

Peningkatan Kapasitas Pelaku Usaha di Desa Melalui Pelatihan Penyusunan Rencana Bisnis Berbasis Business Model Canvas

¹Tatang Rois, ²Iqbal Arraniri, ³A'i Nurhayani, ⁴Erni Yuliyanti Pratiwi

^{1,2,3,4}Universitas Kuningan; Jl. Cut Nyak Dhien 36A Kuningan, telp/fax (0232) 874824

e-mail: ¹taro@uniku.ac.id, ²arraniri@uniku.ac.id, ³ai.nurhayani@uniku.ac.id, ⁴erni.yuliyanti@uniku.ac.id

Abstrak

Pelatihan Business Model Canvas (BMC) bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku usaha mikro di Desa Anggrawati dalam menyusun dan mengimplementasikan rencana bisnis yang lebih terstruktur. Masalah yang dihadapi oleh pelaku usaha di desa ini adalah minimnya pengetahuan tentang strategi bisnis yang dapat meningkatkan daya saing usaha mereka. Metode Focus Group Discussion (FGD) digunakan dalam pelatihan ini untuk memfasilitasi interaksi langsung antara fasilitator dan peserta, dengan melibatkan 25 pelaku usaha mikro seperti wiraswasta, pedagang, dan pengrajin. Evaluasi dilakukan menggunakan kuisioner pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta tentang BMC. Hasil penelitian menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta, dengan peningkatan rata-rata nilai sebesar 40% setelah pelatihan. Meskipun demikian, beberapa elemen BMC, seperti proposisi nilai dan segmen pelanggan, masih dianggap sulit oleh peserta dengan latar belakang pendidikan yang lebih rendah. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pelatihan BMC efektif dalam meningkatkan pemahaman peserta, namun penelitian lebih lanjut diperlukan untuk memantau dampak jangka panjang dari penerapan BMC serta menyempurnakan modul pelatihan yang lebih adaptif. Hasil penelitian ini penting sebagai model pemberdayaan ekonomi berbasis rencana bisnis yang dapat direplikasi di desa lain untuk meningkatkan daya saing usaha mikro di desa.

Kata kunci: *Business Model Canvas, Focus Group Discussion, Usaha Mikro dan Kecil*

Abstract

The Business Model Canvas (BMC) training aims to enhance the capacity of micro-business owners in Anggrawati Village to develop and implement more structured business plans. The problem faced by business owners in this village is the lack of knowledge about business strategies that can increase their competitiveness. The Focus Group Discussion (FGD) method was used in this training to facilitate direct interaction between facilitators and participants, involving 25 micro-business owners such as entrepreneurs, traders, and artisans. Evaluation was conducted using pre-test and post-test questionnaires to measure the improvement in participants' understanding of BMC. The results showed a significant increase in understanding, with an average improvement of 40% after the training. However, some BMC elements, such as value proposition and customer segments, were still challenging for participants with lower educational backgrounds. This study concludes that BMC training is effective in improving participants' understanding, although further research is needed to monitor the long-term impact of BMC implementation and to refine the training modules to be more adaptive. The findings of this study are crucial as a model for business plan-based economic empowerment that can be replicated in other villages to enhance the competitiveness of micro-businesses in rural areas.

Keywords: Business Model Canvas, Focus Group Discussion, Micro and Small Enterprises

PENDAHULUAN

Desa adalah kesatuan masyarakat hukum yang memiliki kewenangan untuk mengurus rumah tangganya sendiri berdasarkan hak asal-usul dan adat istiadat yang diakui dalam pemerintahan nasional dan berada di daerah kabupaten (Nasikun, 1995). Desa adalah sebagai kesatuan masyarakat hukum yang mempunyai susunan asli berdasarkan hak asal-usul yang bersifat istimewa (Suwondo, 2005). Menurut UU Nomor 6 tahun 2014 (Indonesia, 2014), desa adalah desa dan desa adat atau yang disebut dengan nama lain, selanjutnya disebut desa, adalah

kesatuan masyarakat hukum yang memiliki batas wilayah yang berwenang untuk mengatur dan mengurus urusan Pemerintahan, kepentingan masyarakat setempat berdasarkan prakarsa masyarakat, hak asal usul, dan/atau hak tradisional yang diakui dan dihormati dalam sistem pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Ditandatanganinya Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa atau UU Desa telah membawa prinsip-prinsip pembangunan berbasis pemberdayaan masyarakat dari PNPM Mandiri (program) menjadi kebijakan di Indonesia. Bahkan, sejatinya Indonesia juga telah merintis dan menjalankan berbagai proyek dan program pembangunan berbasis masyarakat (*community-driven development*, CDD) sejak lama (Usman, 1998). Pembangunan pada hakikatnya adalah perubahan yang terencana dari situasional yang satu kesituasional yang lain yang dinilai lebih baik (Eko, 2002). Pembangunan masyarakat adalah kegiatan yang terencana untuk menciptakan kondisi-kondisi bagi kemajuan sosial ekonomi masyarakat dengan meningkatkan partisipasi masyarakat (Sobahi & Suhana, 2011).

Namun, saat ini pelaku usaha di pedesaan masih menghadapi tantangan besar, khususnya dalam mengakses pelatihan dan pengetahuan yang menghambat pertumbuhan mereka (Tabares et al., 2022). Bahkan lebih dari 60% pelaku usaha bisnis mikro di pedesaan mengalami hambatan terhadap akses sumber daya penting (Babalola et al., 2016). Sementara itu, perkembangan ekonomi desa juga menghadapi tantangan dari masuknya pelaku usaha besar yang melihat peluang di wilayah pedesaan sebagai akibat kejenuhan pasar di kota besar (Kushartono et al., 2023).

Kondisi adanya tantangan dalam pengembangan bisnis pedesaan telah memperkuat kebutuhan akan strategi yang dapat meningkatkan daya saing pelaku usaha di pedesaan. Salah satu strategi yang diidentifikasi dianggap mampu menangani permasalahan pengembangan bisnis di desa saat ini adalah melalui *Business Model Canvas* (BMC) (Hermawan & Pravitasari, 2004). BMC tersebut merupakan salah satu strategi tepat dalam menghadapi persaingan (Indarsyah et al., 2023; Rahayu et al., 2022). BMC merupakan hal penting untuk difahami dan diterapkan pada perusahaan yang ingin maju (Putera et al., 2023). BMC telah terbukti efektif dalam mengadaptasi strategi bisnis secara fleksibel, terutama bagi usaha kecil yang memiliki keterbatasan sumber daya melalui kemampuan daya saing di pasar daya saing di pasar (Pratiwi et al., 2024). Penelitian di Kabupaten Jember mengungkapkan bahwa penerapan BMC bagi UMKM lokal berhasil meningkatkan pendapatan usaha secara signifikan, meskipun adaptasi teknologi digital tetap menjadi tantangan utama (Herawati et al., 2019).

BMC merupakan alat visual yang dirancang untuk membantu pelaku usaha merencanakan, mengevaluasi, dan mengembangkan model bisnis mereka secara sistematis (Yudha et al., 2023). BMC merupakan sebuah konsep bisnis yang disederhanakan dan ditampilkan dalam sebuah canvas, sehingga memudahkan siapapun dalam memahaminya (Putera et al., 2023). Model bisnis dalam BMC tersebut terdiri dari sembilan elemen, dua blok bangunan dasar, yang berisi segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran, hubungan pelanggan, aliran pendapatan, sumber daya utama, aktivitas utama, sumber utama, partner utama dan struktur biaya (Hermawan & Pravitasari, 2004).

Berdasarkan pada permasalahan yang telah diuraikan, maka penting sekali untuk dilakukan pelatihan penyusunan rencana bisnis berbasis BMC kepada masyarakat desa melalui program pengabdian kepada masyarakat. Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk menyelenggarakan pelatihan penyusunan rencana bisnis berbasis BMC bagi pelaku usaha di desa. Melalui pelatihan ini, diharapkan peserta dapat menyusun rencana bisnis yang adaptif dan strategis, serta menggunakan rencana tersebut sebagai alat ukur untuk mengevaluasi dan mengembangkan usaha mereka. Lebih jauh, program ini bertujuan untuk menciptakan ekosistem bisnis kolaboratif di pedesaan, di mana pelaku usaha dapat membangun jaringan untuk berbagi sumber daya dan pengetahuan, sehingga memperkuat ketahanan dan pertumbuhan ekonomi desa. Dengan demikian, hasil program ini diharapkan tidak hanya memberikan dampak langsung bagi peserta, tetapi juga berkontribusi pada pengembangan kebijakan pemerintah dalam memberdayakan ekonomi pedesaan secara berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Program pelatihan *Business Model Canvas* (BMC) ini menggunakan pendekatan partisipatif dan dilaksanakan melalui metode *Focus Group Discussion* (FGD) secara tatap muka di Desa Anggrawati, Kecamatan Maja, Kabupaten Majalengka. Pelaksanaan kegiatan melibatkan Universitas Kuningan sebagai fasilitator utama dan Pemerintahan Desa Anggrawati sebagai mitra lokal. Peserta terdiri dari 25 pelaku usaha mikro dan kecil, termasuk wiraswasta, pedagang, dan pengrajin, yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu untuk memastikan relevansi dan representativitas. Tahap persiapan meliputi penyusunan modul pelatihan BMC yang dirancang oleh tim pengabdian dari Universitas Kuningan, koordinasi administrasi pelatihan, dan kolaborasi dengan pemerintah desa dalam pemilihan serta pengorganisasian peserta. Tahap pelaksanaan dibagi menjadi beberapa sesi, dimulai dengan pengenalan konsep BMC, diikuti oleh latihan kelompok di mana peserta menyusun rencana bisnis berbasis BMC secara praktis dan diskusi interaktif untuk memfasilitasi pemahaman mendalam. Evaluasi program dilakukan melalui kuisioner pre-test dan post-test yang mengukur pengetahuan awal dan peningkatan pemahaman peserta setelah pelatihan. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik deskriptif kuantitatif untuk mengevaluasi perubahan skor pemahaman peserta serta analisis kualitatif untuk menangkap pengalaman dan persepsi peserta terhadap efektivitas pelatihan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pelatihan *Business Model Canvas* (BMC) yang dilakukan di Desa Anggrawati menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta terkait perencanaan bisnis yang lebih terstruktur. Berdasarkan hasil pre-test dan post-test, terdapat peningkatan rata-rata nilai sebesar 40% pada pemahaman konsep BMC. Hal ini menunjukkan bahwa metode pelatihan berbasis *Focus Group Discussion* (FGD) yang diterapkan cukup efektif dalam memfasilitasi transfer pengetahuan kepada peserta. Pendekatan interaktif yang diterapkan dalam FGD memungkinkan peserta untuk tidak hanya memahami secara teoretis konsep-konsep BMC, tetapi juga mengaplikasikannya secara langsung dalam penyusunan rencana bisnis. Temuan ini sejalan dengan studi Yudha et al., (2023) yang menyebutkan bahwa BMC merupakan alat yang sangat efektif dalam memvisualisasikan komponen-komponen kunci dari model bisnis secara sederhana namun komprehensif.

Namun, tantangan yang muncul dalam pelatihan ini adalah penerapan beberapa elemen BMC, terutama terkait proposisi nilai dan segmen pelanggan, yang relatif sulit dipahami oleh sebagian peserta. Peserta yang memiliki usaha berskala kecil, seperti pengrajin dan pedagang, cenderung kesulitan dalam mengidentifikasi secara spesifik nilai unik yang mereka tawarkan kepada pelanggan dan segmen pasar yang paling tepat untuk dijangkau. Kesulitan ini mungkin disebabkan oleh latar belakang bisnis peserta yang masih berfokus pada aktivitas operasional harian dan minim perencanaan strategis jangka panjang. Hal ini juga sesuai dengan temuan Zabaznova et al. (2014) yang mengatakan bahwa pengusaha kecil di pedesaan sering fokus pada kelangsungan hidup daripada pembangunan strategis. Pengusaha kecil di pedesaan juga dianggap mengabaikan pertimbangan bisnis strategis (Wilson et al., 2022).

Selain itu, peserta yang memiliki tingkat pendidikan lebih tinggi menunjukkan pemahaman yang lebih baik tentang BMC dibandingkan peserta dengan latar belakang pendidikan yang lebih rendah. Hal ini mengindikasikan adanya hubungan antara tingkat pendidikan dan kemampuan untuk menyerap konsep-konsep bisnis yang lebih kompleks. Oleh karena itu, untuk program pelatihan selanjutnya, perlu ada upaya untuk menyederhanakan materi dan memberikan lebih banyak contoh konkret yang relevan dengan kondisi lokal peserta, terutama untuk elemen-elemen yang lebih abstrak seperti proposisi nilai.



Gambar 1. Dokumentasi Kegiatan Pelatihan

Adapun dampak kegiatan, beberapa peserta melaporkan adanya perubahan dalam cara mereka merencanakan bisnis setelah pelatihan. Sebagai contoh, beberapa peserta mulai mempertimbangkan untuk melakukan diversifikasi produk dan memperluas pasar mereka setelah memahami pentingnya segmen pelanggan dalam BMC. Namun, dampak ekonomi jangka panjang dari pelatihan ini masih perlu dipantau lebih lanjut, terutama dalam hal peningkatan pendapatan dan pertumbuhan usaha. Sebagaimana disarankan oleh Rahayu et al., (2022), penerapan BMC secara konsisten dapat menjadi alat yang sangat berguna untuk meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing usaha mikro di pedesaan.

Secara keseluruhan, pelatihan ini berhasil meningkatkan kapasitas pelaku usaha di Desa Anggrawati dalam hal perencanaan bisnis, meskipun beberapa tantangan masih harus diatasi, terutama terkait penerapan elemen-elemen yang lebih strategis. Program pengabdian ini memberikan kontribusi penting bagi pengembangan ekonomi desa dan dapat menjadi model bagi program pemberdayaan masyarakat di desa lain. Untuk ke depannya, pengembangan modul pelatihan yang lebih adaptif dengan kondisi lokal dan tingkat pemahaman peserta perlu dipertimbangkan agar efektivitas pelatihan dapat lebih optimal.

KESIMPULAN

Pelatihan Business Model Canvas (BMC) yang dilaksanakan di Desa Anggrawati berhasil meningkatkan kapasitas pelaku usaha mikro dan kecil dalam merencanakan dan mengembangkan bisnis mereka secara lebih terstruktur. Hasil evaluasi melalui pre-test dan post-test menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta mengenai komponen-komponen utama BMC, dengan peningkatan rata-rata sebesar 40%. Metode *Focus Group Discussion* (FGD) yang digunakan terbukti efektif dalam memfasilitasi proses pembelajaran interaktif, meskipun beberapa elemen BMC, seperti proposisi nilai dan segmen pelanggan, masih dianggap sulit oleh peserta dengan latar belakang pendidikan yang lebih rendah. Kelebihan utama dari program ini adalah kemampuannya untuk memberikan pemahaman praktis yang dapat segera diterapkan oleh peserta dalam usaha mereka, meskipun dampak ekonomi jangka panjangnya masih perlu dipantau lebih lanjut. Namun, tantangan dalam menyederhanakan konsep bisnis strategis untuk pelaku usaha mikro di pedesaan mengindikasikan perlunya pengembangan modul pelatihan yang lebih adaptif dan kontekstual, dengan lebih banyak contoh nyata yang relevan dengan kondisi lokal. Program ini memiliki potensi untuk dikembangkan dan direplikasi di desa lain dengan memperhatikan modifikasi pada pendekatan pembelajaran sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik peserta. Dengan demikian, pelatihan BMC ini memberikan kontribusi nyata terhadap pemberdayaan ekonomi masyarakat desa dan menjadi model intervensi yang efektif dalam meningkatkan daya saing usaha mikro di wilayah pedesaan.

SARAN

Berdasarkan hasil pelatihan Business Model Canvas (BMC) di Desa Anggrawati, disarankan agar penelitian lebih lanjut dilakukan dengan fokus pada peningkatan kualitas modul pelatihan yang lebih adaptif terhadap peserta dengan latar belakang pendidikan yang beragam. Penelitian berikutnya dapat mengembangkan pendekatan yang lebih kontekstual dan menggunakan metode penyampaian yang lebih sederhana untuk elemen-elemen BMC yang dianggap sulit, seperti proposisi nilai dan segmen pelanggan. Selain itu, diperlukan penelitian jangka panjang yang lebih komprehensif untuk mengevaluasi dampak ekonomi yang dihasilkan dari penerapan BMC oleh peserta pelatihan, khususnya terkait dengan peningkatan pendapatan dan pertumbuhan usaha. Penelitian ini juga perlu memasukkan mekanisme pendampingan pasca-pelatihan untuk memonitor dan memberikan dukungan berkelanjutan bagi peserta dalam mengimplementasikan rencana bisnis yang telah disusun. Dengan demikian, penelitian lanjutan diharapkan dapat memperkuat efektivitas pelatihan dan meningkatkan daya saing usaha mikro di pedesaan secara lebih berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Kuningan melalui Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat yang telah memberi dukungan financial terhadap kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Babalola, S. S., Africa, S., Agbenyegah, A. T., & Africa, S. (2016). Rural Entrepreneurship : An Insight, 32(6), 1751–1760.
- Eko, S. Pemberdayaan Masyarakat Desa, Materi Diklat Pemberdayaan Masyarakat Desa (2002). Samarinda: Badiklat Provinsi Kalimantan Timur.
- Herawati, N., Lindriati, T., & Suryaningrat, I. B. (2019). Penerapan Bisnis Model Kanvas Dalam Penentuan Rencana Manajemen Usaha Kedelai Edamame Goreng. *Jurnal Agroteknologi*, 13(01), 42. <https://doi.org/10.19184/j-agt.v13i01.8554>
- Hermawan, A., & Pravitasari, J. (2004). Business Model Canvas (Kanvas Model Bisnis).
- Indarsyah, R., Rahman, A., Putrianti, S. D., & Taufik, N. I. (2023). Business Model Canvas (BMC) And Swot Analysis Model Strategi Pemasaran Kue Kering Lebaran Di UMKM Ranayya Kitchen Menggunakan Business Model Canvas (BMC) Dan Analisis Swot, 4(5). Indonesia, P. R. (2014). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014.
- Kushartono, T., Septiansyah, B., & Munawaroh, S. (2023). Strategy for Developing Village Owned Business Entities (Bumdes) in Improving the Village Economy in Kertajaya Village, Padalarang District, West Bandung. *Jurnal Caraka Prabhu*, 7(1), 1–15. <https://doi.org/10.36859/jcp.v7i1.1562>
- Nasikun, J. (1995). *Mencari Suatu Strategi Pembangunan Masyarakat Desa Berparadigma Ganda, dalam Jefta Leibo, Sosiologi Pedesaan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Pratiwi, A., Jailani, A. Q., Maulidian, P., Nurulrahmatiah, N., Haryanti, I., Manajemen, P. S., ... Activities, K. (2024). Pelatihan Penyusunan Business Model Canvas Untuk, 6(1).
- Putera, D. A., Bora, M. A., Dermawan, A. A., Lawi, A., Munir, Z., Permatasari, R. D. P., & Wijaya, I. M. S. (2023). Sosialisasi Business Model Canvas terhadap Pelaku Usaha, 2(1), 1–7.
- Rahayu, V. P., Astuti, R. F., & Sandy, A. T. (2022). Analisis SWOT dan Business Model Canvas (BMC) Sebagai Solusi dalam Menentukan Strategi Pengembangan Usaha Kuliner, 6, 112–121.
- Sobahi, K., & Suhana, C. (2011). *Pemberdayaan masyarakat dalam pendidikan di era otonomi*

daerah. Bandung: Penerbit Cakra.

- Suwondo, K. (2005). *Civil Society Di Aras Lokal: Perkembangan Hubungan Antara Rakyat dan Negara di Pedesaan Jawa*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar & Percik.
- Tabares, A., Londoño-Pineda, A., Cano, J. A., & Gómez-Montoya, R. (2022). Rural Entrepreneurship: An Analysis of Current and Emerging Issues from the Sustainable Livelihood Framework. *Economies*, 10(6). <https://doi.org/10.3390/economies10060142>
- Usman, S. (1998). *Pembangunan dan pemberdayaan masyarakat*. Yogyakarta: Pustaka Pelaja.
- Wilson, K., Harrington, S., & Kevill, A. (2022). A taxonomy of rural micro-enterprises: Disembedded or bedrock of the community. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 23(3), 188–202. <https://doi.org/10.1177/14657503221099212>
- Yudha, M. M., Mariam, I., & Rosalina, E. (2023). Analisis Strategi Pengembangan Usaha dengan Pendekatan BUSINESS MODEL CANVAS. *Ekonomi & Bisnis*, 22(1), 17–24. <https://doi.org/10.32722/eb.v22i1.5291>
- Zabaznova, T. A., Karpushova, S. E., Patsyuk, E. V., Surkova, O. A., & Khmeleva, G. A. (2014). Mechanism of rural entrepreneurship development on the base of micro-business. *Asian Social Science*, 10(23), 168–177. <https://doi.org/10.5539/ass.v10n23p168>