

Penyuluhan Kewirausahaan & Workshop Perencanaan Bisnis Menggunakan *Business Model Canvas* (Bmc) Di Smk Negeri 1 Purbolinggo Kabupaten Lampung Timur

Eny Ivan's¹, Novia Ambar Sari², Wintari Mandala³, Diky Angga Hendrawan⁴

¹Universitas Nahdlatul Ulama Lampung; Jl. Raya Lintas Pantai Timur Sumatera, Kecamatan Purbolinggo, Kabupaten Lampung Timur
Email : enyivans25@gmail.com

Kilas Artikel

Abstrak

Volume 2 Nomor 2

Agustus 2022

DOI:xxx/ejpm.v%i%.xxxx

Article History

Submission: 09-07-2022

Revised: 22-07-2022

Accepted: 21-07-2022

Published: 01-08-2022

Kata Kunci:

. Kewirausahaan, BMC, Perencanaan bisnis

Keywords:

Entrepreneurship, BMC, Business planning

Korespondensi:

(Eny Ivan's)

Email:

(enyivans25@gmail.com)

Kewirausahaan merupakan pilihan alternatif bagi para generasi millennial untuk menekuninya sebagai sumber pendapatan utama. Di lingkungan akademik, kewirausahaan menjadi mata pelajaran umum yang diberikan dari tingkat pendidikan sekolah dasar sampai perguruan tinggi. Output dari mata kuliah ini adalah tertariknya para siswa untuk menjadi wirausahawan. Salah satu materi dari kewirausahaan adalah kemampuan dalam menyusun perencanaan bisnis. Perencanaan bisnis merupakan *blueprint* bagi wirausaha yang sudah maupun akan berjalan. Pendekatan dalam perencanaan bisnis yang banyak digunakan adalah Business Model Canvas. Pendekatan BMC dianggap sangat sederhana, mudah, dan lengkap sehingga mampu meringkas rencana bisnis dalam satu lembar kotak dialog yang terdiri dari 9 elemen. Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah memberikan penyuluhan dan workshop dengan materi perencanaan bisnis menggunakan pendekatan BMC. Penyuluhan dilakukan dengan metode ceramah dan *workshop* dengan FGD. Hasil kegiatan pengabdian adalah siswa menjadi tahu apa itu BMC dan bisa menerapkan perencanaan bisnis menggunakan pendekatan BMC. Kegiatan pendampingan kewirausahaan harus terus dilakukan bagi semua kalangan masyarakat terutama generasi millennial agar dapat meningkatkan ekonomi nasional dan membangun kesejahteraan masyarakat itu sendiri.

Abstract

Entrepreneurship is an alternative choice for millennials to pursue it as a main source of income. In the academic environment, entrepreneurship is a subject and a general subject given from elementary school to university level. The output of this course is the interest of students to become entrepreneurs. One of the sub-materials of entrepreneurship is the ability to develop business plans. Business planning is a blueprint for entrepreneurs who have or will run. The approach in business planning that is widely used is the Business Model Canvas. The BMC approach is considered very simple, easy, and complete so that it is able to summarize the business plan in a single sheet of dialog boxes consisting of 9 elements. The purpose of this service activity is to provide counseling and workshops with business planning materials using the BMC approach. Counseling is carried out using lecture and workshop methods with an FGD approach. The results of student service activities become aware of what BMC is and can implement business planning using the BMC approach. Entrepreneurship mentoring activities must continue to be carried out for all circles of society, especially the millennial generation in order to improve the national economy and build the welfare of the community it self.



1. PENDAHULUAN

Saat ini, berwirausaha menjadi pilihan yang menjanjikan bagi generasi millennial. Persaingan yang semakin ketat untuk memperoleh kesempatan kerja di bidang formal seperti di institusi pemerintahan atau BUMN, membuat para generasi millennial melirik wirausaha sebagai sumber pendapatan utama. Pemerintah juga sangat mendukung kewirausahaan di kalangan pemuda. Secara institusi, adanya Kementerian Ekonomi dan Kreatif merupakan dukungan dari pihak pemerintah untuk semakin berkembangnya kewirausahaan di Indonesia. Selain itu, informasi digital mengenai kewirausahaan saat ini mudah untuk diakses. Inspirasi terkait bidang usaha dan seminar-seminar kewirausahaan sangat mudah untuk didapatkan. Namun, Menurut Wijoyo, Indrawan dan Firmansyah (2020) ada sebagian kalangan orang yang berpendidikan tinggi cenderung tidak tertarik dengan pekerjaan kewirausahaan, melainkan di sektor formal. Hal ini dilatarbelakangi oleh adanya resiko besar yang harus dihadapi apabila mengambil jalan wirausaha sebagai profesi utama.

Dua hal yang merupakan aspek penting di dalam merealisasikan kreativitas berwirausaha adalah proses dan manusia. Proses harus dilakukan dengan berorientasi pada tujuan sedangkan manusia merupakan sumberdaya yang nantinya akan menentukan hasil akhirnya. Proses dalam berwirausaha boleh dilakukan dengan cara yang sama, tetapi strateginya akan berbeda jika sumberdaya manusianya berbeda. Salah satu bagian yang penting di dalam kewirausahaan adalah perencanaan bisnis. Perencanaan bisnis adalah semua rencana kegiatan yang akan dikerjakan dalam bisnis atau usaha yang meliputi alokasi sumberdaya, perhatian pada faktor-faktor kunci dan mengolah permasalahan-permasalahan dan peluang yang ada. Perencanaan bisnis tidak selalu diperuntukkan bagi usaha baru melainkan juga untuk bisnis yang telah berjalan lama (Supriyanto, 2009).

Manusia sebagai subyek kewirausahaan atau biasa disebut 'wirausahawan', merupakan seseorang yang akan merencanakan atau membuat strategi bisnis. Generasi millennial yang saat ini menduduki bangku SMK adalah sumberdaya manusia yang akan merumuskan dan memajukan dunia usaha di masa depan. Pembekalan kewirausahaan sebagai salah satu bidang keilmuan perlu diberikan agar dapat menjembatani kemampuan individu siswa dengan perkembangan dunia bisnis. SMK N 1 Purbolinggo merupakan sekolah kejuruan yang berstatus negeri dan tertarik untuk bekerja sama dengan Dosen Fakultas Pertanian, Perikanan dan Peternakan Universitas Nahdlatul Ulama Lampung. Salah satu topik yang dibutuhkan bagi mitra adalah tema kewirausahaan.

Pada dasarnya kewirausahaan merupakan aspek keilmuan yang sangat luas. Saat ini kewirausahaan tidak hanya fokus pada kegiatan menghasilkan produk akhir berupa barang yang ditransaksikan dalam jual beli. Tetapi kewirausahaan juga dapat di bidang jasa atau pelayanan. Tentu adanya variasi bentuk kewirausahaan ini muncul karena adanya ide-ide kreatif dan inovatif yang sebagian besar berasal dari kaum millennial.

Menurut Riset yang dilakukan oleh lembaga Alvara Research Center, generasi millennial menyimpan potensi besar untuk bisnis. Pada tahun 2020, generasi millennial akan mendominasi populasi di Indonesia dengan porsi sekitar 34 persen, diikuti 20 persen generasi X, dan 13 persen generasi *baby boomers*. Ada beberapa perilaku yang mencirikan generasi millennial diantaranya (a) sangat tergantung dengan internet; (b) loyalitas generasi millennial rendah; (c) mayoritas millennial lebih memilih transaksi non tunai dengan porsi mencapai 59 persen; (d) bekerja dengan lebih cepat dan cerdas sehingga *multitasking*; (e) senang berwisata; serta (f) senang berbagi, peduli dan responsif terhadap masalah sosial. Berdasarkan ciri-ciri tersebut generasi millennial dapat dikatakan memiliki peluang yang besar untuk menjadi subyek (wirausahawan) dalam dunia bisnis di masa depan.



Dalam memulai wirausaha seringkali yang menjadi kendala adalah ide dan tahapan memulainya. Bagaimana seseorang merencanakan usaha yang akan dijalankan. Apa saja yang dibutuhkan dalam memulai usaha dan pada siapa ia harus meminta dibimbing sehingga dapat meminimalisir resiko kegagalan dan kerugian. Salah satu yang harus dilakukan oleh wirausahawan dalam memulai bisnisnya (khususnya bagi pemula) adalah merencanakan dengan matang tujuan dari usahanya. Apa visi yang akan ia bawa dalam mendirikan usahanya. Apa manfaat yang akan didapatkan. Berapa biaya dan modal yang dibutuhkan. Kemana produk harus dipasarkan. Siapa yang akan menjadi sasaran dari produk yang diusahakan. Perencanaan bisnis dalam hal ini merupakan agenda yang sangat penting. Melalui perencanaan usaha maka manfaat yang akan kita peroleh adalah mengetahui model bisnis yang dijalani, target market jelas, pencarian sumber dana jelas, rencana bisnis lebih fokus dan terarah, memudahkan untuk melakukan prediksi di masa depan, dan menaikkan level bisnis.

Salah satu model bisnis yang saat ini banyak diadopsi oleh perusahaan-perusahaan besar terutama perusahaan start-up baik pada level unicorn, decacorn maupun hectocorn adalah perencanaan bisnis dengan bisnis model canvas (BMC). BMC pertama kali diperkenalkan oleh Alexander Osterwalder yang dianggap sederhana dan mudah untuk diadopsi. Di dalam BMC akan dijelaskan 9 elemen bisnis yang memberikan kemudahan bagi pelaku usaha untuk mengurai dan merinci apa saja yang harus disiapkan di dalam usahanya. Sembilan elemen dalam BMC adalah *customer segmen*, *value proposition*, *channel*, *customer relationship*, *revenue streams*, *key resources*, *key activities*, *key partners*, dan *cost structure*. Masing-masing dari 9 elemen itu secara praktis akan lebih mudah dituliskan dalam selembar kotak dialog BMC yang berisi point-point paling mendasar yang harus ada. Sehubungan dengan hal tersebut, program dan *experienced sharing* dalam bentuk penyuluhan kreatifitas dan inovasi kewirausahaan yang dituangkan dalam bentuk bisnis model canvas perlu untuk disampaikan kepada para generasi millennial baik itu kepada siswa maupun mahasiswa. Oleh karena itu, kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilakukan oleh Dosen Prodi Agribisnis UNU Lampung berupa penyuluhan dan workshop penulisan rencana bisnis dengan BMC akan diberikan kepada mitra yaitu siswa-siswa Agribisnis di SMK N 1 Purbolinggo.

2. METODE

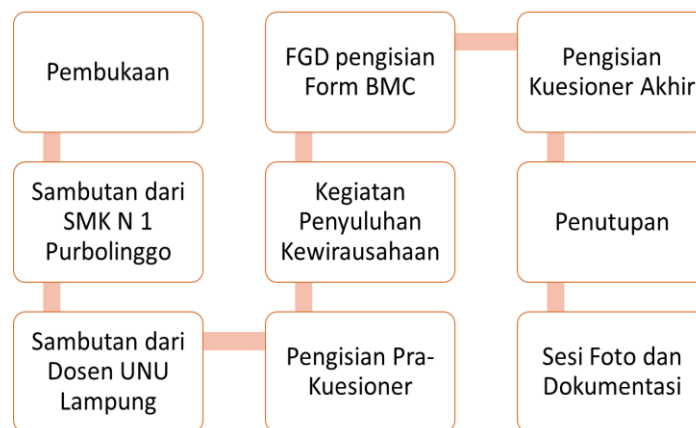
Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di SMK Negeri 1 Purbolinggo, Kabupaten Lampung Timur. Kegiatan dilaksanakan pada hari Selasa, 14 Juni 2022. Pelaksanaan PKM dilakukan pada pukul 09.00 sampai dengan pukul 12.00 WIB. Jumlah siswa-siswi Jurusan Agribisnis di SMK N 1 Purbolinggo berjumlah 28 orang dengan pembagian kelas X terdiri dari 15 orang dan kelas XI terdiri dari 13 orang. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dalam bentuk ceramah dan FGD. Metode ceramah diperlukan untuk kegiatan penyuluhan yakni penyampaian materi perencanaan bisnis dengan model canvas bagi siswa SMK. Perencanaan bisnis dianggap penting karena merupakan start goal bagi seseorang untuk membuka bisnisnya. Adapun kegiatan FGD dilakukan dengan membentuk kelompok-kelompok kecil dari seluruh peserta yang hadir, kemudian diberikan kotak dialog BMC untuk diisi. Satu kelompok berisi 3 orang. Bisnis plan yang dibuat harapannya bergerak di sektor pertanian baik dari hulu hingga hilir.

Kegiatan evaluasi dilakukan sebanyak dua kali yaitu pada awal dan akhir kegiatan. Evaluasi pertama pada awal kegiatan dilakukan untuk mengetahui pengetahuan siswa tentang kewirausahaan dan keterlibatan mereka dalam kegiatan berwirausaha. Selain itu, evaluasi juga dilakukan terhadap seberapa jauh mereka mengenal materi tentang Bisnis Model Canvas



yang saat ini banyak digunakan untuk merencanakan bisnis start-up terutama di kalangan millennial. Evaluasi kedua dilakukan untuk mengetahui peningkatan pengetahuan siswa setelah dilakukannya sosialisasi tentang pentingnya kewirausahaan dan FGD pengisian form *business model canvas*.

Tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah pembukaan, sambutan dari perwakilan SMK N 1 Purbolinggo, sambutan dari perwakilan dosen UNU Lampung, pemberian kuesioner awal, kegiatan penyuluhan, FGD pengisian form BMC, pengisian kuesioner akhir, penutupan dan sesi foto dokumentasi. Secara sistematis tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Alur Kegiatan Pengabdian Masyarakat

3. HASIL & PEMBAHASAN

Profil Peserta Penyuluhan dan Workshop BMC

Kegiatan pengabdian dilakukan di SMK Negeri 1 Purbolinggo yang terletak di Desa Tegal Gondo, Kecamatan Purbolinggo, Kabupaten Lampung Timur. SMK Negeri 1 Purbolinggo baru dua tahun berdiri sehingga belum memiliki alumni dan siswa-siswinya baru kelas X dan XI. Terdapat beberapa jurusan di SMK Negeri 1 Purbolinggo antara lain multimedia, jaringan komputer, dan Agribisnis. Pada kegiatan PKM yang dilaksanakan di SMK N 1 Purbolinggo, partisipan dalam kegiatan PKM adalah siswa-siswi dari jurusan Agribisnis. Hal ini karena kegiatan PKM dilaksanakan oleh tim dosen dari Prodi UNU Lampung. Terdapat kesamaan dalam hal kurikulum khususnya untuk mata pelajaran atau mata kuliah baik di Agribisnis UNU maupun di sekolah mitra, yaitu mata kuliah atau mata pelajaran kewirausahaan. Oleh karena itu tema kegiatan difokuskan pada kewirausahaan. Jumlah peserta pada kegiatan PKM sebanyak 28 siswa ditambah 2 guru pendamping.

Hasil Evaluasi Awal

Evaluasi awal dilakukan sebelum kegiatan penyuluhan kewirausahaan dan workshop penyusunan rencana bisnis menggunakan BMC. Kegiatan evaluasi dilakukan dengan memberikan pertanyaan terukur melalui instrumen yang berguna untuk mengetahui sejauh apa pengetahuan siswa tentang kewirausahaan dan juga perencanaan bisnis menggunakan model BMC. Pertanyaan yang diberikan sebanyak 11 pertanyaan yang diisi oleh 28 siswa-siswi sekolah mitra. Berdasarkan 11 pertanyaan yang diberikan kepada siswa diantaranya berkaitan dengan:



Literasi: Jurnal Pengabdian pada Masyarakat is licensed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License. All Rights Reserved e-ISSN 2775-3301

- a. Ada tidaknya mata pelajaran kewirausahaan di sekolah
- b. Ketertarikan dengan mata pelajaran kewirausahaan
- c. Kewirausahaan praktik atau teori
- d. Keikutsertaan dalam pelatihan kewirausahaan
- e. Memiliki rencana usaha?
- f. Bisnis model canvas
- g. Ketertarikan pelatihan BMC

Kegiatan Penyuluhan Perencanaan Bisnis Menggunakan Pendekatan BMC

a) Mengapa Harus Merencanakan Bisnis?

Merencanakan bisnis adalah aktivitas yang paling menentukan di dalam memulai suatu usaha. Bisnis yang terencanakan dengan baik, sama halnya telah menyelamatkan pelaku usaha dari kegagalan dan kerugian. Era digital seperti saat ini sangat menggiurkan bagi generasi millennial untuk turut serta dalam kompetisi bisnis. Informasi dan data tersedia sangat luas sehingga generasi millennial dapat mengambil peran yang sangat tinggi dalam mewujudkan perekonomian nasional.

Telah terjadi banyak perubahan dengan adanya transformasi digital dalam tatanan hidup manusia. Mulai dari cara bersosialisasi, melakukan aktivitas sehari-hari dan preferensi konsumen dalam memutuskan pembelian terhadap barang dan jasa. Perubahan tersebut berimplikasi pada semakin tumbuh dan bervariasinya model perencanaan bisnis. Kapasitas internal organisasi dalam berbagai aspek manajemen dan SDM penting untuk dikembangkan dan ditingkatkan. Kondisi *high performance organization* dapat terealisasi jika setiap bagian yang ada di dalam perusahaan mampu menjalankan peran dan fungsinya masing-masing. Kepemimpinan juga menjadi salah satu faktor yang menentukan berhasilnya suatu bisnis, terutama pemimpin-pemimpin yang mampu berpikir kreatif dan inovatif. Hal ini karena ide-ide bisnis yang *briliant* lahir dari para kreator dan inovator yang didukung dengan gaya kepemimpinan yang baik (Siregar, etc. 2020).

Para pemimpin di dalam suatu bisnis (pelaku bisnis) harus memiliki ide dan gagasan yang menarik dan unik. Ide-ide yang ditawarkan harus memiliki nilai komersial tinggi. Namun, ide hanya akan menjadi ide jika tidak direalisasikan dalam bisnis riil. Bisnis riil akan berjalan dengan lebih baik jika dilakukan perencanaan bisnis yang layak, *profitable* dan berjangka panjang atau pendek (Supriyanto, 2009). Oleh karena itu, perencanaan bisnis perlu dilakukan karena merupakan penyambung antara ide bisnis dengan bisnis riil.

Munawaroh (2016) menjelaskan bahwa setidaknya ada empat alasan mengapa harus melakukan perencanaan bisnis dalam setiap usaha yang akan dilakukan yakni:

- a) Mengetahui apa saja yang dibutuhkan dalam menjalankan bisnis
- b) Membuat fokus pada tujuan
- c) Menghadapi persaingan dengan kompetitor
- d) Mendapatkan modal dari investor

Menurut Firmansyah dan Roosmawarni (2019) lima alasan mengapa perencanaan bisnis harus dibuat sedemikian menarik adalah bisnis plan adalah blue print dari usaha yang akan dijalankan, sebagai alat mencari dana, sebagai sarana komunikasi untuk menarik konsumen, investor dan supplier, memberikan kemudahan dan langkah-langkah praktis serta menjadi pedoman evaluasi ketika bisnis dijalankan.

Menurut Supriyanto (2009), hal yang paling penting dari perencanaan bisnis adalah analisis cash flow dan detail pelaksanaan. Komponen utamanya antara lain ringkasan, deskripsi perusahaan, barang atau jasa yang akan diusahakan, analisis aspek pasar,



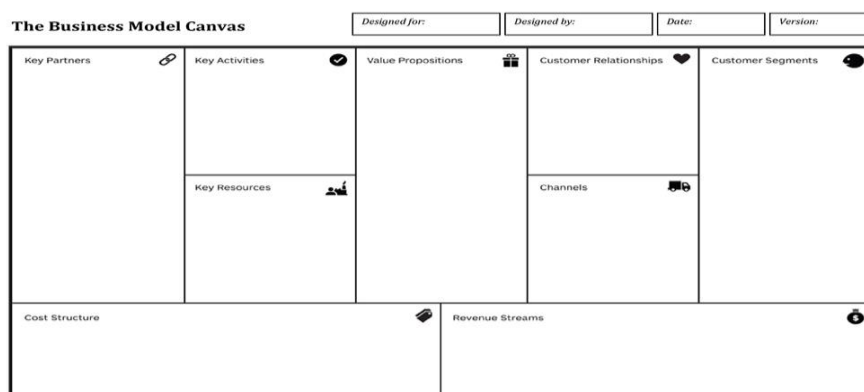
analisis aspek teknis/produksi, analisis aspek manajemen, dan analisis aspek finansial/keuangan.

b) Mengapa Bisnis Model Canvas?

Salah satu model perencanaan bisnis yang saat ini banyak digunakan adalah Bisnis Model Canvas atau yang biasa disebut dengan BMC. BMC merupakan *tools* yang dapat membantu para pelaku usaha untuk membuat profil pelanggan dengan cara yang mudah dan sederhana. BMC pertama kali ditemukan oleh Alexander Osterwalder dan koleganya, yang melihat kinerja perusahaan berdasarkan 9 elemen. Namun, titik utamanya adalah pada empat bidang utama yaitu pelanggan, penawaran, infrastruktur dan kelangsungan finansial.

Analisis melalui BMC dapat melihat bisnis secara garis besar namun setiap elemen yang terkait dengan bisnis akan terlihat lengkap serta rinci. Bagi usaha yang belum dimulai atau dijalankan dapat digunakan sebagai pedoman untuk melangkah tahap demi tahapnya. Adapun untuk usaha yang sudah dijalankan dapat menjadi evaluasi sehingga dapat diketahui apa yang dirasa kurang tepat dan dapat meminimalisir resiko kegagalan usaha (Fitriani, 2019). Kesembilan komponen di dalam BMC terdiri dari:

- 1) *Customer Segment* menggambarkan sekelompok orang atau organisasi yang menjadi target yang dijangkau atau yang dilayani.
- 2) *Value Proposition* merupakan daya tarik bagi pembeli yang ditawarkan oleh perusahaan sehingga memenuhi kepuasan konsumen.
- 3) *Channels* adalah cara perusahaan untuk menjangkau konsumen.
- 4) *Customer Relationship* yaitu suatu cara yang dilakukan perusahaan untuk membangun suatu hubungan dengan konsumen.
- 5) *Revenue Stream* merupakan sumber pemasukan bagi perusahaan yang didapatkan dari daya tarik yang diciptakan perusahaan untuk konsumen
- 6) *Key Resource* adalah sumber daya utama yang dimiliki perusahaan dalam membangun bisnisnya.
- 7) *Key Partnership* yaitu mitra kerja yang dilakukan oleh perusahaan khususnya supplier.
- 8) *Key Activities* yaitu aktivitas utama yang terkait dengan produksi di perusahaan.
- 9) *Cost Structure* yaitu biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk mendukung semua aktivitas-aktivitas di atas.



Gambar 2. 9 Elemen Kotak Dialog BMC

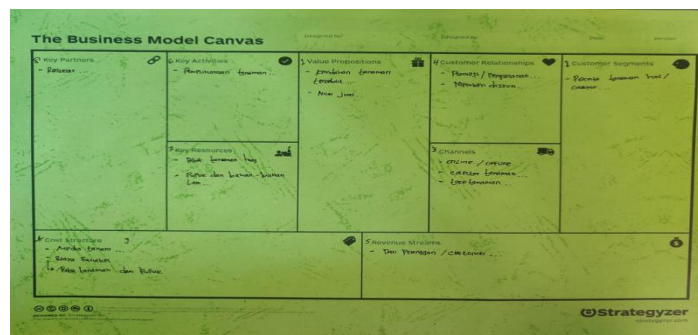


Hasil Kegiatan Workshop Penyusunan Rencana Bisnis Menggunakan BMC

Setelah materi kewirausahaan dan perencanaan bisnis dengan menggunakan BMC disampaikan, maka agenda selanjutnya adalah mengajak para siswa untuk turut aktif dalam menyusun BMC. Siswa dibuat per kelompok yang terdiri dari 3-4 orang. Setiap kelompok diberikan kebebasan untuk memilih jenis usaha yang akan dijalankan. Setiap kelompok diberikan satu lembar kotak dialog BMC yang terdiri dari 9 elemen. Satu tim PKM memandu untuk mengisi kotak dialog BMC dengan memberikan contoh dan cara pengisian, sedangkan yang lain berkeliling dari satu kelompok ke kelompok lainnya untuk memandu dari dekat.

Dari 28 siswa yang hadir sebagai peserta pengabdian, terdapat 10 kelompok FGD. Masing-masing kelompok menentukan rencana usaha yang akan dijalankan, diantaranya mengambil rencana usaha berupa bisnis fashion, peternakan, kuliner, dan pertanian. Berikut ini akan dipaparkan beberapa hasil pengisian kotak dialog BMC oleh siswa di sekolah mitra pengabdian.

Di bidang *fashion*, satu kelompok siswa memiliki rencana usaha membuka butik yang menjual pakaian wanita dengan *style* dan model yang kekinian. Segmentasi pasarnya adalah wanita dewasa dan remaja putri. *Value Propositions* yang diinginkan adalah menjual produk *fashion* dengan desain yang mengusung konsep elegan tapi simpel. *Channel* yang akan digunakan adalah media sosial seperti facebook, instagram, whatsapp story, toko online, toko offline. Untuk menjalin kedekatan dengan pelanggan, mitra mengutamakan konsep pelayanan yang baik, cepat, dan ramah. Dalam hal ini, yang menjadi penerimaan utamanya adalah penjualan pakaian yang mengusung konsep elegan dan simpel. Oleh karena itu, aktivitas utamanya adalah kegiatan produksi pakaian (menjahit sendiri) dan juga promosi. Sumberdaya yang dibutuhkan antara lain mesin jahit, kain, benang, dan alat-alat menggambar pola. Mitra membutuhkan partner utama untuk memenuhi sumberdaya, juga untuk membantu dalam mendistribusikan produk yang dihasilkan sehingga siswa membutuhkan reseller. Seharusnya, siswa juga menuliskan darimana bahan baku diperoleh, siapa mitranya. Karena bahan baku harus dapat secara kontinyu disediakan jika menginginkan *value proposition* terpenuhi dengan baik. Gambar 3 menunjukkan hasil pengisian kotak dialog BMC oleh siswa di kelompok 5.

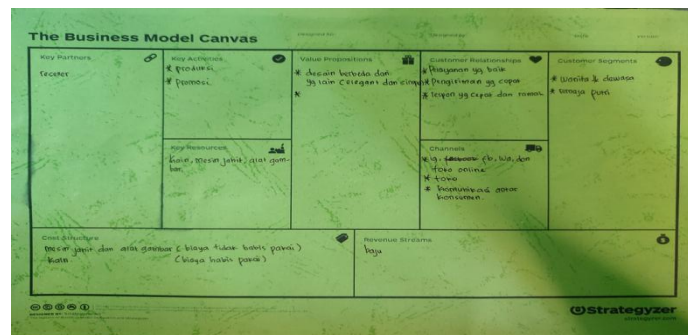


Gambar 3. Hasil Pengisian Kotak Dialog BMC oleh Siswa Kelompok 5

Di bidang kuliner, ada kelompok siswa yang merepresentasikan usaha chicken. Menurut siswa, segmentasi pasar yang cukup jelas di bidang usaha ini adalah ibu-ibu dan anak-anak. *Value proposition* yang diinginkan adalah adanya pelayanan jarak jauh bagi konsumen yang ingin membeli produk chicken. Oleh karena itu, channel yang dibutuhkan adalah melalui media sosial dan juga toko offline. *Customer relationship* yang dituliskan adalah membuat



produk yang berkualitas. Dalam hal ini, akan lebih baik jika siswa menuliskan juga bagaimana supaya konsumen melakukan *rebuying* misalnya dengan membuat pengumuman diskon yang disampaikan kepada konsumen satu hari sebelum rencana diskon diberikan melalui media sosial, atau akun konsumen yang terkoneksi dengan media sosial siswa. Selanjutnya pada elemen *revenue streams*, siswa menuliskan adanya potongan harga dan gratis ongkir. Pemilihan ini kurang tepat, karena *revenue streams* dimaksudkan untuk menjelaskan darimana penerimaan utama didapatkan. Seharusnya siswa menuliskan dari menjual chicken, karena produk utamanya yaitu chicken. *Key activities* yang dipilih siswa adalah promosi dengan jargon bahan organik. Maksudnya seperti apa? Karena yang dijual adalah chicken, apa hubungannya dengan bahan organik. Apakah yang dimaksud ayam yang digunakan sebagai chicken adalah ayam organik? *Key activities* juga kurang tepat, seharusnya kegiatan kunci utamanya adalah produksi, dalam hal ini memproduksi chicken melalui penggorengan. Adapun untuk *key resources* sebaiknya diperjelas apa bahan baku utamanya, misalnya ayam, minyak goreng, terigu, telur dan peralatan penggorengan. *Key partner* yang dituliskan sudah tepat yaitu pengusaha ayam, pedagang ayam dan siapjek. Siapjek adalah platform ekspedisi lokal seperti grab atau gojek. Bagian terakhir adalah *cost structure* yaitu biaya yang dikeluarkan. Tetapi, siswa tidak tepat dalam menuliskan jenis-jenis biaya yang dikeluarkan. Siswa justru menulis sumber pengeluarannya yaitu modal sendiri dan kerjasama dengan mitra. Seharusnya identifikasi jenis-jenis biaya yang akan dikeluarkan untuk usaha chicken yang akan dilakukan. Gambar 4 menunjukkan hasil pengisian kotak dialog BMC oleh siswa dari kelompok 7.



Gambar 4. Hasil Pengisian Kotak Dialog BMC oleh Siswa Kelompok 7

Berdasarkan pengamatan dari 10 kelompok yang mengisi kotak dialog BMC, siswa masih sulit membedakan antara elemen *customer relationship* dengan *channels*. Secara teknis, *customer relationship* dimaksudkan agar pengusaha tahu bagaimana supaya pelanggan ini tetap intens berkomunikasi dan berhubungan dengan pelaku usaha. Maka apa yang diperlukan untuk komunikasi itu terjadi. Jika pelanggan baru membeli produk, dan pelanggan baru itu tidak berdomisili di tempat pelaku usaha itu berada, maka kecil kemungkinan pelanggan baru akan kembali untuk melakukan *rebuying*. Di saat pelanggan baru itu datang, pelaku usaha seharusnya mengikatnya ke dalam sistem. Dalam hal ini, ketika pelaku usaha memiliki informasi baru tentang usahanya, pelanggan baru itu dapat tahu informasinya. Bagaimana caranya? Jika pelaku usaha menjual produknya secara online dan offline, maka sudah pasti pelaku usaha memerlukan media sosial. Untuk menjaga hubungan baik itu, pelanggan perlu diketahui apa media sosialnya dan apa emailnya, sehingga pelaku usaha bisa memberikan informasi lebih cepat tentang usahanya. Dengan begitu, kemungkinan pelanggan baru akan melakukan *rebuying* jauh lebih besar. Adapun channel berkaitan dengan dimana pelaku usaha



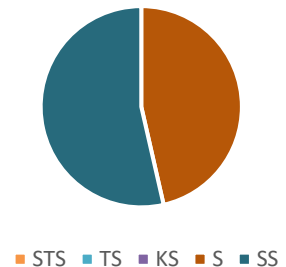
akan menjual produk usahanya? Terlepas ia akan mengikat pelanggan baru atau tidak, *channel* harus diketahui. Jika segmentasi pasar pelaku usaha adalah anak-anak muda, maka apa yang paling dekat dengan karakteristik anak muda? Tentu internet dan handphone. Artinya, keberadaan mereka lebih banyak di dunia internet. Sehingga kita memerlukan tempat yang lebih dekat dengan anak-anak muda sehingga produk akan lebih dekat untuk dijangkau (dibeli). Dengan demikian, *channel* yang relevan dengan kondisi tersebut adalah keberadaan toko secara online yang tersedia di media sosial apakah itu *e-commerce* atau bukan.

Kondisi di atas, banyak dijumpai pada usaha yang sudah berjalan. Pada saat dievaluasi perencanaan bisnisnya menggunakan metode pendekatan BMC, banyak elemen yang harus diperbaiki. Hal ini senada dengan hasil penelitian oleh Zulkarnain, dkk (2020) pada PT Pitu Kreatif Berkah. Enam dari sembilan elemen perlu dievaluasi yaitu pada elemen *customer segment*, *customer relationship*, *channels*, *key activites*, *key partnership* dan *cost structure*.

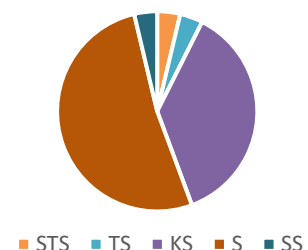
Hasil Evaluasi Akhir

Setelah kegiatan penyuluhan kewirausahaan melalui penyampaian materi bisnis plan menggunakan BMC dan workshop BMC dilakukan, siswa diberikan kuesioner kedua untuk mengevaluasi hasil pelaksanaan PKM oleh tim PKM. Evaluasi bertujuan untuk melihat apakah kegiatan PKM memberikan *impact* yang positif kepada siswa di sekolah mitra. Pertanyaan kuesioner evaluasi kedua terdiri dari 10 pertanyaan. Jawaban diberikan secara *multiple choice* dengan memberikan *checklist* pada salah satu dari 5 alternatif jawaban yaitu sangat tidak setuju, tidak setuju, kurang setuju, setuju dan sangat setuju. Pertanyaan tersebut diantaranya meliputi:

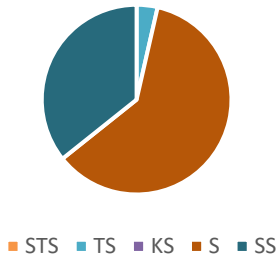
- a. Pelatihan BMC sesuai dengan bidang kewirausahaan
Dalam menjalankan usaha diperlukan perencanaan bisnis yang matang. Ada banyak cara dalam menyusun perencanaan bisnis, diantaranya menggunakan proposal bisnis dan BMC. Pada kesempatan ini kegiatan PKM yang dilaksanakan dosen FP3 UNU Lampung memilih menggunakan pendekatan BMC. Pertanyaan yang diajukan kepada siswa, apakah BMC ini sesuai digunakan untuk melakukan perencanaan bisnis di bidang kewirausahaan. Berdasarkan hasil survei diketahui bahwa 46,43 persen siswa menjawab setuju dan 53,57 persen menjawab sangat setuju.



- b. Keaktifan dalam pelatihan BMC
Di dalam workshop yang dilakukan pada kegiatan PKM, siswa diajak turut serta untuk aktif merencanakan usaha yang akan dijalankan. Kegiatan ini dilakukan melalui FGD dengan membuat kelompok-kelompok kecil. Hal ini supaya materi yang sebelumnya sudah diberikan dapat terekam lebih baik pada memori siswa dengan harapan akan ada praktik nyata di kemudia hari. Berdasarkan hasil survei melalui pertanyaan keaktifan siswa dalam workshop BMC, 3,57 persen menjawab sangat tidak setuju, tidak setuju, dan sangat setuju; 35,37 persen menjawab kurang setuju; serta 50 persen menjawab setuju.



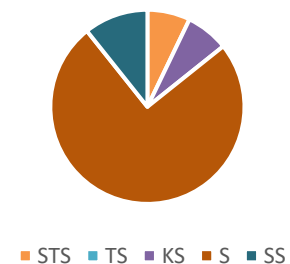
c. Pelatihan BMC memberikan pengetahuan baru



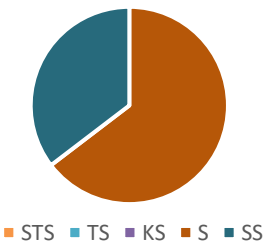
Sebagaimana pada saat dilakukan komunikasi sebelum dilaksanakan PKM, bahwa siswa-siswi di sekolah mitra mendapatkan mata pelajaran kewirausahaan namun belum pernah mendapat tema yang berkaitan dengan perencanaan bisnis seperti menggunakan BMC. Oleh karena itu, pertanyaan ini kami berikan untuk evaluasi apakah siswa memperoleh pengetahuan baru dari kegiatan PKM. Berdasarkan kuesioner yang dijawab oleh 28 siswa, 3,57 persen menjawab tidak setuju; 60,71 persen menjawab setuju dan 35,71 persen menjawab sangat setuju.

d. Pelatihan BMC mudah untuk diikuti

Pertanyaan selanjutnya adalah apakah pelatihan BMC mudah diikuti. Sebagai pemateri kami mendesain secara lebih teknis dan praktis, dimana siswa dibentuk menjadi kelompok-kelompok kecil, diberikan lembar kertas dialog dan didampingi dalam pengisian sehingga ada sesi tanya jawab pada saat pengisian. Pertanyaan ini ingin mengetahui apakah dengan tindakan yang diberikan oleh tim PKM dapat ditangkap dengan mudah tidak oleh siswa. Berdasarkan hasil jawab kuesioner, 3,57 persen siswa menjawab tidak setuju; 21,42 persen menjawab kurang setuju; 46,43 persen menjawab setuju dan 28,57 persen menjawab sangat setuju.



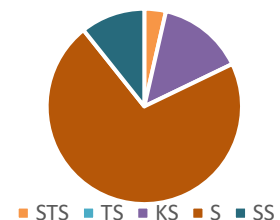
e. BMC membantu menjalankan wirausaha



Pertanyaan berikutnya terkait apakah dengan mengikuti workshop BMC siswa merasa telah lebih paham dan terbantu untuk merencanakan wirausaha. Hasil jawab kuesioner sebesar 64,63 persen menjawab setuju dan 3,37 persen menjawab sangat setuju. Hal ini berarti, workshop BMC memberikan insight baru bagi siswa tentang perencanaan bisnis.

f. BMC lebih praktis

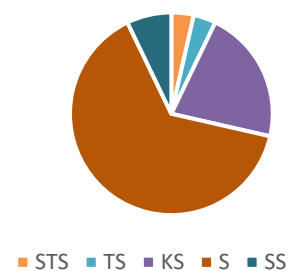
Evaluasi berikutnya berkaitan dengan kepraktisan dari BMC sebagai alat bantu untuk merencanakan bisnis. Berdasarkan hasil survei, 3,57 persen siswa menjawab sangat tidak setuju; 14,28 persen kurang setuju; 71,43 persen menjawab setuju dan 10,71 persen menjawab sangat setuju.



g. Ketertarikan menjalankan usaha dengan melakukan perencanaan menggunakan BMC
 Perencanaan bisnis baik dilakukan untuk usaha yang akan dijalankan maupun yang sudah berjalan. Dengan merencanakan bisnis menggunakan BMC pelaku usaha akan tahu bahwa antara satu elemen dengan elemen yang lain saling terkait. Dengan demikian, setiap celah kekurangan dapat diminimalisir dengan cara mempersiapkan



strategi-strategi tertentu. Berdasarkan hasil survei, siswa merasa tertarik untuk melakukan perencanaan bisnis menggunakan BMC dengan persentase sebesar 3,57 persen siswa menjawab sangat tidak setuju, tidak setuju; 21,43 persen menjawab kurang setuju; 64,63 persen menjawab setuju dan 7,14 persen menjawab sangat setuju. Perencanaan yang mudah dan terkesana asyik menggunakan pendekatan BMC menjadikan siswa tertarik untuk mulai merencanakan bisnisnya dengan pendekatan BMC.



h. Kerjasama dan pelatihan kewirausahaan berkesinambungan



■ STS ■ TS ■ KS ■ S ■ SS

Pertanyaan terakhir berkaitan dengan kesinambungan kegiatan antara tim PKM dari UNU Lampung dengan penerimaan siswa. Berdasarkan hasil survei 7,14 persen siswa menjawab sangat tidak setuju dan kurang setuju; 75 persen menjawab setuju dan 10,71 persen menjawab sangat setuju.

4. KESIMPULAN

Penyusunan rencana bisnis selama ini banyak dilakukan dengan membuat proposal bisnis yang melingkupi banyak aspek dan terlalu panjang. Munculnya model BMC yang dirasa lebih simpel dan lengkap ini membuat penyusunan rencana bisnis menjadi lebih mudah dan lebih terlihat hingga pada tahap teknisnya. Keterkaitan antara satu elemen dengan elemen yang lain menggambarkan bisnis adalah rangkaian panjang yang tidak bisa berdiri sendiri dan perlu manajemen yang baik.

Generasi millennial terutama siswa siswi setingkat SMK sangat berpotensi untuk menjadi entrepreneur karena memang alumni SMK disiapkan untuk bisa diterima di dunia kerja. Potensi wirausaha di bidang agribisnis juga terbuka lebar dari hulu hingga ke hilir. Dalam melihat peluang usaha di sektor pertanian, perencanaan bisnis diperlukan karena karakteristik produk pertanian adalah tidak dapat bertahan dalam jangka waktu yang lama. Oleh karena itu, penyuluhan tentang kewirausahaan dengan topik perencanaan bisnis menggunakan model yang simpel dan lengkap seperti BMC perlu disosialisasikan.

Kegiatan pengabdian yang dilaksanakan oleh tim dosen FP3 UNU Lampung telah mencapai tujuan yang diharapkan. Dalam hal ini terjadi transfer ilmu pengetahuan dari perguruan tinggi kepada para siswa di sekolah. Siswa menemukan gagasan-gagasan usaha yang diharapkan dapat direalisasikan di kemudian hari. Siswa juga dapat menyusun sendiri elemen-elemen yang seharusnya dilakukan oleh para pelaku usaha sesuai dengan jenis usaha yang dipilih. Kegiatan pengabdian berjalan dengan baik serta sesuai dengan rencana.

Saran untuk kegiatan selanjutnya adalah dapat dilakukan secara lebih intensif misalnya dengan pendampingan usaha skala kecil dan menengah untuk para generasi millennial. Selain itu juga bisa menggandeng para penggiat atau komunitas pengusaha sehingga bisa memberikan inspirasi yang lebih rill kepada para siswa.



5. UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kami sampaikan kepada UNU Lampung yang telah mendanai kegiatan PKM ini melalui dana internal pengabdian kampus. Kami juga menyampaikan terimakasih kepada mitra pengabdian yaitu SMK Negeri 1 Purbolinggo yang telah menyediakan siswa dan tempat serta menyambut baik kehadiran kami di sekolah mitra.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahsan, Muhamad. (2014). *Kewirausahaan (Sebuah Pengantar)*. PT. Revka Petra Media. Surabaya.
- Firmansyah, M.A., Roosmawarni, A. (2019). *Kewirausahaan (Dasar dan Konsep)*. Qiara Media.
- Fitriani, Ratih dan Sultan, Mokhammad Adib. (2019). *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, Vol. 10 No 2. September 2019.
- Munawaroh., Rimiwati., Hindasah. (2016). *Perencanaan Bisnis*. LP3M UMY. Yogyakarta.
- Rintisan: *Startup, Talenta Digital, Ide, Inovasi*. (2020). *Majalah Rintisan Kemkominfo*, Vol. 03, September 2020.
- Siregar, O., M., Selwendri., Maulidina., Abdillah, M.B. (2020). *Penerapan Bisnis Model Canvas Sentral UMKM*. Puspantara Publishing. Sumatra Utara.
- Supriyanto. (2009). *Business Plan Sebagai Langkah Awal Memulai Usaha*. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, Volume 6 No 1, April 2009.
- Wijoyo, H., Indrawan, I., Frimansyah. (2020). *Kewirausahaan Berbasis Teknologi (Teknopreneurship)*. Pena Persada. Banyumas.
- Zulkarnain., Saputra, M. G., Silvia, Deli. (2020). *Strategi Pengembangan Bisnis Melalui Pendekatan Business Model Canvas pada PT Pitu Kreatif Berkah*. *Journal Industrial Services*, Vol. 6, No. 1, Oktober 2020.

