

PENGEMBANGAN USAHA MELALUI PENDAMPINGAN BISNIS MODEL CANVAS BAGI KELOMPOK USAHA AISYIYAH PWA SUMATERA UTARA

Henny Zurika Lubis^{1*}, Syafrida Hani², Elizar Sinambela³,

*Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan, Indonesia*

* Penulis Korespondensi : hennyzurika@umsu.ac.id

Abstrak

Kelompok usaha Aisyiyah merupakan bagian dari majelis ekonomi dan ketenagakerjaan dengan prioritas program membangun kekuatan ekonomi keluarga, sebagai pendukung gerakan ekonomi dalam menggeliatkan usaha kreatif dilingkungan Aisyiyah dengan mengembangkan beragam jenis usaha yang dimiliki, oleh karena itu dalam hal mengembangkan usahanya mitra masih mengalami beberapa kendala serta permasalahan yang dihadapi seperti masih kurangnya memanfaatkan pemasaran secara digital, minimnya pengolahan produk, serta pengelolaan manajemen usaha yang masih rendah. Maka untuk itu perlu dilakukan pendampingan dalam pengembangan usaha bagi mitra khususnya kelompok usaha aisyiyah melalui bisnis model canvas yang dikenal dengan BMC Models. Tujuan dari Program pengabdian kemitraan pengembangan muhammadiyah (PKPM) adalah untuk meningkatkan kemampuan dan pengetahuan dalam mengelola bisnis secara efektif sehingga mampu berdaya saing. Kegiatan ini menggunakan teknik pelatihan dan pendampingan bisnis model canvas. Pada pelaksanaan pendampingan para peserta menanggapi kegiatan ini dengan respon yang baik, terlihat ketika pelaksanaan pelatihan penyusunan BMC para peserta aktif serta antusias yang tinggi untuk belajar dalam mengisi setiap blok yang ada didalam canvas yang sesuai dengan bisnis yang mereka jalankan selanjutnya para peserta mampu melakukan presentasi bisnis dari masing-masing kelompok dengan baik sehingga mereka mendapat pengetahuan, pengalaman serta pembelajaran dalam mengembangkan bisnis kedepannya.

Kata kunci: Pengembangan, Pendampingan usaha, Bisnis Model Canvas

Abstract

The Aisyiyah business group is part of the economic and employment council with priority programs to build family economic strength, as a supporter of the economic movement in stimulating creative businesses in the Aisyiyah environment by developing various types of businesses owned, therefore in terms of developing their business partners are still experiencing several obstacles and problems faced such as the lack of utilizing digital marketing, the lack of product processing, and the low level of business management. So for this reason, it is necessary to assist partners in business development, especially the Aisyiyah business group through a business model canvas known as BMC Models. The purpose of the Muhammadiyah Development Partnership Service Program (PKPM) is to increase skills and knowledge in managing businesses effectively so that they can be competitive. This activity uses training techniques and business assistance on the canvas model. In the implementation of the mentoring, the participants responded to this activity with good response, seen during the implementation of the BMC preparation training the participants were active and enthusiastic to learn how to fill in each block on the canvas according to the business they were running, then the participants were able to make business presentations from each group well so that they get knowledge, experience and learning in developing the business going forward.

Keywords: Business Development, Business Assistance, Business Model Canvas

1. PENDAHULUAN

Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun ketahun, tercatat 59,2 juta pelaku UMKM di Indonesia bergerak di sektor formal maupun informal. Dari 59,2 juta pelaku UMKM tersebut terdapat 37 juta atau sekitar 60 % merupakan pelaku usaha perempuan (Bintoro & Kusumawati, 2022). Data ini menunjukkan peran wirausaha perempuan penting dalam menggerakkan perekonomian bangsa. Data ini menunjukkan peran wirausaha perempuan penting dalam menggerakkan perekonomian bangsa (Zayyinul Hayati Zen & Denny Astrie Anggraini, 2020).

Aisyiyah merupakan organisasi perempuan dalam persyarikatan Muhammadiyah yang memiliki kontribusi untuk meningkatkan amal usaha Muhammadiyah. Banyak hal yang telah dilakukan Aisyiyah dalam masyarakat salah satunya adalah mendorong potensi ekonomi wilayah maupun keluarga, dengan memanfaatkan peluang usaha dan memberikan pelatihan serta pendampingan kepada para anggota dalam semua kegiatan khususnya dalam berwirausaha yang bertujuan untuk meningkatkan kemandirian dan kesejahteraan keluarga juga persyarikatan. (Suwandi¹ et al., 2022)

Berbagai amal usaha yang dimiliki Aisyiyah seperti pendidikan, kesehatan, kesejahteraan sosial, ekonomi, dan pemberdayaan masyarakat. Sebagai organisasi perempuan, Aisyiyah memiliki komitmen dan menunjukkan kiprahnya demi kemajuan masyarakat, terutama dalam pengentasan kemiskinan dan ketenagakerjaan. Visi Aisyiyah sebagai organisasi dalam pemberdayaan perempuan memiliki peran, akses, dan kontrol yang sama di semua bidang pembangunan. Berbagai program yang ditawarkan dan dijalankan oleh Aisyiyah selama ini bertujuan untuk memastikan bahwa manfaat pembangunan didistribusikan secara berimbang bagi laki-laki dan perempuan atau kesetaraan gender dalam mengembangkan ekonomi keluarga untuk mencapai kesejahteraan bersama.

Pengembangan Bina Usaha Ekonomi Keluarga Aisyiyah (BUEKA) dan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah dua program utama Aisyiyah. 1426 kelompok Badan Usaha Ekonomi saat ini dimiliki dan dibina oleh Aisyiyah di seluruh Indonesia, termasuk koperasi, pertanian, industri rumah tangga, pedagang kecil dan toko, serta pembinaan ekonomi keluarga. Peran perempuan yang lebih besar dalam kegiatan ekonomi produktif mempengaruhi pemberdayaan perempuan dan kualitas kehidupan keluarga. Kelompok usaha Aisyiyah sangat membutuhkan pendampingan dari pemerintah setempat

dan lembaga lain. Sehingga, pengabdian secara internal Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara ini sebagai bentuk kontribusi dalam program kemitraan pengembangan muhammadiyah yang bertujuan untuk membantu anggota kelompok usaha Aisyiyah dari kesulitan yang mereka hadapi serta memberikan solusi berupa pengetahuan dan keahlian dalam menjalan bisnis pada kelompok usaha Aisyiyah, adapun permasalahan yang dihadapi dalam usaha mereka antara lain: peralatan yang sederhana dalam proses pembuatan produk sehingga bentuk dan cita rasa yang masih kurang, belum memiliki kemasan produk yang layak jual, rendahnya keuntungan yang menyebabkan usaha berjalan ditempat, serta penjualan yang sedikit karena pasar yang belum luas. Untuk itu perlu diberikan solusi agar mitra bisa keluar dari permasalahan yang ada, sehingga perlu adanya pendampingan bagi kelompok usaha agar kedepannya bisa tumbuh dan berkembang serta mampu untuk bersaing dengan kompetitor lainnya.

Salah satu cara untuk memberdayakan dan meningkatkan kesejahteraan kelompok usaha Aisyiyah dapat dilakukan dengan mengadopsi model bisnis sosial, yaitu *Business Model Canvas* (BMC). Pendampingan ini berkontribusi bagi kelompok usaha dalam mengedukasi sekaligus menambah wawasan berbisnis agar kelompok usaha yang didampingi dapat mengembangkan usaha mereka dengan berbagai strategi pengembangan baik produk, pemasaran, keuangan serta sumber daya lainnya yang dapat mendukung keberlanjutan bisnis para kelompok usaha dimasa yang akan datang.

Untuk itu dibutuhkan suatu inovasi yang unik yang bisa menjadi keunggulan untuk bisa memenuhi kebutuhan konsumen sehingga dapat menciptakan value terhadap produk yang akan di pasarkan sekaligus mengembangkan produk dengan cara membuat bisnis model yang menjadi strategi bagi para kelompok usaha dalam mengembangkan usaha yang telah ada dan mengikuti perkembangan bisnis dengan memanfaatkan digitalisasi yang saat ini berkembang agar mampu berdaya saing.

Adapun Permasalahan yang dihadapi mitra adalah :

- ✓ Tidak responsif terhadap persyaratan pemasaran digital.
- ✓ Dalam hal desain dan preferensi, pengolahan produk masih sangat rendah, sehingga pengembangan produk memerlukan bantuan..
- ✓ Untuk Packaging produk memerlukan bimbingan karena kemasan yang masih sederhana.
- ✓ Kurangnya pengetahuan tentang strategi pemasaran modern dan jangkauan pasar masih kecil.

- ✓ Dari perspektif manajemen keuangan, ada kekurangan permodalan dan akses yang terbatas; dana mitra hanya berasal dari modal sendiri; tidak ada catatan harian tentang aliran uang masuk dan keluar; dan seringkali dana usaha dicampur dengan dana rumah tangga.

Bisnis model canvas adalah sebuah *tools* atau media yang dapat membantu dalam menyusun strategi bisnis baik untuk saat, maupun masa mendatang yang divisualisasi melalui canvas. (Hutamy, Ericha Tiara et al., 2021). Dengan menggunakan model ini memudahkan para kelompok usaha menentukan bisnis mereka mau kemana arahnya yang disesuaikan dengan kemampuan masing-masing. Dengan bisnis model canvas ini kita dapat melihat bisnis kita dari perspektif yang luas, lengkap, dan mendalam tentang semua aspek didalamnya. Menyusun bisnis dalam model canvas para kelompok usaha mampu merancang dan mengevaluasi setiap aspek penting yang ada dalam canvas secara mudah dan menarik, sehingga kita dapat mengatur strategi bisnis agar tujuan dari bisnis yang dijalankan dapat tercapai. Menurut Alexander Osterwalder dalam bukunya *Business Model Generation* (2014) dalam (Baumassepe, 2017) bahwa model bisnis canvas, merupakan sebuah struktur yang sederhana dan mudah dipahami dalam menggambarkan bisnis kita yang terdiri dari 9 blok atau unsur, yang meliputi:

1. *Customer segments*
2. *Value proposition*
3. *Channel*
4. *Customer relationship*
5. *Revenue stream*
6. *Key resources*
7. *Key activities*
8. *Key partners*
9. *Cost structure*

Berikut keterangan Sembilan elemen yang terdapat dalam bisnis model canvas (BMC) yaitu:

- 1) *Segmentasi Pelanggan (Customer Segment)* merupakan point yang penting dan utama dalam memulai bisnis model canvas ini adalah menentukan segmen pelanggan mana yang akan menjadi target bisnis. Misalnya, suatu maskapai penerbangan mengeluarkan 2 produk untuk memenuhi kebutuhan 2 segmen pelanggan yang berbeda, atau ada 2 stasiun televisi yang menyajikan 2 acara berbeda untuk memenuhi segmen pelanggan yang berbeda.
- 2) *Value Proposition* merupakan keunggulan produk, pada unsur ini yang perlu dipahami adalah apa saja sesungguhnya poin-poin yang dapat mendatangkan manfaat yang ditawarkan perusahaan bagi *customer segmentnya*. Hal ini menjadi kesempatan bagi

kelompok usaha untuk menjabarkan kelebihan dan kekhasan produknya yang membedakan dengan bisnis yang lain.

- 3) *Channels (Saluran)* merupakan suatu cara atau metode dalam hal menyampaikan produk kepada konsumen. Dapat dilakukan melalui penggunaan saluran yang tepat, bisa secara langsung ataupun tidak langsung dalam menyampaikan value propositions kepada pelanggan seperti menggunakan berbagai aplikasi di media sosial yang merupakan salah satu penentu saluran bagi keberhasilan sebuah bisnis (Fahmi et al., 2023).
- 4) *Customer Relationship* (Hubungan konsumen) yaitu menjalin ikatan dengan pelanggan atau customer. Dengan berbagai metode yang digunakan agar pelanggan tetap secara intensif berada dalam bisnis yang dijalankan. Hal ini menjadi perhatian bagi kelompok usaha agar pelanggan tetap setia kepada produk yang ditawarkan. Untuk itu perlu dilakukan berbagai cara untuk menarik perhatian konsumen agar tetap menjadi pelanggan seperti memberikan diskon, give away, atau reward lainnya.
- 5) *Revenue Streams* (Sumber pendapatan) merupakan bagian yang paling vital, dimana organisasi memperoleh pendapatan dari pelanggan. (Ardila et al., 2022) Untuk meningkatkan pendapatan perusahaan, unsur ini harus dikelola seoptimal mungkin. Pastikan bahan baku, produk, atau kinerja dimaksimalkan.
- 6) *Key Resource* (Sumber daya) dalam bisnis model canvas yang blok ini berisi daftar sumber daya yang harus direncanakan dan dimiliki perusahaan untuk mewujudkan *value propositions* mereka. Ini mencakup semua jenis sumber daya, mulai dari pengelolaan bahan baku hingga penataan sumber daya manusia dan proses operasional. (Theodora et al., 2021)
- 7) *Key Activities* (Aktivitas yang dijalankan) yaitu semua aktivitas yang berhubungan dengan produktivitas bisnis yang berkaitan dengan sebuah produk, di mana kegiatan utamanya adalah menghasilkan produk yang bernilai dan berkualitas dengan mengikuti trend saat ini.
- 8) *Key Partnership* (Kerjasama) unsur ini berfungsi untuk pengorganisasian aliran suatu barang atau layanan lainnya. Posisi mitra atau partner menjadi kunci dalam aktivitas bisnis, dengan menjalin hubungan dan kerjasama yang baik dan saling menguntungkan kedua belah pihak atau *simbolis mutualisme* sehingga tercipta siklus bisnis yang baik. (Saptaria et al., 2022)
- 9) *Cost Structure* (Struktur Biaya) merupakan unsur terakhir dalam bisnis model canvas, tak kalah pentingnya dengan kedelapan komponen lainnya.

Setiap bisnis yang dijalankan harus diperhitungkan unsur biaya-biaya yang dikeluarkan baik biaya tetap, biaya variabel atau biaya-biaya lainnya. Sehingga setiap usaha yang memperhitungkan semua pengeluaran biaya dalam bisnisnya dapat mengurangi terjadinya kerugian dalam bisnisnya. Dengan pengelolaan biaya yang baik setiap usaha dapat memperhitungkan untung atau ruginya usaha yang dijalankan.

Berikut template business Model Canvas :



Gambar 1. Bisnis Model Canvas

Karena model bisnis dapat digambarkan secara visual, sehingga orang dapat lebih mudah memahami berbagai unsur yang berhubungan satu dengan yang lain. Selain itu, bisnis model canvas secara visual membantu kelompok usaha dalam menyusun bisnis lebih mudah dan menarik sehingga apa yang menjadi tujuan dari bisnis yang akan dijalankan dapat tercapai.

2. BAHAN DAN METODE

Metode yang kami laksanakan adalah pelatihan dan pendampingan kepada kelompok usaha yang berfokus pada penyusunan tools dalam Business Model Canvas (BMC) dengan tahap pengabdian sebagai berikut :



Adapun tahapan kegiatannya dijelaskan dibawah ini :

1. Pengamatan (Observasi) dengan melakukan survei awal ke kelompok usaha selama proses desain program pengabdian
2. Identifikasi masalah mitra
3. Tahap Perencanaan Kegiatan, berupa :
penyiapan administrasi dan koordinasi dengan

mitra, penyiapan bahan materi serta sarana dan prasarana dalam mendukung program pengabdian.

4. Tahap Pelaksanaan: pada tahap ini peserta diberi pelatihan bisnis model canvas melalui ceramah, diskusi, dan kelompok.
5. Monitoring dan evaluasi dilakukan dengan memberi peserta kesempatan untuk mengisi setiap elemen atau blok dari canvas yang disediakan. Sebagai tahap akhir dari kegiatan, peserta mempresentasikan bisnis model canvas yang mereka buat.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

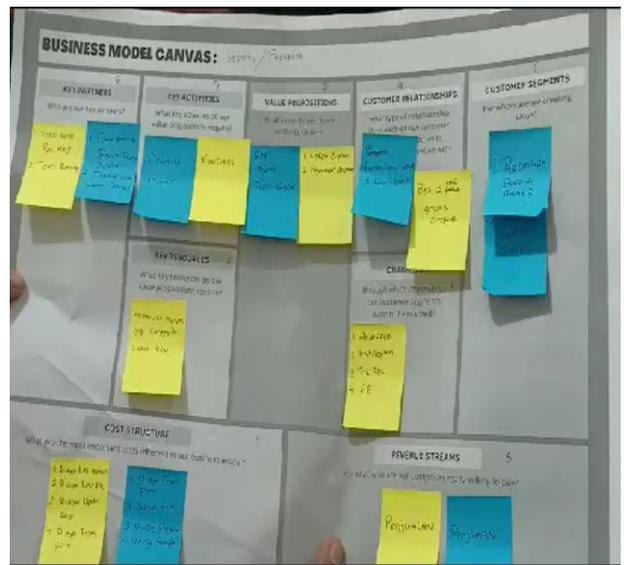
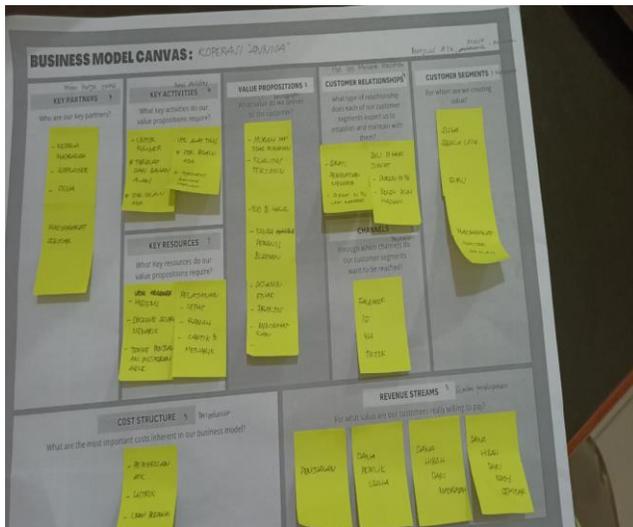
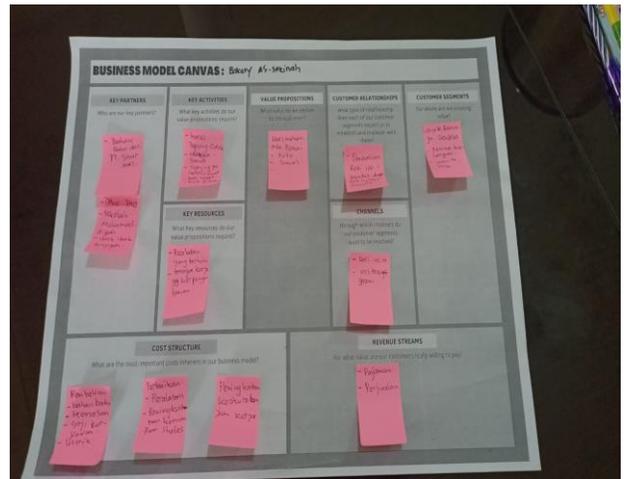
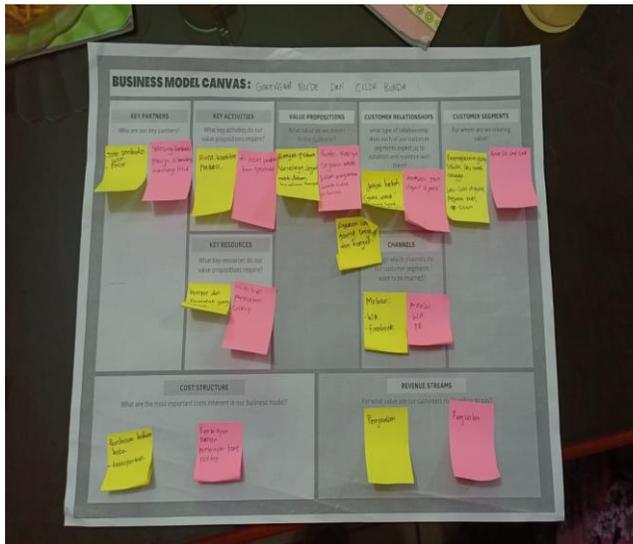
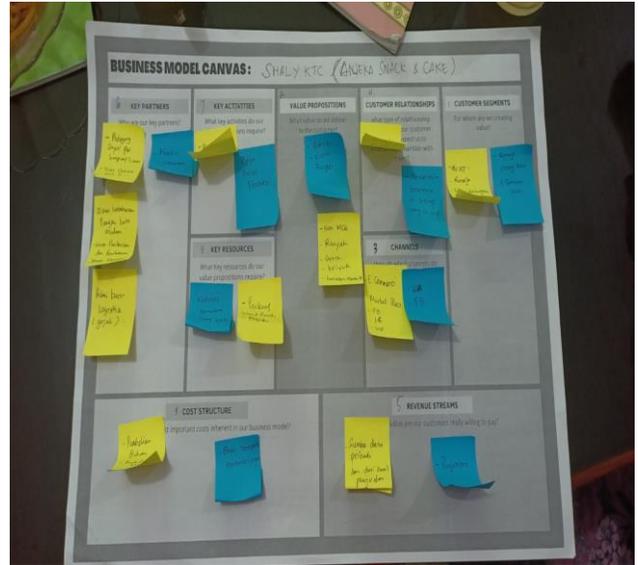
Hasil identifikasi masalah mitra yang dilakukan oleh tim maka solusi yang ditawarkan meliputi pelaksanaan pendampingan *bisnis model canvas* (BMC) dalam pengembangan usaha bagi kelompok usaha Aisyiyah PWA Sumatera Utara yang dilaksanakan pada tanggal 27 Juli 2023 yang diadakan di Jalan Demak No.3 Medan dapat terlihat pada gambar berikut:



Gambar 2. Tim PKPM dengan kelompok usaha Aisyiyah

Program pengabdian yang telah dilakukan oleh tim untuk memberikan pemahaman tentang bisnis model canvas dengan memberikan penjelasan dan edukasi

kepada kelompok usaha Aisyiyah tentang pentingnya manajemen usaha melalui Business Model Canvas. Bisnis model ini memberikan kemudahan dalam menyusun strategi dalam pengembangan usaha karena didalam bisnis model canvas terdapat sembilan aspek atau elemennya menjelaskan bagaimana sebuah perusahaan dapat menciptakan dan mempertahankan nilai bagi pelanggannya yang memudahkan para peserta memahami rangkaian bisnis yang akan dijalankan maupun dikembangkan kedepannya. Pada tahap pelaksanaan ini peserta dibagi menjadi 5 kelompok usaha yang terdiri dari kategori makanan dan minuman, jasa dan perdagangan, industri kreatif, semua kelompok melakukan identifikasi usahanya dengan menggunakan sembilan elemen yang ada dicanvas yang telah disiapkan oleh tim. Berikut hasil bisnis model canvas yang disusun oleh peserta sesuai dengan bisnis yang dijalankan oleh peserta.



Gambar 3. Tugas Kelompok dalam penyusunan BMC

Tahap selanjutnya adalah evaluasi dan monitoring yang dilakukan tim kepada peserta pelatihan dengan cara setiap kelompok melakukan presentasi atas bisnis model canvas yang dibuat dengan menjelaskan sembilan elemen yang mereka tuliskan dalam canvas tersebut, yang selanjutnya tim pengabdian adalah sebagai tim evaluator dan monitoring dalam menilai tingkat pemahaman peserta tentang bisnis yang akan dikembangkan kedepannya. Keaktifan peserta dalam tahap ini memiliki respon yang positif karena mereka dapat pengetahuan dan pembelajaran dalam pengembangan usaha kedepannya, dan diakhir kegiatan tim memberikan cendramata kepada seluruh peserta sebagai bentuk reward dalam kegiatan pendampingan.



Gambar 4. Dokumentasi Kegiatan Pendampingan pada kelompok Usaha Aisyiyah

4. KESIMPULAN

1. Kegiatan pendampingan bagi kelompok usaha Aisyiyah memberikan pemahaman dan tambahan wawasan dalam berbisnis sehingga kelompok usaha dapat mengembangkan usaha dengan menggunakan *tools* bisnis model canvas
2. Dengan penyusunan bisnis model canvas yang dilakukan para peserta dalam pelatihan dapat meningkatkan motivasi mereka dalam mengembangkan usaha yang telah mereka jalankan.
3. Terjalinnnya kerjasama antara kelompok usaha dalam mengembangkan bisnis dengan cara bermitra karena kelompok usaha yang bergabung dari berbagai jenis kategori usaha. Sehingga dapat menjadi kekuatan bagi kelompok usaha Aisyiyah.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih disampaikan kepada LPPM Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) yang telah mendanai keberlangsungan Program PKPM dan Majelis Ekonomi dan ketenagakerjaan PWASU sebagai mitra dalam pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardila, I., Hanum, Z., Hafsa, & Hastina, F. (2022). Pembukuan Sederhana dan Penyusunan Laporan Keuangan UMKM Di Desa Tanjung Morawa. *Abdi Sabha (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 3(3), 75–82.
- Baumassepe, A. N. (2017). Business Model Bagi mahasiswa program wirausaha. *ResearchGate*, October, 0–22.
- Bintoro, M. I., & Kusumawati, R. (2022). Peningkatan Motivasi Wirausaha pada Kelompok Ibu-ibu Aisyiyah PRA Tamantirto Selatan. *Society : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 154–159. <https://doi.org/10.55824/jpm.v1i3.101>
- Fahmi, M., Muzhaffar, L. D., Harahap, R. U., Arifin, S. B., & Siregar, H. (2023). Pengembangan Pemasaran UMKM Di Kawasan Agrowisata Paloh Naga. *Pubarama: Jurnal Publikasi Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1).
- Hutamy, Ericha Tiara, Marham, A., Alisyahbana, A. N. Q. A., Arisah, N., & Hasan, M. (2021). Analisis Penerapan Bisnis Model Canvas pada Usaha

- Mikro Wirausaha Generasi Z. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran Digital*, 1(1), 1–11. <https://doi.org/10.35912/jbpd.v1i1.453>
- Saptaria, L., Shobirin, R. A., Astuti, R., Habibi, I., & Handayati, P. (2022). Implementasi Business Model Canvas Terintegrasi Dalam Pengembangan Usaha Pupuk Organik. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(2), 925. <https://doi.org/10.31764/jmm.v6i2.6883>
- Suwandi¹, J., Jatmika², S., Chamsudin³, A., Makhrus⁴, F., & Surakarta, M. (2022). Pengembangan Usaha Kelompok Bina Usaha Ekonomi Keluarga Aisyiyah (Bueka) PDA Sukoharjo Melalui Pemasaran Digital Berbasis Internet. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 131–144. <http://ejournal.ikipgribojonegoro.ac.id/index.php/J-ABDIPAMAS>
- Theodora, D., Djohan, S., Abdurrahman, A., Rozalie, L., Putranto Dwi, P., & Hasudungan, A. (2021). Pemberdayaan Aspek Pemasaran, Pembukuan, dan Operasional pada Usaha Kremes Ubi Ibu Atim di Desa Sukatani Melalui Pendekatan Business Model Canvas. *Jurnal Abdimas BSI*, 4(1), 156–163. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/abdimas>
- Zayyinul Hayati Zen, & Denny Astrie Angraeni. (2020). PKMS Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Ibu Rumah Tangga Penghasil Aneka Cemilan Khas Kampar di Desa Merangin. *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI*, 4(1), 29–34. <https://doi.org/10.37859/jpumri.v4i1.1780>