

Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Sidoarjo Melalui Bisnis Model Canvas

Farida Anwari*¹, Acivrida Mega Charisma², Arif Rahman Nurdianto*³, Martina Kurnia Rohmah⁴, Fery Setiawan^{5,6}

^{1,2,3,4}D3 Teknologi Laboratorium Medik, Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Anwar Medika, Indonesia

⁵Patologi Mulut dan Maksilofasial, Fakultas Kedokteran Gigi, Universitas Airlangga, Indonesia

⁶Doctoral Program of Medical Science, Fakultas Kedokteran, Universitas Airlangga, Indonesia

*e-mail: farida.mph@gmail.com¹, acie.vrida@gmail.com², didins99@gmail.com³,
martina.kurniarohmah@gmail.com⁴, fery.setiawan-2020@fk.unair.ac.id^{5,6}

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu sektor yang terimbas cukup besar akibat pandemi Covid-19, padahal di sisi yang lain UMKM memberikan kontribusi yang besar dalam perekonomian nasional. Dalam hal ini pemerintah perlu merumuskan langkah berdasarkan respon UMKM dalam menghadapi pandemi. Di sisi yang lain, strategi UMKM dengan menggunakan Bisnis Model Canvas (BMC) dapat membantu pemerintah dalam memberikan dukungan usaha. Pelatihan BMC merupakan bagian dari program Ibu Hebat Sidoarjo yang diselenggarakan oleh BMH. Tujuan kegiatan ini yaitu untuk memberikan pengetahuan kepada pelaku UMKM mengenai pentingnya model bisnis yang komprehensif untuk menjamin keberlangsungan usaha. Pelatihan diikuti oleh UMKM binaan BMH di Sidoarjo, masyarakat umum, serta beberapa keluarga penyandang disabilitas mental. Pelatihan dilakukan dengan metode tatap muka serta diskusi interaktif. Secara keseluruhan kegiatan pelatihan dapat dilaksanakan dengan baik dimana peserta dapat memahami value proposition, customer relationship, channels, customer segments, key partners, key activities, key resources, cost structure, dan revenue streams dalam pengembangan UMKM di Sidoarjo sehingga dapat meningkatkan pengetahuan peserta secara kualitatif terhadap pengembangan UMKM di Indonesia, khususnya di Sidoarjo.

Kata kunci: Bisnis Model Canvas, Pandemi COVID-19, UMKM

Abstract

The COVID-19 pandemic has significantly impacted Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), despite their substantial contribution to the national economy. Recognizing this, the government plays a crucial role in formulating responsive measures to address the challenges faced by MSMEs during the pandemic. The adoption of the Business Model Canvas (BMC) as part of MSME strategies becomes instrumental in facilitating government-backed business support. The Sidoarjo Great Mother program, orchestrated by BMH, incorporates BMC training to empower MSMEs. The primary objective of this program is to impart knowledge to MSME operators on the critical importance of developing a comprehensive business model to ensure sustained business viability. The training sessions, which include participants from MSMEs assisted by BMH in Sidoarjo, the general public, and families of individuals with mental disabilities, employ face-to-face methods and interactive discussions. The training successfully covers essential aspects such as value proposition, customer relationships, channels, customer segments, key partners, key activities, key resources, cost structure, and revenue streams. This holistic approach aims to enhance the understanding and capabilities of participants in fostering the growth of MSMEs in the Sidoarjo region so that it can qualitatively increase participants' knowledge regarding the development of MSMEs in Indonesia, especially in Sidoarjo.

Keywords: Business Model Canvas, COVID-19 Pandemic, MSMEs

1. PENDAHULUAN

Perlambatan ekonomi selama pandemi Covid-19 menyebabkan banyak sektor usaha terpuruk. Kontraksi ekonomi bahkan menyebabkan beberapa sektor industri mencapai pertumbuhan negatif. Hampir semua pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mengalami kendala dalam melaksanakan kewajibannya terhadap perbankan (OJK-BCG Joint Research, 2020). Dampak dari pandemi bahkan berimplikasi pada maraknya pemutusan

hubungan kerja (PHK) seiring dengan adanya perubahan pola konsumsi barang dan jasa dari masyarakat yang pada awalnya dilakukan secara offline menjadi online. Perubahan pola konsumsi tersebut secara praktis menuntut pelaku usaha untuk dapat beradaptasi agar dapat bertahan dalam menghadapi kondisi new normal (Putri Melati, 2022).

UMKM menjadi salah satu sektor yang terimbas cukup besar, salah satunya sebagai dampak dari adanya kebijakan pembatasan pergerakan masyarakat padahal berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), UMKM memberikan kontribusi yang sangat besar dalam perekonomian nasional. Peran UMKM terhadap pertumbuhan perekonomian Indonesia mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha. Selain kontribusi terhadap PDB mencapai 60,5%, UMKM menyumbang penyerapan tenaga kerja mencapai 96,9% dari total penyerapan tenaga kerja nasional (Prasetya, 2023). Oleh karena itu, pemerintah memberikan kebijakan strategis diantaranya yaitu Program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) yang meliputi program pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) pada masa pandemi, Bantuan Produktif Usaha Mikro (BPUM), Subsidi Bunga/Margin Non-KUR, Penempatan Dana/Penempatan Uang Negara, Penjaminan Kredit UMKM, Pembiayaan investasi kepada koperasi melalui LPDB KUMKM, Pajak Penghasilan Final (PPH) UMKM Ditanggung Pemerintah, serta Bantuan Tunai Pedagang Kaki Lima, Warung dan Nelayan (BTPKLWN) (Limanseto, 2022).

Kajian bersama antara Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Boston Consulting Group (BCG) mengenai perkembangan UMKM di masa pandemi Covid-19 memberikan rekomendasi bahwa sebagian besar UMKM di Indonesia, terlepas dari sektor, ukuran usaha, dan tingkat digitalisasinya telah mengalami kemunduran usaha akibat pandemi. Namun demikian, setidaknya terdapat 3 (tiga) obyektif dari UMKM dalam merespon situasi pandemi yaitu Bertahan (tetap berdiri di tengah krisis), Berkelanjutan (beradaptasi dengan lingkungan pasca-pandemi), dan Bermasa Depan (memiliki perlindungan atas potensi krisis di masa depan). Beranjak dari pemahaman komprehensif tersebut, pemerintah perlu merumuskan langkah inisiatif berdasarkan respon UMKM agar dapat melalui krisis (OJK-BCG Joint Research, 2020). Di sisi yang lain, strategi manajemen dari UMKM dalam menerjemahkan konsep pemasaran, konsumen, infrastruktur, serta aspek keuangan akan dapat membantu pemerintah untuk memberikan dukungan bagi UMKM sehingga diharapkan potensi bertahan dan berkembang dari UMKM dapat berlanjut pada masa pasca-pandemi.

Bisnis Model Canvas (BMC) merupakan alat dalam strategi manajemen untuk menerjemahkan konsep bisnis dalam bentuk elemen-elemen visual. BMC merupakan konsep yang diperkenalkan oleh Osterwalder dan Pigneur pada tahun 2009 dimana sebuah model bisnis dapat dibangun berdasarkan 9 (sembilan) komponen (Diderich, 2020). BMC merupakan model bisnis yang digunakan untuk menjelaskan, menggambarkan, menilai dan merancang sebuah model bisnis yang terdiri atas empat dasar blok dalam bisnis, yaitu penawaran, konsumen, infrastruktur, dan keuangan (Osterwalder & Pigneur, 2010). Penawaran meliputi manfaat yang ditawarkan (value proposition). Konsumen meliputi bina pelanggan (customer relationship), saluran (channels), segmen konsumen (customer segments). Infrastruktur terdiri dari kemitraan (key partners), kegiatan utama (key activities), dan sumber daya (key resources), sedangkan keuangan terdiri atas struktur biaya (cost structure) dan aliran pendapatan (revenue streams). Lebih lanjut, peran BMC pada kegiatan usaha UMKM diharapkan dapat membantu para pemilik bisnis (entrepreneur) untuk memetakan dan mengkomunikasikan aspek-aspek kunci dari model bisnis dengan cara yang mudah dipahami.

Lembaga Amil Zakat Nasional Baitul Maal Hidayatullah (BMH) Sidoarjo telah mengambil peran dalam membantu UMKM di Sidoarjo untuk bangkit dan tumbuh pada masa pandemi Covid-19. Melalui program pelatihan sekolah ibu hebat Sidoarjo, BMH berupaya untuk memberikan wawasan kepada pelaku UMKM di Sidoarjo mengenai pentingnya strategi manajemen bisnis canvas untuk memetakan model bisnis yang tepat bagi pelaku UMKM di Sidoarjo. Lebih lanjut, melalui program pelatihan tersebut diharapkan pelaku usaha binaan BMH lebih kreatif, dan inovatif dalam pemasaran kekinian, sehingga produk yang dijual dapat diterima oleh masyarakat (BMH Gelar Pelatihan Sekolah Ibu Hebat Sidoarjo ~ Mujahid Dakwah, n.d.).

Tujuan daripada pelaksanaan pengabdian masyarakat ini adalah meningkatkan *value proposition, customer relationship, channels, customer segments, key partners, key activities, key resources, cost structure*, dan *revenue streams* dalam pengembangan UMKM di Sidoarjo Sehingga dapat membantu mewujudkan program Pemerintah Sidoarjo untuk menjadi Sidoarjo yang Gemilang.

2. METODE

Kegiatan pelatihan ibu hebat Sidoarjo dilaksanakan pada tanggal 15 Oktober 2021 di gedung Aula SMK Mandiri Sidoarjo. Pelatihan diikuti oleh pelaku UMKM binaan BMH di Sidoarjo, masyarakat umum, serta beberapa keluarga penyandang disabilitas mental. Adapun pembiayaan pelatihan didapatkan melalui Baitul Maal Hidayatullah (BMH) Sidoarjo serta donatur.

Narasumber pelatihan yaitu dr. Farida Anwari MPH., MM selaku komisaris utama Rumah Sakit Anwar Medika Sidoarjo. Adapun materi pelatihan yang diberikan yaitu:

- Pengertian, tujuan, dan manfaat Bisnis Model Canvas (BMC)
- Penjelasan mengenai 9 (Sembilan) element BMC yaitu meliputi *value proposition, customer relationship, channels, customer segments, key partners, key activities, key resources, cost structure*, dan *revenue streams*
- Panduan grafis berupa contoh penerapan model BMC secara visual pada obyek UMKM di Sidoarjo

Alat dan bahan yang disiapkan dalam pelatihan yaitu:

- Instrumen berupa flyer, LCD, pointer, PPT, dan doorprice
- Kamera video untuk dokumentasi kegiatan
- Unit gerobak untuk diberikan kepada pelaku UMKM.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Meskipun pandemi Covid-19 berdampak masif pada sebagian besar usaha UMKM di Sidoarjo, namun data menunjukkan bahwa UMKM di Sidoarjo masih dapat memberikan kontribusi positif pada peningkatan nilai tambah bruto (PDRB) atas harga berlaku. Tercatat bahwa tahun 2020 nilai tambah bruto UMKM di Sidoarjo yaitu sebesar 106,3 trilyun rupiah kemudian meningkat sebesar 8% menjadi 115,4 trilyun rupiah. Tren peningkatan PDRB tersebut berlanjut hingga tahun 2022, dimana nilai tambah bruto (PDRB) naik sebesar 3% 118,9 trilyun rupiah. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM di Sidoarjo masih mampu beradaptasi agar tetap bertahan di masa pandemi Covid-19.

Tabel 1. Nilai Tambah Bruto Atas Harga Berlaku UMKM di Sidoarjo Tahun 2020-2022 (Juta Rupiah)

Kategori	Uraian	2020	2021	2022*
-1	-2	-3	-4	-5
A	Pertanian, Kehutanan, dan	3.521.313,55	3.608.162,98	4.813.425,68
B	Pertambangan dan Penggalian	108.255,84	118.025,70	114.493,45
C	Industri Pengolahan	52.300.986,12	57.260.981,69	56.804.206,76
D	Pengadaan Listrik dan Gas	62.120,48	64.506,80	81.048,81
E	Pengadaan Air, Pengelolaan	64.623,35	68.661,51	78.363,63
F	Konstruksi	9.131.156,68	9.776.556,43	10.612.185,31
G	Perdagangan Besar dan Eceran;	23.042.785,04	24.948.492,07	25.975.026,52
H	Transportasi dan Pergudangan	9.462.365,88	10.241.995,84	10.664.485,07
I	Penyediaan Akomodasi dan Makan	5.014.064,82	5.445.349,67	5.589.267,17
J	Informasi dan Komunikasi	496.986,48	535.346,29	570.738,57
K	Jasa Keuangan dan Asuransi	699.208,92	745.167,46	830.341,73

L	Real Estate	640.387,69	693.837,70	719.427,55
M,N	Jasa Perusahaan	192.041,82	208.874,48	210.444,86
P	Jasa Pendidikan	909.543,08	986.050,86	1.039.617,67
Q	Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	290.077,36	313.200,59	332.061,38
R,S,T	Jasa Lainnya	421.001,01	450.361,91	494.405,13

Sumber: (Diskopukm Prov Jatim, 2022)

Tabel 1 menunjukkan kontribusi terbesar terhadap jumlah PDRB diberikan oleh UMKM pada sektor industri pengolahan dan sektor perdagangan besar dan eceran. Hal ini ditunjukkan dengan jumlah nilai tambah PDRB pada tahun 2020-2022, dimana sektor industri pengolahan berkontribusi antara 52,3-56,8 trilyun rupiah. Sementara itu sektor perdagangan besar dan eceran berkontribusi antara 23,0-25,9 trilyun rupiah.

Pelatihan yang diadakan oleh BMH Sidoarjo mendapatkan hasil identifikasi bahwa sebagian besar pelaku UMKM di Sidoarjo masih belum menerapkan bisnis model canvas (BMC) pada usahanya. Hal ini menjadi salah satu penyebab adanya hambatan dalam mengembangkan usaha. Secara empiris, permasalahan yang dihadapi UMKM di Sidoarjo diantaranya berkaitan dengan produksi, pemasaran, dan keuangan yaitu:

- Terbatasnya akses terhadap sumber bahan baku yang berkualitas secara kontinyu sehingga pelaku UMKM menggunakan bahan baku yang tidak memenuhi standar produksi.
- Proses produksi UMKM masih bersifat sederhana sehingga memungkinkan produk yang dihasilkan kurang memenuhi standar, tidak higienis, atau tidak tahan lama.
- Keterbatasan kemampuan pelaku UMKM dalam melakukan promosi sehingga kurang kompetitif.
- Kurangnya modal kerja untuk menunjang aktivitas produksi, terutama untuk meningkatkan volume produksi dan biaya pemasaran. Di sisi yang lain, perbankan umumnya tidak bersedia menambah pemberian pinjaman dalam jumlah yang kecil karena tidak adanya aset yang dapat dijadikan agunan bank.



Gambar 1. Penyerahan Bantuan UMKM Kepada Penyandang Disabilitas

Melalui pelatihan yang diadakan oleh BMH Sidoarjo, para peserta yang berjumlah 100 orang (ditunjukkan oleh gambar 1) yang dilaksanakan secara *offline* di gedung pertemuan SMA selama 1 hari (pada tanggal 18 Oktober 2021) dan pembinaan dilaksanakan selama sekali dalam seminggu sehingga peserta dapat memahami pentingnya Bisnis Model Canvas (BMC) pada masing-masing dimensi yaitu:

- Value proposition
Peserta dapat memahami bahwa produk yang dipasarkan harus dapat memberikan nilai bagi konsumen misalnya harga produk yang terjangkau atau produk yang menggunakan bahan berkualitas tinggi.
- Customer relationship

- Peserta dapat memahami mengenai pentingnya layanan secara personal untuk menjaga hubungan dengan pelanggan.
- c. Channels
Peserta dapat memahami cara untuk dapat meningkatkan jumlah penjualan yaitu dengan memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi.
 - d. Customer segments
Peserta dapat memahami mengenai pentingnya usaha untuk mempertahankan pelanggan, selain juga untuk memperluas segmen pelanggan secara bertahap.
 - e. Key partners
Peserta dapat memahami mengenai pentingnya menjalin kemitraan dengan supplier. Kemitraan diperlukan untuk menjamin pasokan bahan baku produksi.
 - f. Key activities
Peserta dapat memahami prioritas kegiatan yang harus dilakukan untuk mendukung usaha yang kontinyu.
 - g. Key resources
Peserta dapat memahami pentingnya sumber daya usaha yang meliputi aset fisik, hak kekayaan mutlak (merek, atau hak paten), database pelanggan, dan sumber daya lainnya.
 - h. Cost structure
Peserta dapat memahami perubahan struktur biaya yang relevan atas bertambahnya biaya promosi.
 - i. Revenue streams
Peserta dapat memahami sumber-sumber yang berkontribusi untuk mengisi kas usaha.



Gambar 2. Pemberian materi seminar yang dilanjutkan dengan penyerahan Bantuan UMKM Kepada Penyandang Disabilitas

Secara umum pelatihan Bisnis Model Canvas (BMC) yang termasuk dalam program ibu hebat Sidoarjo, dapat berjalan dengan baik. Selain mendapatkan wawasan mengenai model bisnis untuk mengembangkan usaha, para pelaku UMKM di Sidoarjo akan mendapatkan pendampingan lanjutan berupa konsultasi mengenai Bisnis Model Canvas. Pada pelatihan tersebut juga diberikan bantuan pendukung usaha bagi pelaku disabilitas berupa unit gerobak berkah. Gambar 2 menunjukkan penyerahan unit gerobak berkah tersebut diserahkan langsung oleh kepala BMH Gerai Sidoarjo, Drs. M Yasin dengan didampingi narasumber kegiatan yaitu dr. Farida Anwari MPH. MM selaku komisaris utama RS. Anwar Medika Sidoarjo (BMH Gelar Pelatihan Sekolah Ibu Hebat Sidoarjo ~ Mujahid Dakwah, n.d.).

Evaluasi yang dapat diambil dari pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah dapat meningkatkan pengetahuan para peserta secara kualitatif yang berupa pengetahuan dalam hal: *value proposition*, *customer relationship*, *channels*, *customer segments*, *key partners*, *key activities*, *key resources*, *cost structure*, dan *revenue streams* dalam pengembangan UMKM di Sidoarjo. Pelatihan seperti ini perlu diselenggarakan rutin setiap tahunnya sehingga dapat memantau peningkatan pengetahuan dari para peserta yang terlibat di dalam kegiatan pengabdian masyarakat.

4. KESIMPULAN

Pelatihan Bisnis Model Canvas (BMC) yang diselenggarakan oleh BMH Sidoarjo merupakan rangkaian kegiatan dengan tema Ibu Hebat Sidoarjo. BMC merupakan model bisnis yang komprehensif untuk membantu UMKM dalam pengembangan usaha. Peran BMC juga sangat penting karena strategi manajemen dari UMKM dalam menerjemahkan konsep pemasaran, konsumen, infrastruktur, serta aspek keuangan akan dapat membantu pemerintah untuk memberikan dukungan bagi UMKM. Kegiatan pelatihan BMC yang telah dilakukan mampu meningkatkan pengetahuan peserta mengenai peran value proposition, customer relationship, channels, customer segments, key partners, key activities, key resources, cost structure, dan revenue streams dalam pengembangan usaha UMKM di Sidoarjo.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Yayasan Anwar Medika Corporate, Rektor Universitas Anwar Medika, UMKM binaan BMH di Sidoarjo, masyarakat umum, keluarga penyandang disabilitas mental, Baitul Maal Hidayatullah (BMH) Sidoarjo. Dan kepada semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan perhatian, bantuan, dan informasi, dari pada saat masa observasi sampai pelaksanaan dan terselenggaranya acara pengabdian masyarakat ini. Terimakasih juga dihaturkan kepada para peserta dan tamu undangan yang sudah berpartisipasi dengan baik melalui diskusi, bertanya jawab, dan berbagi pengalaman sehingga dapat menjadi evaluasi kegiatan pengabdian masyarakat ini untuk ke depannya.

DAFTAR PUSTAKA

- BMH Gelar Pelatihan Sekolah Ibu Hebat Sidoarjo ~ Mujahid Dakwah. (n.d.).
- Diderich, C. (2020). Revisiting the Business Model Canvas as a Common Language. *In Management for Professionals*, 573, 29–45, https://doi.org/10.1007/978-3-030-25875-7_3
- Diskopukm Prov Jatim. (2022). Laporan Perhitungan Nilai Tambah Bruto Koperasi UMKM Jawa Timur. Pemprov Jatim, 3(1), 10–27. [https://diskopukm.jatimprov.go.id/public/uploads/1681376658_LAPORAN PERHITUNGAN NTB KUMKM JATIM 2022.pdf](https://diskopukm.jatimprov.go.id/public/uploads/1681376658_LAPORAN%20PERHITUNGAN%20NTB%20KUMKM%20JATIM%202022.pdf)
- Limanseto, H. (2022). Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah - Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. In Siaran Pers. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-dukkungan-pemerintah>
- OJK-BCG Joint Research. (2020). Bagaimana UMKM & Perbankan Dapat Sukses di Era Disrupsi Ekonomi dan Digital. ... : Departemen Penelitian Dan Pengaturan Perbankan, 1–108.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. *In A handbook for visionaries, game changers, and challengers*, 288, <https://doi.org/10.1523/JNEUROSCI.0307-10.2010>
- Prasetya, A. (2023). Mengenal Program Pembinaan UMKM Kemenkeu Satu Tahun 2023. In Djkn.Kemenkeu.Go.Id. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/15879/Mengenal-Program-Pembinaan-UMKM-Kemenkeu-Satu-Tahun-2023.html>
- Putri Melati, W. (2022). UMKM Mulai Menggeliat Pasca Pandemic Covid 19. In <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpkn-lhokseumawe/baca-artikel/15474/UMKM-Mulai-Menggeliat-Pasca-Pandemic-Covid-19.html>