

Realizing Economic Independence of Housewives through the Provision of Business Model Canvas Education

Mewujudkan Kemandirian Ekonomi Ibu-Ibu Rumah Tangga Melalui Pemberian Edukasi Business Model Canvas

Beatrix Adelaide Herijanto¹, Bill Smith Sayuti², Sri Natasya Br Sitepu^{3*}

^{1,2,3}Manajemen Bisnis Internasional, Fakultas Bisnis & Manajemen, Universitas Ciputra Surabaya, Indonesia

¹badelaide@student.ciputra.ac.id, ²bsmithsayuti@student.ciputra.ac.id, ³nathasya.sitepu@ciputra.ac.id

Abstrak

Program pemberdayaan ibu-ibu rumah tangga di desa Glagaharum bertujuan untuk mengatasi masalah keterbatasan pengetahuan bisnis yang dimiliki oleh kalangan ibu-ibu yang memiliki kemampuan untuk menjahit. Melalui pemberian edukasi pengetahuan business model canvas, diharapkan bahwa ibu-ibu yang mengikuti pelatihan ini dapat merancang bisnis mereka sendiri secara mandiri dan efektif. Kegiatan ini diawali dengan pemberian pre-test kepada 8 orang ibu-ibu peserta dilanjutkan dengan proses identifikasi proposisi nilai dari setiap ibu-ibu, lalu penjelasan daripada setiap elemen yang ada pada business model canvas seperti segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran distribusi, hubungan dengan pelanggan, sumber daya utama, aktivitas kunci, mitra utama, sumber pendapatan, dan struktur biaya. Hasil dari program ini dapat dilihat dengan hasil pemberian post-test yang memiliki peningkatan nilai daripada pre-test. Ditambah ibu-ibu peserta kegiatan pada pertemuan tersebut sudah dapat merancang dan menyusun model bisnis mereka masing-masing dalam business model canvas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dari ibu-ibu dalam pengetahuan bisnis dan diharapkan bahwa ibu-ibu peserta dapat merancang model bisnis mereka dengan lebih terstruktur dan berorientasi terhadap pasar.

Kata Kunci: *Business Model Canvas; Pre-Test; Post-Test; Ibu Rumah Tangga; Pengetahuan Bisnis*

Abstract

The empowerment program for housewives in Glagaharum village aims to address the lack of business knowledge among women who have sewing skills. Through the provision of education on the Business Model Canvas, it is expected that the women participating in this training can independently and effectively design their own businesses. This activity begins with a pre-test given to 8 people followed by the process of identifying the value proposition of each participant, and then an explanation of each element in the Business Model Canvas such as customer segments, value propositions, distribution channels, customer relationships, key resources, key activities, key partners, revenue streams, and cost structure. The results of this program can be seen through the post-test results, which show an improvement in scores compared to the pre-test. Additionally, the participants were able to design and organize their own business models using Business Model Canvas during the meeting. Therefore, it can be concluded that this activity shows an increase in the participants' understanding of business knowledge, and it is hoped that the participants can design their business models in a more structured and market-oriented manner.

Keyword: *Business Model Canvas; Pre-Test; Post-Test; Housewives; Business Knowledge*

Submitted: 2024-10-22

Revision: 2024-10-29

Accepted: 2024-11-23



LATAR BELAKANG

Desa Glagaharum merupakan desa terdampak Lumpur Lapindo yang terletak di Kecamatan Porong, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur. Menurut Pendataan Keluarga (PK) Desa Glagaharum tahun 2021, jumlah total penduduk Desa Glagaharum adalah 4.506 jiwa. Sebesar 42,81% penduduk didominasi oleh perempuan dan 24,86% diantaranya masih belum cukup produktif, ini mencakup penduduk belum bekerja, mengurus rumah tangga, dan tidak mempunyai pekerjaan tetap. Mayoritas keluarga di Desa Glagaharum masih memerlukan bantuan finansial. Rata-rata kepala keluarga merupakan pekerja serabutan, karyawan, pegawai honorer, atau wiraswasta dengan pendapatan yang tidak menentu atau di bawah Upah Minimum Kabupaten Sidoarjo, yakni Rp 4.638.582,- (Setyaningrum, 2023). Data *Sustainable Development Goals* juga menunjukkan capaian pertumbuhan ekonomi desa sebesar 27.86 poin dengan 612 penganggur terbuka. Menurut Pendataan Keluarga 2021, mayoritas penduduk adalah lulusan SLTA (1.169 orang), sehingga peluang kerja untuk mereka kecil karena kriteria pendidikan untuk lowongan semakin ketat.

Urgensi penelitian ini memberikan peningkatan pengetahuan dan pendapatan bagi ibu-ibu rumah tangga. Peningkatan pengetahuan akan meningkatkan kapasitas dan produktivitas ibu rumah tangga. Peningkatan pendapatan mengatasi permasalahan keuangan rumah tangga. Total pengeluaran bulanan yang melebihi pendapatan menjadi permasalahan serius yang dihadapi oleh masyarakat Glagaharum. Pengeluaran keluarga berkisar antara Rp 2.000.000,- hingga Rp 3.000.000,- per bulan, sementara pendapatan kepala keluarga rata-rata hanya Rp 1.000.000,- hingga Rp 2.500.000,- per bulan. Permasalahan ini membuat ibu rumah tangga harus berupaya meningkatkan kualitas hidup keluarganya. Berdasarkan hasil survei menunjukkan mayoritas ibu rumah tangga di Glagaharum memiliki kemampuan dasar menjahit, manik-manik, dan merajut. Melalui kemampuan menjahit yang dimiliki, menjadi peluang untuk berkarir sebagai wirausaha yang dapat dimanfaatkan ibu-ibu rumah tangga untuk menambah pendapatan keluarganya. Menurut Furqoniah (2021), Wirausahawan (*entrepreneurship*) adalah orang yang berani untuk mengambil resiko membuka usaha dalam berbagai kesempatan.



Gambar 1. Hasil Menjahit Ibu Rumah Tangga Desa Glagaharum

Dari hasil kunjungan ini, ditemukan bahwa sebagian besar dari mereka telah memiliki mesin jahit dan memiliki usaha yang bergerak dalam bidang *fashion* ataupun permak. Namun, minimnya pengetahuan dalam merancang strategi, analisis pasar dan menjalankan usaha menjadi permasalahan yang dialami oleh mereka. Sebagai bukti, saat ini, ibu-ibu hanya menjahit berdasarkan pesanan yang tidak menentu. Ibu-ibu tersebut belum dapat mengelola potensi yang dimiliki secara maksimal dalam menjalankan usaha yang bersaing secara kompetitif.

State the art penelitian melihat optimalisasi peran ibu-ibu rumah tangga. Penelitian ini mengukur efektifitas dari program pemberdayaan masyarakat sehingga memiliki kemandirian ekonomi. Program ini juga menerapkan praktek dari program pemberdayaan sebelumnya ibu-ibu rumah tangga yang perlah dilakukan. Ibu rumah tangga memainkan peran penting dalam pengelolaan perekonomian keluarga, di mana taraf perekonomian dapat meningkat jika mereka turut berkontribusi dalam menambah pendapatan (Solihah, 2020). Kreativitas dan kemampuan menjahit mereka menjadi penopang keuangan, namun banyak yang menghadapi masalah akibat kurangnya pemahaman terhadap analisis pasar dan perencanaan usaha yang berkelanjutan. Beberapa permasalahan yang dialami meliputi ketidakmampuan membuat model bisnis yang menjadi pedoman utama sebelum memulai usaha. Menurut Nurnaningsih et al, 2023. Masyarakat juga menghadapi keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dasar dalam menciptakan produk serta akses ke sumber permodalan yang layak.

Strategi dan model bisnis sangat krusial bagi keberlangsungan perusahaan. Tanpa keduanya, perusahaan tidak memiliki peta acuan untuk mencapai tujuannya (Maftahah et al., 2022). Untuk bisnis yang sudah berjalan, strategi dapat digunakan sebagai alat evaluasi untuk mengidentifikasi dan memperbaiki kekurangan, sehingga risiko kegagalan dapat diminimalkan (Syafurudin & Chadijah, 2023). Pemahaman tentang model bisnis menjadi penting untuk pengembangan usaha yang berkelanjutan. Herawati et al, 2021 menyatakan bahwa *Business Model Canvas (BMC)* dapat memberikan gambaran komprehensif mengenai kondisi perusahaan, mencakup segmen pelanggan, nilai yang ditawarkan, hubungan pelanggan, serta struktur biaya. Tanpa pemahaman yang mendalam mengenai model bisnis, ibu-ibu rumah tangga di Desa Glagaharum akan kesulitan dalam mempertahankan dan mengembangkan usaha mereka dalam jangka panjang.

Di era yang semakin kompetitif, pelaku usaha dituntut untuk berinovasi dan beradaptasi. Anugrahani & Edwy, 2023, analisis kelayakan usaha dan perencanaan strategi bisnis yang terstruktur sangat penting bagi UMKM dalam pengambilan keputusan. Pemetaan model bisnis menjadi strategi krusial untuk menghadapi persaingan, karena membantu bisnis memahami nilai dasar (*value proposition*) untuk meraih keuntungan (Soegiantoro dkk., 2023). Inovasi produk juga penting untuk menarik dan mempertahankan minat konsumen, sehingga fokus pada pengembangan berkelanjutan sangat diperlukan (Pebriani & Busyra, 2023). Peningkatan perekonomian menjadi perhatian pemerintah, yang menjadikan perguruan tinggi sebagai jembatan untuk program pengabdian masyarakat yang memberdayakan masyarakat. Ibu-ibu pelaku usaha busana, sebagai bagian dari penggerak UMKM Indonesia, memiliki potensi besar yang dapat diberdayakan melalui program-program ini untuk membantu mereka menjalankan usaha dengan lebih efektif.

Tujuan pelatihan dan pemberdayaan ibu-ibu rumah tangga pelaku usaha busana di Desa Glagaharum untuk memberikan keterampilan membuat model bisnis sebagai pedoman utama sebelum memulai usaha. Dengan pelatihan ini, diharapkan mereka mampu memahami perencanaan bisnis, menciptakan produk, dan mengakses permodalan dengan mudah. Dalam jangka panjang, program ini akan membantu ibu-ibu merancang rencana usaha yang matang, mengurangi risiko kerugian, serta meningkatkan kepercayaan diri dalam menjalankan usaha mereka secara kompetitif. Menurut Suprpto et al. (dalam Haryanti & Pasha, 2023), perencanaan yang baik membantu pengusaha mengidentifikasi peluang dan mengelola sumber daya secara efisien. Melalui program ini, ibu-ibu diharapkan dapat meningkatkan

pendapatan, kesejahteraan keluarga, dan masyarakat Desa Glagaharum, sekaligus berkontribusi pada perekonomian nasional. Keberhasilan program ini akan menjadi bukti nyata dalam meningkatkan kemandirian ekonomi ibu-ibu rumah tangga.

METODE PELAKSANAAN

Alat & Bahan

Alat dan bahan yang diperlukan pada program pemberdayaan ibu-ibu rumah tangga Desa Glagaharum yaitu alat tulis, media simulasi pembelajaran *Business Model Canvas*, laptop, *Power Point* dan sembako sebagai hadiah.

Pelaksanaan

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat dilakukan pada tanggal 8 Juli 2024 untuk sesi materi “BMC Front End & Back End”. Dua dosen Manajemen Bisnis Internasional dan 5 mahasiswa yang bertugas mengurus segala persiapan, membawakan materi ini sebagai bagian dari program pemberdayaan berjudul “Kampung Jahit Arumpreneur”. Pelaksanaan kegiatan ini terbagi menjadi beberapa tahapan, yang secara singkat dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Tahapan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan, sesuai dengan gambar diatas, pada tahap pertama diadakan sesi *pre-test* yang dibagikan oleh mahasiswa kepada ibu-ibu peserta. *Pre-test* berisi pertanyaan-pertanyaan pilihan ganda yang berhubungan dengan materi “*BMC Front End & Back End*”. Hal ini dilakukan untuk mengukur tingkat pengetahuan dan keterampilan peserta sebelum memulai program atau pelatihan serta untuk membantu dalam mengevaluasi efektivitas program atau pelatihan berdasarkan perubahan yang terukur, dimana pada awalnya peserta belum paham akan pentingnya pembuatan & perancangan model bisnis agar bisnis dapat berkelanjutan dalam jangka panjang.

Setelah pengisian dengan antusias oleh ibu-ibu peserta, dilanjutkan dengan tahap kedua yaitu sesi materi “*BMC Front End & Back End*”. Materi dibawakan oleh dosen Manajemen Bisnis Internasional Universitas Ciputra Surabaya dengan menggunakan *Power Point* sebagai alat untuk menampilkan materi yang sudah dibuat sebelumnya. Sesi materi ini dilakukan dengan tujuan untuk membuka wawasan ibu-ibu peserta mengenai pentingnya pembuatan bisnis model dalam sebuah bisnis. Melalui sesi ini, divalidasi bahwa ibu-ibu

peserta masih minim pengetahuan mengenai cara pembuatan bisnis model dan apa manfaat dari bisnis model, mereka masih belum mampu untuk menganalisis potensi-potensi di sekitar yang dapat menjadi peluang dalam usahanya. Hal ini menyebabkan bisnis yang didirikan ibu-ibu peserta tidak mampu berkembang secara luas atau dapat dikatakan hanya diam ditempat saja.

Pada tahap ketiga, ibu-ibu peserta dibimbing oleh dosen untuk simulasi secara langsung pengisian bisnis model per blok nya. Simulasi ini membantu peserta untuk lebih memahami secara mendalam komponen-komponen utama dari model bisnis mereka, termasuk segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran distribusi, dan sumber pendapatan mereka. Selain itu, juga untuk mendorong agar ibu-ibu dapat melihat peluang-peluang yang ada disekitarnya secara nyata untuk dapat dimanfaatkan dalam bisnisnya.

Tahap yang keempat, ibu-ibu peserta diberikan kuis oleh kedua dosen yang hadir dalam pelatihan. Kuis ini berisi pertanyaan-pertanyaan seputar materi yang sudah disampaikan guna mengukur pemahaman ibu-ibu. Tidak hanya itu, namun juga terdapat 2 orang peserta yang diminta untuk merefleksikan pembelajaran yang sudah diperoleh dari awal hingga akhir. Hal ini bertujuan agar peserta dapat memahami materi dengan lebih baik. Melalui tahap ini, ibu-ibu juga dituntut untuk berpartisipasi secara aktif dan sebagai imbalannya mereka akan diberikan hadiah berupa sembako ketika berhasil menjawab pertanyaan yang diberikan.

Tahap yang terakhir yaitu sesi *post-test* yang memiliki manfaat penting dalam mengevaluasi efektivitas program pelatihan. Dengan mengukur pengetahuan yang diperoleh peserta setelah program selesai dan membandingkan dengan hasil dari *pre-test*, dapat menjadi acuan dalam menilai pencapaian tujuan program. Hal ini membantu mengidentifikasi poin apa saja yang memerlukan perbaikan, memberikan umpan balik kepada peserta, dan meningkatkan motivasi mereka. Selain itu, *post-test* juga bermanfaat untuk evaluasi program yang diberikan, sehingga dapat membantu menentukan langkah selanjutnya yang sesuai untuk mendukung pemberdayaan ibu-ibu peserta program.

Sasaran

Desa Glagaharum merupakan Desa yang terletak di Kecamatan Porong, Kabupaten Sidoarjo. Sebagian besar warga Desa Glagaharum merupakan ibu-ibu rumah tangga yang memiliki keterampilan menjahit dan berperan sebagai UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah). Usaha yang mereka miliki saat ini hanya berdasarkan pesanan saja. Sehingga dibutuhkan sebuah pelatihan yang mendorong kemampuan ibu-ibu agar dapat memiliki wawasan untuk mengembangkan usahanya secara berkelanjutan dalam jangka yang panjang serta mencapai kemandirian ekonomi. Sasaran kegiatan ini, ditujukan pada 13 ibu-ibu rumah tangga pelaku usaha busana di Desa Glagaharum.

Lokasi Kegiatan

Kegiatan pemberdayaan ibu-ibu rumah tangga pelaku usaha busana Desa Glagaharum guna menciptakan kemandirian ekonomi dilaksanakan di Balai Desa Glagaharum yang beralamat di Jl. Dusun Prayan RT.10 / RW.02, Glagah Arum, Kec. Porong, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur 61274 dengan titik koordinat 7°31'54"S 112°43'40"E. Balai Desa Glagaharum menjadi lokasi yang sering dimanfaatkan oleh perangkat maupun masyarakat desa untuk

melaksanakan kegiatan secara bersama seperti rapat maupun pelatihan warga. Balai Desa ini juga terletak di samping Puskesmas Glagaharum.

Indikator Keberhasilan Program

Keberhasilan suatu program dapat tercapai dengan merancang proses secara sistematis dan mencapai tujuan yang ditetapkan. Hal ini penting untuk memantau perkembangan program, pencapaian sasaran, serta target dan indikator pencapaian (*output, outcome, impact*) yang telah ditetapkan sejak awal pelaksanaan program. Rincian indikator keberhasilan program ini dapat ditemukan secara lengkap dalam Tabel 1.

Tabel 1. Indikator Keberhasilan Program

No	Topik	Indikator	Target
1.	<i>Customer Segments</i>	Peserta mampu mengidentifikasi target pelanggan sesuai dengan usahanya secara spesifik.	Peserta menyebutkan minimal 2 target pelanggan secara spesifik yang sesuai dengan usahanya.
2.	<i>Value Propositions</i>	Peserta dapat menuliskan apa yang membuat produk atau jasa mereka unik dan alasan mengapa pelanggan harus memilih mereka.	Peserta menyebutkan minimal 2 keunikan dari jasa atau produk yang akan dijual pada bisnis mereka.
3.	<i>Channels</i>	Peserta dapat menganalisis saluran mana yang paling efektif untuk mencapai dan melayani pelanggan mereka.	Peserta memberikan 2 sarana distribusi yang akan digunakan pada bisnis mereka.
4.	<i>Customer Relationships</i>	Peserta memiliki kemampuan dalam mendesain strategi untuk menjaga dan meningkatkan hubungan dengan pelanggan mereka.	Peserta mendesain minimal 2 strategi untuk menjaga dan meningkatkan hubungan dengan pelanggan mereka.
5.	<i>Revenue Streams</i>	Peserta mampu mengidentifikasi sumber pendapatan yang berkelanjutan untuk bisnis mereka.	Peserta menyebutkan minimal 3 sumber pendapatan yang berkelanjutan untuk bisnis mereka.
6.	<i>Key Resources</i>	Peserta mampu mengidentifikasi semua sumber daya yang diperlukan, baik itu fisik, intelektual, manusia, atau finansial dalam bisnisnya.	Peserta menyebutkan minimal 5 sumber daya yang diperlukan, baik itu fisik, intelektual, manusia, atau finansial dalam bisnisnya.
7.	<i>Key Activities</i>	Peserta mampu mengidentifikasi aktivitas - aktivitas utama yang diperlukan untuk menjalankan model bisnis mereka.	Peserta menyebutkan minimal 3 aktivitas - aktivitas utama yang diperlukan untuk menjalankan model bisnis mereka.
8.	<i>Key Partners</i>	Peserta mampu mengidentifikasi mitra potensial yang dapat	Peserta menyebutkan minimal 3 potensial yang dapat membantu

	membantu dalam mencapai tujuan bisnis mereka.	dalam mencapai tujuan bisnis mereka.
9. <i>Cost Structure</i>	Peserta mampu mengidentifikasi perkiraan biaya yang akan dikeluarkan dan memahami cara-cara untuk mengelola biaya tersebut secara efektif.	Peserta menyebutkan minimal 2 perkiraan biaya yang akan dikeluarkan dalam bisnisnya dan memahami cara-cara untuk mengelola biaya tersebut secara efektif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh dua orang dosen International Business Management dan 5 orang mahasiswa Universitas Ciputra Surabaya pada tanggal 8 Juli 2024 yang terletak di Balai Desa Glagaharum. 8 dari 13 ibu-ibu peserta asli desa Glagaharum yang merupakan target sasaran dari kegiatan ini, hadir mengikuti seluruh rangkaian acara dengan tema “*Business Model Canvas*” pada sesi tersebut. Beberapa dari ibu-ibu memiliki kemampuan untuk menjahit pakaian namun, masih belum memiliki ataupun menjalani bisnis mereka sendiri. Hal ini dikarenakan ibu-ibu peserta kegiatan ini masih belum bisa menyusun model bisnis yang sesuai untuk kemampuan mereka tersebut. Oleh karena itu, dosen dan tim mahasiswa melaksanakan pembekalan mengenai materi “*Business Model Canvas*” yang dibawa oleh Ibu Devi Rahnjen Wijayadne sebagai salah satu rangkaian acara untuk memberikan edukasi kepada target sasaran dalam kegiatan ini.

Program pelatihan atau pemberdayaan usaha mikro kecil menengah (UMKM) sangatlah penting untuk dilakukan. Hal ini karena kegiatan usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Indonesia saat ini diharapkan bisa menjadi pilar dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia (Gumelar & Saylendra, 2022). Pada tahun 2023 pelaku usaha UMKM mencapai sekitar 66 juta. Kontribusi UMKM mencapai 61% dari Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia, setara Rp9.580 triliun (Kadin Indonesia 2023).

Walaupun pengaruh UMKM merupakan pilar yang sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia, namun tidak sedikit hambatan yang dihadapi oleh UMKM saat baru ingin untuk merintis bisnisnya. Menurut Zaelani (2019), UMKM menghadapi permasalahan diantaranya: kurangnya pengetahuan tentang pasar, spesifikasi produk yang pasar butuhkan masih kurang, pengetahuan mengenai aturan untuk memasuki pasar masih kurang, dan pengetahuan mengenai persaingan bisnis juga masih kurang. Oleh karena itu, sangat penting sekali pelatihan dan pengembangan edukasi model bisnis untuk meningkatkan kapabilitas UMKM.



Gambar 3. Pengisian Pre-Test

Pada awal acara kegiatan, tim mahasiswa membagikan lembaran *pre-test* berupa pertanyaan pilihan ganda mengenai materi “*Business Model Canvas*” kepada seluruh peserta. Pemberian *pre-test* ini bertujuan untuk mengukur tingkat pemahaman peserta sebelum mengikuti sesi tersebut dan nanti akan dibandingkan dengan tingkat pemahaman setelah mengikuti sesi materi “*Business Model Canvas*”. Berikut tabel 1 adalah hasil dari nilai *pre-test* peserta.

Tabel 1. nilai *pre-test* peserta

Nilai	Frekuensi	Persentase	Persentase Kumulatif
0	2	25,00	25,00
20	2	25,00	50,00
40	0	0	50,00
60	2	25,00	75,00
80	2	25,00	100,0
100	0	0	100,0
Total	8	100,0	



Gambar 4. Predikat Nilai *Pre-Test* Peserta

Dilihat dari Tabel 1, nilai *pre-test* peserta mayoritas berada di angka dibawah atau sama dengan 60, dimana angka 60 digunakan sebagai angka ketuntasan minimal. Hal ini pun menunjukkan bahwa tingkat pemahaman peserta masih cenderung rendah mengenai materi “*Business Model Canvas*”. Dari Gambar 3, dapat dilihat bahwa 50% dari peserta mendapatkan nilai dibawah angka minimal ketuntasan atau $x < 60$ sehingga tergolong pada predikat “Tidak Lulus”. Sedangkan, 25% lainnya mendapatkan predikat “Lulus” yang berada pada angka $60 \leq x < 80$ dan 25% berikutnya mendapatkan predikat “Lulus Memuaskan” yang berada pada angka ≥ 80 , hal ini pun menunjukkan tingkat pemahaman peserta di atas rata-rata.



Gambar 5. Sesi Materi

Setelah sesi pengambilan *pre-test* peserta, kegiatan dilanjutkan dengan sesi materi yang dibawakan oleh ibu dosen dari Universitas Ciputra Surabaya. Materi yang dibawakan bertujuan untuk meningkatkan pemahaman peserta dalam mendesain model bisnis. Pada sesi ini, peserta diajarkan mengenai apa itu *business model canvas* secara keseluruhan dimulai dari penjelasan setiap bloknnya hingga praktek langsung pada bisnis yang ingin dibentuk dan dijalankan oleh seluruh ibu-ibu rumah tangga. Menurut (Pratama & Yuana, 2022), *Business Model Canvas* adalah alat yang membantu kita memahami secara lebih jelas bentuk usaha yang sedang atau akan kita jalani. Alat ini mengubah konsep bisnis yang kompleks menjadi lebih sederhana dengan menampilkan rencana bisnis dalam satu lembar kanvas yang mencakup sembilan elemen kunci yang terintegrasi dengan baik. Elemen-elemen ini mencakup analisis strategis baik secara internal maupun eksternal perusahaan. Oleh karena itu, penting untuk memahami model bisnis melalui penyusunan *Business Model Canvas*, sehingga kita dapat melihat konsep bisnis dengan cara yang lebih sederhana.

Business Model Canvas (BMC) adalah sebuah kerangka yang menyajikan model bisnis dalam bentuk visual sehingga mudah dipahami. Alat ini digunakan untuk menjelaskan, memvisualisasikan, menilai, dan mengubah model bisnis agar dapat mencapai kinerja yang lebih optimal. (Kuswardhani et al., 2020). Menurut Osterwalder dan Pigneur (dalam Alfari, 2019), *Business Model Canvas* adalah bahasa yang sama untuk menggambarkan, memvisualisasikan, menilai dan mengubah sebuah model bisnis secara nyata.



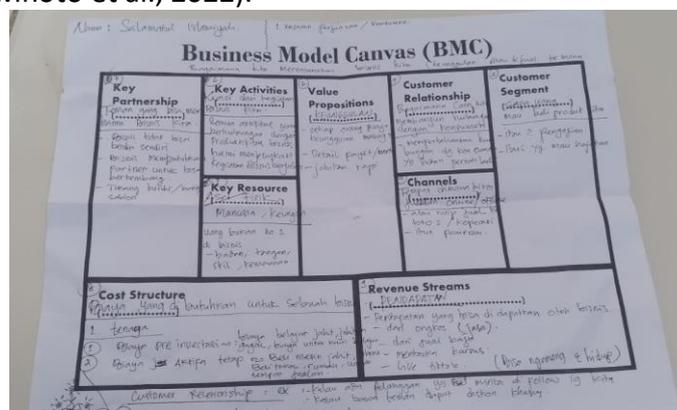
Gambar 6. Ibu-ibu mengisi *Business Model Canvas*

Ibu-ibu juga diajarkan mengenai pentingnya penyusunan model bisnis dari dasar yakni dimulai daripada pengisian proposisi nilai, pada blok ini ibu-ibu diminta untuk mengisi apa perbedaan bisnis yang akan mereka jalankan dengan bisnis lainnya. Menurut Nurlianti et al., (2023), *value proposition* pada dasarnya merupakan alat ataupun keunikan yang dimiliki oleh sebuah bisnis untuk bisa mendapatkan apa yang sebenarnya diinginkan oleh pelanggan. Dilanjutkan ke sebelah kanan blok yaitu pada blok segmentasi pelanggan. Menurut Aliwinoto et al., (2022), Pelanggan adalah elemen penting bagi perusahaan untuk mencapai tujuan bisnisnya, karena tanpa pelanggan, perusahaan akan kesulitan untuk bertahan dan bersaing dalam jangka panjang. Oleh karena itu, segmentasi pelanggan tentu menjadi faktor yang sangat penting dalam penyusunan model bisnis, pengelompokan yang tepat harus bisa dilakukan untuk mengoptimalkan target sasaran dari bisnis.

Setelah ibu-ibu peserta memilih pengelompokan target sasaran bisnis mereka, dilanjutkan dengan mengisi blok hubungan dengan pelanggan dan jalur distribusi produk/jasa mereka. Menurut Musfar et al., (2023), hubungan dengan pelanggan adalah cara untuk bisa mempertahankan pelanggan lama dan penciptaan hubungan untuk bisa mendapatkan

pelanggan baru. Sedangkan untuk channel atau saluran distribusi merupakan cara dari perusahaan untuk mendistribusikan produk mereka kepada konsumen. Selanjutnya, berpindah ke bagian *backend*, ibu-ibu mulai mengerjakan bagian kunci utama dari perusahaan dimulai dari mitra, aset, hingga aktivitas utama dari bisnis yang akan mereka jalankan. *Key resources* merupakan aset utama yang menjadi penentu bagi perusahaan dalam memberikan dan meneruskan proposisi nilai yang ada. *Key activities* merupakan aktivitas kunci yang berjalan pada perusahaan dan sebagai penentu keberhasilan suatu model bisnis. *Key partner* merupakan partner kunci yang berguna untuk menciptakan efisiensi dan efektivitas pada aktivitas kunci perusahaan sehingga dapat memberikan proposisi nilai perusahaan kepada pelanggan (Saputra et al., 2021; Musfar et al., 2023).

Lalu pada 2 blok terakhir di bagian bawah, terdapat *revenue streams* dan *cost structure*. *Revenue Streams* merupakan cara mendapatkan keuntungan dari setiap pelanggannya serta aliran pendapatan yang membuat perusahaan tetap bertahan (Masfur et al., 2023). Pada blok *revenue streams* ini tentunya ibu-ibu peserta menuliskan bagaimana cara mereka dalam menghasilkan pendapatan dan akhirnya mendapatkan laba. Pada pengisian biaya ini tentu dibutuhkan pengelompokan yang baik dimulai dari biaya operasional, pra investasi, hingga biaya tetap. *Cost structure* yang efektif dan efisien akan mendukung tinggi pemenuhan target laba yang dihasilkan oleh suatu organisasi maupun perusahaan dengan lebih maksimal (Aliwinoto et al., 2022).



Gambar 7. Business Model Canvas Ibu Salamah

Pada gambar 7, terdapat salah satu *BMC* yang sudah disusun dan ditulis oleh salah satu ibu peserta. Pada *BMC* ini, tidak hanya dituliskan mengenai penjelasan yang diberikan oleh pemateri, peserta pun menuliskan pengertian dari setiap bloknnya secara jelas, ditambah peserta juga memberikan contoh yang berkaitan dengan bisnis mereka. Berikut ini merupakan tabel yang menjelaskan mengenai keberhasilan kegiatan ini berdasarkan indikator yang sudah ada.

Tabel 2. Realisasi *business model canvas* berdasarkan indikator

No	Topik	Indikator	Realisasi
1	Customer Segments	Peserta mampu mengidentifikasi target pelanggan sesuai dengan usahanya secara spesifik.	Peserta menyebutkan 2 contoh target pelanggan yakni ibu-ibu pengajian dan ibu-ibu yang mau hajatan sebagai target utama bisnisnya.
2	Value Propositions	Peserta dapat menuliskan apa yang membuat produk atau jasa mereka unik dan alasan mengapa pelanggan harus memilih mereka.	Peserta menyebutkan 2 keunikan yang akan diberikan dari bisnisnya yakni detail payet dengan lebih rapi dan memberikan jahitan yang lebih rapi pada seluruh produk yang dijahitnya.
3	Channels	Peserta dapat menganalisis saluran mana yang paling efektif untuk mencapai dan melayani pelanggan mereka.	Peserta menuliskan 2 saluran distribusi produk yang akan digunakan pada bisnisnya yakni konsinyasi bersama toko-toko maupun koperasi dan mengikuti pameran sebagai saluran distribusi produknya. Walaupun realisasi contoh ini kurang dari target, namun ibu-ibu sudah mulai memahami mengenai blok dari saluran distribusi.
4	Customer Relationships	Peserta memiliki kemampuan dalam mendesain strategi untuk menjaga dan meningkatkan hubungan dengan pelanggan mereka.	Peserta memberikan strategi yang akan digunakan yakni saling berhubungan baik melalui follow Instagram dan merancang strategi penjualan dengan membawa teman untuk menjahit akan diberikan diskon khusus sebagai salah satu sarana untuk menjaga hubungan dengan pelanggan.
5	Revenue Streams	Peserta mampu mengidentifikasi sumber pendapatan yang berkelanjutan untuk bisnis mereka.	Pada blok ini, peserta mampu menyebutkan 4 contoh sumber pendapatan dari bisnisnya. Sumber pendapatan seperti ongkos jahit dalam hal ini penjualan jasa, penjualan pakaian yang sudah dijahit dalam hal ini produk, peserta juga berniat untuk membuka kursus menjahit serta menambah pendapatan melalui live di media sosial seperti Tiktok.

6	Key Resources	Peserta mampu mengidentifikasi semua sumber daya yang diperlukan, baik itu fisik, intelektual, manusia, atau finansial dalam bisnisnya.	Peserta menyebutkan 4 sumber daya yang dimiliki secara spesifik pada blok ini seperti badan atau individu dan tangan untuk memproduksi produk, skill sebagai sumber daya dikarenakan menjahit sudah menjadi keahlian ibu-ibu, dan kemauan atau niat yang menjadi sumber daya yang penting. Pada blok ini ibu-ibu masih menyebutkan beberapa contoh yang mirip atau masih dalam 1 kategori, namun ibu-ibu tentunya sudah lebih paham mengenai sumber daya utama pada bisnis.
7	Key Activities	Peserta mampu mengidentifikasi aktivitas - aktivitas utama yang diperlukan untuk menjalankan model bisnis mereka.	Pada blok ini, business model canvas ibu yang digunakan sebagai sampel ini tidak memberikan contoh mengenai aktivitas kunci pada bisnisnya. Peserta hanya menuliskan pengertian dari blok ini saja. Sehingga tentunya, blok ini perlu untuk dijelaskan secara lebih spesifik lagi.
8	Key Partners	Peserta mampu mengidentifikasi mitra potensial yang dapat membantu dalam mencapai tujuan bisnis mereka.	Pada blok ini, peserta sudah mampu menyebutkan 2 partner kunci untuk bisnisnya yakni tukang bordir atau batik dan tukang sablon. Walaupun masih kurang dari indikator yang diberikan, namun tentunya ibu-ibu sudah mulai memahami mengenai partner kunci dari bisnis dan juga ibu-ibu tentu memiliki partner bisnis yang lebih banyak lagi, namun belum disebutkan.
9	Cost Structure	Peserta mampu mengidentifikasi perkiraan biaya yang akan dikeluarkan dan memahami cara-cara untuk mengelola biaya tersebut secara efektif.	Peserta berhasil membagikan rincian biaya menjadi 3 kategori yakni biaya untuk tenaga, biaya pra investasi terdiri dari beberapa contoh seperti biaya belajar di awal, biaya kain yang digunakan untuk belajar hingga biaya untuk jahitan-jahitan yang gagal. Lalu, terdapat juga kategori biaya aktiva tetap yang disebutkan terdiri dari pembelian aset seperti mesin jahit, tanah untuk rumah produksi, hingga lokasi untuk berjualan sebagai biaya tetap dari bisnis ibu peserta.



Gambar 8. Sesi Kuis

Setelah memahami blok-blok yang ada pada *Business Model Canvas*, pemateri memberikan kuis singkat untuk menguji pemahaman dari seluruh peserta yang ada. Pada sesi ini, peserta diberikan soal-soal mengenai penjelasan dari setiap blok beserta dengan contohnya dalam bisnis yang akan mereka jalankan. kuis ini sendiri dihadiahkan dengan beberapa hadiah kecil untuk meningkatkan antusias dari seluruh ibu-ibu yang hadir. Strategi yang dilakukan ini dianggap sangat berguna dikarenakan meningkatkan motivasi dan menambah interaksi antar pemateri dengan ibu-ibu peserta. Sehingga harapannya seluruh materi dapat terserap secara baik dan menambah wawasan peserta dalam menciptakan model bisnis mereka masing-masing. Menurut teori *behavioristic* (dalam Windi P. D, 2021), dengan adanya reward diharapkan hasil yang telah dicapai oleh peserta didik dapat membentuk kata hati dan kemauan yang lebih baik lagi.



Gambar 9. Sesi Refleksi & Rangkuman

Selanjutnya, dilanjutkan dengan sesi refleksi dan rangkuman, ibu dosen pendamping meminta kepada salah satu peserta yang berani untuk menceritakan ulang apa yang mereka pahami mengenai materi "*Business Model Canvas*" secara keseluruhan ditambah menjelaskan kembali mengenai materi yang sudah disampaikan oleh pemateri di pertemuan-pertemuan sebelumnya. Hal ini dilakukan untuk memberikan rasa motivasi belajar serta rasa kompetitif terhadap ibu-ibu lainnya dengan adanya pemberian hadiah sembako bagi yang berhasil mengingat ulang materi yang sudah disampaikan oleh para pemateri.



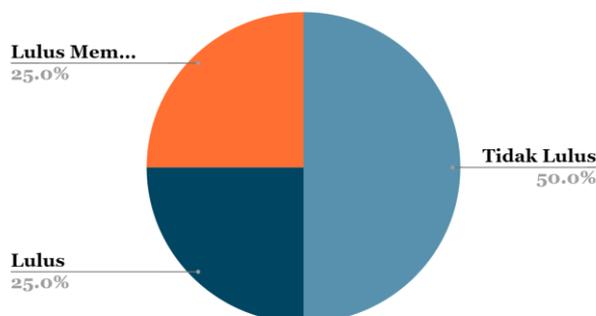
Gambar 10. Pengisian *Post-Test*

Sebelum mengakhiri kegiatan pada pertemuan itu, tim mahasiswa kembali membagikan lembaran *post-test* yang akan menjadi indikator akan pemahaman ibu-ibu peserta setelah berlangsungnya materi pada pertemuan tersebut. Peningkatan pemahaman dapat dilihat dari peningkatan nilai *post-test* jika dibandingkan dengan *pre-test* sebelumnya. Selain itu, *output* pelatihan pada kegiatan ini juga dapat dilihat dari lembaran *business model canvas* setiap ibu-ibunya yang awalnya belum bisa mengisi lembaran tersebut menjadi ibu-ibu yang paham dan dapat merancang bisnis mereka menjadi lebih sederhana dalam 9 blok elemen pada lembaran tersebut. Hasil nilai *post-test* peserta pada Tabel 3.

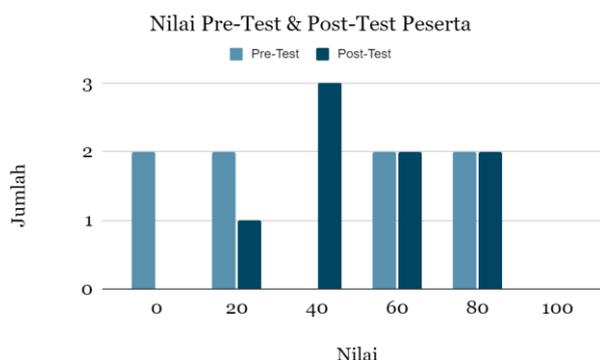
Tabel 4. Nilai *Post-Test* Peserta

Nilai	Frekuensi	Persentase	Persentase Kumulatif
0	0	0	0
20	1	12,50	12,50
40	3	0	50,00
60	2	25,00	75,00
80	2	25,00	100,0
100	0	0	100,0
Total	8	100,0	

Tingkat Pemahaman Peserta (dilihat dari hasil *post-test*)



Gambar 11. Predikat Nilai *Post-Test* Peserta



Gambar 12. Bar Chart Perbandingan Nilai Pre-Test & Post-Test

Dari *bar chart pre-test* dan *post-test* peserta berdasarkan Gambar 12, dapat dilihat bahwa peserta mengalami peningkatan dalam nilai mereka setelah sesi materi dan kuis, walaupun kenaikan nilai mereka masih tergolong dalam kategori predikat yang sama, namun jika ditinjau dari *pre-test*, 3 orang peserta mengalami peningkatan nilai dari sebelumnya mendapatkan nilai 0 dan 20, mereka mengalami peningkatan hingga angka 40. Ditambah, seluruh peserta yang mengikuti sesi materi sudah dapat menuliskan model bisnis mereka secara sederhana pada kesembilan blok *business model canvas*. Hal ini menunjukkan efektivitas pemberian materi dan kuis untuk meningkatkan pemahaman peserta terhadap “*Business Model Canvas*”.

Pada kegiatan pengabdian masyarakat kali ini yang bertujuan untuk mengedukasi seluruh peserta dengan topik “*Business Model Canvas*” terlaksana dengan cukup mudah dikarenakan seluruh keperluan pelaksanaan dimulai dari transportasi hingga lembaran *BMC* sudah didukung oleh Biro Mahasiswa dan Alumni Universitas Ciputra Surabaya. Ditambah dukungan dari dosen *International Business Management* sebagai pemateri yang tentunya membantu menjelaskan seluruh materi dan memastikan acara berjalan sesuai dengan topik yang diangkat karena sudah merupakan keahlian beliau. Walaupun begitu, masih terlihat bahwa pada hasil *pre-test* maupun *post-test* tidak terdapat peserta yang berhasil meraih angka 100. Jika ditinjau lebih lanjut, hal ini dikarenakan pada salah satu butir pertanyaan yang tidak selaras dengan detail materi yang diberikan, sehingga seluruh peserta yang mengikuti tidak mengetahui jawaban sesungguhnya dari butir soal tersebut. Alhasil mempengaruhi dari *pre-test* hingga *post-test* dan tidak memberikan hasil yang maksimal. Dengan begitu, kedepannya tentu dari tim mahasiswa harus bisa menyelaraskan antara materi dan soal *pre-test* maupun *post-test* agar bisa memaksimalkan hasil dari *pre-test* dan *post-test* sebagai indikator peningkatan pemahaman dari ibu-ibu peserta.

SIMPULAN DAN SARAN

Hasil kegiatan memberikan dampak positif bagi peningkatan pengetahuan ibu rumah tangga dibuktikan dengan, adanya peningkatan nilai pada hasil *post-test* peserta jika dibandingkan pada nilai awal *pre-test* mereka. Selain peningkatan pengetahuan ibu rumah tangga juga mampu memahami dan merancang model bisnis mereka sendiri. Ibu rumah tangga berhasil mengelola unit usaha yang menghasilkan kemandirian ekonomi untuk meningkatkan tambahan pendapatan bagi rumah tangga. Rekomendasi kepada kepada

pemerintah Desa untuk melanjutkan kolaborasi dengan pendidikan tinggi untuk mewujudkan kemandirian ekonomi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada *School of Business Management* serta Biro Mahasiswa dan Alumni Universitas Ciputra Surabaya yang telah mendukung secara finansial terhadap terlaksananya kegiatan pengabdian masyarakat ini. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada ibu dosen pembimbing kami yang telah menemani dan membantu kami selama berkegiatan di Balai Desa Glagaharum. Selain itu, kami juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak baik perangkat desa, Ibu PKK dan masyarakat Desa Glagaharum, Porong, Sidoarjo yang telah memberikan izin dan dukungan kerjasama terhadap pelaksanaan kegiatan ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Alfarisi, A. (2019). Perumusan Strategi Business Model Canvas (BMC) pada Perusahaan Sandal Toyosima Singosari. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang. Dikutip melalui <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/5582>
- Aliwinoto, C., Hediyan, M., & Malinda, M. (2022). Analisis Business Model Canvas Usaha Mikro Kecil Menengah Toko Jif Bandung, Indonesia. Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK), 1. Dikutip melalui <https://usahid.ac.id/conference/index.php/snpk/article/download/35/31>
- Anugrahani, I. S., & Edwy, F. M. (2023). PELATIHAN STUDI KELAYAKAN BISNIS: PENINGKATAN KUALITAS DAN DAYA SAING USAHA PADA UMKM MELALUI PENDEKATAN BMC. *Batara Wisnu Journal : Indonesian Journal of Community Services*, 3(1), 1-9. <https://doi.org/10.53363/bw.v3i1.141>
- Furqoniah, F., Hetami, A. A., Hera, Handayani, T., & Syafitri. (2020). Optimalisasi Usaha Bumdes Mulya Bersama Melalui Peningkatan Kualitas Produk UMKM Desa Mulawarman. *PLAKAT (Pelayanan Kepada Masyarakat)*, 2(1), 43. <https://doi.org/10.30872/plakat.v2i1.3823>
- Gumelar, A. (2022). Edukasi Mengenai Pengembangan Kualitas Produk Kepada UMKM Di Desa Purwamekar. *Abdima Jurnal Pengabdian Mahasiswa*, 2(1), 2504–2511. Dikutip melalui <https://journal.ubpkarawang.ac.id/index.php/AJPM/article/view/4562/3256>
- Haryanti, I., & Pasha, A. D. (2023). Pelatihan Penyusunan Bisnis Model Kanvas Untuk Peningkatan Daya Saing Kelompok UMKM Desa Pesa Wawo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 1(7), 1272–1277. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v1i7.319>
- Hidayah, R., Farid, E. S., & Adda, H. W. (2023). Penerapan Bisnis Model Kanvas Dalam Upaya Pengembangan Usaha Sweet Banana. *Jurnal EMA*, 8(1), 10. <https://doi.org/10.51213/ema.v8i1.316>
- KADIN Indonesia. (2024). *UMKM Indonesia*. KADIN Indonesia. Diakses pada Juli 13, 2024, melalui <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>
- Kuncoro, D. K. R., & Saptaningtyas, W. W. E. (2021). Business Model Canvas (BMC) Sebagai Strategi Penguatan Kompetensi Industri dan Usaha Amplang Pasca Pandemi. *Jurnal Riset Teknologi Industri*, 15(2), 231. <https://doi.org/10.26578/jrti.v15i2.6920>
- Kuswardhani, N., Agustian, R., & Plus, M. L. (2021). STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS “COFRESH”(Coffee Fresh) DENGAN METODE BUSSINES MODEL CANVAS (BMC) dan QSPM (QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX). *Agroindustrial Technology Journal*, 4(2), 167. <https://doi.org/10.21111/atj.v4i2.5077>

- Musfar, T. F., Sitepu, R. F., & Wildah, S. W. (2023). Business Development Design Using The Business Model Canvas And Swot Analysis For Sesi Coffee Pekanbaru Perencanaan Pengembangan Bisnis Menggunakan Business Model Canvas Dan Analisis Swot Pada Sesi Coffee Pekanbaru. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 6157–6173. Dikutip melalui <http://journal.yrpiaku.com/index.php/msej>
- Nurlianti, A. P., & Fitria, S. E. (2023). Identifikasi Customer Profile Dan Value Map Menggunakan Value Proposition Design (VPD): Studi Kasus Pada Signature Store. *EProceedings ...*, 10(2), 728–737. Dikutip melalui <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/download/19751/19116>
- Pratama, A. E., & Yuana, P. (2022). ANALISIS PENGEMBANGAN BISNIS DENGAN MENGGUNAKAN BMC (BUSINESS MODEL CANVAS). *Jurnal Kewirausahaan Dan Inovasi*, 1(2), 163–169. <https://doi.org/10.21776/jki.2022.01.2.05>
- Saputra, F. A. (2021). Perencanaan Rancangan Bisnis Majalah Sekolah “Masa Ku” Berbasis Mobile Application dengan Menggunakan Business Model Canvas. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 12, 39–46. Dikutip melalui <https://ejournal.upi.edu/index.php/mdb/article/view/28717>
- Setyaningrum, P. (2023, December 3). Besar UMP dan UMK 2024 di Provinsi Jawa Timur Halaman all - Kompas.com. *KOMPAS.com*. Dikutip melalui <https://surabaya.kompas.com>
- Soegiantoro, D. H., Kristanti, E., Yono, C., Genggang, E. P., Widaningsih, E., & Meirentia, M. (2023). Pelatihan Pembuatan BMC (Business Model Canvas) Produk Lilin Aromaterapi Untuk Terapi Komplementer Di SMA Negeri 1 Pakem. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka (JPMB)*, 2(2), 1–8. <https://doi.org/10.58266/jpmb.v2i2.66>
- Solihah, M. (2020). Peran Ibu Rumah Tangga dalam meningkatkan Kesejahteraan Keluarga Melalui Industri Batu Bata di Desa Bumi Harjo Kecamatan Kumai. *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 1–60. Dikutip melalui <http://digilib.iain-palangkaraya.ac.id/2983/1/Skripsi%20Markhatus%20Solihah%20-%201604120561.pdf>
- Syafruddin, R. F., & Chadijah, A. (2023). Pelatihan Perencanaan Bisnis Menggunakan Bisnis Model Canvas di MA Muhammadiyah Bantaeng. *Madaniya*, 4(2), 523–530. Dikutip melalui <https://madaniya.pustaka.my.id/journals/contents/article/view/423/289>
- Zalani, I. R. (2019). Peningkatan Daya Saing Umkm Indonesia: Tantangan Dan Peluang Pengembangan Iptek. *Jurnal Transborders*, 3(1), 15. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.23969/transborders.v3i1.1746>