

Pelatihan dan Pendampingan Pembuatan Business Model Canvas untuk Siswa SMAN 4 Surabaya

Yopy Mirza Maulana*¹

¹Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi dan Informatika, Universitas Dinamika, Indonesia

*e-mail: yopy@dinamika.ac.id¹

Abstrak

Festival Inovasi dan Kewirausahaan Siswa Indonesia (FIKSI) tahun 2022 merupakan ajang pencarian talenta muda wirausaha yang kreatif memiliki ide, aspirasi, dan gagasan yang dapat diwujudkan. FIKSI 2022 diharapkan dapat menghilirisasi dan memutakhirkan ide/gagasan para siswa, juga guru pendampingnya, dalam menginisiasi model dan rencana bisnis yang relevan dengan perkembangan dan kebutuhan masa kini dan mendatang. Fiksi 2022 dipandang oleh Universitas Dinamika ini merupakan peluang bagi SMA/MA untuk mengikuti ajang tersebut, sehingga dibutuhkan program-program pelatihan. Melalui pengabdian masyarakat inilah dilakukan kerjasama dengan pihak SMAN 4 Surabaya. Berdasarkan hasil identifikasi yang dilakukan oleh peneliti bahwa pengetahuan siswa SMAN 4 masih kurang dalam pengetahuan terkait dengan model dan rencana bisnis. Dari hasil identifikasi solusinya adalah dilakukan pelatihan dan pendampingan dengan materi Business Model Canvas (BMC) bagi siswa SMAN 4 Surabaya dapat melakukan penyusunan model dan rencana bisnis. Model yang digunakan dalam pelatihan dan pendampingan ini model student centre learning dengan metode ceramah, brainstorming dan diskusi. Berdasarkan hasil feedback dari peserta tentang pelatihan dan pendampingan BMC ini, rata-rata persentase nilai baik dan sangat baik adalah 79% dan 21% nilainya cukup.

Kata kunci: Business Model Canvas, Fiksi 2022, Student Centre Learning.

Abstract

The 2022 Festival Inovasi dan Kewirausahaan Siswa Indonesia (FIKSI) is an event to find creative young entrepreneurial talents who have ideas, aspirations, and ideas that can be realized. FIKSI 2022 is expected to be able to downstream and update the ideas of students, as well as their accompanying teachers, in initiating business models and plans that are relevant to current and future developments and needs. FIKSI 2022 is seen by Dinamika University as an opportunity for SMA/MA to take part in the event, so training programs are needed. Through this community service, collaboration with SMAN 4 Surabaya is carried out. Based on the knowledge carried out by researchers that SMAN 4 students are still not related to business models and plans. From the results, it was found that training and mentoring were carried out with Business Model Canvas (BMC) material for SMAN 4 Surabaya students to be able to prepare business models and plans. The model used in the training and mentoring is a student center learning model with lecture, brainstorming, and discussion methods. Based on the feedback from participants about the BMC training and mentoring, the average percentage of good and very good scores is 79% and 21% is sufficient.

Keywords: Business Model Canvas, Fiksi 2022, Student Centre learning.

1. PENDAHULUAN

Festival Inovasi dan Kewirausahaan Siswa Indonesia (FIKSI) tahun 2022 merupakan ajang pencarian talenta muda wirausaha yang kreatif memiliki ide, aspirasi, dan gagasan yang dapat diwujudkan. FIKSI 2022 merupakan program Kemendikbud melalui Pusat Prestasi Nasional yang bertujuan membentuk jejaring bagi siswa SMA/MA yang dapat mendukung kegiatan wirausaha mereka, terutama dalam hal mempertahankan keberlanjutan usahanya. FIKSI 2022 diharapkan dapat menghilirisasi dan memutakhirkan ide/gagasan para siswa, juga guru pendampingnya, dalam menginisiasi model dan rencana bisnis yang relevan dengan perkembangan dan kebutuhan masa kini dan mendatang [1].

Fiksi 2022 dipandang oleh Universitas Dinamika ini merupakan peluang bagi SMA/MA untuk mengikuti ajang tersebut, sehingga dibutuhkan program-program pelatihan dalam mengantarkan siswa SMA/MA berhasil mengikuti FIKSI 2022. Dalam mewujudkan hal tersebut melalui tugas dan fungsinya sebuah perguruan tinggi untuk melakukan pengabdian masyarakat.

Langkah awal yang dilakukan adalah menjalin hubungan kerjasama salah satunya dengan pihak SMAN 4 Surabaya.

Tahap selanjutnya adalah pelatihan dan pendampingan, sebelum dilakukan tahap tersebut maka terlebih dahulu diidentifikasi pengetahuan siswa tentang model dan rencana bisnis. Berdasarkan hasil identifikasi yang dilakukan oleh peneliti bahwa pengetahuan siswa SMAN 4 kurang pengetahuannya terkait dengan model dan rencana bisnis. Sedangkan keberhasilan SMAN 4 dalam mengikuti FIKSI 2022 harus dapat mengimplementasikan penyusunan model dan rencana bisnis tersebut. Berdasarkan hal tersebut peneliti mengadakan pelatihan dengan topik *Business Model Canvas* (BMC), sehingga dapat berhasil dalam acara FIKSI ini. Metode pelatihan ini menggunakan model *student centre learning*, artinya pembelajaran yang berpusat pada siswa diharapkan dapat mendorong siswa untuk lebih aktif [2] dalam menyampaikan ide/gagasan model dan rencana bisnis melalui BMC.

2. METODE

Metode pelaksanaan pengabdian masyarakat dibagi dalam tiga tahapan yaitu: 1) Tahap Persiapan, 2) Tahap Pelaksanaan, dan 3) Tahap Evaluasi.

a. Tahap Persiapan

Pada tahap ini peneliti melakukan kerjasama dengan SMAN 4 dengan meminta izin kepada kepala sekolah untuk melaksanakan kegiatan Pengabdian Masyarakat dengan menyampaikan secara tertulis tentang FIKSI 2022.

b. Tahap Pelaksanaan

Pada tahap ini ada dua pelaksanaan yaitu, pada tanggal 2 Agustus 2022 bertempat di SMAN 4 Surabaya dan 8 Agustus 2022 bertempat di Universitas Dinamika Surabaya. Adapun pada pelaksanaan pertama pemaparan tentang materi pelatihan BMC dan pelaksanaan kedua pendampingan penyusunan BMC.

Pertama, Pemaparan materi tentang BMC ini dilakukan dengan media power point dan LCD. Materi terdiri dari 9 bagian dari BMC yaitu *Value Proposition, Customer Segments, Channels, Customer Relationships, Key Activities, Key Resources, Key Partners, Revenue streams, dan Cost Structure*.

Kedua, Pendampingan dengan menganalisis hasil pekerjaan siswa tentang BMC dan memberikan koreksi terhadap hasil pekerjaannya agar lebih baik.

Baik Pelaksanaan pertama ataupun kedua menggunakan model *student centre learning* antara lain dengan metode ceramah, *brainstorming*, diskusi, dan tanya jawab antara peserta dengan pemberi materi.

c. Tahap Evaluasi

Pada tahap ini dilakukan proses evaluasi atau *feedback* dari peserta terkait pelatihan dan pendampingan pembuatan BMC ini, dengan memberikan angket untuk diisi peserta SMAN 4.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian kepada masyarakat adalah usaha untuk menyebarluaskan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni kepada masyarakat. Kegiatan tersebut harus mampu memberikan suatu nilai tambah bagi masyarakat, baik dalam kegiatan ekonomi, kebijakan, dan perubahan perilaku (sosial). Uraikan bahwa kegiatan pengabdian telah mampu memberi perubahan bagi individu/masyarakat maupun institusi baik jangka pendek maupun jangka Panjang

a. Tahap Persiapan

Pada tahap ini menghasilkan surat rekomendasi Kepala Sekolah untuk dapat pelaksanaan pengabdian ini di SMAN 4 Surabaya. Surat rekomendasi ini juga berisi terkait nama-nama siswa dan guru untuk mengikuti pelatihan dan pendampingan.

b. Tahap Pelaksanaan

Tahap Pertama melakukan pemaparan BMC, sebagai berikut. *Business Model Canvas* (BMC) dirancang dan dikembangkan oleh Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur [3]. BMC adalah alat manajemen strategis untuk menggambarkan, menganalisis, dan merancang model bisnis [4]. Model bisnis menggambarkan logika nilai suatu organisasi dalam hal bagaimana menciptakan dan menangkap nilai pelanggan dan dapat secara ringkas diwakili oleh satu set elemen yang saling terkait yang menangani pelanggan, *value proposition*, arsitektur organisasi dan dimensi ekonomi [5].

BMC mendemonstrasikan secara sederhana dan menjelaskan bagaimana strategi bisnis dipusatkan di sekitar sembilan blok utama, dan yang lebih penting mendorong siswa atau pebisnis untuk memikirkan mengapa hal ini terjadi. BMC meliputi *Value Proposition*, *Customer Segments*, *Channels*, *Customer Relationships*, *Key Activities*, *Key Resources*, *Key Partners*, *Revenue streams*, dan *Cost Structure* [3][4], seperti tampak pada gambar 1.



Gambar 1 Business Model Canvas

Berikut penjelasan dari masing-masing 9 blok dari BMC [6][7].

1. *Value Proposition* adalah Menciptakan nilai yang dibutuhkan oleh pelanggan, Menciptakan nilai yang berbeda dari pesaing, Membuat kemasan yang menarik.
2. *Customer Segments* adalah target pasar yang dituju, ada dua aspek yang harus diperhatikan Aspek demografi dan Aspek geografi.
3. *Channels* merupakan Jalur distribusi sesuai dengan target pasar, komunikasi kepada pelanggan mengenai barang yang diproduksi.
4. *Customer Relationships* adalah Membangun koneksi dengan pelanggan, membuat layanan pelanggan, membuat survei pelanggan untuk mengetahui kelemahan dari produk.
5. *Key Activities* adalah semua kegiatan yang dipersiapkan secara maksimal, misalnya pembelian bahan untuk kebutuhan produksi.
6. *Key Resources* adalah Sumber daya yang dapat dimaksimalkan, sumber daya manusia, material atau bahan pendukung operasional.
7. *Key Partners* adalah Mencari mitra yang bisa memberikan materi, bermitra dengan pihak pemerintah atau swasta.
8. *Revenue Streams* adalah nilai tambah yang dapat meningkatkan pendapatan.
9. *Cost Structure* adalah Membuat penyusunan anggaran sesuai kebutuhan, Membuat laporan sesuai manfaat dan kerugian.

Dalam pemaparan ini, di urai lebih detil dari masing-masing sembilan blok bangunan ini, aktivitas ini dapat dilihat dalam gambar 2.



Gambar 2 Aktivitas Pemaparan Pelatihan BMC

Tahap kedua melakukan pendampingan BMC, sebagai berikut.

Dalam pendampingan ini dilakukan di hari kedua seperti tampak pada gambar 3, kegiatan yang dilakukan adalah menganalisis, menjelaskan dan memberikan koreksi dari pekerjaan para peserta.



Gambar 3 Aktivitas pendampingan pembuatan BMC

Dari pendampingan ini dihasilkan karya dari kelompok peserta seperti tampak pada gambar 4 dan 5.

3. BUSINESS MODEL CANVAS				
Key Partners 1. RT/RW dan Bank sampah : <i>supplier</i> kantong plastik. 2. Pedagang alat tulis: <i>supplier</i> alat dan bahan. 3. Vendor pernikahan / <i>organizer</i> acara : pemasaran produk. 4. Lembaga pemerintah 5. <i>Public figure</i> masyarakat : patner promosi/endorsing	Key Activites 1. Persiapan bahan baku. 2. Research & <i>development</i> pesanan custom sesuai keinginan konsumen 3. Kegiatan produksi 4. Pengemasan 5. Pemasaran dan distribusi Key Resources 1. Investasi alat dan mesin 2. Material 3. Ide bisnis 4. Trademark 5. SDM 6. Keuangan	Value Propositions 1. Inovasi pemanfaatan sampah kantong plastik 2. Desain yang unik dan menarik 3. <i>Cost reduction</i> = harga produk yang ditawarkan lebih murah daripada produk sejenis 4. Sebagai kampanye peduli lingkungan 5. Membantu pemerintah daerah dalam penyaluran sampah kantong plastik masyarakat 6. Sesuai dengan poin <i>SGDs</i>	Costomer Relationships 1. <i>Quality control</i> – mempertahankan kualitas 2. Interaksi dengan konsumen. 3. <i>Giveaway</i> pada hari-hari spesial 4. Selalu memberikan ucapan terimakasih dan bonus sederhana Channels 1. RT/RW dan bank sampah 2. Media sosial: Instagram, Whatsapp dan Shopee 3. Vendor pernikahan / <i>organizer</i> acara 4. Lembaga	Customer Segments 1. Calon pengantin: <i>custom</i> hiasan mahar 2. Mahasiswa: <i>custom</i> kado wisuda 3. Lembaga: <i>custom</i> cinderamata logo lembaga ataupun ikon khas Surabaya 4. Masyarakat umum: <i>custom</i> kado peringatan pernikahan, ulang tahun, dll 5. Menjangkau kota-kota besar seluruh Indonesia
Cost Structure 1. Biaya Investasi alat, 2. Biaya listrik, 3. Biaya tenaga kerja, 4. Biaya bahan baku, 5. Biaya pemasaran, 6. Sistem bagi hasil dengan <i>key partners</i> dalam hal pemasaran		Revenue Streams 1. Penjualan produk Kresekraft kepada konsumen akhir, 2. Penjualan produk kresekraft melalui paket di vendor 3. Penjualan produk kresekraft kepada reseller.		

Gambar 4 Hasil kelompok peserta pertama

3. BUSINESS MODEL CANVAS				
Key Partners 1. Sekolah-sekolah SMP/MTs dan SMA/MA : SDM 2. Provider Internet : Suplier Public figure masyarakat : partner promosi/endorsing	Key Activites 1. Menerima pesanan client. 2. Produktivitas : mengerjakan desain yang di pesan client. Efektivitas kegiata distribusi & dan kegiatan promosi sesuai channels.	Value Propositions Inovasi membuat anak inklusi agar karyanya dapat dilirik oleh masyarakat 2. Desain yang menarik dan unik 3. Membantu pemerintahan dalam pemeratakan pertumbuhan ekonomi bagi anak inklusi 4. Sesuai dengan poin SDGs	Costomer Relationships 1. Interaksi dengan client 2. Quality control - mempertahankan kualitas Memberikan layakan yang baik kepada client	Customer Segments 1. Masyarakat umum 2. UMKM kota Surabaya 3. Marketing perusahaan
	Key Resources 1. Investasi alat 2. Ide bisnis 3. Trademark 4. SDM 5. Keuangan		Channels Media Sosial : Instagram, You tube	
Cost Structure 1. Biaya Investasi alat, 2. Biaya Listrik, 3. Biaya provider Internet, 4. Biaya pemasaran, 6. Sistem bagi hasil dengan key partner dalam hal pemasaran		Revenue Streams Penjualan produk NK (Nusantara Karya) kepada client melalui platform		

Gambar 5 Hasil kelompok peserta kedua

c. Tahap Evaluasi

Pada tahap ini dilakukan proses evaluasi atau *feedback* dari peserta dengan mengisi angket dan hasilnya ada pada tabel 1.

Tabel 1 Hasil Feedback atau Evaluasi Pembelajaran

No	Pertanyaan Evaluasi Pembelajaran	Kurang Sekali 1	Kurang 2	Cukup 3	Baik 4	Baik Sekali 5
1	Apakah pelatihan dan pendampingan ini dapat menambah peningkatan wawasan materi yang disampaikan oleh narasumber ?	0	0	29%	54%	17%
2	Bagaimana kualitas materi secara keseluruhan ?	0	0	25%	46%	29%
3	Bagaimana kualitas narasumber dalam menyampaikan materi?	0	0	21%	63%	17%
4	Apakah sesi tanya jawab pada pelatihan dan pendampingan ini berjalan efektif dan dapat menjawab pertanyaan peserta?	0	0	50%	38%	13%
5	Efisiensi waktu penyelenggaraan pelatihan dan pendampingan ini sesuai kebutuhan anda?	0	0	21%	54%	25%

4. KESIMPULAN

Berdasarkan evaluasi pembelajaran atau *feedback* dari peserta maka Pelatihan dan Pendampingan Pembuatan BMC ini, dapat disimpulkan bahwa memberikan peningkatan

wawasan pengetahuan peserta dengan kualitas materi dan pemateri baik serta kualitas penyelenggaraan efisien dan efektif. Dengan rata-rata nilai dari hasil *feedback* peserta untuk nilai cukup sebesar 21% dan untuk nilai baik dan baik sekali sebesar 79%. Saran untuk pelatihan dan pendampingan pembuatan BMC ini selanjutnya agar penyampaian materi lebih mudah dipahami bagi siswa SMA.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. D. Tangguh, *Pedoman Festival Inovasi dan Kewirausahaan Siswa Indonesia*. Jakarta: Pusat Prestasi Nasional, 2022.
- [2] A. Ardian and S. Munadi, "Pengaruh Strategi Pembelajaran Student-Centered Learning Dan Kemampuan Spasial," *J. Pendidik. Teknol. dan Kejuru.*, vol. Volume 22, pp. 454-466, 2015, doi: 10.21831.
- [3] Y. Crotty, T. Kinney, and M. Farren, "Using the Business Model Canvas (BMC) strategy tool to support the Play4Guidance online entrepreneurial game," *Int. J. Transform. Res.*, vol. 4, no. 1, pp. 34-41, 2017, doi: 10.1515/ijtr-2017-0005.
- [4] D. Gumulya, "A Study on Business Model Canvas For Product Service System Business," *Int. Conf. Art, Des. Educ. Cult. Stud.*, vol. 2019, pp. 62-76, 2019.
- [5] E. Fiel, "Conceptualising Business Models: Definitions, Frameworks and Classifications 'Business Sustainability with Cloud Capabilities' View project," vol. 1, no. 1, pp. 85-105, 2013, doi: <https://doi.org/10.5278/ojs.jbm.v1i1.706>.
- [6] A. Umar, A. H. Sasongko, G. Aguzman, and Sugiharto, "Business model canvas as a solution for competing strategy of small business in Indonesia," *Int. J. Entrep.*, vol. 22, no. 1, pp. 1-9, 2018.
- [7] T. P. Manajemen, *Business model canvas penerapan di indonesia*. Penerbit PPM, Indonesia, 2012.