

MERENCANAKAN BISNIS "FRISOL" BAGI ANGGOTA KOPERASI WANITA KARTASURA MENGGUNAKAN METODE *BUSINESS MODEL CANVAS* (BMC)

Kasidin
Hidup Marsudi

Program Studi Manajemen STIE Atma Bhakti Surakarta
Email : kasidinsala@gmail.com

ABSTRAKSI

Tujuan Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat ini adalah mengenalkan teknik penyusunan *Business Model Canvas* (BMC) untuk menyusun perencanaan bisnis makanan ringan Frisol bagi anggota koperasi wanita. Anggota Koperasi Wanita Kartasura mampu menyusun bussinnes plan makanan olahan Frisol dengan menggunakan alat BMC. Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat ini masyarakat sasaran akan diberi pemahaman dasar tentang *Bussiness Plan* dengan menggunakan alat *Business Model Canvas* untuk mampu menyusun busnnes plan dengan alat BMC. Simpulan dari laporan ini adalah anggota Koperasi Wanita, sebagai kelompok sasaran dalam pengabdian ini tampak sangat antusias mengikuti pelatihan yang diberikan oleh tim pengabdian STIE Atma Bhakti Surakarta. Kelompok sasaran merasa senang dengan teknik perencanaan bisnis BMC ini. Kelompok sasaran berencana akan mengaplikasikan teknik perencanaan bisnis ini pada waaktu mendatang, sehingga mampu merencanakan usaha dengan baik, yang pada akhirnya dapat menambah income pemasukan rumah tangga dan pada akhirnya mampu meningkatkan taraf kehidupan mereka sebagai Anggota Koperasi Wanita. Saran yang diberikan agar Anggota koperasi wanita Kartasura perlu pendampingan lebih lanjut untuk aspek-aspek yang lain oleh berbagai pihak yang berkepentingan terhadap pengembangan usaha sektor usaha mikro dan ekonomi kreatif.

Kata Kunci: *Business Plan, BMC, Koperasi Wanita*

ABSTRACT

The purpose of this Community Service Implementation is to introduce the Business Model Canvas (BMC) preparation technique to develop a Frisol snack business plan for women's cooperative members. Members of the Kartasura Women's Cooperative are able to prepare a Frisol processed food business plan using the BMC tool. Implementation of this Community Service, the target community will be given a basic understanding of the Business Plan by using the Business Model Canvas tool to be able to compile a business plan with the BMC tool. The conclusion from this report is that members of the Women's Cooperative, as the target group in this service, seem very enthusiastic about participating in the training provided by the STIE Atma Bhakti Surakarta service team. The target group is happy with this BMC business planning technique. The target group plans to apply this business planning technique in the future, so that they are able to plan their business properly, which in turn can increase household expenditure income and ultimately be able to increase their life span as members of the Women's Cooperative. The advice given is that members of the Kartasura women's cooperative need further assistance for other aspects by various parties with an interest in the development of the micro business sector and the creative economy.

Keywords: *Business Plan, BMC, Women's Cooperative*

PENDAHULUAN

Analisis Situasi

Koperasi Wanita Pandega beralamat di Ngabeyan, Kartasura, Sukoharjo, merupakan koperasi wanita yang anggotanya merupakan para pengrajin makanan olahan. Koperasi ini menghimpun para anggotanya untuk mengembangkan usaha utamanya dibidang peningkatan kemampuan dalam hal menyediakan makanan olahan yang bervariasi berkualitas memenuhi standar kesehatan dan halal. Salah satu makanan yang sedang dikembangkan adalah Frisol sebagai usaha kuliner makanan ringan atau camilan skala rumah tangga..

Usaha kuliner makanan ringan atau camilan merupakan bisnis berskala rumah tangga yang memiliki peluang bagus untuk saat ini maupun di masa yang akan datang, ditambah dengan permintaan pasar untuk makanan ringan yang terus bertambah seiring berjalannya waktu (Nurbaya dkk, 2020). Penikmat camilan tidak hanya dinikmati oleh anak-anak saja tetapi juga remaja, dewasa, hingga orang tua. Maka tidak mengherankan jika pelaku usaha makanan ringan atau camilan sering mendapatkan kebanjiran pesanan (Tanjung dan Ardiansyah, 2022). Apalagi melihat keberagaman jenis makanan ringan di Indonesia mulai dari keripik, gorengan, risoles, donat yang dijual dengan berbagai variasi, mulai dari variasi rasa, sampai dengan variasi harga. Hal ini membuat peluang bisnis makanan ringan ini semakin terbuka lebar bagi pelaku bisnis yang baru memulai usaha ini (Husain dkk, 2022) .

Camilan atau makanan ringan bisa dikatakan saat ini sering dicari oleh orang-orang untuk dibeli dan dikonsumsi, hal ini karena camilan mudah didapatkan dan juga sangat praktis, sehingga konsumen sering memburu camilan-camilan untuk dibeli (Maulida dkk, 2020). Saat ini begitu banyak camilan-camilan yang dijajakan di pinggir-pinggir jalan, dan juga makanan ringan ini biasanya bermacam-macam jenis yang diperjualbelikan di pinggir jalan, salah satu jenis makanan tersebut ialah risoles, mungkin sudah banyak camilan-camilan risoles dari yang biasa hingga yang sudah sangat terkenal, namun terkadang risoles yang diperjualbelikan di pasar hanya risoles yang kurang bervariasi untuk rasa yang ditawarkan (Berlin dan Suhendri, 2022).

Kelompok ibu-ibu yang awalnya mempunyai kesamaan hobby di bidang makanan olahan, merupakan kelompok anggota koperasi wanita, sejalan dengan meredupnya pandemi covid19 kegiatan anggota koperasi meningkat kembali (Rahmawati, 2021). Sebagai suatu kelompok masyarakat berusia produktif, sebagai anggota koperasi yang cukup aktif mengadakan kegiatan yang menggerakkan seluruh anggota mengisi waktu dengan bahagia dengan kegiatan-kegiatan yang bermanfaat. Dari bertambahnya pengalaman dan informasi, kelompok ini ingin mengembangkan diri baik secara kompetensi dalam rangka menjalankan usaha atau pengelolaan produksi.

Adapun keunggulan usaha Frisol adalah sebagai berikut:

- a. Memiliki varian rasa yang berbeda dari risol lainnya yang umumnya rasa asin tetapi produk yang kami buat memiliki varian rasa manis yang beraneka ragam.
- b. Rasanya yang enak karena produk Frisol memiliki cita rasa yang berbeda serta bergizi karena bahan-bahannya tidak berpengawet.
- c. Frisol yang kami buat terjamin higienis.
- d. Kualitas produk Frisol terjamin halal.
- e. Produk Frisol dapat dinikmati oleh semua kalangan (anak-anak, remaja, dan orangtua).

Adapun tujuan usaha Frisol adalah sebagai berikut:

- a. Mencoba mengembangkan ide, kreatifitas dan inovasi bisnis suatu usaha.
- b. Mencari peluang bisnis melalui kegiatan berwirausaha.
- c. Menambah pengalaman berwirausaha bagi pemula.
- d. Mengembangkan usaha Frisol dengan harapan dapat menjangkau konsumen yang lebih luas.

Mempertimbangkan potensi dan kemampuan dasar dalam mengelola makanan olahan, kelompok ini kemudian memiliki minat mengembangkan usahanya dengan skala lebih besar, maka perlu membuat perencanaan usaha, dengan demikian semua hasil olahan makanan ini akan memberikan nilai tambah khususnya dalam penguatan ekonomi rumah tangga.

Permasalahan Mitra

Kelompok ini perlu penguatan manajemen tentang pengelolaan usaha, maka dalam pengabdian kepada masyarakat merasa perlu memberikan pelatihan tentang business plan (perencanaan bisnis) bahwa usaha makanan olahan dapat menjadi salah satu jawaban atas keinginan mereka memperkuat ekonomi rumah tangga. Metode model perencanaan yang akan dikembangkan menggunakan model *Business Model Canvas (BMC)*.

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat sasaran, maka kegiatan pengabdian masyarakat yang diselenggarakan oleh Tim STIE Atma Bhakti Surakarta dilakukan berdasar permasalahan pokok, yaitu Bagaimana mengenalkan teknik penyusunan Business Plan (Perencanaan Bisnis) dari usaha kerajinan Business Plan pada kelompok ibu-ibu anggota Koperasi wanita di Kartasura ?

Solusi yang Ditawarkan

Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah mengenalkan teknik penyusunan Business Plan (Perencanaan Bisnis) dari usaha kerajinan Business Plan pada anggota Koperasi wanita di Kartasura

TUJUAN DAN MANFAAT KEGIATAN

Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah:

1. Mengenalkan teknik penyusunan Business Model Canvas (BMC) untuk menyusun perencanaan bisnis makanan ringan Frisol bagi anggota koperasi wanita.
2. Anggota Koperasi Wanita Kartasura mampu menyusun businnes plan makanan olahan Frisol dengan menggunakan alat *BMC*

METODE PELAKSANAAN

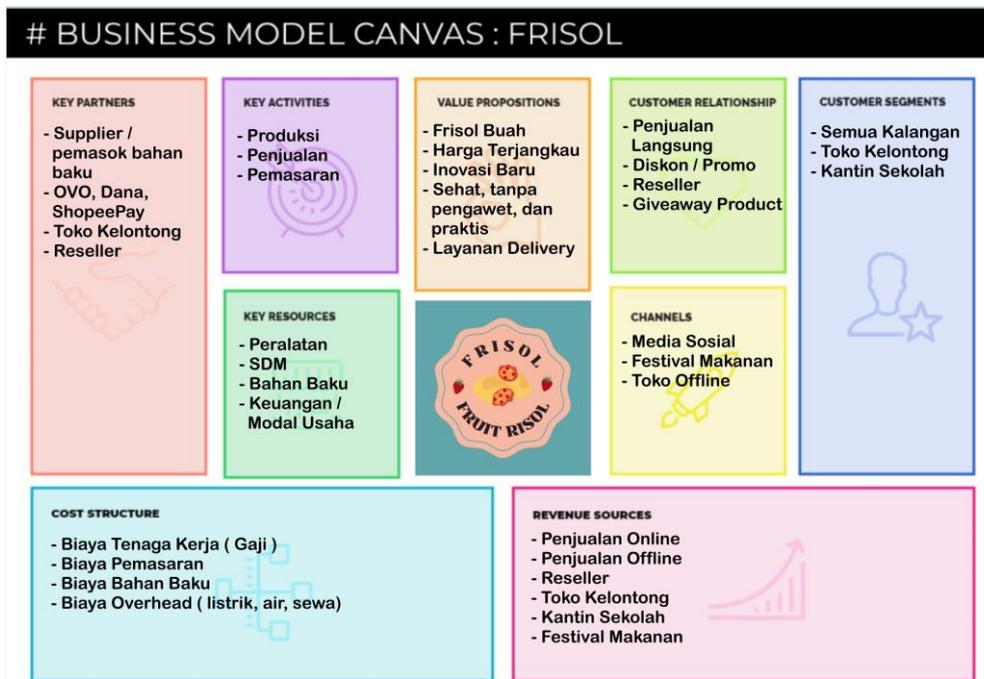
1. Mempersiapkan materi *bussines plan canvas*
2. Konsolidasi tim yang terlibat, termasuk pembagian dalam tugas masing-masing selama kegiatan pengabdian masyarakat
3. Kunjungan silaturahmi pertama untuk menyampaikan maksud dan tujuan serta mengemukakan program yang akan dilakukan.
4. Melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat ke tempat mitra sesuai dengan waktu dan tempat yang telah ditetapkan kedua belah pihak
5. Menyusun laporan pengabdian kepada masyarakat

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tujuan dalam pokok bahasan ini diharapkan pembaca dapat memahami Sembilan elemen konsep utama dalam *Business Model canvas* untuk Perencanaan Bisnis secara sederhana, dan berdasar padanya dapat diketahui data dan sumber data yang diperlukan untuk memberi jawaban terhadap permasalahan-permasalahan yang ada.

Business Model Canvas

Business Model Canvas (BMC) memiliki sembilan elemen yang terdiri dari *customer segments*, *value propositions*, *channels*, *customer relation*, *revenue streams*, *key resources*, *key activities*, *key partners*, dan *cost structure*.



1. *Customer Segments* atau Segmen Pembeli
 - a. Semua kalangan.
 - b. Toko kelontong, toko kelontong yang ada di sekitar area Ngringo, Jaten, Karanganyar.
 - c. Kantin sekolah, kantin TK, kantin SD, dan kantin SMP yang ada di sekitar area Ngringo, Jaten, Karanganyar.
2. *Value Propositions* atau Proposi Nilai
 - a. Frisol buah, risoles pada usaha kami merupakan risoles yang menggunakan selai buah.
 - b. Harga terjangkau, harga terjangkau adalah harga yang murah. Harga risoles yang kami tawarkan mulai dari Rp 4.000,00.
 - c. Inovasi baru, risoles yang biasa terdapat di pasaran pada umumnya yaitu risoles *mayonnaise*, namun pada usaha kami yaitu risoles selai buah.
 - d. Sehat, tanpa pengawet, dan praktis. Usaha bisnis Frisol yang kami jalankan tanpa pengawet (tanpa proses atau tahap yang dilakukan untuk memperpanjang umur simpan produk), sehat, dan praktis. Praktis di sini dalam arti pembeli dapat menikmati Frisol sebagai camilan di rumah dengan menggorengnya sendiri di rumah dengan memasukkan atau menyimpan Frisol mentah ke dalam kulkas.
 - e. Layanan *delivery*, usaha Frisol kami juga menyediakan layanan *delivery* atau pengiriman ke pembeli yang tidak bisa datang membeli ke toko.
3. *Channels* atau Saluran
 - a. Media sosial.

- b. Festival makanan, usaha bisnis Frisol kami juga akan bergabung di festival makanan yang ada di Surakarta.
 - c. Toko *offline*. Toko *offline* atau toko fisik usaha bisnis Frisol kami terletak di daerah Ngringo, Jaten, Karanganyar.
 4. *Customer Relation* atau Hubungan Pelanggan
Customer relation pada usaha Frisol kami adalah:
 - a. Penjualan langsung, usaha bisnis Frisol kami penjualan langsungnya melalui *online* (gofood, grabfood, instagram, pemesanan melalui whatsapp) dan *offline*.
 - b. Diskon atau promo.
 - c. *Reseller*.
 - d. *Giveaway product*
 5. *Revenue Streams* atau Aliran Pendapatan
Revenue streams atau aliran pendapatan pada usaha Frisol kami adalah dari seluruh penjualan Frisol, yaitu penjualan *online*, penjualan *offline*, *reseller*, toko kelontong, kantin sekolah, festival makanan, dan lain-lain.
 6. *Key Resources* atau Sumber Daya
 - a. Peralatan pengolahan Frisol, yaitu kompor, tabung gas, wajan penggorengan, spatula, saringan minyak, sendok, gelas, mangkok, piring, talenan, timbangan kecil, pisau, parutan keju, penjepit makanan, wadah kecil untuk tempat variasi rasa, penggulung roti, dan kertas minyak.
 - b. Sumber daya manusia. Sumber daya manusia yang kami miliki adalah 4 orang yang merupakan anggota kelompok kami.
 - c. Bahan Baku
Resep dan teknik pengolahan bahan baku:
 - i. Resep memberi petunjuk dan arahan secara detail dan tepat pada tiap tahapannya agar pembaca dapat melakukan hal yang sama seperti yang diinstruksikan (Hamidah & Komariah, 1990).
 - ii. Bahan baku yang kami gunakan adalah roti tawar, tepung terigu, air, minyak goreng, tepung roti, selai roti sebagai isian (*strawberry*, *blueberry*, nanas, matcha, coklat), dan topping (oreo, meses, sprinkles, keju, susu kental manis).
 - d. Keuangan atau modal usaha, dari modal sendiri setiap anggota kelompok.
 7. *Key Activities* atau Aktivitas yang Dijalankan
 - a. Produksi dengan teknik dan resep tertentu dan menghasilkan makanan lezat.
 - b. Penjualan dilakukan di depan konsumen untuk menumbuhkan kepercayaan.
 - c. Pemasaran, usaha bisnis Frisol kami pemasarannya melalui berbagai media sosial.
 8. *Key Partners* atau Kerjasama

- a. *Supplier* atau pemasok bahan baku, usaha bisnis Frisol kami menggunakan *supplier* bahan baku dari toko *supplier* bahan-bahan roti.
- b. OVO, Dana, ShopeePay. Diskon atau *cashback* dengan pembayaran menggunakan *cashless*. Kami akan menawarkan diskon atau *cashback* jika transaksi dilakukan dengan menggunakan *cashless payment* OVO, Dana, dan shopeepay.
- c. Toko Kelontong, usaha bisnis Frisol kami akan kami jual ke toko kelontong terdekat.
- d. *Reseller*, kami akan memberikan promo pada *reseller* dengan harga lebih murah dan dengan minimal pembelian tertentu.

9. *Cost Structure* atau Struktur Biaya

- a. Biaya tenaga kerja (gaji). Gaji untuk kelompok kami adalah hasil dari keuntungan penjualan dibagi 4 yaitu $\text{Rp } 7.180.000,00/4 = \text{Rp } 1.795.000,00$.
- b. Biaya pemasaran. Biaya pemasaran yang kami adalah gratis, karena kami memanfaatkan sosial media Instagram dan Whatsapp, serta melalui teman.
- c. Biaya bahan baku. Bahan baku meliputi bahan-bahan yang dipergunakan untuk memperlancar proses produksi atau disebut bahan baku penolong dan bahan baku pembantu. Biaya bahan baku kami cantumkan pada lampiran.
- d. Biaya *overhead* (biaya sewa, dan biaya air). Biaya sewa kami adalah gratis karena kami mengikuti bazar festival makanan di daerah kami yang diadakan gratis untuk mahasiswa, dan untuk biaya air kami hanya menggunakan air aqua sebagai adonan yang senilai Rp 105.000,00.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Anggota Koperasi Wanita, sebagai kelompok sasaran dalam pengabdian ini tampak sangat antusias mengikuti pelatihan yang diberikan oleh tim pengabdian STIE Atma Bhakti Surakarta. Kelompok sasaran merasa senang dengan teknik perencanaan bisnis BMC ini. Kelompok sasaran berencana akan mengaplikasikan teknik perencanaan bisnis ini pada waktu mendatang, sehingga mampu merencanakan usaha dengan baik, yang pada akhirnya dapat menambah income pemasukan rumah tangga dan pada akhirnya mampu meningkatkan taraf kehidupan mereka sebagai Anggota Koperasi Wanita.

Saran

Anggota koperasi wanita Kartasura perlu pendampingan lebih lanjut untuk aspek-aspek yang lain oleh berbagai pihak yang berkepentingan terhadap pengembangan usaha sektor usaha mikro dan ekonomi kreatif.

REFERENSI

- Berlin, B., Suharto, A., & Suhendri, S. (2022). Peran UMKM Pembuatan Makanan Ringan Dan Inovasi Produk Terhadap Penambahan Pendapatan Ekonomi Masyarakat Dikota Tangerang. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 22(1).
- Husaini, M. A., Gematullah, G., Hifziah, H., Saputra, L., Sari, N. P., Nabila, P., ... & Murni, F.(2022). Pengabdian Kukerta Unri Desa Pongkai: Menguak Sisi Lain Gedebok Pisang Menjadi Olahan Makanan Ringan Sebagai Produk UMKM. *Maspul Journal Of Community Empowerment*, 4(2), 250-255
- Hasibuan, Malayu S.P. (2002). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Maulida, T., Shara, Y., Wandira, C. A., & Putri, A. T. (2022). Inovasi Produk Berbahan Dasar Labu Kuning Sebagai Makanan Ringan Yang Lezat, Berprotein Tinggi, Dan Menjadikan Peluang Bisnis Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Di Desa Patumbak. *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI*, 6(1), 168-172.
- Nurbaya, N., Chandra, W., & Ansar, A. (2020). Perubahan Sistem Pelayanan Makanan pada Usaha Kuliner Selama Masa Pandemi COVID-19 dan Era Kebiasaan Baru di Kota Makassar. *Jurnal Kesehatan Manarang*, 6(Khusus), 61-68.
- Rahmawati, A. (2021). Usaha Kreatif Perempuan dalam Turbulensi Pandemi: Riset Longitudinal Wirausaha Industri Kreatif Perempuan 2018-2020. *PALASTREN: Jurnal Studi Gender*, 14(1), 137-160
- Tanjung, T., & Ardiansyah, M. (2022). Sosialisasi Pengembangan Teknologi Usaha Cemilan Bahagia.Official Jatimulyo Menggunakan Metode Analisis Kualitatif. *Jurnal Pengabdian UMKM* 1(2),89-91

FOTO KEGIATAN



UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada :

1. Pengurus Koperasi wanita Kartasura atas bantuan dan fasilitasnya.
2. Pimpinan dan Staf STIE Atma Bhakti yang telah memberikan ijin kegiatan PkM
3. Kepala LPPM STIE ATma Bhakti yg memfasilitasi kegiatan PkM
4. Anggota Koperasi Wanita kartasura yang telah meluangkan waktu untuk mengikuti pelatihan.
5. Anggota Tim PkM dan berbagai Fihak yang membantu kelancaran pelaksanaan PkM.