



SOSIALISASI BUSINESS MODEL CANVAS TERHADAP PELAKU USAHA

Dimas Akmarul Putera¹⁾, M. Ansyar Bora²⁾, Aulia Agung Dermawan³⁾, Ansarullah Lawi⁴⁾, Zainul Munir⁵⁾, Ririt Dwi Putri Permatasari⁶⁾, I Made Sondra Wijaya⁷⁾

^{1,2,3,7)}Program Studi Manajemen Rekayasa, Fakultas Teknologi Industri, Institut Teknologi Batam

⁴⁾Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Institut Teknologi Batam

⁵⁾Program Studi Teknik Komputer, Fakultas Teknologi Informasi, Institut Teknologi Batam

⁶⁾Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Institut Teknologi Batam

Email: dimas.a.p@iteba.ac.id¹⁾, ansyar@iteba.ac.id²⁾, agung@iteba.ac.id³⁾, ansarullahlawi@iteba.ac.id⁴⁾, zainul@iteba.ac.id⁵⁾, ririt@iteba.ac.id⁶⁾, desondra@iteba.ac.id⁷⁾

ABSTRAK

Pada dasarnya setiap perusahaan mempunyai tujuan tertentu yang ingin dicapai. Ada perusahaan yang memiliki tujuan untuk mencapai keuntungan maksimal dan ada yang tidak, misalnya dalam bentuk sosial. Tujuan perusahaan berbeda-beda, namun salah satu tujuan yang selalu ada pada perusahaan adalah profitabilitas. Penerapan strategi perusahaan, perlu adanya evaluasi terhadap strategi yang telah diterapkan melalui evaluasi model bisnis yang sedang dijalankan agar dapat mengidentifikasi masalah apa saja yang perlu mendapat perhatian. Salah satu model bisnis yang dapat digunakan untuk mengevaluasi model bisnis yang sedang dijalankan adalah Business Model Canvas (BMC). BMC atau yang juga disebut Business Model Generation merupakan salah satu alat strategi yang dapat digunakan untuk melihat rupa usaha yang sedang atau akan dijalani oleh calon para pelaku usaha khususnya dikota Batam. Para tim pengabdian melakukan sosialisasi Business Model Canvas dikarenakan tingginya potensi pelaku usaha. Keberadaan kota Batam sebagai kota industri dengan banyak tenaga kerja memberikan peluang potensial bagi berkembangnya usaha mikro, kecil dan menengah. Selain potensi pasar tenaga kerja, Batam juga merupakan daerah perbatasan dengan Singapura dan Malaysia. Besarnya potensi pasar memicu dan merangsang para pengusaha untuk mampu bersaing memenuhi kebutuhan konsumen.

Kata Kunci: *Pelaku Usaha, Business Model Canvas, Entrepreneurship*

ABSTRACT

Basically every company has certain goals to be achieved. There are companies that have the goal of achieving maximum profits and there are those that don't, for example in a social form. The goals of companies vary, but one of the goals that always exists in a company is profitability. Implementation of corporate strategy, it is necessary to evaluate the strategy that has been implemented through evaluating the business model that is being implemented in order to identify any problems that need attention. One of the business models that can be used to evaluate the current business model is the Business Model Canvas (BMC). BMC or also called Business Model Generation is a strategy tool that can be used to see the type of business that is being or will be undertaken by prospective business actors, especially in the city of Batam. The service team socialized the Business Model Canvas due to the high potential of business actors. The existence of the city of Batam as an industrial city with a large workforce provides potential opportunities for the development of micro, small and medium enterprises. In addition to the potential labor market, Batam is also a border area with Singapore and Malaysia. The large market potential triggers and stimulates entrepreneurs to be able to compete to meet consumer needs.

Keywords: *Businessmen, Business Model Canvas, Entrepreneurship*

PENDAHULUAN

Ketika kondisi dinamis yang terjadi dalam lingkungan bisnis seperti ketidakpastian, perusahaan dituntut untuk menyesuaikan model bisnis yang diterapkan dengan kondisi lingkungan yang ada. Perusahaan menjadikan inovasi sebagai landasan model bisnisnya, sehingga perusahaan mampu meningkatkan kinerjanya dan bertahan dalam tekanan kompetensi tersebut. Tekanan kompetisi yang semakin kompetitif serta kebutuhan pelanggan yang tinggi memaksa perusahaan-perusahaan untuk melakukan berbagai perbaikan-perbaikan kompetensi bisnis (Putera, 2021).

Bisnis adalah suatu organisasi yang menyediakan barang atau jasa yang kemudian dijual dan diperdagangkan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan atau profit. Perkembangan industri baik barang, jasa maupun manufaktur di Indonesia semakin kompetitif. Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi di era modern saat ini, persaingan antara perusahaan dan pesaing semakin meningkat. Situasi ini memaksa perusahaan untuk terus berkembang dan menciptakan inovasi baru untuk memecahkan masalah sosial yang menjadi kebutuhan masyarakat. Sehingga nantinya perusahaan dapat terus berkembang dan bersaing dengan perusahaan dalam persaingan dunia bisnis saat ini. (Assauri, 2016)

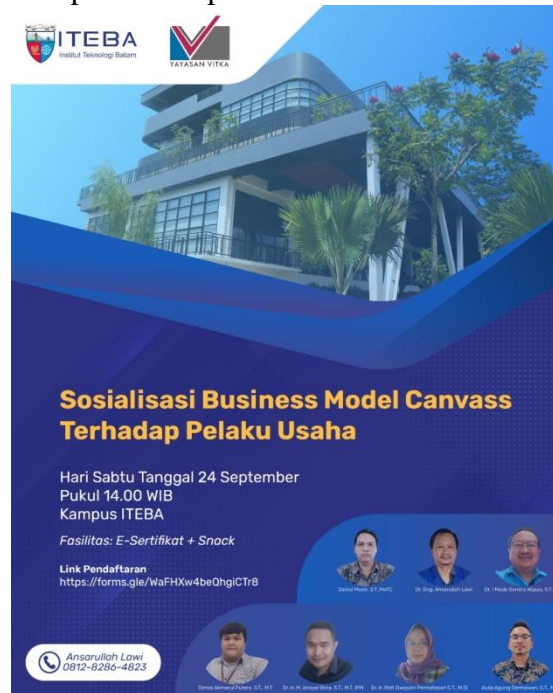
Melalui BMC, perusahaan dapat mengubah konsep bisnis yang kompleks menjadi sederhana yang ditampilkan dalam satu kanvas yang berisi rencana bisnis dengan sembilan elemen kunci yang terintegrasi dengan baik, termasuk analisis strategi internal dan eksternal. (Zartrzhemsky & Abdullah, 2020). Model bisnis dapat dijelaskan dengan baik melalui sembilan elemen, dua blok bangunan dasar, yang berisi segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran, hubungan pelanggan, aliran pendapatan, sumber daya utama (*core resources*), aktivitas utama (*key activities*), sumber utama (*main resources*) partner utama dan struktur biaya (*cost structure*). Kanvas ini merupakan manajemen strategis yang baik untuk digunakan di perusahaan baru atau dalam pengembangan perusahaan yang sudah ada. (Osterwalder et al., 2010)

Batam sebagai kawasan industri dan magnet pencari kerja memiliki peluang bisnis tersendiri bagi pengusaha. Peluang terlihat pada populasi, gaya hidup praktis dan cepat. Persaingan usaha di Batam cukup tinggi mengingat jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Batam terus bertambah. Tantangan bagi semua UMKM adalah mampu menjaga dan memelihara kelangsungan usaha. Jumlah UMKM juga sedang berkembang di Batam. Keberadaan kota Batam sebagai kota industri dengan banyak tenaga kerja memberikan peluang potensial bagi berkembangnya usaha mikro, kecil dan menengah. Selain potensi pasar tenaga kerja, Batam juga merupakan daerah perbatasan dengan Singapura dan Malaysia.. Besarnya potensi pasar memicu dan merangsang para pengusaha untuk mampu bersaing memenuhi kebutuhan konsumen.(Irawati, 2017)

METODE

Konsep sosialisasi yang dilakukan pada dibagi menjadi tiga tahap, pertama tahap pengenalan tentang model bisnis *Business Model Canvass*, yang kedua adalah tahap *brainstorming* tentang usaha pribadi dan bagaimana usaha tersebut dimodelkan disebuah kanvas dan yang

ketiga adalah pemeriksaan dan diskusi dari para tim pengabdian. Untuk para peserta sosialisasi mendapat fasilitas sertifikat dan *snack* oleh para tim pengabdian, untuk *flyer* undangan sosialisasi terhadap peserta dapat dilihat pada Gambar 1 berikut:



Gambar 1. Flyer Undangan Sosialisasi BMC

Untuk tahapan-tahapan pengabdian dapat dilihat sebagai berikut:

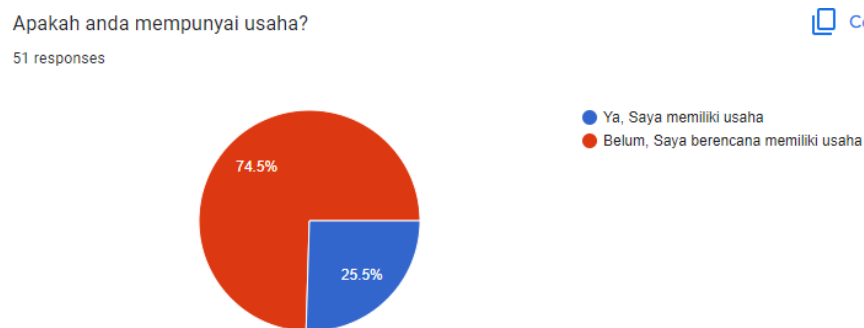
1. Observasi
Sebelum dilaksanakan observasi dilakukan di lapangan untuk melihat aktivitas yang dilakukan para calon pelaku usaha yang ada. Survei ini dilakukan kepada beberapa calon pengusaha di Kota Batam
2. Perencanaan Konsep Kegiatan PKM
Setelah survey dilakukan teridentifikasi beberapa persoalan yang memungkinkan untuk dilakukan pada tahapan awal kegiatan PKM. Permasalahan pertama adalah masih kurang pemahannya para calon pengusaha dan perkembangan kebutuhan masyarakat dimasa depan.
3. Studi Literatur
Setelah dilakukan pengamatan, didapatkan bahan terkait dengan informasi yang harus diberikan kepada sasaran pengabdian. Informasi tersebut dicari melalui paper penelitian, artikel Koran, dan data internet. Informasi yang didapatkan dijadikan dasar dalam memberikan informasi dan pelatihan kepada calon pengusaha akan apa yang akan dilakukan sebagai seorang usahawan.
4. Persiapan Administrasi dan Birokrasi
Melakukan persiapan dengan cara mengundang peserta calon pengusaha dan meminta izin kepada pihak-pihak yang relevan
5. Pelaksanaan Kegiatan
Kegiatan dilaksanakan di Kampus ITEBA ruang B3-13 pukul 14.00 WIB sampai selesai
6. Evaluasi Program PKM

Evaluasi program dilakukan dengan cara dilakukan survey ringan terkait bagaimana pelaksanaan terhadap kegiatan PKM kepada para peserta PKM yang akan menjadi masukan-masukan bagi tim pengabdian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

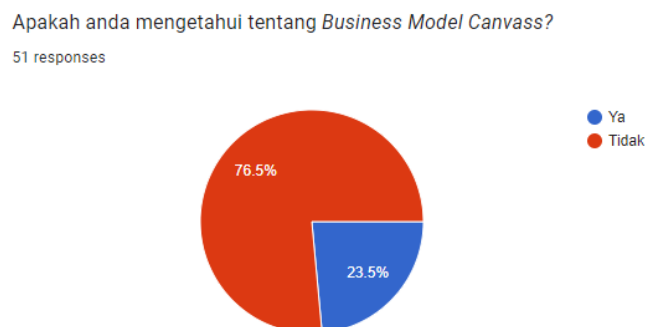
Kegiatan pengabdian dilaksanakan oleh tim dosen Institut Teknologi Batam dengan kepakaran yang beragam dengan melibatkan peran serta mahasiswa dalam pelaksanaannya. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada pertengahan bulan Agustus 2022 sampai dengan bulan September 2022, bertempat di Kampus ITEBA. Pada lokasi tersebut tim pelaksana menyiapkan segala keperluan untuk pembuatan BMC, pembekalan tentang BMC, dan teori tentang BMC. Secara ringkas, pelaksanaan pelatihan ini dipaparkan berdasarkan teori dan pengetahuan yang dilakukan.

Sebelum melaksanakan pengabdian, tim pengabdian melakukan pendataan terhadap dasar bagi para calon usahawan yang hendak mengikuti program PKM ini. Untuk pendataannya dapat dilihat pada Gambar 2 berikut:



Gambar 2. Data Calon Peserta Sosialisasi BMC

Dari *chart* diatas dapat dilihat bahwa dari 51 peserta, 74,5% atau sejumlah 38 orang belum memiliki usaha dan 25,5% atau sejumlah 13 orang sudah memiliki usaha. Sementara untuk pembagian apakah calon tersebut mengetahui BMC atau belum dapat dilihat pada Gambar 3 berikut:



Gambar 3. Data Peserta Terkait Pengetahuan Tentang BMC

Adapun data peserta pelatihan BMC dapat dilihat pada Tabel 1 dibawah ini:

Tabel 1. Data Pekerjaan Peserta Sosialisasi BMC

No	Pekerjaan Peserta Sosialisasi	Jumlah
1	Dosen	2
2	Mahasiswa	40
3	Security	1
4	Belum Bekerja	8
Total		51

Dengan melihat jumlah peserta yang rata-rata adalah mahasiswa, terlihat bahwa calon pengusaha merupakan generasi muda yang menginginkan usahanya berhasil. Untuk pelaksanaan pengabdian dilakukan oleh tim pengabdian yang berjumlah tujuh orang dosen dari Institut Teknologi Batam. Untuk foto-foto kegiatannya dapat dilihat pada Gambar 4 berikut:



Gambar 4. Foto Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Sosialisasi BMC

KESIMPULAN

Dari kegiatan pengabdian pada masyarakat yang dilakukan oleh tim pelaksana, diimplementasikan kepada masyarakat tentang bagaimana membuat dan memahami tentang BMC. Dimana sosialisasi ini dilakukan dengan gabungan keilmuan program studi Manajemen Rekayasa, Teknik Industri, Sistem Informasi, dan Teknik Komputer Institut Teknologi Batam. Dipilihnya BMC ini mengingat potensi bisnis dan pertumbuhan pasar sangat baik di Kota Batam. Selain itu dengan BMC juga dapat menjadi ilmu yang dapat diaplikasikan sebagai rencana jika ada calon pelaku usaha yang ingin memulai bisnisnya. Dapat ditambahkan lagi, mayoritas peserta adalah mahasiswa maka BMC dapat diterapkan di proposal bisnis perlombaan atau kompetisi, tugas akhir, tugas project, dan lain-lain. Untuk



foto akhir sosialisasi BMC dapat dilihat pada Gambar 5 berikut:

Gambar 5. Foto Bersama Dengan Peserta Sosialisasi BMC

SARAN

Berikut adalah beberapa saran yang dapat diberikan kepada masyarakat peserta Sosialisasi BMC adalah sebagai berikut:

1. BMC merupakan salah satu *tool* yang dapat diaplikasikan dalam memulai bisnis, sebaiknya peserta dapat menerapkan *tool* tersebut
2. Sebaiknya peserta sosialisasi mengimplementasikan BMC sesuai dengan usaha yang akan dijalani dan usaha yang diminati agar BMC semakin efektif
3. Diharapkan kedepannya jumlah peserta sosialisasi BMC dapat meningkat mengingat potensi pasar di Batam juga tinggi

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2016). *Manajemen Operasi Produksi* (R. F. Assauri, S. F. Assauri, & M. E. Nasution (eds.); 3rd ed.). RajaGrafindo Persada.
- Irawati, S. W. H. R. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Di Kota Batam. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 1, 545–558.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Smith, A., & Movement, T. (2010). *Business model generation_ A handbook for visionaries, game changers, and challengers* (1st ed.). John Wiley and Sons.
- Putera, D. A. (2021). Pengendalian Persediaan Beras Menggunakan Pendekatan Sistem

Dinamis Di Perum Bulog Divre Sumut. In *Post Graduate Tesis* (pp. 1–80). Universitas Sumatera Utara. <https://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/47744>

Zartrzhembsky, Z., & Abdullah. (2020). Jumlah unit UKM Bandung. *Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Pendekatan Business Model Canvas (BMC) & SWOT Pada Usaha UMKM Dogdag Metal Works Di Bandung*, 7(1), 141–149.