

Penyuluhan dan Pendampingan Kewirausahaan dengan Analisis Business Model Canvas (BMC) Bagi Pelaku UMKM (Desa Cilember Kecamatan Cisarua, Kabupaten Bogor)

^{1*} Dyah Handayani Dewi, ² Achmad Firdaus, ³ Nova Riandi

^{1*} Ilmu Manajemen, Fakultas Ilmu Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nasional

² Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

³ Ilmu Manajemen, Fakultas Ilmu Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nasional

^{1*} dyahhandayaniidewi@gmail.com, ² ach.firdaus15@gmail.com, ³ novariandii0611@gmail.com

ABSTRAK

Business model canvas (BMC) adalah kerangka kerja manajemen bisnis yang dibuat untuk merancang bagaimana strategi bisnis akan dijalankan. Business Model Canvas terdiri dari sembilan elemen penting, yaitu: 1. Customer Segments, 2. Value Propositions, 3. Channels, 4. Customer Relationships, 5. Revenue Streams, 6. Key Activities, 7. Key Resources, 8. Key Partners, 9. Struktur Biaya. Model Canvas ini diharapkan dapat memberikan perubahan dalam peningkatan produksi UMKM di Desa Cilember, khususnya bagi para pelaku usaha yang terdampak pandemi COVID-19. Seperti diketahui, UMKM merupakan ujung tombak penguatan ekonomi masyarakat. Oleh karena itu, dengan adanya pendampingan yang diberikan oleh Tim kepada para pelaku usaha di Desa Cilember akan dapat meningkatkan kemandirian baik secara individu maupun kelompok usaha.

Kata kunci: Business model canvas (BMC), UMKM, Desa

ABSTRACT

The business model canvas (BMC) is a business management framework created to design how the business strategy will be executed. The Business Model Canvas consists of nine important elements, namely: 1. Customer Segments, 2. Value Propositions, 3. Channels, 4. Customer Relationships, 5. Revenue Streams, 6. Key Activities, 7. Key Resources, 8. Key Partners, 9. Cost Structure. It is hoped that this Canvas model can provide changes in increasing the production of MSMEs in Cilember Village, especially for business actors affected by the COVID-19 pandemic. As is known, MSMEs are the spearhead for strengthening the community's economy. Therefore, with the assistance provided by the Team to business actors in Cilember Village, it will be able to increase independence both individually and in business groups.

Keywords: Business model canvas (BMC), MSME, Village

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah memiliki peran penting bagi peningkatan ekonomi masyarakat. Ditengah serangan virus corona (covid 19) saat ini, banyak diantara para pelaku UMKM yang terdampak sehingga ada yang mampu bertahan, namun banyak diantara mereka yang menutup usahanya dengan berbagai alasan dan pertimbangan lainnya. Dimana kondisi tersebut juga sama dirasakan oleh pelaku UMKM yang ada di Desa Cilember Kecamatan Cisarua Kabupaten Bogor. Berdasarkan observasi awal dan wawancara terhadap Sekretaris Desa (Sekdes) menyebutkan bahwa pandemi covid-19 mengurangi pendapatan para pelaku ekonomi di desa Cilember yang merupakan salah satu Desa yang ada di kecamatan Cisarua Kabupaten Bogor, Desa yang memiliki luas wilayah lebih kurang 5.600 Ha dengan berjarak sekitar 28 Km dari pusat Kabupaten, 120Km dari pusat Provinsi, dan 80 Km dari Ibukota Negara (jakarta). Daerah ini memiliki berbagai jenis UMKM, seperti usaha pembuatan sendal hotel, kerajinan bunga dari tumbuhan-tumbuhan kering atau disebut juga dengan bunga

cubung, serta ada juga industri rumah tangga lainnya seperti makanan khas daerah (putu mayang, Kripik talas) sebagaimana diproduksi dan dipasarkan sebagai buah tangan dari desa Cilember.

Pandemi covid 19 mengakibatkan terjadinya penurunan yang signifikan.

Dampak tersebut berdampak pada perusahaan besar dan UMKM. Sama halnya Desa Cilember yang terdapat di Kabupaten Bogor yang sebagian masyarakatnya adalah pelaku usaha UMKM seperti makan ringan rengginang, minuman lemon dan lainnya. Selain itu juga Desa Cilember memiliki banyak homestay yang mana menjadi daya tarik bagi para wisatawan baik lokal maupun internasional. Akan tetapi sejak semakin menyebarnya wabah virus corona tak jarang banyak tempat wisata yang ditutup, larangan bagi masyarakat untuk berpergian serta banyaknya usaha yang gulung tikar.

Oleh karena itu, sejak pemberlakuan social distancing dan pembatasan sosial massal (PSBB), banyak pelaku ekonomi yang terpaksa harus memutar otak menentukan strategi pemasaran. . Salah satunya adalah media sosial, yang dapat digunakan untuk komunikasi bisnis, memasarkan produk dan layanan, berkomunikasi dengan pelanggan dan pemasok, mengurangi biaya, dan berjualan secara online. Dampak yang terjadi akibat covid 19 yaitu terjadinya penurunan pendapatan yang dapat dilihat dari hasil produksi bunga cubung, sebelum terjadi pandemi permintaan bunga berasal dari berbagai wilayah. Pemesanan tidak hanya di daerah Cisarua saja namun juga di luar daerah sampai ke luar negeri. Akan tetapi sejak pandemi ini, produksi bunga tidak lagi seperti biasanya. Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah sebagai upaya dalam meningkatkan potensi dan kemandirian warga desa di tengah pandemi covid saat ini.

Konsep kegiatan ini difokuskan dalam bentuk Penyuluhan dan Pendampingan Kewirausahaan dengan Analisis *Business Model Canvas* (BMC) Bagi Pelaku UMKM di Desa Cilember. Para pelaku UMKM di dorong untuk dapat memahami bagaimana memanfaatkan digitalisasi sebagai media dalam memasarkan produknya agar mampu meningkatkan hasil produksi dan ekonomi para pelaku usaha. Berdasarkan permasalahan di atas maka menarik bagi Tim dari Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Nasional untuk melakukan Kegiatan

Pengabdian Masyarakat di Desa Cilember Kecamatan Cisarua, Kabupaten Bogor berkaitan dengan Penyuluhan dan Pendampingan Kewirausahaan dengan Analisis *Business Model Canvas* (BMC) Bagi Pelaku UMKM.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi, yang merupakan metode yang paling umum digunakan untuk pemeriksaan akurasi data. Metode ini dilakukan dengan mengumpulkan data dari berbagai sumber dimana peneliti menggunakan observasi,

wawancara mendalam, dan dokumentasi dengan menggunakan suatu alat presentasi seperti laptop, spanduk, kamera, absensi dan alat perekam. Kegiatan yang dilaksanakan pada bulan Maret sampai Agustus 2022 di Desa Cilember, Kecamatan Cisarua, Kabupaten Bogor menyoasar para pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Terdapat beberapa jenis usaha warga masyarakat di desa Cilember, diantaranya Usaha bunga Cubung, Produksi sandal Hotel, Makanan Khas daerah yang diyajikan sebagai oleh-oleh daerah dan lain sebagainya.

Dalam penyampaian materi peneliti menggunakan metode 1) Ceramah dengan materi yang akan diberikan berkaitan dengan Penyuluhan dan Pendampingan Kewirausahaan dengan Analisis *Business Model Canvas* (BMC) Bagi Pelaku UMKM yang ada didesa Cilember. Hal ini dilakukan agar para pelaku usaha mampu menghasilkan produk yang lebih inovatif sesuai dengan kebutuhan pasar saat ini, dengan demikian mereka dapat meningkatkan hasil pendapatannya, 2) Diskusi dan tanya jawab dengan masyarakat pelaku UMKM di desa Cilember, 3) Doorprize. Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan pada bulan juli pelaksanaannya meliputi : sebelum pelaksanaan kegiatan kami meminta ijin kegiatan dengan sekdes, kemudian mendata jumlah UMKM, memberikan penyuluhan dan setelah itu melakukan pengukuran tingkat pengetahuan kembali untuk melihat adakah peningkatan pengetahuan masyarakat sebelum dan sesudah diberikan edukasi atau penyuluhan.

Analisis data dalam kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan cara triangulasi, yakni mereduksi data berarti merangkum dan memilih hal-hal pokok, sehingga data yang telah direduksi akan memberikan gambaran bagaimana kondisi masyarakat di desa tersebut. Tampilan data pada penelitian kualitatif, terdapat penyajian data yang berupa keterangan maupun grafik yang berhubungan antara satu kategori dan lainnya. Deskriptif sering diaplikasikan dalam penelitian yang berguna untuk menyajikan data (Sugiyono, 2007:95). Langkah akhir adalah *Conclusion drawing/verification* merumuskan jawaban akhir terhadap masalah yang diajukan dan dilakukan penarikan kesimpulan dan verifikasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Desa Cilember merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Cisarua Kabupaten Bogor termasuk dalam Kawasan Puncak dimana sektor penggerak perekonomiannya berasal dari kegiatan pariwisata serta pertanian. Topografi desa ini berada di pegunungan dengan diapit oleh dua sungai besar yakni Sungai Ciliwung dan Sungai Ciesek. Mata pencaharian masyarakat desa bergantung pada kegiatan pariwisata yang mana pemuda desa bekerja sebagai pelaku local tour guide, outbound, dan photography. Kegiatan di Desa Wisata Cilember berbasis ekowisata dimana salah satu aktivitasnya dilakukan di sawah dan perkebunan milik masyarakat yang diperbolehkan untuk dikelola oleh lembaga desa wisata. Adapun kegiatan tersebut mulai dari membajak sawah, menanam padi (tandur), berkebun, beternak, merangkai bunga kayu, jaipong, pencak silat, ngaliwet, dll. Kegiatan membuat kerajinan bunga merupakan paket edukasi yang ditawarkan dimana nanti hasilnya dapat

dijadikan sebagai buah tangan serta kenangan dari Desa Wisata Cilember. Oleh karena itu, UMKM di desa ini sangat berkaitan dengan kegiatan pariwisata.

Penelitian dan Pengabdian kepada masyarakat di Desa Cilember pada hari rabu-kamis tanggal 20 dan 21 Juli 2022, diikuti oleh sekitar 32 warga dari Desa Cilember.

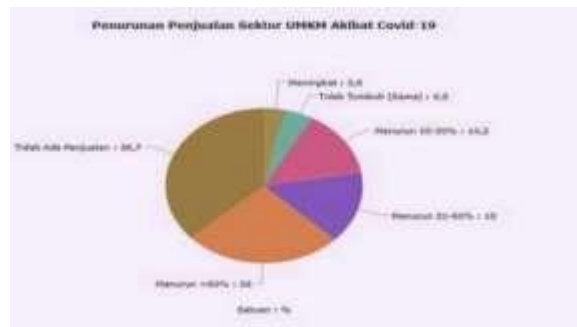


Gambar 1. Narasumber memberikan penyuluhan



Gambar 2. Kebersamaan bersama warga Desa Cilember

Warga Cilember yang menghadiri penyuluhan sangat antusias sekali, mengingat penting sekali untuk memahami bisnis model canvas apalagi bagi pelaku UMKM di Desa Cilember untuk meningkatkan kreatifitas dan inovasi dalam usaha mereka. Hal ini disebabkan karena setelah pandemi covid 19 di Indonesia, terjadi berbagai macam sector penurunan UMKM.



Gambar 3. Diagram penurunan penjualan

Dari diagram di atas, terjadinya penurunan penjualan di sektor UMKM akibat covid 19 antara 10-30% ada sebanyak 14,2%, sedangkan penurunan yang besarnya 31-60% sebanyak 15%, dan penurunan omset yang lebih dari 60% sebanyak 26%, bagi UMKM yang tidak ada penjualan sama sekali ada sebanyak 36,7%, tidak tumbuh (sama) sebesar 4,5% dan yang meningkat hanya 3,6%

(<https://databoks.katadata.co.id/>). Yang artinya persentase penurunan penjualan sector UMKM akibat covid-19 sangat tinggi. Selain itu agar UMKM dapat bertahan ditengah gempuran covid 19 yang mengakibatkan penurunan penjualan, para pelaku UMKM dapat memanfaatkan Bisnis Model Canvas untuk bertahan. Namun pada prakterknya tingkat pemahaman para pelaku UMKM terhadap Bisnis Model Canvas masih tergolong rendah. Untuk lebih jelasnya peneliti telah merangkum dalam table 1.1.

Table 1.1

KELOMPOK INTERVENSI			
Tingkat Pengetahuan		Pre-Test	
Post-Test			
N	%	N	%
Baik		2	5
17	42,5		
Cukup		18	45
13	32,5		
Kurang		20	50
10	25		
Total		40	100
40	100		

Tingkat pengetahuan pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) tentang

Bisnis Model canvas (BMC) didapatkan hasil menunjukkan bahwa kelompok pada Pre-test responden yang mendapat nilai baik yaitu (5%), yang mendapat nilai cukup (45%), yang mendapat nilai kurang (50%). Sedangkan pada Post-test responden yang mendapat nilai baik sebanyak (42,5%), yang mendapat nilai cukup sebanyak (32,5%) dan yang mendapat nilai kurang (25%).

Setelah mendapat penyuluhan tentang Busnis Model Canvas, terdapat perbedaan yang signifikan terhadap pelaku UMKM sebelum dan sesudah penyuluhan. Rata-rata nilai pengetahuan warga sebelum dilakukan penyuluhan adalah 5,199 dengan standar deviasi 0,822 dan setelah diberikan pelatihan nilai mean 10,729 dengan standar deviasi 1,696. Sehingga peneliti dapat menyimpulkan terdapat perbedaan yang signifikan antara pemahaman warga sebelum dan sesudah terjadinya penyuluhan yang dijelaskan pada table 1.2.

Tabel 1.2 Pengaruh pelatihan Bisnis model canvas terhadap pengetahuan pada pelaku Usaha Mandiri, Kecil dan Menengah

Variabel Pelatihan				
Mean	SD	SE	PValue	N
Sebelum	5,199	0,822	0,000	40
Sesudah	10,729	1,696		

PEMBAHASAN

Virus Corona telah menjerumuskan ekonomi domestik dan global ke dalam resesi, ditandai dengan pertumbuhan atau kontraksi ekonomi domestik dan global yang negative, terutama disebabkan oleh menurunannya konsumsi rumah tangga akibat pembatasan social guna menekan perkembangan virus corona, terjadinya penurunan minat dan kemampuan masyarakat untuk berbelanja maupun berinvestasi dalam pembangunan dan perolehan aset tetap. Hal ini juga dialami oleh pemerintah maupun swasta seperti dalam penjualan produk. UMKM adalah salah satu sector yang terimbas pandemic dan sangat berpengaruh pada perekonomian nasional.

Kondisi tersebut juga sama halnya yang dirasakan oleh pelaku UMKM yang ada di Desa Cilember Kecamatan Cisarua Kabupaten Bogor. Dari penelitian awal dan interview yang peneliti lakukan dengan Sekretaris Desa (Sekdes) menyebutkan bahwa pandemi covid-19 telah mengakibatkan penurunan pendapatan bagi para pelaku usaha di desa Cilember. Daerah itu memiliki berbagai jenis UMKM, mulai dari usaha pembuatan sandal hotel, kerajinan bunga dari tumbuhan-tumbuhan kering atau disebut juga dengan bunga cubung, serta ada

juga industri rumah tangga lainnya seperti makanan khas daerah (putu mayang, Kripik talas dan sebagainya) yang dijadikan sebagai kenang-kenangan atau buah tangan bagi wisatawan yang datang.

Namun sejak terjadinya pandemi covid 19, usaha yang ada mengalami penurunan yang signifikan diantaranya penurunan daya beli konsumen atau penurunan daya jual.

Untuk itu program studi manajemen fakultas ekonomi bisnis universitas nasional melakukan kegiatan pengabdian masyarakat di desa cilember kecamatan cisarua, kabupaten bogor mengadakan penyuluhan dan pendampingan kewirausahaan dengan analisis *Business Model Canvas* (BMC) bagi pelaku UMKM dengan tujuan mengembalikan eksistensi keberadaan UMKM meningkatkan penjualan dengan memanfaatkan digitalisasi sebagai media dalam memasarkan produknya agar mampu meningkatkan hasil produksi dan ekonomi para pelaku usaha. Sebuah studi oleh Anggraini (2020) menggunakan Business Model Canvas untuk menganalisis UMKM lokal yang menjual hidangan khas Baturaja, dan mengembangkan beberapa strategi baru yang dapat meningkatkan bisnis mereka, sambil membandingkan kekuatan yang ada dan mengidentifikasi kekurangannya.

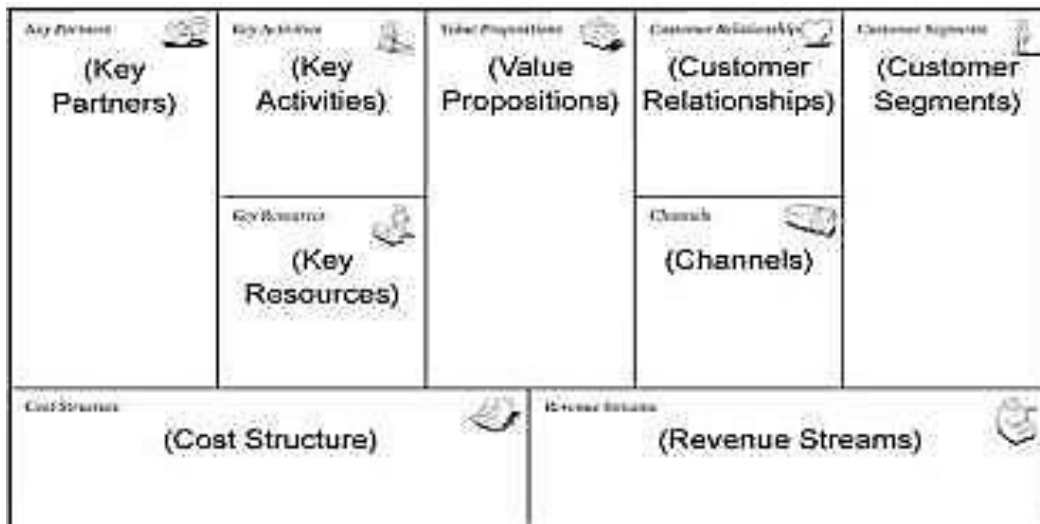
Studi kasus lainnya, berdasarkan Program Binus Bangun Desa (BBD) 2018, juga menggunakan Business Model Canvas untuk menganalisis UKM pengrajin perak lokal. Konsep ini memungkinkan peneliti untuk melihat potensi dan sumber daya agen ekonomi dan langkah selanjutnya yang diperlukan untuk memajukan perusahaan. Konsep Business Model Canvas sangat berguna untuk merancang dan mengevaluasi strategi yang digunakan oleh perusahaan. Hal ini memastikan bahwa setiap keputusan dan setiap langkah yang diambil memiliki dampak positif yang maksimal bagi perusahaan.

Bisnis model kanvas adalah kerangka kerja yang memvisualisasikan model bisnis dalam bentuk gambar dan membahasnya dengan cara yang mudah dipahami. Ini adalah alat strategi bisnis untuk mengartikulasikan konsep, pelanggan, infrastruktur, target pelanggan, dan keuangan perusahaan. Strategi ini biasanya digunakan oleh pelaku bisnis pemula agar bisa membangun bisnis yang matang. Sebelumnya, UMKM tidak banyak menggunakan strategi ini, namun dengan akses informasi yang lebih baik dan persaingan pasar yang meningkat, mengejutkan bahwa UMKM juga harus menggunakan strategi ini. Kanvas model bisnis adalah diagram visual yang terdiri dari 9 elemen strategi bisnis. Model bisnis ini pertama kali dikemukakan oleh Alexander Osterwalder dalam bukunya *Business Model Generation*. Dalam buku ini, Alexander mencoba menjelaskan kerangka kerja sederhana untuk menyajikan elemen kunci dari model bisnis. Sekilas, alur Business Model Canvas sebenarnya terlihat sangat sederhana. Secara garis besar, ada aliran dari satu elemen bisnis ke elemen berikutnya.

Osterwalder & Yves Pigneur (2014) menjelaskan bahwa Business Model Canvas terdiri dari sembilan blok bangunan bisnis. Komponen ini berisi bagian penting yang menjelaskan cara organisasi menciptakan dan memanfaatkan pelanggannya. Anda dapat secara kreatif dan inovatif mendeskripsikan, menganalisis, dan merancang manfaat Kanvas Model Bisnis untuk

membentuk, menyampaikan, dan menangkap ukuran pasar dan mendorong permintaan melalui inovasi nilai.

Seperti terdapat dalam template berikut ini:



Gambar 4. elemen bisnis model canvas yaitu:

- 1) Customer Segment, Mengidentifikasi segmen pasar sasaran sangat penting ketika mengoperasikan UMKM. Para pelaku ekonomi perlu mengidentifikasi dengan jelas konsumen beserta karakteristik dan kebutuhannya agar produk yang ditawarkan digunakan oleh orang yang tepat dan menjadi solusinya.
- 2) Value Proposition, Itu berarti memecahkan masalah dan memenuhi kebutuhan pelanggan dengan produk bernilai tambah. Bagian ini juga menjelaskan produk atau jasa yang laris manis di pasar dan secara konsisten menawarkan keunggulan nilai yang unik dan unggul dibandingkan produk serupa..
- 3) Channels, Artinya, proposisi nilai dikomunikasikan kepada pelanggan melalui saluran komunikasi, distribusi, atau penjualan. Ada berbagai jenis saluran untuk produk ini: layanan lapangan, penjualan web, toko yang dikelola langsung, toko afiliasi, dan grosir. Saluran juga memiliki beberapa tahapan: kesadaran, evaluasi, pembelian, pengiriman, dan purna jual.
- 4) Customer Relationship, Hubungan pelanggan yang dibangun dan dipelihara oleh setiap segmen pelanggan. Elemen ini memungkinkan untuk mendorong pelanggan dengan memberikan dukungan untuk meningkatkan penjualan.

-
- 5) Aliran pendapatan (revenue streams) adalah jenis pendapatan yang dihasilkan dari nilai-nilai yang ditawarkan kepada pelanggan. Elemen ini juga terdiri dari business-to-business, business-to-customer, dan business-to-customer. Transaksi bisnis-ke-bisnis, yaitu transaksi bisnis yang memberikan layanan kepada pembeli dalam jumlah besar. Business-to-customer adalah transaksi bisnis yang melayani pelanggan retail yang dapat berbelanja di toko retail. Misalnya, perusahaan yang membuka toko untuk menjual produknya. Pelanggan-ke-pelanggan, di sisi lain, adalah transaksi bisnis yang menyediakan layanan kepada distributor (bukan produsen). Yaitu, penjual online atau pengecer perorangan dengan gagasan bahwa produknya langsung sampai ke konsumen akhir eceran..
 - 6) Sumber daya utama (key resources) aset yang diperlukan untuk menyampaikan dan menyampaikan proposisi nilai. Faktor-faktor ini dapat dikelompokkan menjadi kategori: fisik, intelektual, manusia, dan ekonomi.
 - 7) Key Activities, Kegiatan yang dilakukan untuk mempertahankan dan mengkomunikasikan proposisi nilai. Elemen ini juga terbagi dalam tiga kategori: produksi, pemecahan masalah, dan platform atau jaringan..
 - 8) Key Partnership yaitu sumber daya yang bersumber dari luar organisasi/perusahaan. Pembicara mencatat bahwa elemen ini mencakup aliansi strategis antara non-pesaing, kemitraan strategis antar pesaing, usaha patungan untuk mengembangkan bisnis baru, dan antara pembeli dan pemasok untuk memastikan pasokan yang andal. Pembicara kemudian mengidentifikasi tiga motivasi untuk membangun kemitraan: optimalisasi dan skala ekonomi, mengurangi resin ketidakpastian, dan memperoleh sumber daya dan aktivitas tertentu.
 - 9) Cost Structure. Pembicara mengatakan bahwa sangat masuk akal jika struktur biaya model bisnis dapat dibagi menjadi dua kelas: didorong oleh biaya dan didorong oleh nilai. Didorong oleh biaya berfokus pada evaluasi biaya. Faktor ini memiliki karakteristik biaya tetap, biaya variabel, skala ekonomi, dan ruang lingkup ekonomi.

Business Model Canvas terkenal dengan kemampuannya bagi pengusaha untuk dengan mudah menggambar ide bisnis mereka ke dalam diagram sederhana. Menurut UU No. 20 Tahun 2008, UKM adalah:

- 1) Usaha mikro adalah usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan dan/atau badan usaha. Individu yang memenuhi kriteria
- 2) UKM adalah usaha ekonomi produktif yang didirikan dan dijalankan sendiri. Oleh orang atau badan yang bukan merupakan anak perusahaan dari perusahaan menengah atau besar, baik secara langsung maupun tidak langsung.
- 3) Perusahaan menengah adalah perusahaan komersial yang sangat produktif. Dipimpin oleh orang perseorangan atau badan hukum, bukan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikendalikan atau bagian dari apapun.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Agar suatu bisnis dapat terus berkembang maka perlu untuk membuat perencanaan bisnis yang tepat serta sebaik mungkin. Salah satu cara membuat perencanaan bisnis yang sangat populer di kalangan pelaku usaha adalah membuat bisnis model canvas. Dengan menggunakan model perencanaan bisnis tersebut, bisnis akan lebih berkembang dan efisien dalam menjangkau target market. Namun sebelum dilakukan penyuluhan mengenai Bisnis Model Canvas, para pelaku UMKM di kecamatan Cisarua Bogor sangat minim pemahamn mengenai apa itu Bisnis Model Canvas.

Untuk itu peneliti melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat, penelitian tersebut dilaksanakan di kantor desa cilember, untuk para pelaku UMKM agar lebih paham dan mengenal Bisnis Model Canvas dan bias menerapkan pada usaha meraka masing-masing. Setelah dilakukan penyuluhan, pengetahuan masyarakat desa cilember setelah diberikan materi penyuluhan mengenai bisnis model canvas atau cara menjalankan bisnis secara sistematis, dapat dikatakan meningkat sebesar 42,5 % dari yang sebelumnya tidak mengetahui sama sekali terkait dengan metode tersebut, data yang di dapat dari angket terhadap materi yang diberikan.

Saran

Mengidentifikasi segmen pasar sasaran sangat penting ketika mengoperasikan UMKM. Para pelaku ekonomi perlu mengidentifikasi dengan jelas konsumen beserta karakteristik dan kebutuhannya agar produk yang ditawarkan digunakan oleh orang yang tepat dan menjadi solusinya. Untuk memudahkan dalam memprioritaskan bagian yang tepat dalam BMC, ada beberapa kategori, mass market, niche market, segmentasi, diversivikasi dan multi sided platform.

Diharapkan kegiatan ini dapat dilakukan secara berkesinambungan untuk membantu pengusaha kecil mikro menengah mengembalikan eksistensi usahanya seperti sedia kala sebelum terjadinya pandemi. Penyuluhan Bisnis model canvas ini diberikan kepada masyarakat terutama yang mempunyai usaha agar dengan mudah memetakan bisnis/usahanya untuk dapat bersaing dan maju dalam usahanya

DAFTAR PUSTAKA

Irawati, Tchristina dan Dhamayanti D. 2020. Pendampingan UMKM Dalam Pengelolaan Keuangan Usaha Guna Peningkatan Ekonomi Masyarakat Distrik Abepura Jayapura. Amalee : Indonesian Journal of Community Research and Engagement, Vol. 1 No. 2 173-184

Tim Kewirausahaan. 2021. Materi Pelatihan Kewirausahaan. Jakarta: Universitas Nasional

Tim PPM Manajemen. 2012. Business Model Canvas: Penerapan di Indonesia. Jakarta

Profil Desa Cilember Kecamatan Cisarua. 2022. Pemerintah Desa Cilember Kabupaten Bogor

Penurunan penjualan UMKM imbas Pandemi Covid 19 di akses tanggal 3 Maret 2022

Penurunan Penjualan UMKM Imbas Pandemi Covid 19 Terdampak Covid 19 48,6 Persen UMKM Indonesia Tutup diakses tanggal 3 Maret 2022