

# LAPORAN PENGABDIAN

## PELATIHAN *BUSINESS CANVAS MODEL* PADA UMKM BINAAN *CENTRE FOR STUDENT ENTREPRENEURSHIP (CSE)* UNIKA SOEGIJAPRANATA SEMARANG



Oleh:

**Dra Bernadeta Irmawati M.S (Ketua)**  
**Dra Lucia Hari Patworo, M.Si (Anggota)**  
**Drs. Y. Sugiharto, MM (Anggota)**  
**Dr. Chatarina Yekti P., SE., M.Si (Anggota)**  
**Ch. Triharjanti N, SE.,M.Si (Anggota)**  
**Dr. Berta Berti Retnawati, SE.,M.Si (Anggota)**

**KLINIK KONSULTASI BISNIS**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA**  
**SEMARANG**  
**2021-2022**

## BAB I

### ANALISIS SITUASI

Saat ini UMKM sedang mendapat tantangan yang berat selama masa pandemic covid 19. UMKM menjadi korban tetapi juga diharapkan menjadi andalan bagi sector riil untuk bangkit dari pandemic. Pembatasan social selama masa pandemic membuat penjualan hampir semua UMKM menurun drastis hingga 80 persen. Tidak terkecuali UMKM yang menjadi binaan *Center for Student Entrepereusehip* (CSE) Unika Soegijapranata. CSE yang memiliki visi sebagai wadah pengembangan kewirausahaan di Unika Soegijapranata selama ini mewadahi pelaku usaha dari mahasiswa Unika Soegijapranata dan pelaku usaha binaan Unika Soegijapranata. Adapun jumlah UMKM CSE berjumlah 150 mitra yang terdiri dari pelaku usaha snack kering & basah, catering, aneka frozen, kerajinan batik, kerajinan tas etnik, kerajinan rajut dan kerajinan lainnya.

Kegiatan yang dilakukan CSE adalah pelatihan, seminar dan pameran yang diadakan untuk membina para pelaku UMKM supaya lebih maju dan tangguh. Selain itu juga pendampingan terhadap UMKM melalui KKN/KKU, dengan pendampingan tersebut diharapkan UMKM lebih baik. UMKM binaan CSE juga memiliki kelompok usaha yang sejenis seperti kelompok jamu, kelompok kerajinan tangan dll.

Secara umum UMKM binaan CSE melakukan kegiatan rutin seperti menerima pesanan, memproduksi dan menjual atau mengirimkan produknya kepada pelanggan. Sementara itu setiap bisnis dan bahlan UMKM sekalipun harus mempunyai ciri khas produk supaya bisa bersaing dengan bisnis yang lain, dan bisa menjadi keunggulan kompetitif. Seperti yang disampaikan oleh Barney (1990) bahwa perusahaan akan memiliki keunggulan kompetitif produk bila mempunyai 4 hal yaitu pertama, produk mempunyai *value* atau nilai, kedua adalah memiliki keunikan, ketiga adalah sulit untuk ditiru dan keempat adalah sulit digantikan oleh yang lain.

Berdasarkan wawancara dengan pengelola CSE yang menyatakan bahwa para UMKM masih perlu adanya pembinaan dalam mengelola bisnisnya, salah satunya adalah membuat strategi bisnis. Langkah awal dalam pembuatan strategi bisnis adalah dengan membuat *Business Model Canvas* (BMC) yang dalam satu kanvas bisa diketahui bisnis kita seperti apa dan kemungkinan pengembangannya.

Satu hal yang diperlukan untuk melihat organisasi secara keseluruhan dengan membuat model bisnis. Menurut Osterwalder and Pigneur (2019) model bisnis

menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai *Business Model Generation* untuk mampu memberikan respons yang cepat terhadap keinginan pelanggan dengan memberikan nilai – nilai terbaik yang ada dalam perusahaan. Sedangkan *Business Model Canvas* adalah sebuah model bisnis gambaran logis mengenai bagaimana sebuah organisasi menciptakan, menghantarkan dan menangkap sebuah nilai (Osterwalder, 2010). BMC mengubah konsep bisnis yang rumit menjadi sederhana yang ditampilkan pada satu lembar kanvas berisi rencana bisnis dengan sembilan elemen kunci yang terintegrasi dengan baik di dalamnya mencakup analisis strategi secara internal maupun eksternal *Business Model Canvas* membagi business model menjadi 9 buah komponen utama yaitu, *Customer Segment, Customer Relationship, Customer Channel, Revenue Structure, Value Proposition, Key Activities, Key Resource, Cost Structure, dan Key Partners*

## **BAB II**

### **PERMASALAHAN MITRA**

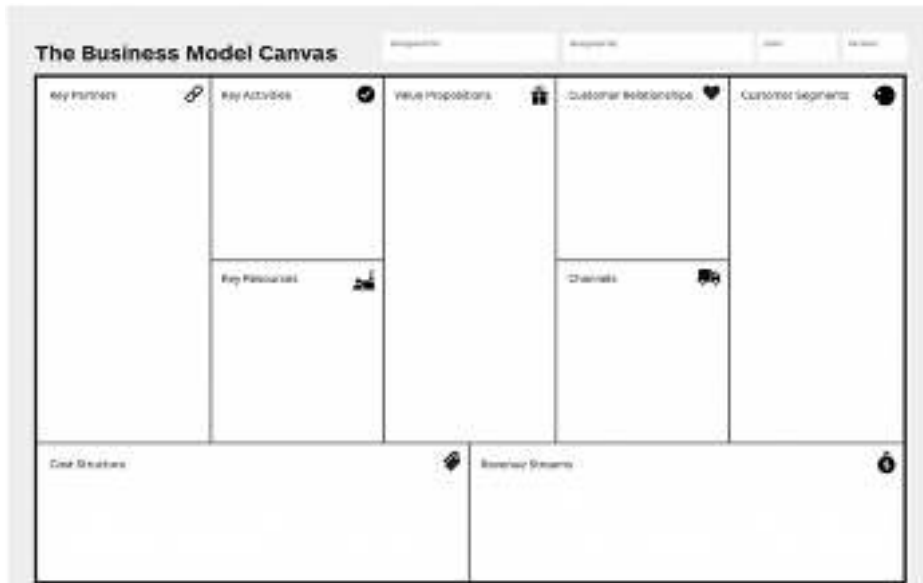
Keberhasilan UMKM dapat dilihat dari peningkatan penjualan memberikan pelayanan serta menambah jaringan baik dari sisi supplier ataupun konsumen dan bahkan bisa memperluas pasar produknya. UMKM saat ini kebanyakan hanya menjalankan bisnisnya secara rutin, belum melihat secara komprehensif bisnisnya sehingga menjadi hal yang rutin saja tanpa mencari keunggulan kompetitifnya. UMKM Binaan CSE perlu memetakan bisnisnya serta pengembangan untuk dapat berkembang, sehingga perlu dibuat *Business Model Canvas* untuk mengetahui situasi dan bahkan kekuatan dan kelemahan atau apa yang masih perlu dilakukan oleh UMKM tersebut

### **BAB III**

#### **HASIL dan LUARAN**

Pengembangan UMKM satu dengan yang lain pasti akan berbeda dan dapat ditentukan setelah UMKM membuat canvas dari UMKM tersebut . Untuk mengetahui canvas dari satu bisnis dapat dibuat *Business Model Canvas*. *Business Model Canvas* (BMC) atau Model Bisnis Kanvas secara sederhana dapat diartikan sebagai proses bagaimana perusahaan menciptakan value dan mendapatkan keuntungan dari value yang diciptakannya secara berkelanjutan. BMC adalah sebuah tools yang dikembangkan oleh Osterwalder dan Pigneur(2019), dikembangkan untuk membantu organisasi bisnis dan pengusaha pemula untuk memetakan dan melakukan analisa terhadap model bisnis mereka *Business Model Canvas* (BMC) atau Model Bisnis Kanvas secara sederhana dapat diartikan sebagai proses bagaimana perusahaan menciptakan value dan mendapatkan keuntungan dari value yang diciptakannya secara berkelanjutan. BMC adalah sebuah tools yang dikembangkan oleh Osterwalder dan Pigneur (2019), dikembangkan untuk membantu organisasi bisnis dan pengusaha pemula untuk memetakan dan melakukan analisa terhadap model bisnis mereka. BMC mengubah konsep bisnis yang rumit menjadi sederhana yang ditampilkan pada satu lembar kanvas berisi rencana bisnis dengan sembilan elemen kunci yang terintegrasi dengan baik di dalamnya mencakup analisis strategi secara internal maupun eksternal .

Secara umum, BMC dikembangkan dengan mempertimbangkan 9 blok utama yang harus diperhatikan dalam memetakan model bisnis. Kesembilan blok utama ini, semua terangkum dalam satu canvas (1 halaman). Berikut adalah gambar dari Model Bisnis Kanvas



Gambar 2. 1. Business Model Canvas

Berdasarkan gambar di atas dapat lah dijelaskan sembilan blok dari business model canvas adalah :

1. *Customer segments* ( Segmen pelanggan )
2. *Value Propositions* (Proporsi nilai)
3. *Channels* ( saluran komunikasi, distribusi, dan penjualan)
4. *Customer relationships* (hubungan pelanggan)
5. *Revenue streams* ( arus pendapatan)
6. *Key resources* (sumber daya utama)
7. *Key activities*(aktivitas kunci)
8. *Key partnership* (kemitraan kunci)
9. *Cost structure* (struktur biaya)

Dengan menelaah 9 komponen dari Business Model Canvas dapat terlihat dalam satu canvas gambaran keseluruhan bisnis.

Berikut akan dijelaskan masing-masing segmen

1. *Customer Segments* (Segmen Pelanggan)

Segmen pelanggan adalah hal pertama yang harus dilakukan oleh pebisnis termasuk pelaku UMKM yang akan menjadi target penjualan. Segmentasi pasar dapat dibagi ke dalam beberapa kelompok seperti kelompok berdasar kebutuhan, perilaku, demografi, minat, motivasi. Sebuah bisnis bisa menasar sebuah kelompok atau beberapa kelompok.

2. *Value Proposition* (Proposisi Nilai)

Pebisnis atau pelaku UMKM perlu memiliki nilai proposisi dari produk/ jasa yang dihasilkan supaya dapat memuaskan pelanggan. Proposisi Nilai dicari melalui eksplorasi pasar. Proposisi nilai bisa dilihat dari kebaruan, kinerja, kustomisasi, desain, merk, harga, mengurangi biaya, resiko , aksesibilitas dan lainnya.

3. *Channels* (Saluran)

Merupakan saluran yang menghubungkan penjual dengan pelanggannya, bagaimana pelanggan dapat memperoleh produk/jasa tersebut. Saluran yang digunakan bisa melalui web site dan tool tradisional. Saat ini pebisnis dapat memberikan proposisi nilai nya melalui saluran fisik seperti menggunakan tenaga penjual, tool sendiri, tool mitra dsb, bisa juga menggunakan web / mobile channels misalnya media online shopping seperti Tokopedia, shoppee, dll.

4. *Customer Relationships* (Hubungan Pelanggan)

Hubungan pelanggan menjelaskan pola hubungan yang memungkinkan dibangun oleh perusahaan ke pelanggannya. Beberapa jenis hubungan pelanggan adalah asisten pribadi , pelayanan sendiri, layanan otomatis , komunitas dan co-creation yaitu melihat pelanggan dalam mendesain produk yang akan digunakan sehingga memiliki rasa memiliki yang besar.

5. *Revenue Streams* (Aliran Pendapatan)

Aliran pendapatan menjelaskan tentang komponen-komponen dari pendapatan, aspek-aspek pendapatan meliputi penjualan, biaya penggunaan, biaya berlanggan, pinjaman/sewa, komisi dan jasa iklan.

6. *Key Activities* (Aktivitas Kunci)

Adalah kegiatan apa saja yang dibutuhkan untuk menjalankan suatu bisnis, aktivitas umum meliputi kegiatan awal samapi dengan akhir dalam memproduksi, menyelesaikan masalah.

7. *Key Resources* (Sumberdaya Utama)

Menjelaskan sumberdaya apa saja yang dibutuhkan agar bisnis bisa berjalan lancar. Jenis-jenis sumberdaya utama adalah pertama, sumberdaya fisik seperti peralatan, inventaris, gedung. Kedua, sumberdaya intelektual seperti merk, paten Ketiga, sumberdaya manusia terakhir adalah Finansial/Modal

8. *Key Partnership* (kemitraan Kunci)

Kemitraan kunci adalah hubungan antara satu pihak dengan pihak yang lain untuk saling melengkapi dalam melayani pelanggan dan saling menguntungkan. Jenis-jenis kemitraan kerja seperti hubungan dengan pesaing, non pesaing dan pemasok

9. *Cost Structure* (Struktur Biaya)

Struktur Biaya menjelaskan biaya-biaya apa saja yang digunakan dalam memproduksi sampai menyampaikan produk/jasa kepada pelanggan. Struktur Biaya meliputi biaya tetap dan biaya variabel

Luaran yang dihasilkan dalam pengabdian ini adalah Business Model Canvas UMKM Binaan CSE yang dilihat dari 9 blok yaitu *Customer Segment, Value Proposition, Channels, Customer Relationship, Revenue Resources, Key Activities, Key Partnership* dan *Cost Structure*.



## BAB IV

### METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yaitu pelatihan membuat BMC kepada para UMKM binaan CSE menggunakan pendekatan partisipatif pelaku usaha melalui tahapan sebagai berikut :

1. Memberikan pemahaman mengenai *Business Model Canvas*
2. Membuat Business Model Canvas dengan mengisi 9 komponen yaitu (1) *Customer segments* ( Segmen pelanggan ), (2) *Value Propositions* (Proporsi nilai), (3) *Channels* (saluran komunikasi, distribusi, dan penjualan), (4) *Customer relationships* (hubungan pelanggan), (5) *Revenue streams* (arus pendapatan), (6) *Key resources* (sumber daya utama), (7) *Key activities* (aktivitas kunci), (8) *Key partnership* (kemitraan kunci) dan (9) *Cost structure* (struktur biaya)
3. Mendiskusikan jawaban jawaban UMKM mengenai 9 blok dalam BMC
4. Mengevaluasi pembuatan *Business Model Canvas*

Pada Langkah pertama, dimana memberikan pemahaman kepada peserta pelatihan dengan memberikan materi BMC, menjelaskan konsep dan manfaat BMC serta memberikan contoh BMC UMKM. Harapan dari Langkah pertama ini mengenalkan bagi yang belum pernah mendapatkan materi BMC dan bagi yang sudah pernah tahu supaya lebih paham manfaat dan bagaimana membuat BMC dari bisnisnya. Pemahaman BMC ini diakhiri dengan tanya jawab. Pemahaman ini dilakukan melalui online dikarenakan pandemic covid 19 dimana belum diijinkannya melakukan pelatihan secara offline.

Langkah kedua adalah membuat BMC dengan 9 komponennya yaitu (1) *Customer segments* ( Segmen pelanggan ), (2) (Proporsi nilai), (3) *Channels* (saluran komunikasi, distribusi, dan penjualan), (4) *Customer relationships* (hubungan pelanggan), (5) *Revenue streams* (arus pendapatan), (6) *Key resources* (sumber daya utama), (7) *Key activities* (aktivitas kunci), (8) *Key partnership* (kemitraan kunci) dan (9) *Cost structure* (struktur biaya). Peserta pelatihan yaitu UMKM binaan CSE membuat BMC masing-masing bisnisnya pada kertas yang terbagi menjadi 9 komponen. Hasil dari pelatihan online, peserta yang mengumpulkan BMC hanya tiga

sehingga direncanakan pelatihan berikutnya secara off line dan terlaksana di kampus Unika Soegijapranata.

Langkah ketiga adalah mendiskusikan hasil BMC yang telah dibuat oleh pelaku UMKM, pada tahap ini peserta pelatihan membuat BMC bisnisnya secara langsung dan mendiskusikannya dengan fasilitator apakah yang mereka kerjakan sudah sesuai dengan konsep BMC atau belum.

Langkah keempat adalah evaluasi dari pembuatan BMC, beberapa pelaku UMKM merasa bahwa produk yang dibuat sama dengan yang lain sehingga muncul pemikiran untuk mencari ciri khas produk yang dihasilkan. Beberapa pelaku UMKM belum memperhitungkan biaya produksi seperti biaya listrik, sewar uang dsb, demikian juga dengan pendapatan yang mereka terima tidak tercatat dengan baik.

## BAB V

### TARGET LUARAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Kegiatan Pengabdian diawali dengan pertemuan koordinasi tim melalui link gmeet diarekanak kondisi belum memungkinkan untuk bertemu secara langsung. Pertemuan ini membahas susunan acara, materi yang akan disampaikan dan pembagian tugas seperti membuat flyer, presentasi materi, pembahasan dan tanya jawab.

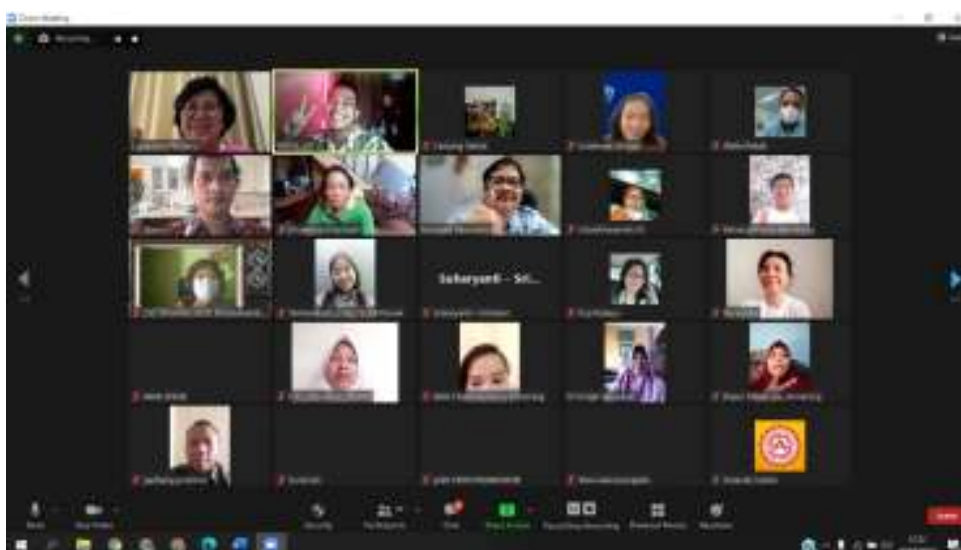
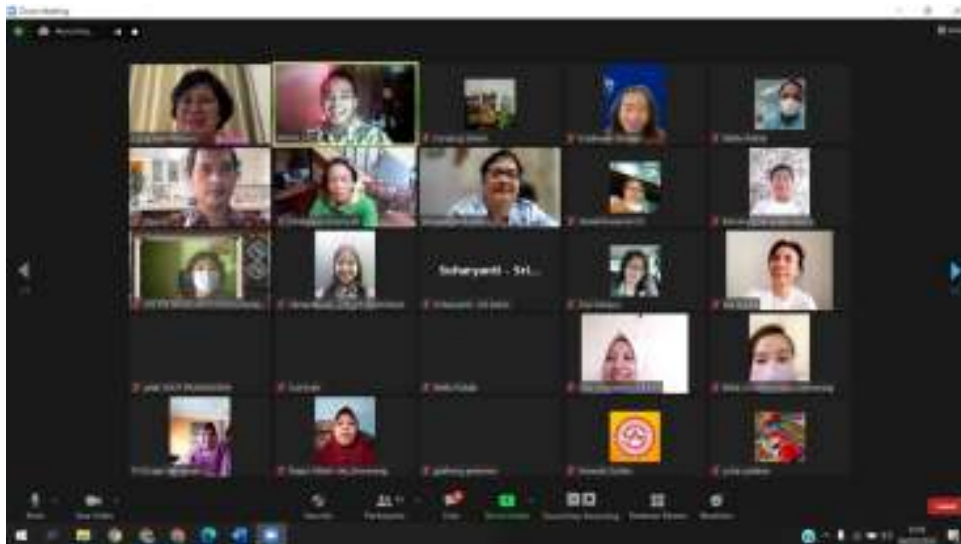


Gambar 4.1. Rapat koordinasi Tim Pengabdian



Gambar 4.2. Flyer pelatihan

Pelatihan diawali dengan memberikan pemahaman mengenai konsep *Business Model Canvas* kepada para UMKM, yang dilakukan secara on line dikarenakan belum diijinkannya berkumpul di kota Semarang, peserta dalam kegiatan pemahaman ini diikuti oleh 25 UMKM mitra CSE.



Gambar 4.3. Pelatihan melalui Zoom , 26 Januari 2022

Setelah pelatihan mengenai pemahaman BMC, para UMKM yang hadir diminta untuk membuat BMC masing-masing usahanya dan diharapkan dikumpulkan melalui whatsapp. Berikut adalah UMKM yang mengirimkan hasil BMC nya





## JAHE MERAH GULA AREN

\* Cur. Segment (segmentasi Pasar).

Pemuda / pemuda yg senang nongkrong di cafe atau tempat makan yang peduli dgn kesehatan.

\* Value proposition (proposisi nilai).

Kemauan yg menarik karena menggunakan cup sekali minum, dgn cara dididuh.

\* Channel (saluran ke pelanggan).

dengan cara titip jual di tempat nongkrong, cafe, restoran, status wa teman.

\* Cur. Relationship (Hub. dgn pelanggan).

titip barang 10 dikasih sample 1. agar penjual yg dititip barang bisa review produk kita kepada pelanggannya, menanyakan lebar.

beli 10 gratis 1, di tempat cafe diberi banner

\* Revenue Streams (pendapatan usaha).

Membedakan antara uang pribadi dgn usaha dgn aplikasi Bukalapak.

Berapakah kita harus menjual barang untuk menutupi biaya hidup atau biaya tetap.

\* Key Resources (sumber daya utama).

- SD Fisik

- Uang

- SD manusia

- SD intelektual (merk, paten, ijin edar)

\* Key Activities (Aktivitas Utama).

Membeli & menjual.

B. Bahan

Produk.

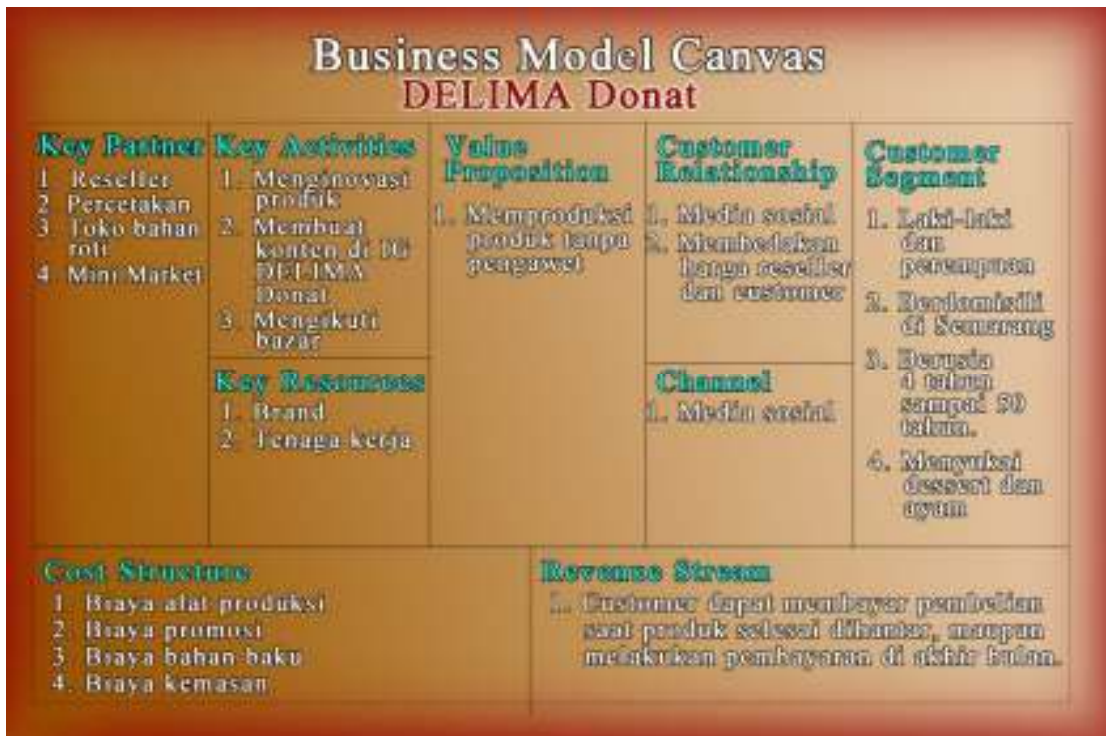
\* Key partnership.

mitra & pemasok.

\* Cost Structure (struktur biaya).

Biaya tetap & biaya variable.

Gambar 4.5. BMC Jahe Merah Gula Aren Amanah Sultan



Gambar 4.6.BMC Delima Donat mahasiswa CSE

Dari pelatihan mengenai pemahaman BMC kepada 18 mitra UMKM yang hadir, hanya 3 UMKM yang mengumpulkan BMC. Langkah selanjutnya adalah melakukan evaluasi, tetapi karena yang mengumpulkan hanya 3 UMKM maka kami memutuskan untuk melakukan kegiatan sarasehan kembali pada tanggal 8 Juni





Gambar 4.7. Flyer Pelatihan BMC kedua

Berikut adalah beberapa gambar kegiatan Sarasehan dan workshop yang ke 2 mengenai BMC,









Gambar 4.8. Workshop BMC 2

Dari hasil workshop yang kedua luaran BMC dengan menggunakan kertas dari USAID namun dalam prakteknya disesuaikan dengan 9 komponen BMC, berikut adalah BMC dari UMKM yang mengikuti kegiatan sarasehan.

**USAID**

**JAPRI BUSINESS MODEL CANVAS**

Nama: Fitri Nur Hafidha  
 No. HP: 0812 3456 7890  
 Alamat: Jl. Merdeka No. 100  
 Kota: Surabaya

<b>PRODUK</b> - Nasi Bakar - Pak Emping	<b>KEGIATAN UTAMA</b> Dalam bahan yang diperlukan ada nasi, beras, ikan bakar dan emping	<b>TARGET KONSUMEN</b> - Warung - Jember - Surabaya	<b>STRATEGI PENJUALAN</b> Saya akan menjual nasi bakar dan emping di warung-warung di sekitar rumah saya. Saya juga akan menjual nasi bakar dan emping di pasar-pasar tradisional yang ramai.
<b>BENCANA SEUANGA</b> 1. Nasi Bakar 1000 x Rp 1000 = 1.000.000 2. Pak Emping 1500 x Rp 200 = 300.000 <b>1.300.000</b>	<b>SUPERSH DAYA UTAMA</b> Saya akan menjual nasi bakar dan emping di warung-warung di sekitar rumah saya. Saya juga akan menjual nasi bakar dan emping di pasar-pasar tradisional yang ramai.	<b>MODAL USUHA</b> - modal awal usaha saya dari modal awal - modal awal 300.000 akan dibayar kembali ke saya dengan sangat lumayan dari bisnis yang sudah berjalan	

**PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN USAID JAPRI**

**USAID**

## JAPRI BUSINESS MODEL CANVAS

**PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN USAID JAPRI**

**PRODUK**

1. Produk utama: ...  
 2. Produk pendukung: ...  
 3. Produk tambahan: ...

**KEMERDEKAAN UTAMA**

1. ...  
 2. ...  
 3. ...

**TARGET KONSUMEN**

1. ...  
 2. ...  
 3. ...

**STRATEGI PEMERILAN**

1. ...  
 2. ...  
 3. ...

**BENCANA KEGIANGAN**

1. ...  
 2. ...  
 3. ...

**MODAL USAHA**

1. ...  
 2. ...  
 3. ...

**SIKNER DATA UTAMA**

1. ...  
 2. ...  
 3. ...

**USAID**

**USAID**

## JAPRI BUSINESS MODEL CANVAS

**PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN USAID JAPRI**

**PRODUK**

1. ...  
 2. ...  
 3. ...

**KEMERDEKAAN UTAMA**

1. ...  
 2. ...

**TARGET KONSUMEN**

1. ...  
 2. ...  
 3. ...

**STRATEGI PEMERILAN**

1. ...  
 2. ...  
 3. ...

**BENCANA KEGIANGAN**

1. ...  
 2. ...

**MODAL USAHA**

1. ...  
 2. ...  
 3. ...

**SIKNER DATA UTAMA**

1. ...  
 2. ...  
 3. ...

**USAID**

**USAID** PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN

## JAPRI BUSINESS MODEL CANVAS

**PRODIK** *Keperawatan Perawatan*

**KEGIATAN UTAMA**

- "Sistem Perawatan"
- "Perawatan Perawatan"
- "Perawatan"

**SUMBER DAYA UTAMA**

- SDM
- "Perawatan"

**TARGET KONSUMEN**

- "Gila"
- "Dokter"
- "Perawatan"

**STRATEGI PENJUALAN**

- "Dokter"
- "Dokter"
- "Dokter"

**RENCANA KEUANGAN**

- "Dokter"
- "Dokter"
- "Dokter"

**MODAL USHAHA**

- "Dokter"
- "Dokter"
- "Dokter"

PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN USAID JAPRI

**USAID** PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN

## JAPRI BUSINESS MODEL CANVAS

**PRODIK** *Keperawatan Perawatan*

**KEGIATAN UTAMA**

- "Sistem Perawatan"
- "Perawatan Perawatan"
- "Perawatan"

**SUMBER DAYA UTAMA**

- SDM
- "Perawatan"

**TARGET KONSUMEN**

- "Gila"
- "Dokter"
- "Perawatan"

**STRATEGI PENJUALAN**

- "Dokter"
- "Dokter"
- "Dokter"

**RENCANA KEUANGAN**

- "Dokter"
- "Dokter"
- "Dokter"

**MODAL USHAHA**

- "Dokter"
- "Dokter"
- "Dokter"

PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN USAID JAPRI





**USAID**

# JAPRI BUSINESS MODEL CANVAS

Nama Usaha: DAIRY LAY DRY "MOM JENI"  
 Jenis Usaha: Usaha Industri  
 Lokasi: Indonesi  
 Tanggal: 15 Desember 2018  
 Nama Pelajar: DAIRY LAY DRY "MOM JENI"  
 Nama Dosen: (Risa R. Ulin)

<b>PRODUK</b> <u>Es krim (susu, telur, keju)</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Krim</li> <li>- Susu</li> <li>- Telur</li> <li>- Keju</li> <li>- Gula</li> <li>- Vanili</li> <li>- Lembut</li> <li>- Gula</li> <li>- Susu</li> <li>- Telur</li> <li>- Keju</li> <li>- Gula</li> <li>- Vanili</li> <li>- Lembut</li> </ul>	<b>KEGIATAN UTAMA</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Susu</li> <li>- Telur</li> <li>- Keju</li> <li>- Gula</li> <li>- Vanili</li> <li>- Lembut</li> </ul>	<b>TARGET KONSUMEN</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Anak-anak</li> <li>- Remaja</li> <li>- Dewasa</li> <li>- Lansia</li> </ul>	<b>STRATEGI PENJUALAN</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Toko</li> <li>- Supermarket</li> <li>- Minimarket</li> <li>- Toko Kelontong</li> <li>- Toko Ritel</li> <li>- Toko Grosir</li> </ul>
<b>RENCANA KEUANGAN</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Biaya</li> <li>- Pendapatan</li> <li>- Laba</li> <li>- Rugi</li> <li>- Biaya</li> <li>- Pendapatan</li> <li>- Laba</li> <li>- Rugi</li> </ul>	<b>SUMBER DAYA UTAMA</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Susu</li> <li>- Telur</li> <li>- Keju</li> <li>- Gula</li> <li>- Vanili</li> <li>- Lembut</li> </ul>	<b>MODAL USAHA</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Modal</li> <li>- Biaya</li> <li>- Pendapatan</li> <li>- Laba</li> <li>- Rugi</li> </ul>	

**PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN USAID JAPRI**

**USAID**

# JAPRI BUSINESS MODEL CANVAS

Nama Usaha: Ag Protein Food  
 Jenis Usaha: Usaha Industri  
 Lokasi: Indonesia  
 Tanggal: 15 Desember 2018  
 Nama Pelajar: Ag Protein Food  
 Nama Dosen: (Risa R. Ulin)

<b>PRODUK</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Susu</li> <li>- Telur</li> <li>- Keju</li> <li>- Gula</li> <li>- Vanili</li> <li>- Lembut</li> </ul>	<b>KEGIATAN UTAMA</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Susu</li> <li>- Telur</li> <li>- Keju</li> <li>- Gula</li> <li>- Vanili</li> <li>- Lembut</li> </ul>	<b>TARGET KONSUMEN</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Anak-anak</li> <li>- Remaja</li> <li>- Dewasa</li> <li>- Lansia</li> </ul>	<b>STRATEGI PENJUALAN</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Toko</li> <li>- Supermarket</li> <li>- Minimarket</li> <li>- Toko Kelontong</li> <li>- Toko Ritel</li> <li>- Toko Grosir</li> </ul>
<b>RENCANA KEUANGAN</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Biaya</li> <li>- Pendapatan</li> <li>- Laba</li> <li>- Rugi</li> </ul>	<b>SUMBER DAYA UTAMA</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Susu</li> <li>- Telur</li> <li>- Keju</li> <li>- Gula</li> <li>- Vanili</li> <li>- Lembut</li> </ul>	<b>MODAL USAHA</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Modal</li> <li>- Biaya</li> <li>- Pendapatan</li> <li>- Laba</li> <li>- Rugi</li> </ul>	

**PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN USAID JAPRI**

## JAPRI BUSINESS MODEL CANVAS

**PRODUK / Layanan / Produk**

- Produk baru / layanan di mana saja / kapan saja / di mana saja ✓
- Keunggulan / keunggulan / keunggulan ✓
- Keunggulan / keunggulan / keunggulan ✓

**KEGIATAN UTAMA**

- Keunggulan / keunggulan / keunggulan ✓
- Keunggulan / keunggulan / keunggulan ✓
- Keunggulan / keunggulan / keunggulan ✓
- Keunggulan / keunggulan / keunggulan ✓
- Keunggulan / keunggulan / keunggulan ✓

**SUMBER DAYA UTAMA**

- Keunggulan / keunggulan / keunggulan ✓
- Keunggulan / keunggulan / keunggulan ✓
- Keunggulan / keunggulan / keunggulan ✓
- Keunggulan / keunggulan / keunggulan ✓
- Keunggulan / keunggulan / keunggulan ✓

**TARGET KONSUMEN**

- Keunggulan / keunggulan / keunggulan ✓
- Keunggulan / keunggulan / keunggulan ✓
- Keunggulan / keunggulan / keunggulan ✓
- Keunggulan / keunggulan / keunggulan ✓

**STRATEGI PENJUALAN / Promosi (Marketing Strategy, Marketing)**

- Keunggulan / keunggulan / keunggulan ✓
- Keunggulan / keunggulan / keunggulan ✓
- Keunggulan / keunggulan / keunggulan ✓
- Keunggulan / keunggulan / keunggulan ✓
- Keunggulan / keunggulan / keunggulan ✓

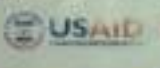
**RENCANA KEUANGAN / Keuangan**

- Keunggulan / keunggulan / keunggulan ✓
- Keunggulan / keunggulan / keunggulan ✓
- Keunggulan / keunggulan / keunggulan ✓

**MODAL USAHA / Biaya**

- Keunggulan / keunggulan / keunggulan ✓
- Keunggulan / keunggulan / keunggulan ✓
- Keunggulan / keunggulan / keunggulan ✓
- Keunggulan / keunggulan / keunggulan ✓
- Keunggulan / keunggulan / keunggulan ✓
- Keunggulan / keunggulan / keunggulan ✓
- Keunggulan / keunggulan / keunggulan ✓
- Keunggulan / keunggulan / keunggulan ✓

PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN USAID JAPRI



## JAPRI BUSINESS MODEL CANVAS

**PRODUK / Layanan / Produk**

Keunggulan / keunggulan / keunggulan ✓

**KEGIATAN UTAMA**

Keunggulan / keunggulan / keunggulan ✓

**SUMBER DAYA UTAMA**

Keunggulan / keunggulan / keunggulan ✓

**TARGET KONSUMEN**

Keunggulan / keunggulan / keunggulan ✓

**STRATEGI PENJUALAN**

Keunggulan / keunggulan / keunggulan ✓

**RENCANA KEUANGAN**

Keunggulan / keunggulan / keunggulan ✓

**MODAL USAHA**

Keunggulan / keunggulan / keunggulan ✓

PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN USAID JAPRI



**USAID**

## JAPRI BUSINESS MODEL CANVAS

Nama Usaha: Halal Diner / Resto Halal  
 Jenis Usaha: Restoran Halal - Kebab / Sandwich  
 Lokasi: Jember  
 Target Pasar: pekerja muda, mahasiswa, yang bekerja di kota jember yang mencari makan  
 Strategi: menjual kebab, burger, sandwich

<b>PRODUK</b> 1. Jambal Kebab 2. Sandwich 3. Burger 4. Kebab 5. Sandwich	<b>KEGIATAN UTAMA</b> - Menjual kebab - Menjual sandwich - Menjual burger - Menjual kebab - Menjual sandwich	<b>TARGET KONSUMEN</b> - Pekerja muda - Mahasiswa - Yang bekerja di kota jember	<b>STRATEGI PENJUALAN</b> 1. Menjual kebab 2. Menjual sandwich 3. Menjual burger 4. Menjual kebab 5. Menjual sandwich 6. Menjual burger
<b>RENCANA KEUANGAN</b> - Modal: Rp 100.000.000	<b>MODAL USAHA</b> - Modal: Rp 100.000.000 - Biaya: Rp 100.000.000 - Keuntungan: Rp 100.000.000		

**PELATIHAN KEWIRUSAHAAN USAID JAPRI**

**USAID**

## JAPRI BUSINESS MODEL CANVAS

Nama Usaha: BUCCARA  
 Jenis Usaha: MAKHLAK SOTANICAL  
 Lokasi: Jember  
 Target Pasar: Muda, dewasa, mahasiswa, yang bekerja di kota jember yang mencari makan  
 Strategi: menjual kebab, burger, sandwich

<b>PRODUK</b> 1. Kebab 2. Sandwich 3. Burger 4. Kebab 5. Sandwich	<b>KEGIATAN UTAMA</b> - Menjual kebab - Menjual sandwich - Menjual burger - Menjual kebab - Menjual sandwich	<b>TARGET KONSUMEN</b> - Pekerja muda - Mahasiswa - Yang bekerja di kota jember	<b>STRATEGI PENJUALAN</b> 1. Menjual kebab 2. Menjual sandwich 3. Menjual burger 4. Menjual kebab 5. Menjual sandwich 6. Menjual burger
<b>RENCANA KEUANGAN</b> - Modal: Rp 100.000.000 - Biaya: Rp 100.000.000 - Keuntungan: Rp 100.000.000	<b>MODAL USAHA</b> - Modal: Rp 100.000.000 - Biaya: Rp 100.000.000 - Keuntungan: Rp 100.000.000		

**PELATIHAN KEWIRUSAHAAN USAID JAPRI**

**USAID**

**JAPRI BUSINESS MODEL CANVAS**

**PRODUK**  
 Produk utama: ...  
 Produk tambahan: ...  
 Produk layanan: ...

**KEGIATAN UTAMA**  
 Aktivitas utama: ...

**SUMBER DAYA UTAMA**  
 Sumber daya utama: ...

**TARGET KONSUMEN**  
 Target konsumen: ...

**STRATEGI PENJUALAN**  
 Saluran distribusi: ...  
 Strategi pemasaran: ...

**RENCANA KEUANGAN**  
 Rencana keuangan: ...

**MODAL USAHA**  
 Modal usaha: ...

**PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN USAID JAP**

Gambar 4.9. BMC Peserta Workshop

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN RANCANGAN PENGABDIAN TAHAP BERIKUTNYA**

Berdasarkan pelatihan pemahaman dan pembuatan BMC pada UMKM binaan CSE, dapat dikatakan bahwa mereka belum pernah membuat BMC , dengan pelatihan yang diberikan UMKM merasa bahwa mereka tahu bisnisnya saat ini karena BMC memang menggambarkan bisnis mereka secara keseluruhan. Dengan membuat BMC, UMKM menjadi paham apa yang menjadi kekurangannya sehingga perlu untuk diperbaiki.

Rencana pengabdian tahap berikutnya adalah dengan membuat analisis SWOT berdasar BMC yang telah UMKM buat. Dengan melakukan analisis SWOT bisa ditentukan strategi sehingga UMKM binaan CSE mampu bersaing dengan UMKM yang lain

**BAB VI**  
**LOG BOOK**

NO	Tanggal	AKTIVITAS	OUTPUT
1	Minggu ke 1 November 2021	Diskusi Tim dengan pihak CSE untuk menentukan jadwal pelatihan	Jadwal Pelatihan
2	3 Januari 2022	Koordinasi Tim	Hasil koordinasi
3	17 Januari 2022	Koordinasi Tim	Susunan Acara Pembagian tugas dalam Tim Materi Pelatihan BMC UMKM
3	26 Februari 2022	Pelatihan BMC scr on line	BMC UMKM
5	30 Mei 2022	Koordinasi Tim	Cek BMC ada dan Persiapan pelatihan secara offline
6	8 Juni 2022	Pelatihan BMC UMKM	BMC UMKM
7	10 Juni 2022	Koordinasi TIM	Laporan kegiatan

## Referensi

Tim PPM Manajemen, 2012, **Business Model Canvas Penerapan di Indonesia**, Penerbit PPM

Osterwalder, A. Dan Pigneur, Y., 2019, **Business Model Generation** , PT. Elex media Komputindo

**LAPORAN PENGABDIAN**

**PELATIHAN BUSINESS CANVAS MODEL PADA  
UMKM BINAAN CENTRE FOR STUDENT  
ENTREPRENEURSHIP (CSE) UNIKA  
SOEGIJAPRANATA SEMARANG**



**Ketua:**

[5871986016] Dra. BERNADETA IRMAWATI, M.Si.

**Anggota:**

[5811994164] Dr. CHATARINA YEKTI PRAWIHATMI, S.E., M.Si  
[5811994166] CH. TRI HARJANTI NUGRAHANINGSIH, S.E., M.Si.  
[5811998219] Dr. BERTA BEKTI RETNAWATI, S.E., M.Si.  
[5871984009] Dra. LUCIA HARI PATWORO P, MSI.  
[5871985014] Drs. Y. SUGIHARTO, M.M.

**UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG**

# PENGESAHAN LAPORAN PENGABDIAN

1. Judul : PELATIHAN BUSINESS CANVAS MODEL  
PADA UMKM BINAAN CENTRE FOR  
STUDENT ENTREPRENEURSHIP (CSE)  
UNIKA SOEGIJAPRANATA SEMARANG
2. Ketua Tim
  - a. Nama : Dra. BERNADETA IRMAWATI, M.Si.
  - b. NPP : 5871986016
  - c. Program Studi : Manajemen
  - d. Perguruan Tinggi : Unika Soegijapranata
  - e. Alamat Kantor/Telp/Faks/surel : irmawati\_b@unika.ac.id
3. Anggota Tim
  - a. Jumlah Anggota : Dosen 5 orang  
Mahasiswa 0 orang
4. Biaya Total : Rp. 0,00

Mengetahui,  
Dekan Ekonomi,

Semarang, Januari 2022  
Ketua Tim Pengusul

Drs. THEODORUS SUDIMIN, M.S.  
NPP : 5811990074

Dra. BERNADETA IRMAWATI, M.Si.  
NPP : 5871986016

Menyetujui,  
Kepala LPPM

Dr. Y. TRIHONI NALESTI DEWI, S.H., M.Hum.

## Anggota Dosen:

[5811994164]Dr. CHATARINA YEKTI PRAWIHATMI, S.E., M.Si, [5811994166]CH. TRI HARJANTI  
NUGRAHANINGSIH, S.E., M.Si., [5811998219]Dr. BERTA BEKTI RETNAWATI, S.E., M.Si., [5871984009]Dra.  
LUCIA HARI PATWORO P, MSI., [5871985014]Drs. Y. SUGIHARTO, M.M.,



Catatan:

- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 ayat 1 :  
'Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah'
- Dokumen ini telah diberi tanda tangan digital, tidak memerlukan tanda tangan dan cap basah
- Dokumen ini dapat dibuktikan keasliannya dengan menggunakan qr code yang telah tersedia

# **BERITA ACARA REVIEW**

Program Studi Manajemen - Ekonomi  
Universitas Katolik Soegijapranata Semarang

Pada hari ini, 21 Juni 2022 telah diadakan review kegiatan penelitian/pengabdian dengan judul:

## **PELATIHAN BUSINESS CANVAS MODEL PADA UMKM BINAAN CENTRE FOR STUDENT ENTREPRENEURSHIP (CSE) UNIKA SOEGIJAPRANATA SEMARANG**

Dengan catatan review sebagai berikut:

- 1. Analisis situasi dipertegas lagi (diidentifikasi) siapa UMKM yang didampingi (jenis usaha, kondisi bisnis saat ini seperti apa) agar jelas menggambarkan permasalahan mitra. 2. Metode pelaksanaan dapat dirinci lagi agar makin jelas 3. Cek beberapa masih ada salah ketik
- 1. UMKM yang tergabung di CSE beragam, ada yang baru, ada yang sudah berkembang, dan usahanya beragam, apakah akan dibuat pengelompokan sehingga bisa saling besinergi dengan strategi yang sama atau bagaimana? 2. RAB belum di cantumkan 3. Luaran bagi Tim pengabdian apa dari hasil pengabdian ini?
- Pada rumusan masalah perlu BMC untuk mengetahui situasi dan kekuatan apa yang perlu dilakukan oleh UMKM,... Pada kesimpulan belum terlihat/ dibahas karena sudah ada UMKM yang sudah mengisi Tabel BMC tersebut, bagaimana situasinya dan apa yang perlu di dilakukan.
- 1. Analisis situasi perlu ditambah informasi terkait UMKM Binaan CSE, bagaimana kondisi saat ini (the existing) terkait dengan aspek-aspek BMC sehingga akan nampak jelas urgensi dari pengabdian masyarakat ini. 2. Metode pelaksanaan --> masih copy paste dari pengabdian sebelumnya. Metode pelaksanaan lebih baik dijelaskan lebih spesifik bagaimanacara yang dilakukan jangan sekedar normatif)

Reviewer 1

Reviewer 2

MENIEK SRINING PRAPTI, S.E., M.Si.

RUDY ELYADI, S.E., M.M.



Catatan:

- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 ayat 1 :  
'Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah'
- Dokumen ini telah diberi tanda tangan digital, tidak memerlukan tanda tangan dan cap basah
- Dokumen ini dapat dibuktikan keasliannya dengan menggunakan qr code yang telah tersedia