup maksimal (Shinta Carolin, 2021). Covid-19 mengakibatkan beberapa penurunan di sektor ekonomi, khususnya di bidang Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Hasil penelitian menunjukkan UMKM Indonesia mengalami penurunan bahkan menghentikan aktivitasnya. Hal ini terjadi karena adanya penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar. Dengan penerapan PSBB mengakibatkan perubahan perilaku konsumen dalam masyarakat seperti tidak melakukan jual beli diluar rumah, perubahan permintaan penawaran dan sebagainya. Penurunan pendapatan pada pelaku usaha menengah kecil (UMKM) sangat berdampak terhadap kesejahteraan masyarakat, karena ekonomi Indonesia secara signifikan disupport oleh UMKM (Santika & Maulana, 2020).

Dampak pandemi Covid-19 tidak hanya pada sektor manufaktur, tetapi juga terhadap sektor UMKM sejak April 2020. Salah satu upaya pemulihan ekonomi nasional yang dilakukan pemerintah di masa pandemi Covid-19 adalah mendorong sektor UMKM, yang memiliki peran penting dalam perekonomian nasional karena banyaknya pekerja yang terlibat langsung. Apalagi jumlah UMKM di Indonesia mencapai 64,19 juta, dengan komposisi Usaha Mikro dan Kecil (UMK) sangat dominan yakni 64,13 juta (99,92%) dari keseluruhan sektor usaha. Kelompok ini pula yang merasakan imbas negatif dari pandemi Covid-19 (Bahtiar, 2021) Faktor lain yang mempengaruhi kinerja usaha yaitu kemampuan perusahaan untuk mengelola jaringannya yang merupakan sumber penting untuk mencapai kinerja usaha yang berkelanjutan (Eisingerich, A.B. & Bell, 2008). Selain itu, sebagian besar penelitian yang ada telah berfokus pada dampak positif jaringan terhadap kinerja perusahaan (Wang, Z & Wang, 2012). Proses pengambilan keputusan dan kolaborasi dengan pihak eksternal menghasilkan akses ke sumber daya baru dapat meminimalkan risiko keuangan yang berdampak langsung pada hasil keuangan perusahaan.

BMC digunakan supaya kekuatan dan kekurangan proses bisnis dapat dianalisis. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Mohammad K dan Hendratmi, (2015) yang menunjukkan bahwa BMC telah mendorong BMT Kanindo Syariah Jatim melakukan proses operasi bisnis dengan lebih baik dan sesuai dengan visi dan misi BMT. Berdasarkan hasil penelitian ini terdapat perbedaan antara literatur dan fakta terkait *core* bisnis dan kendala pengembangan yang dihadapi BMT. Menurut hasil penelitian Pratami NWCA dan Wijaya P, (2016) model bisnis yang telah dijalankan di perusahaan jasa pengiriman berdasarkan BMC dapat sangat membantu suatu perusahaan dalam mengenali lingkungan usaha yang akan dibangun terlihat dalam sebuah BMC yang terbentuk dan keterhubungan dari sembilan segmentasi yang ada pada BMC. UMKM binaan FEB TIDAR yang menjadi sasaran dalam pengabdian masyarakat ini berdomisili di seputar kota Cirebon dan Kabupaten Cirebon sedangkan lingkup area pemasaran atas produknya bervariasi, beberapa produk makanan kemasan sudah ada yang bisa menjangkau kota-kota di

Jawa Tengah dan Jawa Barat namun sebagian besar masih di area pemasaran kota Cirebon dan Kabupaten Cirebon.

Metode

Langkah kerja pengabdian masyarakat kepada para UMKM binaan FEB TIDAR ini adalah melalui serangkaian kegiatan yang dimulai inventarisasi jenis usaha, fasilitasi penyusunan BMC, pemberian umpan balik pasca penyusunan BMC dan selanjutnya penyusunan tulisan karya pengabdian ini. Metoda yang digunakan dalam langkah fasilitasi penyusunan BMC kepada UMKM adalah *andragogi* atau pendidikan orang dewasa di yaitu meletakkan peserta sebagai subyek. Seluruh peserta adalah narasumber. Dari peserta fakta lapangan dihadirkan, kemudian distrukturkan sesuai konsep yang sedang dipelajari dan selanjutnya dirumuskan menjadi sebuah kebulatan untuk dijalankan.

1. Inventarisasi jenis usaha, dilakukan untuk mengidentifikasi produk jasa usaha dan identifikasi keunggulan dan kelemahan para UMKM binaan FEB TIDAR. Berdasarkan informasi awal tersebut diketahui kelemahan dan keunggulan masing-masing UMKM, yang mana hal ini merupakan akibat dari belum optimalnya aspek-aspek penting seperti segmen pelanggan, mitra utama, dan lain-lainnya sebagaimana aspek-aspek di Bisnis Model Canvas. Termasuk dalam kegiatan inventarisasi usaha ini adalah pengamatan operasional usaha yang dilakukan dengan mengamati aktivitas usaha UMKM dari media sosial maupun sarana digital marketing lainnya. Hal ini untuk memperoleh gambaran riil kondisi eksisting usaha UMKM khususnya tentang kemampuannya beradaptasi dengan situasi dan kondisi new normal terkini dalam bidang usaha.
2. Fasilitasi penyusunan BMC, dilakukan secara *in class training*. Peserta diajak langkah demi langkah penyusunan Bisnis Model Canvas (BMC) dari langkah 1 s/d langkah ke 9. Tahap pertama menyusun langkah 1 s/d langkah ke 5 BMC yaitu; proposisi nilai, segmen pelanggan, hubungan dengan pelanggan, saluran distribusi dan aliran pendapatan. Tahap ke dua menyusun langkah 6 s/d langkah 9 BMC yaitu; sumber daya utama, aktivitas utama, mitra utama dan struktur biaya. Dengan menyusun dan menginventarisir 9 langkah atau 9 blok dari BMC tersebut maka kerangka pengembangan usaha menjadi terpetakan dengan jelas dengan kerangka pemikiran sederhana namun tetap substansial. Sehingga terumuskan apa, siapa dan bagaimana aksi yang harus dilakukan untuk pengembangan usaha di waktu dekat, jangka pendek dan jangka panjangnya secara terukur.

Tabel 1. Indikator Pencapaian Kegiatan

Ocm	Tolok Ukur	Target
Meningkatkan kesadaran, pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM terhadap dokumen perencanaan usaha (business plan)	Pelaku UMKM; 1. Sadar pentingnya dokumen perencanaan usaha 2. Paham maksud dan tujuan serta pengertian Bisnis Model Canvas (BMC) 3. Terampil menyusun Bisnis Model Canvas (BMC) untuk usahanya	31 Peserta

Sumber data: Data Primer, 2025

Hasil dan Pembahasan

Fasilitasi penyusunan BMC dilaksanakan pada tanggal 23 Mei 2022 bertempat di FEB TIDAR. Dari proses fasilitasi penyusunan BMC secara langsung (*in class training*) yang dilaksanakan ditemui dinamika yang baik di mana semua peserta sangat antusias menyusun BMC nya. Hal ini didasari pada kesadaran bahwa sangat penting membuat perencanaan usaha yang jelas sekaligus membuat peta jalan usaha yang sederhana dan bisa dijadikan alat evaluasi. Terlebih saat era new normal paska pandemi untuk membuat terobosan-terobosan pemasaran dan kemitraan baru untuk meningkatkan kinerja usahanya.

Table. 2 Bimbingan penyusunan BMC

UMKM Mendaftar	UMKM datang di kelas	UMKM menunjukkan hasil penyusunan BMC	UMKM tidak menunjukkan hasil penyusunan BMC
31	24	12	12
Saat dilakukan pengumuman	Saat dilakukan fasilitasi in class	Saat selesai fasilitasi in class training ada	Saat selesai fasilitasi in class

melalui flyer. Tercatat 31 UMKM mendaftar melalui google form	training terdapat 24 UMKM yang hadir	12 UMKM yang mampu menyelesaikan penyusunan BMC	training ada 12 UMKM yang mampu menyelesaikan penyusunan BMC
--	---	--	--

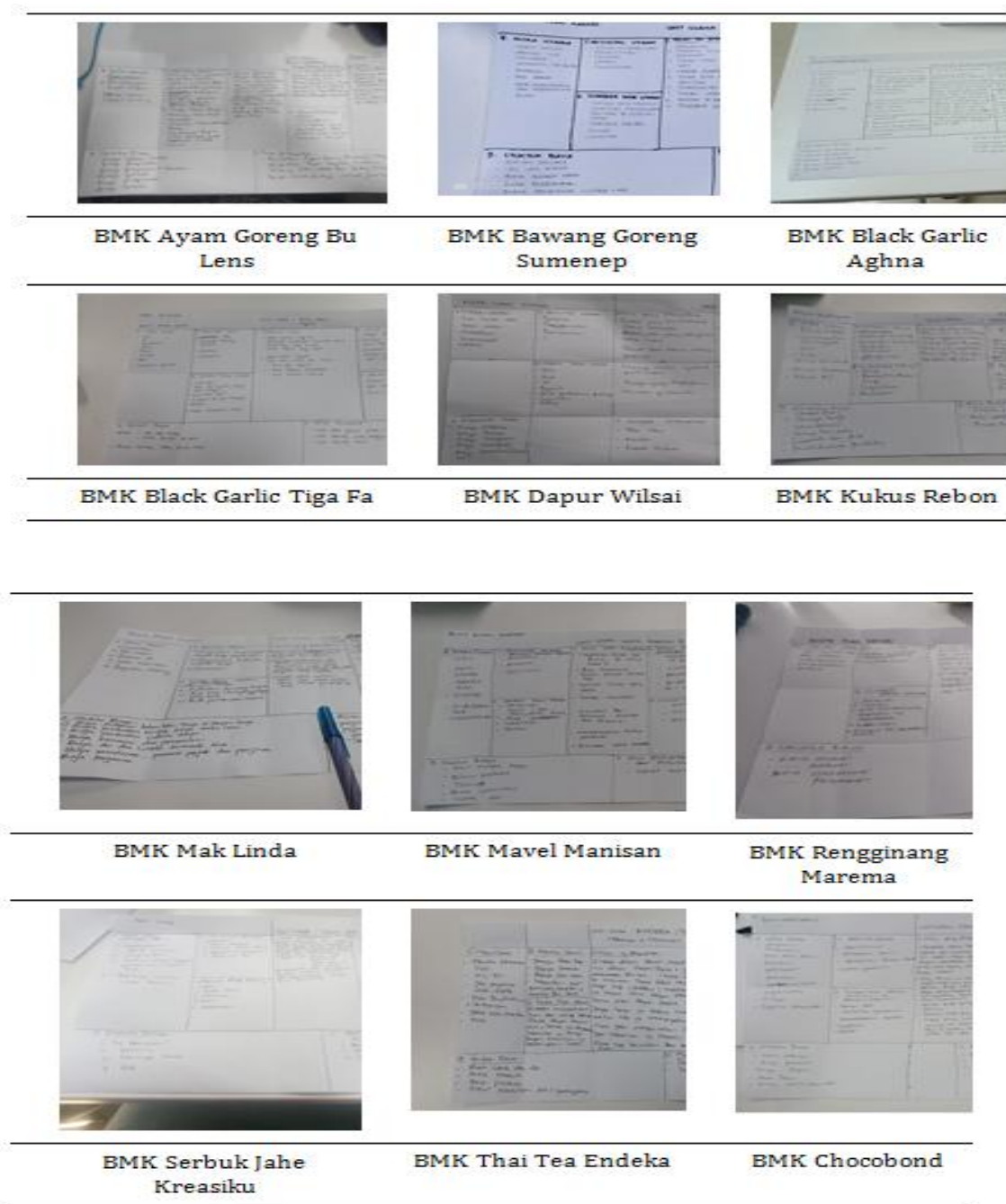
Sumber data: Data Primer, 2025



Gambar 1. Kegiatan Fasilitasi Bimbingan Penyusunan BMC Untuk UMKM

Dari UMKM yang mampu menyusun BMC selama fasilitasi *in class training*, terkumpul 12 UMKM yang mampu menyelesaikan penugasan penyusunan BMC. Ke 12 UMKM tersebut Adalah Ayam Goreng Bu Lens, Bawang Goreng Sumenep, Black Garlic Aghna, Black Garlic Tiga Fa, Dapur Wilsai, Kukus Rebon, Mak Linda,

Mavel Manisan, Rengginang Marema, Serbuk Jahe Kreasiku, Thai Tea Endeka, Chocobond



Gambar 2. BMC UMKM Hasil Fasilitasi in Class Training

Dari peserta yang hadir dalam bimbingan penyusunan BMC sebanyak 24, dapat dikelompokkan ke dalam 2 kelompok jenis usaha, yaitu usaha produksi makanan/minuman kemasan dan usaha kuliner/warung makan. Secara umum dapat ditarik kesimpulan bahwa menyusun bisnis model secara komprehensif merupakan kegiatan yang belum pernah dilakukan sebelumnya oleh UMKM peserta bimbingan ini. Sehingga yang dilakukan selama ini adalah kegiatan

'langsung action' melakukan produksi atau menjual produk. Hal ini berlangsung secara terus menerus karena tidak ada pihak lain yang menuntut tentang dokumen perencanaan usaha tersebut sedangkan secara internal UMKM belum menyadari tentang manfaat menginventarisasi sumber daya maupun menginventarisasi calon mitra ataupun memetakan segmen pelanggan sehingga penjualan produk dapat lebih fokus dan di saat bersamaan dapat melakukan inovasi-inovasi dengan mitra yang tepat.

Dari dinamika fasilitasi di kelas, kesulitan-kesulitan yang sering muncul di setiap blok/elemen Bisnis Model Canvas adalah sebagai berikut;

1. **Proposisi nilai;** UMKM sering mengalami kesulitan dalam merumuskan proposisi nilai. Merumuskan proposisi nilai yang dilakukan di tengah-tengah aktivitas usaha seperti halnya melakukan refleksi diri sekaligus introspeksi dan bersamaan itu melakukan penajaman visi misi dalam berbisnis. Dalam prosesnya, fasilitator memberikan contoh-contoh dari proposisi nilai perusahaan-perusahaan yang ada untuk kemudian peserta diminta menyusun proposisi nilai dari usaha yang dijalankan.
2. **Segmen pelanggan;** UMKM tidak mengalami kesulitan dalam merumuskan segmen pelanggan. Namun demikian di dalam diskusinya berbagai macam segmen pelanggan yang pada akhirnya diketahui, selanjutnya menjadi tantangan UMKM untuk mengembangkan pasar di berbagai macam segmen pelanggan tersebut di masa-masa berikutnya.
3. **Membina hubungan dengan pelanggan;** dalam diskusinya UMKM banyak mendapat informasi-informasi baru tentang cara-cara membina hubungan dengan pelanggan secara kreatif dan inovatif. Hal ini diperoleh dari sharing pengalaman dari peserta lain khususnya yang sudah mengimplementasikan teknologi digital dalam membina hubungan dengan pelanggan.
4. **Saluran distribusi;** secara umum UMKM tidak mengalami kesulitan dalam merumuskan saluran distribusi. Namun begitu sharing pengalaman dari peserta lain khususnya dalam penggunaan teknologi digital dalam kegiatan saluran distribusi merupakan topik diskusi yang menarik.
5. **Aliran pendapatan;** secara umum UMKM tidak mengalami kesulitan dalam merumuskan aliran pendapatan.
6. **Sumber daya utama;** menginventarisir sumber daya utama adalah kegiatan reflektif yang akan membuat UMKM mengetahui sumber daya yang sudah digunakannya maupun sumber daya yang dimiliki akan tetapi masih menganggur. Dari diskusi kelas banyak ditemui pemahaman baru tentang

sumber daya utama yang erat hubungannya dengan kebutuhan kemitraan. Misalnya sumber daya manusia yang rendah keterampilan yang harus dihubungkan dengan kemitraan untuk peningkatan di masa mendatangnya.

7. Aktivitas utama; titik kritis dalam menginventarisir aktivitas utama adalah tidak menghubungkan dengan pembiayaan atas aktivitas tersebut. Sehingga dalam diskusinya sering diberi penekanan oleh fasilitator bahwa perumusan aktivitas utama ada hubungannya dengan aktivitas yang perlu pembiayaan dari blok atau elemen struktur biaya.
8. Mitra utama; menginventarisir mitra utama adalah sesuatu hal yang baru bagi UMKM. Selama ini mereka hampir tidak punya ruang dan waktu untuk melakukan inventarisasi mitra karena waktu tenaga dan pikiran sudah terlalu sibuk dalam kegiatan operasional harian. Dalam diskusinya banyak diperoleh ide-ide dan gagasan untuk memajukan usaha dengan bermitra dengan pihak tertentu.
9. Struktur biaya; UMKM mendapat banyak informasi berkaitan dengan perumusan struktur biaya. Dalam diskusinya banyak disampaikan bahwa pada umumnya UMKM dalam memulai usahanya justeru berfokus pada struktur biaya terlebih dahulu. Atau dalam situasi lainnya UMKM berfokusnya ke modal terlebih dahulu yang mana dalam konsep Bisnis Model Canvas sumber biaya dibahas paling akhir setelah semua ide dan gagasan tentang pengembangan usaha dirumuskan. Dalam elemen sumber biaya ini UMKM peserta bimbingan memperoleh banyak informasi.

Berdasarkan pengamatan langsung saat pembimbingan *BMC in class training* maupun saat UMKM berkonsultasi atas BMC yang baru saja disusun dapat disimpulkan bahwa UMKM sangat senang mampu menuangkan rencana usahanya secara komprehensif namun dalam kerangka yang sederhana. Dari BMC yang disusun banyak yang menginformasikan bahwa mereka mendiskusikannya dengan anggota keluarga tentang rencana-rencana usaha tersebut sekaligus meminta saran masukan dan pendapat untuk kemajuan di masa-masa berikutnya.

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh FE Unissula bekerja sama dengan FEB TIDAR telah dilaksanakan dalam bentuk fasilitasi bimbingan penyusunan Bisnis Model Canvas (BMC) untuk UMKM binaan FEB TIDAR. Permasalahan yang ditemukan dan solusi yang ditawarkan adalah; Permasalahan: UMKM binaan FEB TIDAR tidak mampu membuat rencana usaha terkonsep dan

tertulis. Paradigma UMKM tentang perencanaan usaha adalah sesuatu yang rumit. Solusi: Dengan membuat bisnis model canvas rencana usaha UMKM terkonsep dengan jelas namun tetap dalam kerangka yang sederhana. Kontribusi mendasar pada khalayak sasaran adalah; dipahaminya pengertian, maksud dan tujuan dokumen *business plan model canvas* sebagai media evaluasi internal dan peta jalan untuk pengembangan usaha UMKM di masa-masa mendatang. Untuk kegiatan pengabdian masyarakat selanjutnya, sebaiknya menindaklanjuti kegiatan pembimbingan perencanaan usaha UMKM ini dengan kegiatan pendampingan pemasaran (*digital marketing, marketing online*) dan pendampingan akuntansi sederhana.

Referensi

- Bahtiar, R. A. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Serta Solusinya. *Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI, Bidang Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, XIII(10), 19–24. https://berkas.dpr.go.id/puslit/files/info_singkat/Info_Singkat-XIII-10-II-P3DI-Mei-2021-1982.pdf
- Didin Saprudin, N. (2022). Strategi Pemasaran Produk Rotan Di Masa Covid-19 Dalam Mencapai Penjualan (Studi Kasus Pada CV Modena Rattan Cirebon). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(1), 1–15.
- Indah, Maria, W. (2021). Strategi Pemberdayaan Masyarakat Pelaku UMKM Di Masa. *Jurnal Pendidikan Nonformal*, Volume 16,.
- Mohammad K dan Hendratmi. (2015). *Business Model Canvas Pada BMT Kanindo Syariah Malang*.
- Pratami NWCA dan Wijaya P. (2016). Penerapan Bisnis Model Kanvas Dalam Penentuan Rencana Manajemen Usaha Jasa Pengiriman Dokumen Di Denpasar. *Jurnal Sistem Dan Informatika*, 11(1).
- Santika, Z. D., & Maulana, M. A. (2020). Penurunan Pendapatan UMKM Akibat Covid-19 PENDAHULUAN Covid-19 kini menjadi masalah internasional yang berdampak negatif bagi kehidupan manusia dan sampai saat ini masih ditangani dengan sangat serius . Setiap sektor kehidupan manusia terganggu , tak terke. *Prosiding Seminar Nasional Penalaran Dan Penelitian Nusantara*, 1, 150–159.
- Shinta Carolin. (2021). Perjuangan Membangkitkan UMKM Lokal Dikala Pandemi. *Direktorat Riset Dan Pengabdian Masyarakat*. <https://drpm.umsida.ac.id/perjuangan-membangkitkan-umkm-lokal-dikala-pandemi/>
- Wang, Z & Wang, N. (2012). Knowledge Sharing, In- novation and Firm Performance. *Expert Sys- Tems with Applications*, 39 (10), 8899-8908.