

BMC BAGI “KOMUNITAS ARDEKO” DESA WONOKERTO KECAMATAN BANDAR KABUPATEN BATANG

Ngasbun Egar¹, Fitri Yulianti², Dyah Nugrahani³, Siti Musarokah⁴, Novika Wahyuastuti⁵

^{1,2,3,4}Fakultas Pendidikan Bahasa dan Seni, Universitas PGRI Semarang

⁵Fakultas Pendidikan IPS, Kesehatan dan Rekreasi

Email: ngasbunegar@upgris.ac.id, fitri_yulianti@upgris.ac.id, dyahnugrahani@upgris.ac.id,
sitimusarokah@upgris.ac.id, novikawahyuastuti@upgris.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this activity is to make the member of ARDEKO community being well-known with BMC (business model canvas). The next and big purpose is making the member of ARDEKO and the people around them are getting more power in economic field. Based on the training session with them, BMC is able to make them easier in designing and planning: Customer Segments, Value Proposition, Channels, Revenue Streams, Key Resource, Customer Relationship, Key Activities, Key Partnership, and Cost Structure. The method was used in this training: lecturing and discussing, workshop, and accompaniment. The steps of this activity were: (1) survey to get information about what the partner need, (2) training session, and (3) accompaniment. The results of this activity were: 1). the ability of the partner in designing their business using BMC, 2). Their ability in applying BMC into their own business, and 3) their confidence in making their business in real. It will be the next activity in observing the progress of their business using BMC.

Keywords: BMC, ARDEKO Community, Wonokerto Village

ABSTRAK

Tujuan dari pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk menjadikan mitra ARDEKO (Arek-arek Desa Kolor) paham akan prinsip dalam BMC (*business model canvas*). Selain itu harapan besarnya adalah supaya para mitra menjadi berdaya dalam segi ekonomi. Berdasarkan hasil pelatihan yang telah dilaksanakan, BMC mampu membuat mereka semakin mudah dalam mendesain dan merencanakan: segmen pelanggan (*Customer Segments*), nilai produk (*Value Proposition*), sekat (*Channels*), pendapatan (*Revenue Streams*), sumber daya kunci (*Key Source*), pelanggan (*Customer Relationship*), kegiatan inti yang berhubungan dengan produktivitas bisnis (*Key Activities*), pihak lain yang dibutuhkan dalam bisnis (*Key Partnership*), dan biaya yang dibutuhkan dalam mengoperasikan bisnis (*Cost Structure*). Metode yang dipakai dalam kegiatan pengabdian ini adalah ceramah, diskusi, *workshop*, dan pendampingan. Langkah-langkah yang ditempuh dalam melaksanakan kegiatan pengabdian ini adalah: (1) survey awal untuk memahami bentuk pelatihan dan materi seperti apa yang dibutuhkan oleh mitra, (2) sesi pelatihan (termasuk *workshop*), dan (3) pendampingan pasca pelatihan. Hasil yang diperoleh mitra adalah: 1). kemampuan para mitra dalam mendesain bisnis yang sedang, pernah, dan akan dijalankan dengan BMC, 2) kemampuan para mitra dalam menerapkan BMC, dan 3) kepercayaan diri para mitra untuk membuat rencana bisnis emnggunakan BMC menjadi nyata. Harapan selanjutnya adalah akan ada kegiatan pelatihan lanjutan sebagai bentuk pemantauan atas kemajuan bisnis yang dijalankan mitra pengabdian.

Kata Kunci: BMC, Komunitas ARDEKO, Desa Wonokerto

PENDAHULUAN

Abad 21 menjadi sumber harapan bagi banyak orang. Kemajuan zaman diharapkan akan semakin memudahkan manusia dalam memenuhi dan melaksanakan kebutuhannya. Perangkat-perangkat modern yang diciptakan terbukti semakin canggih dan semakin multi-fungsi. Banyak pihak yang tertolong dengan keberadaan peralatan-peralatan canggih ini.

Sebagai contohnya adalah mesin pembuatan dan pengirisan roti tawar sebagaimana terlihat di gambar 1. Tampak pekerja di pabrik roti “Sari Roti” sedang melepaskan cetakan-cetakan roti tawar sebelum kemudian diletakkan di mesin berjalan yang akan membawa roti-roti yang belum diiris ini menuju mesin pengiris roti. Mesin ini memudahkan pekerjaan manusia yang sebelumnya harus mengeluarkan tenaga ekstra untuk membawa dan memindahkan roti-roti tawar (dan yang lainnya) yang telah matang menuju ruang pengirisan. Juga sangat dibutuhkan ketelitian dan kecermatan ekstra untuk dapat menghasilkan irisan roti tawar yang rapi, sama tebalnya, dan tidak berantakan hasilnya. Kini tugas tersebut telah digantikan mesin yang dapat melakukan tugas mengiris roti yang tidak hanya rapi namun juga cepat sehingga pekerjaan menjadi lebih efektif dan efisien.



Gambar 1. Proses pembuatan roti tawar merek “Sari Roti” sebelum diiris

Para produsen awalnya hanya ingin menambah volume luaran produk untuk menambah omzet (hasil) usaha saja. Namun ternyata tidak hanya volume produk semakin meningkat namun biaya yang harus dikeluarkan untuk membeli dan merawat mesin akan lebih murah jika dibandingkan dengan membayar upah pekerja sehingga mereka lebih memilih untuk membeli alat produksi baru dibandingkan menambah upah pekerja.

Melihat kenyataan ini, produsen memilih untuk memperbanyak pembelian mesin produksi dan mengurangi jumlah pekerja secara masive. Yang merasakan dampak terberat dari hal ini tentu saja para pekerja dan keluargamereka yang menggantungkan hidup dari upah yang mereka terima setiap bulannya.

Hal ini yang banyak dirasakan oleh remaja di Dusun Kolor, Desa Wonokerto, Kecamatan Bandar, Kabupaten Batang. Banyak remaja berusia 18 – 35 tahun yang tidak melanjutkan ke perguruan tinggi selepas mereka lulus SMA karena keterbatasan dana keluarga dan akhirnya memilih untuk bekerja di pabrik. Karena ijazah mereka yang hanya lepas SMA, maka posisi mereka di pabrik pun tidak cukup bagus. Sebagian besar dari mereka menjadi buruh lepas dengan gaji di bawah UMR Kabupaten Batang.

Mereka yang selepas SMA tidak bekerja di pabrik namun memilih profesi lain seperti menjadi buruh bangunan, atau penyanyi orkes dangdut pantura, atau menjadi TKI ataupun TKW pun seringkali merasa berat dan lelah karena upah atau gaji yang mereka terima tidak sepadan dengan pekerjaan dan resikonya yang harus mereka jalani.

Dari hasil rembug warga bersama anggota *Komunitas ARDEKO (Arek-arek Desa Kolor)* dan tim pengusul, diperoleh data bahwa mereka sebenarnya ingin dapat mandiri secara finansial. Mereka ingin memiliki usaha sendiri yang akan membuat perekonomian keluarga mereka membaik bahkan menjadi sangat sejahtera.

Berdasarkan kebutuhan dari mitra tersebut, maka tim pengabdian melaksanakan kegiatan PKM ini dengan harapan dapat membantu mitra untuk mewujudkan keinginan mereka mandiri secara finansial tanpa menggantungkan pendapatan dari pihak lain.

Sebagaimana hasil rembug warga yang telah disampaikan sebelumnya, mitra kami dari Komunitas ARDEKO memiliki permasalahan-permasalahan yang mengerucut pada bidang sosial ekonomi. sebagai berikut.

1. Keinginan untuk mandiri secara finansial.

2. Mereka ingin memiliki usaha atau bisnis yang mereka kelola sendiri atau bersama teman-teman.
3. Mereka ingin memiliki usaha yang dapat dikelola dari rumah sehingga kewajiban mereka sebagai anggota keluarga (baik sebagai anak ataupun orangtua) dapat terpenuhi, dan hak-hak anggota lain ikutmendapatperhatiandarimitraterpenuhi, dan
4. Modal usaha yang cukup untuk dapat memulai dan atau mengembangkan usaha yang sedang, telah, atau pernah mereka rintis sebelumnya

PELAKSANAAN DAN METODE

Kegiatan PKM ini bertujuan untuk membantu membangunkemandirian finansial mitra Komunitas ARDEKO yang dilaksanakan secara bertahap selama 1 tahun. Pelatihan sendiri dilaksanakan pada tanggal 15 Desember 2019, bertempat di rumah salah satu warga Desa Wonokerto KecamatanBandar Kabupaten Batang. Peserta yang hadir sejumlah 25 orang.

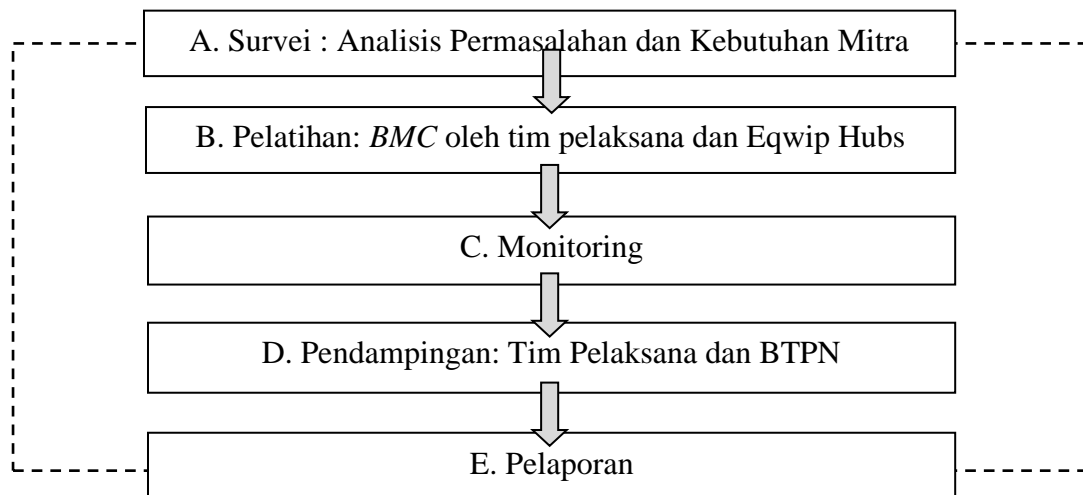
Berdasarkan prioritas permasalahan yang telah ditemukan dan sesuai dengan kesepakatan bersama antara tim pengusul dengan para mitra, maka metode yang digunakan dalam PKM ini adalah survei / sosialisasi, pelatihan, dan monitoring sekaligus pendampingan.

Kegiatan survei dilakukan untuk memberikan pemahaman dasar tentang *BMC* dan komponen-komponen yang ada di dalamnya. Selanjutnya, mitra akan memperoleh pelatihan berupa: (1) Pengenalan dan Mengisi *BMC* untuk semakin mematangkan bentuk-bentuk usaha yang dapat mereka pilih untuk membuat mereka mandiri secara finansial, (2) Pelatihan Menentukan Ide Bisnis, (3) Memilih Mitra Kunci yang Tepat, (4) Menentukan Sumber Daya Kunci, (5) Menentukan Desain Kemasan yang diminati masyarakat, (6) dan Pelatihan bentuk-bentuk pemasaran usaha yang dapat dilakukan di rumah.

Monitoring dan Evaluasi dilakukan secara berkala setiap bulan satu kali. Sedangkan pendampingan dilakukan oleh BTPN Syari'ah sebagai mitrat im PKM UPGRIS.

Secara singkat tahapan pelaksanaan PKM dapat digambarkan dalam bagan berikut:

Bagan 1. Tahap Pelaksanaan PKM



HASIL DAN PEMBAHASAN

IPTEKS yang telah ditransfer kepada para mitra PKM disesuaikan dengan kebutuhan yang berdasarkan pada permasalahan yang dihadapi. Tim pelaksana berposisi sebagai fasilitator sekaligus pendamping bagi Komunitas ARDEKO. Secara umum, titik berat kegiatan berhilir pada pemberian pelatihan dan dikemas dalam bentuk *workshop* sehingga para mitra diharapkan dapat memiliki kompetensi yang dapat menjadi solusi bagi permasalahan masing-masing mitra.

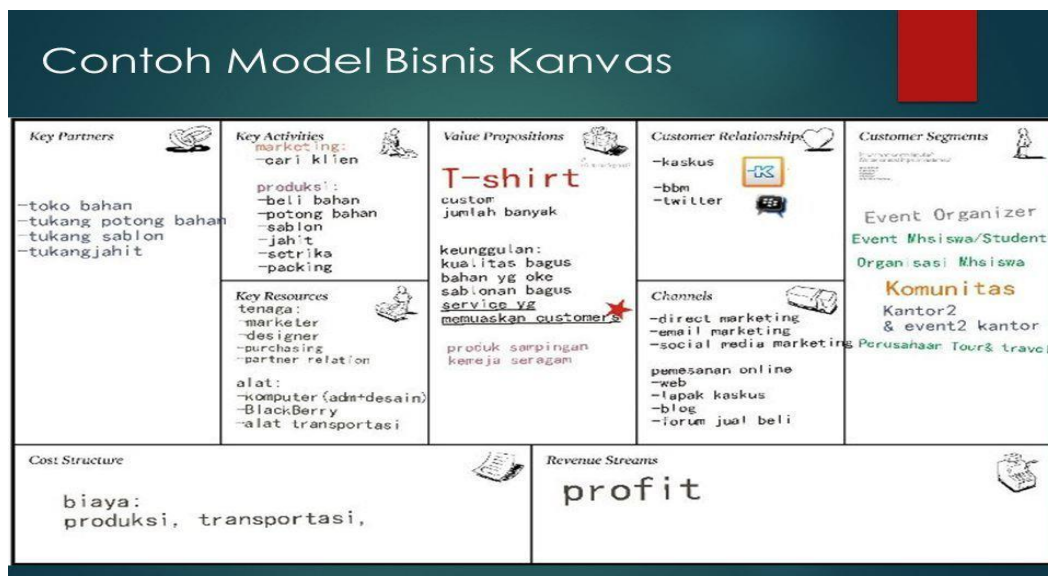
Berikut ini adalah hasil yang sudah dicapai dari kegiatan PKM ini.

1. Sosialisasi/Pengenalan BMC (*Business Model Canvas*) untuk semakin mematangkan bentuk-bentuk usaha yang dapat mereka pilih untuk membuat mereka mandiri secara finansial

BMC (Business Model Canvas) merupakan model rencana bisnis yang telah digunakan oleh banyak perusahaan besar. Model bisnis ini dikenalkan oleh Alexander Osterwalder dalam bukunya “*Business Model Generation*”. (Amalia, 2020)

Jumlah elemen yang ada di dalam BMC adalah 9 buah yang kesemuanya harus saling sinergis sebagai sebuah strategi manajemen yang baik. (HariM, 2019).

Bagan 1 Contoh BMC



Berbeda dengan *Business Plan*, *BMC* berisi setiap kunci yang mendukung persiapan, pengembangan, pemasaran, hingga perluasan bisnis yang sedang direncanakan atau yang telah dikembangkan oleh mitra.

Kegiatan PKM ini diawali dengan kegiatan sosialisasi *BMC* kepada mitra PKM. Tim pelaksana bersama dengan *EQWIP HUBs* (mitra *UPGRIS* yang membidangi kegiatan kewirausahaan dan pengembangan SDM) mensosialisasikan *BMC* kepada mitra PKM dengan tujuan untuk memberikan gambaran awal tentang *BMC*. Harapannya adalah setelah mengenal sedikit tentang *BMC*, mitra akan semakin tergerak untuk kembali menggeluti usaha yang pernah mereka geluti sebelumnya atau bahkan semakin bersemangat untuk membesarkan usaha yang saat ini sedang mereka rintis. Pada kegiatan sosialisasi ini, Tim *EQWIP HUBs* juga menyampaikan materi tentang pentingnya membuka usaha dengan memperhatikan kelangsungan hidup lingkungan sekitarnya.

Tim pelaksana didampingi *EQWIP HUBs* mengajak para mitra untuk mengenal potensi-potensi di dekat para mitra yang dapat menjadi alasan untuk membuka usaha baru, mengembangkan usaha yang pernah ada sebelumnya, atau memilih untuk mengembangkan usaha

sendiri yang saat ini tengah dijalani namun belum berkembang pesat. Diskusi menjadi pilihan bentuk penyampaian materi karena dengan diskusi ini para mitra akan merasa sedang mencurahkan isi permasalahan masing-masing mitra. Dengan metode diskusi pula akan terbangun rasa nyaman dari para mitra kepada tim pelaksana pengabdian dari UPGRIS.



Gambar 2. Kegiatan Pengenalan BMC oleh Tim Pengusul



Gambar 3. Kegiatan Pengenalan BMC oleh *Eqwip HUBs*

Dari kegiatan sosialisasi ini, selain mitra telah mendapat gambaran sederhana tentang *BMC*, tim pengusul pun mendapatkan data tentang kebutuhan mitra. Hal ini akan memudahkan kedua belah pihak dalam menentukan langkah pelatihan selanjutnya.

Mitra menyampaikan apa saja tema-tema pelatihan yang mereka butuhkan. Mereka juga menyampaikan kalau mereka membutuhkan bantuan modal usaha. Namun karena keterbatasan ekonomi, mereka menginginkan modal usaha yang tanpa agunan dan atau yang berbunga kecil.

Dari hasil sosialisasi inilah kemudian Tim pengabdian memilih tema-tema pelatihan yang tepat untuk diberikan kepada peserta. Selain itu tim juga memilih mitra di luar tim pengusul yang akan membantu mitra mewujudkan keinginan dan kebutuhannya, seperti misalnya kebutuhan permodalan.

2. Pelatihan *Business Model Canvas (BMC)*, Pengemasan Produk dan Pemasarannya

Tahap kedua dari kegiatan PKM ini adalah Pelatihan *Business Model Canvas (BMC)*. Hal ini dilakukan untuk menindaklanjuti kegiatan sosialisasi yang sebelumnya telah dilakukan oleh Tim bersama-sama Tim EQWIP HUBS. Pada kegiatan pelatihan ini, beberapa langkah yang ada di BMC diterapkan oleh peserta pelatihan. Langkah-langkah tersebut di antaranya adalah sebagai berikut.

a. Menentukan Ide Bisnis

Pelatihan pertama yang diberikan kepada mitra adalah pelatihan Menentukan Ide Bisnis. Tema ini dipilih karena ide bisnis merupakan pintu gerbang dalam menentukan langkah ke depannya.

Dalam sesi pelatihan ini, mitra ARDEKO diajak untuk menggali ide-ide bisnis yang unik, menarik, dan diprediksi akan bertahan lama. Tim pelaksana mengarahkan mitra untuk memilih ide bisnis yang tidak bersifat sesaat namun yang memiliki prospek yang baik ke depan.



Gambar 4. Menentukan Ide Bisnis

Dari hasil pelatihan ini diperoleh banyak sekali ide bisnis. Mitra yang telah menggeluti bisnis kecil tergelitik untuk mengembangkan bisnisnya dengan menambahkan ide tertentu. Sedangkan mitra yang belum memiliki bisnis diberi stimulus untuk membuat ide yang berawal dari hobi masing-masing. Dengan menjalankan bisnis yang berawal dari hobi akan membuat pebisnis menjadi selalu bersemangat untuk mengembangkan bisnisnya, tetap semangat saat menghadapi permasalahan, dan selalu bahagia karena yang dijalankan adalah hobi yang dibayar.

b. Memilih Mitra Kunci yang Tepat

Pada tahap berikutnya peserta dilatih untuk memilih Mitra Kunci yang tepat ketika menjalankan bisnis. Hal ini dilakukan karena kesuksesan bisnis akan terus dipertahankan bila mendapatkan mitra bisnis yang sama-sama menguntungkan dan menyenangkan. Luaran pada tahap ini, yaitu peserta dapat memilih mitra kunci yang tepat disesuaikan dengan jenis usaha yang sedang mereka kembangkan.



Gambar 5. Memilih Mitra Kunci

c. Menentukan Sumber Daya Kunci

Selain mitra kunci, hal yang perlu dilakukan dalam berbisnis adalah menentukan sumber daya kunci. Oleh karena itu, tahap berikutnya peserta diajak untuk menentukan sumber daya kunci dalam menjalankan bisnis mereka. Luaran dari tahap ini adalah masing-masing peserta mampu menentukan sumber daya kunci dari usaha atau bisnis yang sedang dijalankan.



Gambar 6. Menentukan Sumber Daya Kunci

d. Menentukan Desain Kemasan yang diminati masyarakat

Hal yang tidak kalah penting ketika menjalankan usaha adalah menentukan desain kemasan dari produk yang mereka hasilkan. Desain kemasan yang bagus tentunya akan sangat

mempengaruhi minat pembeli atau pelanggan ketika memilih produk. Oleh karena itu, peserta berikutnya diberikan gambaran-gambaran dan contoh-contoh desain kemasan produk yang bisa mereka gunakan untuk meningkatkan *brand image* (*branding*) produk yang mereka miliki. Dari tahap ini, peserta mampu menggali desain kemasan dari produk mereka.



Gambar 7. Menentukan Desain Kemasan Produk

e. Pelatihan bentuk-bentuk pemasaran usaha yang dapat dilakukan di rumah

Pada tahap berikutnya peserta dibekali dengan materi tentang bentuk-bentuk pemasaran usaha yang dapat dilakukan dari rumah. Salah satunya adalah dengan menggunakan media sosial. *Instagram, facebook, WhatsApp*, atau bahkan toko-toko *online* adalah beragam media sosial yang bisa digunakan untuk memasarkan produk mereka. Tim memberikan keyakinan bahwa saat ini media sosial adalah salah satu alternatif terbaik untuk memasarkan produk mereka karena media sosial dapat menjangkau sasaran atau masyarakat yang lebih luas meskipun cara-cara tradisional (*getok tular* atau dari mulut ke mulut) masih harus dilakukan. Dari tahap ini peserta mampu memahami beberapa bentuk pemasaran usaha yang mungkin bisa digunakan sebagai alternatif pilihan dalam memasarkan produk mereka.



Gambar 7. Menentukan Bentuk-Bentuk Pemasaran Usaha

3. Pendampingan Tim PKM dan BTPN Syariah

Kegiatan ini dilakukan sebagai tindak lanjut dari kegiatan pelatihan *BMC* dan kewirausahaan yang sudah dilakukan sebelumnya. Pada kegiatan ini Tim Pengabdian Kepada Masyarakat bekerja sama dengan BTPN Syariah melakukan pendampingan kepada mitra PKM sebagai usaha agar mitra yang mengalami kesulitan dengan modal usaha dapat secara langsung mendapatkan solusi yang tepat untuk mengatasi masalah mereka. Dalam hal ini Tim BTPN Syariah bersedia membantu permodalan tanpa agunan kepada mitra PKM di Desa Wonokerto Kabupaten Batang.



Gambar 8. Pendampingan Tim PKM



Gambar 9. Pendampingan dari BTPN Syariah

4. Luaran lain dari kegiatan PKM

Luaran lain yang dihasilkan dari kegiatan PKM ini adalah terbentuknya kelompok atau komunitas pengusaha muda Desa Kolor dalam group WhatsApp. Grup ini selain digunakan sebagai wadah untuk berkomunikasi antar wirausaha serta sebagai media untuk memudahkan distribusi produk masing-masing anggota kepada anggota yang lain. Setiap anggota grup juga dapat menjadi penjual kembali (*reseller*) bagi produk rekan di dalam Komunitas Ardeko. Hal ini dilakukan untuk membuat roda perputaran produk selalu berjalan.



Gambar 10. Grup Whatsapp “Komunitas Pengusaha Muda Kulur” Desa Wonokerto Kabupaten Batang

PENUTUP

Penutup dari artikel ini adalah:

Simpulan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan kegiatan ini dapat berjalan dengan baik. BMC dapat diterima dengan baik oleh mitra. Mereka pun dapat menerapkan langkah-langkah penyusunan BMC sesuai dengan bisnis yang sedang, telah, atau akan mereka jalankan.

Saran

Motivasi yang besar yang dimiliki oleh pelaku usaha, dalam hal ini mitra PKM, seharusnya terus dipupuk agar mereka terus dapat mengembangkan usaha atau produk mereka sehingga usaha atau produk para pengusaha muda Desa Kulur dapat dikenal tidak hanya di lingkungan Desa Kulur tetapi juga dikenal oleh masyarakat secara luas atau nasional. Oleh karena itu, pendampingan dari Tim PKM maupun pihak-pihak terkait tetap harus dilakukan agar keberlangsungan dari kegiatan wirausaha dari pengusaha muda Desa Kulur dapat terus ada dan berkembang lebih besar lagi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih yang setinggi-tingginya kami sampaikan kepada Rektor Universitas PGRI Semarang dan LPPM Universitas PGRI Semarang yang telah sepenuh hati memberikan motivasi, mengarahkan, dan mendukung secara penuh kegiatan PKM ini. Terima kasih pula kami sampaikan kepada mitra kami, Komunitas ARDEKO yang telah mengikuti pelatihan dan tetap berkarya selepasnya. Semoga kegiatan ini bermanfaat.

DAFTAR PUSTAKA

- M. Hari. 2019. 9 Elemen dalam Bisnis Model Kanvas yang Wajib Diketahui Pelaku Usaha Baru. <https://netsolmind.com.9-elemen-dalam-bisnis-model-kanvas-yang-wajib-diketahui-pelaku-usaha-baru/>, diunduh tanggal 9 Septemebr 2019
- Amalia, Dina. 2020. 9 Elemen yang harus Ada dalam Bisnis Model Kanvas. <https://www.jurnal.id/id/blog/2018-memahami-tentang-bisnis-model-kanvas>, diunduh tanggal 5 Februari 2020