

Analisis Kemampuan Siswa SMK Memahami Penyusunan Proposal Usaha Menggunakan Business Model Canvas (BMC)

Novrina Chandra ^{a,1*}, Amy Fontanella ^{b,2}, Gustati Gustati ^{b,3}, Yusnani Yusnani ^{b,4}, Al Aina Ul Mardiyah ^{b,5}

^{a,b} Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Padang, Kampus Limau Manis, Padang, Indonesia

¹ novrina_chandra@yahoo.com *; ² amyfontanella99@gmail.com ; ³gustati1602@yahoo.com; ; ⁴yusnani57@yahoo.com

* Penulis koresponding

INFO ARTIKEL

Tanggal terima : 23-05-2024

Tanggal revisi : 02-06-2024

Tanggal terbit : 31-10-2024

Kata Kunci

Wirausaha

Perencanaan usaha

Business model canvas

siswa

potensi daerah

DOI:

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di SMK Negeri 1 Sawahlunto bertujuan untuk memberikan meningkatkan minat siswa dalam berwirausaha. Melalui kegiatan ini siswa diberi pengetahuan terkait wirausaha, dan bagaimana membuat perencanaan usaha. Dalam membuat perencanaan usaha digunakan pendekatan business model canvas. Kegiatan ini diikuti oleh 30 orang siswa jurusan akuntansi. Kegiatan dilaksanakan dengan metode workshop dengan meminta setiap siswa membuat ide bisnis dan selanjutnya menuangkannya ke dalam sembilan elemen kerangka business model canvas yang terdiri dari customer segment, value proposition, channel, customer relationship, revenue streams, key resources, key activities, key partners dan cost structure. Dengan dilaksanakannya kegiatan ini diharapkan akan meningkatkan minat siswa dalam berwirausaha dengan mengembangkan potensi yang ada di daerahnya.

1. Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) telah menjadi penopang perekonomian Sumatera Barat. UMKM hadir di berbagai sektor. Agar tetap bertumbuh dan mampu bersaing UMKM dituntut untuk terus meningkatkan kemampuan dan berinovasi. UMKM diharapkan tidak hanya mampu bersaing secara local, namun juga mampu meningkatkan kemampuan untuk bersaing secara nasional dan internasional. Dalam mengembangkan diri berbagai kendala dihadapi UMKM diantaranya masalah modal, kemampuan produksi, kemampuan menggunakan teknologi dan kemampuan manajerial [1]–[3].

Persaingan usaha yang semakin tinggi menuntut UMKM harus meningkatkan daya saingnya. Untuk itu pemilik UMKM harus memiliki kemampuan manajerial yang baik. Dalam pengembangan bisnis dibutuhkan perencanaan yang baik, yang memiliki perencanaan strategis yang terukur dan terarah [4], [5]. Strategi yang terukur artinya adalah strategi yang memiliki tujuan yang jelas serta dapat dicapai. Strategi yang terarah artinya adalah strategi yang memiliki tahapan-tahapan yang jelas dalam pencapaian tujuannya.

Business Model Canvas atau yang biasa disingkat dengan istilah BMC adalah salah satu metode perancangan model bisnis yang dikembangkan oleh Aleksander Osterwald pada tahun 2005. Model bisnis harus mampu menjelaskan secara rasional bagaimana suatu organisasi dibangun, mengirimkan dan menangkap nilai [6]. Model bisnis canvas ini perlu diperkenalkan kepada pemilik UMKM dan calon wirausaha karena mudah untuk diterapkan [5], [7], [8]. Business model canvas

*Korespondensi:

Novrina Chandra

Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Padang, Jl. Kampus, Limau Manis, Kec. Pauh, Kota Padang, Sumatera Barat 25164, Indonesia

Surel: novrina_chandra@yahoo.com

digambarkan dalam melalui sembilan elemen yang menunjukkan logika bagaimana suatu perusahaan menghasilkan profit [9]. Sembilan elemen yang membangun kerangka BMC adalah sebagai berikut [6]:

- a. *Consumer segment*: merupakan kelompok orang atau organisasi yang ingin dicapai dan dilayani. Konsumen merupakan inti dari setiap model bisnis.
- b. *Value propositions*: menjelaskan tentang menciptakan nilai tambah/value dari barang atau jasa yang dihasilkan untuk kelompok konsumen tertentu.
- c. *Channels*: mejelaskan bagaimana perusahaan berkomunikasi dengan konsumen untuk menyampaikan value dari barang atau jasa yang dihasilkan.
- d. *Customer relationship*: elemen ini menjelaskan pemilihan metode yang digunakan perusahaan dalam berkomunikasi dengan konsumen.
- e. *Revenue stream*: elemen yang menjelaskan bagaimana perusahaan mampu menghasilkan uang dari setiap kelompok konsumen
- f. *Key resources*: merupakan sumber daya atau asset yang dimiliki perusahaan. Hal ini dapat berupa modal, intelektual, dan sumber daya manusia.
- g. *Key activities*: menjelaskan hal-hal penting yang harus dilakukan untuk membuat model bisnisnya bekerja
- h. *Key partnerships*: merupakan Kerjasama yang dijalin perusahaan dengan pemasok atau pun relasi bisnis lainnya untuk menjalankan usaha
- i. *Cost structure*: menjelaskan tentang seluruh biaya yang timbul dalam menjalankan usaha

2. Masyarakat Target Kegiatan

Mitra kegiatan ini adalah siswa SMK Negeri 1 Sawahlunto yang berada di Jl. Prof. M.Yamin,SH Talawi, Sawahlunto, Sumatera Barat. Sekolah ini memiliki program studi Teknik computer jaringan, administrasi perkantoran, akuntansi, akomodasi perhotelan, pemasaran dan tata busana. Tujuan dari sekolah SMK adalah menghasilkan lulusan yang mampu memasuki dunia kerja dan bersikap professional. Dengan kemampuan dan kecermatan yang diberikan, diharapkan lulusan SMK tidak hanya focus pada menjadi karyawan namun juga menjadi wirausaha. Namun tidak mudah menumbuhkan minat wirausaha dengan berbagai kendala modal, hambatan kemampuan merancang bisnis, hambatan dari keluarga dan lain-lain.

Untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi maka dilaksanakan kegiatan workshop bagi siswa. Kegiatan ini bertujuan menumbuhkan minat siswa dalam berwirausaha. Siswa diberi bekal pengetahuan membuat perencanaan usaha dengan kerangka BMC. Kegiatan ini menghasilkan luaran berupa peningkatan kompetensi siswa dalam membuat perencanaan bisnis, publikasi pada jurnal ber ISSN, media massa dan video singkat.

3. Metode Kegiatan Pengabdian

Kegiatan ini dilaksanakan dengan metode *workshop* membuat perencanaan usaha dengan metode kerangka BMC.

1. Pada tahap awal setiap siswa dikenalkan dengan kerangka BMC beserta dengan sembilan elemen yang terkandung didalamnya.
2. Setelah itu siswa diminta membuat kerangka BMC yang terdiri dari sembilan elemen dengan tahapan:
 - a. Setiap siswa menyampaikan ide bisnis kepada instruktur
 - b. Setiap siswa diminta mengisi setiap elemen yang ada pada kerangka BMC yang terdiri dari *customer segment*, *value proposition*, *channel*, *customer relationship*, *revenue streams*, *key resources*, *key activities*, *key partners* dan *cost structure*.

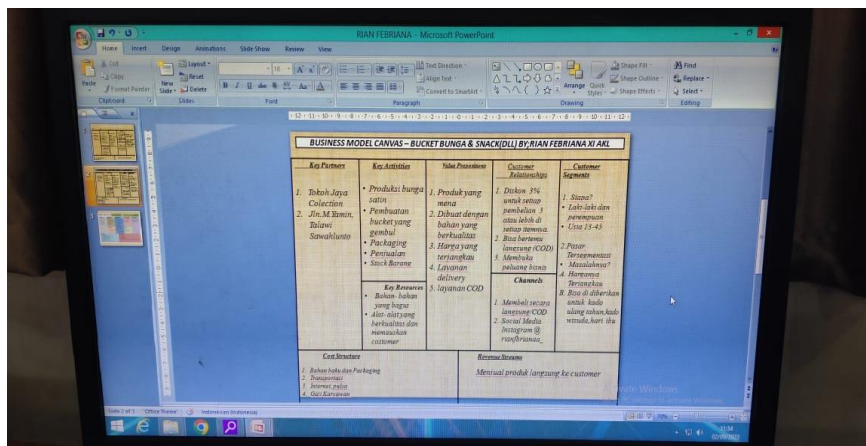
3. Siswa menyampaikan perencanaan bisnis mereka dan peserta terbaik dalam kegiatan ini mendapatkan penghargaan..

4. Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan workshop penyusunan rencana usaha dengan menggunakan kerangka BMC di SMK Negeri 1 Sawahlunto terlaksana dengan dipenuhi antusias peserta. Siswa diberi pengetahuan terkait kewirausahaan dan pentingnya membuat rencana yang baik sebelum memulai usaha. Siswa dikenalkan dengan kerangka BMC dan bagaimana kerangka BMC mampu membantu para wirausahawan dalam membuat sebuah perencanaan usaha yang baik.

Siswa juga dikenalkan dengan potensi-potensi usaha yang ada di daerah Sawahlunto. Tujuannya adalah untuk menumbuhkan kecintaan dan kebanggaan akan daerahnya dan menumbuhkembangkan minat mengembangkan potensi daerah. Selain itu untuk membuka cara pandang siswa dalam memikirkan ide usaha yang sesuai dengan potensi daerah Sawahlunto.

Dalam diskusi terkait ide-ide usaha, muncul berbagai ide untuk memulai usaha diantaranya adalah makanan dan minuman kekinian yang disukai generasi muda, toko bunga, souvenir dan songket. Dalam mengembangkan ide-ide usaha siswa didorong untuk membuat usaha yang mengembangkan potensi daerah. Siswa diajak mengenali potensi makanan tradisional, busana dan wisata yang ada di Kota Sawahlunto. Setelah menemukan ide bisnis siswa melanjutkan dengan mengisi sembilan elemen kerangka BMC untuk melihat potensi dan hambatan dalam menjalankan usaha. Berikut beberapa tampilan rancangan usaha siswa yang dituangkan dalam kerangka BMC (Gambar.1 dan Gambar.2)



Gambar 1. Perencanaan Usaha dengan Kerangka BMC



Gambar 2. Pelaksanaan Kegiatan

*Korespondensi:

Novrina Chandra

Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Padang, Jl. Kampus, Limau Manis, Kec. Pauh, Kota Padang, Sumatera Barat 25164, Indonesia
Surel: novrina_chandra@yahoo.com

5. Kesimpulan

Pelaksanaan PkM di SMK Negeri 1 Sawahlunto ini dengan memberikan workshop penyusunan rancangan/proposal usaha melalui pendekatan BMC. Diharapkan melalui kegiatan ini meningkatkan kemampuan siswa dalam mengembangkan ide wirausaha. Selanjutnya harapannya kegiatan ini mampu menumbuhkan keinginan dan minat siswa dalam berwirausaha. Siswa diharapkan kelak mampu memberi kontribusi dalam mengembangkan dan meningkatkan potensi Kota Sawahlunto.

Pengakuan

Terima kasih kepada Politeknik Negeri Padang yang telah mendanai kegiatan pengabdian ini. Terima kasih kepada Pimpinan, guru-guru dan siswa SMKN 1 Sawahlunto yang telah mendukung terselenggaranya kegiatan ini.

Rujukan

- [1] Oecd, "Small and Medium-sized Enterprises: Local Strength, Global Reach," Policy Br., no. June, pp. 1–8, 2000, [Online]. Available: <http://www.oecd.org/dataoecd/3/30/1918307.pdf>.
- [2] BPS, "Profil Industri Mikro dan Kecil 2019," 2020.
- [3] N. Simeon and G. Lara, "Understanding Micro and Small Enterprises Growth," USAID, no. November, pp. 19–25, 2005, [Online]. Available: http://pdf.usaid.gov/pdf_docs/Pnady362.pdf.
- [4] F. H. T. Wiranti, "Penggunaan Business Model Canvas sebagai Upaya Menumbuhkan Minat Berwirausaha," *J. Al-Tatwir*, vol. 8, no. 1, pp. 39–54, 2021, doi: 10.35719/altatwir.v8i1.33.
- [5] S. Sulastri, M. Adam, Y. Saftiana, W. Nailis, and Y. H. Putri, "Pelatihan Dan Pendampingan Penyusunan Rencana Bisnis Model Kanvas Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah," *JMM (Jurnal Masy. Mandiri)*, vol. 6, no. 1, p. 121, 2022, doi: 10.31764/jmm.v6i1.6120.
- [6] A. Osterwalder and Y. Pigneur, *Business Model Generation*, vol. 30, no. 5377. John Wiley & Son, Inc, 2010. [Online]. Available: <http://www.amazon.com/Business-Model-Generation-Visionaries-Challengers/dp/0470876417>
- [7] C. Aliwinoto, M. Hedyani, and M. Malinda, "Analisis Business Model Canvas Usaha Mikro Kecil Menengah Toko Jif Bandung, Indonesia," *Semin. Nas. Pariwisata dan Kewirausahaan*, vol. 1, pp. 173–182, 2022, doi: 10.36441/snpk.vol1.2022.35.
- [8] R. Maricar Rezvanny, Syahribulan, "Penerapan Business Model Canvas (BMC) dalam Menumbuhkan Pola Pikir Kewirausahaan Mahasiswa," *Econ. Depos. J.*, vol. 4, pp. 216–221, 2022.
- [9] A. Jamira, Y. Febriani, and M. Amali, "Business Model Canvas (BMC): Sebuah Pendekatan Dalam Mendorong Mindset Kewirausahaan," pp. 205–214, 2021, doi: 10.32528/psneb.v0i0.5169.