

PELATIHAN PENERAPAN BUSINESS MODEL CANVAS PADA USAHA KIFAYAT STORE

Rita Sri Silvia Pamuji*, Dede Djuniardi

Prodi Magister Manajemen, Sekolah Pasca Sarjana, Universitas Kuningan, Kuningan

*Email: 20211710022@uniku.ac.id

Abstract

Kifayat's pioneering business is still in the form of planning or often referred to as the Business Plan. This business was pioneered as a provider of quality Kiyayat equipment, including a provider of services for the management of corpses in accordance with Islamic Syariah and the guidance of Rasulullah SAW. In this case, the Kifayat Store provides quality an original products, including the support of staff who have experience and knowledge that are qualified in starting this business. This is intended to always provide broad benefits for the community around Kuningan and the Muslims in general. Of course this business pioneer aims to obtain the maximum profit to always be used in providing benefits in the fields needed by the community. After trying to make a business plan for this pioneering business, which is poured into the form of a business model canvas, it will at least make it easier for business actors to prepare business plan strating from sources of business funding, how to make products, to how to sell these products according to the target market.

Keywords : *business model canvas; training*

Abstrak

Perintisan Usaha Kifayat masih dalam bentuk perencanaan atau sering disebut dengan *Bussines Plan*. Usaha ini dirintis menjadi penyedia perlengkapan KIFAYAT yang berkualitas termasuk penyedia jasa pengurusan jenazah yang sesuai syari'at agama Islam serta tuntuan Rasululloh SAW. Dalam hal ini Kifayat Store menyediakan produk-produk yang berkualitas dan original termasuk di dukung oleh tenaga yang memiliki pengalaman dan ilmu pengetahuan yang mumpuni dalam melakukan perintisan usaha ini. Hal tersebut dimaksudkan untuk senantiasa memberikan manfaat secara luas bagi masyarakat sekitar Kuningan dan kaum muslimin pada umumnya. Tentu Perintisan usaha ini bertujuan memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya untuk senantiasa dipergunakan dalam memberi manfaat dibidang yang yang diperlukan masyarakat. Setelah mencoba membuat perencana bisnis pada perintisan usaha ini yang dituangkan ke dalam bentuk *business model canvas* setidaknya akan mempermudah pelaku usaha menyusun perencanaan bisnis tersebut mulai dari sumber pendanaan bisnis, bagaimana membuat produk, hingga bagaimana cara menjual produk tersebut sesuai dengan target pasar.

Kata Kunci: *bisnis model canvas; pelatihan*

Submitted: 2022-01-31	Revised: 2022-04-11	Accepted: 2022-04-30
-----------------------	---------------------	----------------------

Pendahuluan

Di era persaingan usaha yang semakin berkembang dengan pesat dan beraneka ragam ini, kita dituntut untuk bisa menciptakan sebuah peluang usaha kecil menjadi peluang usaha besar dengan tentu harus bisa mengikuti sikap customer yang bervariasi. Hal ini menuntut kita untuk menciptakan suatu inovasi yang baru dan bisa memuaskan kebutuhan masyarakat. Dalam pembuatan usaha tidak serta merta terjadi secara begitu saja, karena banyak hal yang harus dipikirkan untuk mewujudkannya dan tentu diperlukan perencanaan bisnis (*bussines plan*) yang matang. Setelah mengetahui satu persatu membuat perencanaan bisnis (*bussines plan*) tahap pertama yang harus dilakukan adalah menentukan ide usaha, ini wajib dilakukan untuk melihat apakah prospek bisnis kedepannya yang bermula dari kelayakan usahanya, dan selanjutnya tahap kedua adalah bagaimana bisnis tersebut tergambar jelas dalam "Bisnis Model Canvas". Kifayat Store dibangun sebagai sebuah usaha penyedia perlengkapan "KIFAYAT" yang berkualitas serta pelayanan sesuai syari'at agama Islam serta tuntuan Rasululloh SAW, dan menyediakan jasa pengurusan jenazah.

Kifayat Store menyediakan produk-produk yang berkualitas dan original termasuk didukung oleh beberapa tenaga ahli yang memiliki pengalaman dan ilmu pengetahuan dalam melakukan kegiatan usaha terutama pada bidang penjualan perlengkapan kifayat untuk senantiasa memberikan manfaat secara luas bagi masyarakat sekitar dan kaum muslimin pada umumnya. Dimana

penjualan produk kami akan di fokuskan pada offline store yang kami dirikan di Desa Kertawangunan Kecamatan Sindangagung Kabupaten Kuningan, akan tetapi walaupun demikian kami juga menyediakan penjualan online di berbagai *e-commerce*.

Tujuan dilakukannya penulisan mengenai penerapan business model canvas agar membantu para pelaku usaha terutama mereka yang sedang melakukan perintisan usaha. Setelah mencoba membuat perencanaan bisnis pada perintisan usaha ini yang dituangkan ke dalam bentuk *business model canvas* setidaknya diharapkan akan mempermudah pelaku usaha menyusun perencanaan bisnis tersebut mulai dari sumber pendanaan bisnis, bagaimana membuat produk, hingga bagaimana cara menjual produk tersebut sesuai dengan target pasar.

Metode

Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilakukan pada bulan Januari 2022 yang dilakukan pada Kifayat Store di Desa Kertawangunan Kabupaten Kuningan.

Metode yang diterapkan adalah dengan melakukan pelatihan dan pengenalan secara langsung dengan 12 responden yang meliputi penyajian materi dan praktik penerapan *business model canvas*.

Metode yang diterapkan pada pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat adalah sebagai berikut :

1. Observasi Langsung, dimana pelaksana pengabdian kepada masyarakat langsung terjun ke lapangan untuk dapat memperoleh data pada pemilik Kifayat Store.
2. Wawancara, hal ini dilakukan pada pemilik warung dan beberapa karyawan kifayat store.
3. Pelatihan, yaitu memberikan pelatihan penerapan business model canvas kepada pemilik dan karyawan kifayat store.

Hasil dan Pembahasan

Kami merencanakan membuat rancangan usaha (*Bussines Plan*) yang memproduksi perlengkapan "kifayat" dalam bentuk *complete package* termasuk menyediakan jasa mengurus jenazah yang tentu sesuai dengan syariat islam. Hal ini didasarkan pada kenyataan bahwa perlengkapan kifayat masih sangat jarang tersedia dalam paket komplit, dan seringkali memang sulit didapatkan ketika dalam keadaan terdesak. Rata-rata penjualan yang terjadi saat ini dijual secara terpisah dari satu toko ke toko lainnya. Bahkan fenomena saat ini justru agama non muslim telah lebih dulu telah memulai bisnis sebagai jasa penyedia pengurusan jenazah sampai pembangunan rumah duka termasuk pemakaman. Oleh karena itu kami mencoba memulai ide bisnis ini karena memang masih terlihat jarang digeluti para pelaku bisnis.

Kifayat Store adalah jenis bidang usaha yang menyediakan seluruh perlengkapan pengurusan jenazah dari awal sampai selesai, gagasan usaha ini didasari atas realita tentang pengurusan jenazah yang seringkali menemukan kesulitan dalam memenuhi persediaan perlengkapan pengurusan jenazah dilingkungan masyarakat. Kifayat Store melihat selain peluang ini dapat dimanfaatkan sebagai peluang bisnis ini juga dapat membantu masyarakat sekitar untuk lebih memperhatikan kebutuhan dalam hal pengurusan yang benar-benar sesuai dengan syariat islam. Karena memang tidak dapat kita pungkiri jasa pengurusan jenazah dalam agama islam biasanya tidak menggunakan jasa layanan khusus seperti yang sudah dilakukan pada agama non muslim seperti contoh rumah duka "Grand Heaven". Untuk memperkuat peluang bisnis ini Kifayat Store lebih menargetkan pasar sasaran untuk di fokuskan terlebih dahulu di wilayah Kuningan. Dengan terlebih dahulu kita membuka offline store (Outlet) dan tentu tersedia di online store diberbagai *e-commerce* dengan melakukan pemasaran di berbagai media sosial.

Untuk pertama kalinya Kifayat Store ini memilih hanya satu pembukaan gerai offline store dikuningan yang beralamatkan di Desa Kertawinangun Kecamatan Sindangagung Kabupaten Kuningan, yang tidak menutup kemungkinan ke depannya akan membukanya di daerah lain. Yang menjadikan Kifayat Store ini lebih unggul dibanding dengan produk sejenis yang sudah ada

sebelumnya adalah produk ini tersedia dalam “complete packaging” dan menyediakan bahan dari kualitas premium yang bisa menggugurkan kain ihram yang tentu hal ini belum banyak diketahui khalayak ramai, disamping produk standar yang biasa kita pada umumnya. Adapun nama dari perusahaan ini adalah “Kifayat Store”. Selain menawarkan perlengkapan kifayat dalam paket komplete, seperti yang disebutkan sebelumnya kita juga menyediakan jasa pengurusan jenazah, dan tentu jika memang adalah beberapa klien yang membutuhkan jasa pencetakan buku yasin pun tidak menutup kemungkinan perusahaan kami akan menyediakannya. Sejarah terlintasnya nama “Kifayat Store” yang menjadikan *brand* pada produk kami dipilih karena secara linguistik tata cara dalam beribadah baik ibadah personal maupun sosial dalam syariat islam disebutkan dengan kata “Kifayat”.

Bentuk dari perusahaan “Kifayat Store” adalah CV atau persekutuan komanditer, karena perusahaan ini didirikan oleh pencetus ide yang merupakan salah satu dari rekan kami sekaligus sebagai pemilik perusahaan ini dan sekutu merupakan pengurus serta ada campur tangan pemberi modal yang terbuka untuk pihak lain diluar dari pemilik dan sekutu pengurus perusahaan.









Gambar 1. CV “Kifayat Store’

Logo Adapun filosofi logo CV “Kifayat Store’ sendiri bahwa tidak dipungkiri kehidupan manusia akan berakhir, dan segala hal yang menyempurnakan dalam menuntun ke jalan peristirahatan terakhirnya

1. Aspek Pemasaran

Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan penyedia barang ataupun jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya, untuk mendapatkan laba dan untuk berkembang. Secara umum telah dijelaskan mengenai profil dari perusahaan kami termasuk produk yang kami sediakan. Secara ringkas *Bussines Plan* usaha yang kami bangun tersaji dalam Business Model Canvas atau BMC yang merupakan kerangka kerja yang dikenal banyak untuk mendefinisikan model bisnis startup. Bisnis model kanvas disusun dengan tujuan untuk menjelaskan, menilai, memvisualisasikan, serta mengubah model bisnis sehingga kinerja yang dihasilkan oleh startup lebih maksimal. Business Model Canvas ini bisa diterapkan oleh semua jenis startup tanpa terbatas sektor usaha.

Bisnis Model Kanvas "Kifayat Store"

<p>8. Key Partners</p> <ul style="list-style-type: none"> * Supplier Bahan Baku (Toko Kain) * Pengurus DKM wilayah sekitar * Kurir * Reseller * Supplier Kemasan 	<p>6. Key Activities</p> <ul style="list-style-type: none"> * Pengadaan Bahan Baku * Produksi * Kegiatan Promosi <p>7. Key Resources</p> <ul style="list-style-type: none"> * Paten Merek * SDM/Trampil * Outlet Strategis 	<p>2. Value Proposition</p> <ul style="list-style-type: none"> * Sesuai Syariat Islam * Complete Packaging 	<p>4. Customer Relationship</p> <ul style="list-style-type: none"> * Penjualan langsung (online/Outlet) * Membership <p>3. Chanel</p> <ul style="list-style-type: none"> * Social Media:   * e-commerce:     * Offline Store 	<p>1. Customer Segmen</p> <ul style="list-style-type: none"> * Masyarakat (Warga Kuningan) semua kalangan
<p>9. Cost Structures</p> <ul style="list-style-type: none"> * By Bahan Baku * By Operasional * By Promosi * By Gaji Karyawan * By Pemeliharaan 	<p>5. Revenue Streams</p> <ul style="list-style-type: none"> * Penjualan dari produk perlengkapan Kifayat * Jasa pengurusan jenazah 			

Gambar 1. Business Model Canvas

Berikut adalah penjelasan 9 (sembilan) elemen yang tersaji dalam bisnis model kanvas pada gambar diatas, diantaranya:

- a. *Customer Segment*, siapa yang akan membeli produk kita. Dalam bisnis ini yaitu Masyarakat

- (warga Kabupaten Kuningan) semua kalangan.
- b. *Value Proposition*, mengapa orang memilih untuk menggunakan produk yang kita jual, dan apa yang menjadikan produk kita lebih unggul dibanding dengan pesaing yang mungkin saja sudah ada sebelumnya. Dan tentu kita harus pintar mencari *miss market*. Kifayat Store menyediakan perlengkapan untuk kebutuhan pengurusan jenazah sesuai dengan ketentuan syariat Islam, beserta jasa pengurusannya (*complete packaging*).
 - c. *Channels*, bagaimana cara pelanggan dapat mengetahui produk yang kita tawarkan, melalui media sosial, beberapa *e-commerce* dan memiliki *offline store*.
 - d. *Customer Relationship*, merupakan bagaimana cara produsen untuk selalu *concern* dengan pelanggan, dan memastikan pelanggan puas atas produk kita. Penjualan dilakukan secara langsung menerima agen kemitraan baik secara offline maupun online/
 - e. *Revenue Streams*. Bagaimana cara bisnis ini menghasilkan uang. Apa saja produk atau jasa yang kita jual. Pada bisnis ini kita mendapatkan penghasilan dari penjualan kifayat secara komplit dan terdapat penghasilan tambahan dari jasa pengurusan jenazah.
 - f. *Key Activities*. Strategi seperti apa sehingga target perusahaan bisa tercapai. Hal yang dilakukan adalah pengadaan bahan baku, produksi dan kegiatan promosi.
 - g. *Key Resources*. Apa saja sumber daya utama yang dimiliki termasuk aset apa saja yang dibutuhkan. Memiliki paten merk, didukung oleh SDM terampil serta outlet yang strategis dan didukung oleh bahan baku yang berkualitas.
 - h. *Key Partnership*. Disini meliputi siapa saja pihak yang paling menentukan kesuksesan bisnis yang dijalani, yaitu terdiri dari supplier bahan baku, pengurus DKM sekitar, kurir, reseller/mitra.
 - i. *Cost Structures*. Pengeluaran apa saja yang dibutuhkan untuk menjalankan bisnis ini yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya operasional, biaya promosi, biaya gaji karyawan, biaya pemeliharaan.

Strategi pemasaran yang dilakukan perusahaan kami yaitu dengan melakukan Pemasaran secara *partnership*, dengan kerja sama Bersama Kesra-kesra di tiap Desa dan kecamatan. Dan pemasaran secara *online* melalui *e-commerce Marketplace* dan *social Media*.

2. Segmentasi Pasar Dan Target Pasar

Pada dasarnya, segmentasi pasar adalah proses membagi pasar keseluruhan suatu produk atau jasa ke dalam beberapa segmen. Dengan melakukan segmentasi pasar, pemasaran akan lebih terarah dan efektif sehingga dapat memberikan kepuasan kepada konsumen, karena memang kita ketahui bahwa populasi pelanggan semakin banyak dan memiliki kebutuhan serta keinginan yang berbeda-beda, sehingga adanya segmentasi pasar sangat dibutuhkan. Perlu diketahui pula bahwa tidak ada satu pun produk di dunia ini yang diinginkan atau dibutuhkan oleh seluruh populasi masyarakat. Segmentasi pelanggan ini akan membuat lebih fokus pada kelompok masyarakat yang berpotensi untuk menjadi pelanggan, dan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan secara lebih signifikan. Segmentasi pasar memiliki 4 (empat) jenis yang kemudian diklasifikasikan ke dalam beberapa subkategori untuk mengoptimalkan strategi pemasaran, yaitu diantaranya:

- a) Segmentasi atas dasar geografis, dalam hal ini perusahaan akan beroperasi di semua segmen. Akan tetapi harus memperhatikan perbedaan kebutuhan dan selera yang ada di masing-masing daerah.
- b) Segmentasi atas dasar demografis seperti, umur, pendapatan, agama dan Pendidikan.
- c) Segmentasi atas dasar psikografis (berbagai ciri kepribadian, kelas sosial, dan gaya hidup).
- d) Segmentasi perilaku berfokus pada bagaimana pelanggan bertindak, segmentasi ini mengkategorikan pelanggan berdasar pada pola konsumsi, status pengguna dan interaksi

mereka terhadap *brand*.

Selama ini terlihat gejala semakin banyak perusahaan memilih pasar sasaran yang akan dituju, keadaan ini dikarenakan mereka menyadari bahwa pada dasarnya mereka tidak dapat melayani seluruh pelanggan dalam pasar tersebut. Terlalu banyaknya pelanggan, sangat berpencar dan tersebar secara bervariasi dalam tuntutan kebutuhan dan keinginannya. Secara umum Targeting atau pasar sasaran (target pasar) adalah kegiatan dimana perusahaan memilih segmen pasar untuk dimasuki dan kemudian perusahaan lebih dapat menentukan pasar spesifik yang akan dituju. Menurut Tjiptono dan Chandra (2012:154) terdapat lima alternatif dalam memilih pasar sasaran yaitu:

- a) *Single-segmen concentration* Perusahaan memilih satu segmen pasar tunggal, dengan sejumlah pertimbangan.
- b) *Selective specialization* Dalam strategi ini, perusahaan memilih sejumlah segmen pasar yang atraktif dan sesuai dengan tujuan dan sumber daya yang dimiliki.
- c) *Market specialization* Dalam strategi ini, perusahaan berspesialisasi pada upaya melayani berbagai kebutuhan dari suatu kelompok pelanggan tertentu.
- d) *Product specialization* Dalam spesialisasi produk, perusahaan memusatkan diri pada produk atau jasa tertentu yang akan di jual kepada berbagai segmen pasar.
- e) *Full market coverage* Dalam strategi ini, perusahaan berusaha melayani semua kelompok pelanggan dengan semua produk yang mungkin mereka butuhkan.

Pada saat ini produk yang akan dikeluarkan oleh kifayat store rencananya akan dipasarkan secara langsung melalui penjualan secara offline ataupun online melalui beberapa *e-commerce* dan tentu memang khususnya yang berdomisili di wilayah Kabupaten Kuningan dan diambil sekitar 60% per tahun dari total angka kematian di Kabupaten Kuningan yang mencapai 2.903 atau sekitar 1740 populasi pertahun.

(sumber : *DKB Semester II Tahun 2020 Disdukcapil Kab. Kuningan*)

Prospek Pasar dalam bidang usaha ini memiliki peluang yang sangat besar, dikarenakan masih belum tersedia secara khusus tempat yang menjual atau memasarkan produk dalam perlengkapan pengurusan jenazah secara spesifik.

3. Aspek Produksi

Ciri-ciri dari bahan produksi yang kita keluarkan merupakan bahan dasar kain putih untuk paket standar dan kami juga menyediakan paket premium, yaitu kain kafan bahan dasar kain ihram yang justru tidak banyak diketahui orang banyak dan terdapat pula kapas, minyak wangi, sabun, siwak, tusuk gigi, gunting kuku, dll.

Adapun kegunaan utama dari produk kami merupakan perlengkapan pengurusan jenazah.

Untuk jangka waktu lima tahun kedepan kami memiliki rencana produksi sebanyak:

- Tahun 1 : 1.740 unit/tahun
- Tahun 2 : 1.914 unit/tahun
- Tahun 3 : 2.105 unit/tahun
- Tahun 4 : 2.316 unit/tahun
- Tahun 5 : 2.548 unit/tahun

Input – proses – Output dari produk kami

Kesimpulan

Yang menjadi pembeda dari produk yang di keluarkan Kifayat Store dengan yang sudah ada sebelumnya, yaitu produk yang kami keluarkan sudah tersedia dengan "*complete packaging*" dan tentu sangat memperhatikan sesuai ketentuan Syariat Islam karena banyak produk sejenis yang dijual dipasaran pada umumnya dijual secara terpisah dari satu penjual ke penjual lainnya, dan

disamping itu produk yang kami keluarkan tentu menggunakan bahan-bahan yang berkualitas. Dan dimana tempat pemasarn produk kami akan lebih difokuskan di offline store yang kami sediakanyang beralamatkan di Desa Kertawangunan Kecamatan Sindangagung Kabupaten Kuningan. Akan tetapi walaupun demikian produk kami juga tersedia di berbagai *e-commerce*.

Keunggulan dari produk kami, selain yang telah disebutkan, kami juga menyediakan jasa untuk pengurusan jenazah dan menyediakan paket premium yaitu kain kafan dengan memgggunakan kain ihram dan tentu hal ini masih jarang tersedia di khalayak pada umumnya.

Daftar Pustaka

Kotler Philip. (2008:23). Manajemen Pemasaran Edisi Milenium Terjemahan Hendra Teguh dan Roni A. Rusli, Prenhalinllindo, Jakarta.,

Yazid. (2001:18)

Tjiptono & Chandra, G. (2012). Pemasaran Strategik. Edisi Kedua. Yogyakarta : ANDI