

EKSISTING MODEL THE BUSINESS MODEL CANVAS (BMC) UMKM OMAH COWBOY

Rini Handayani⁽¹⁾
Hidup Marsudi⁽²⁾
Triyanto⁽³⁾
Ririn Kartikasari⁽⁴⁾

Program Studi Manajemen, STIE Atma Bhakti Surakarta^(1,2,3)
Akademi Pelayaran Nasional Surakarta⁽⁴⁾
e-mail : hidup.marsudi@stie-atmabhakti.ac.id

ABSTRAKSI

Business Model Canvas (BMC) memiliki sembilan elemen yang meliputi Pelanggan yang mencakup Segmen Pelanggan, Proposisi Nilai, Saluran, Hubungan Pelanggan, Aliran Pendapatan, Sumber Daya Utama, Aktivitas Utama, Kemitraan Utama, dan Struktur Biaya. Dengan BMC, Anda bisa mengetahui cara apa saja yang digunakan UMKM OMAH COWBOY untuk mengembangkan usahanya. Omah Cowboy merupakan salah satu usaha UMKM di desa Banyuanyar yang bergerak di bidang produksi olahan susu. Produk olahannya berupa yoghurt dan SSY masih terus dikembangkan menjadi keju dan produk susu lainnya. Hasil produksinya dapat dinikmati oleh orang tua, anak-anak, remaja, balita, dewasa, baik perempuan maupun laki-laki. Tempat produksinya masih di pedesaan asri dan jauh dari keramaian. Omah COWBOY bertujuan untuk meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat sekitar serta memanfaatkan potensi sumber daya yang ada

Kata Kunci: *Business Model Canvas*, UMKM Omah COWBOY

PENDAHULUAN

Analisis Situasi

Omah COWBOY adalah salahsatu bisnis uasaha UMKM yang diidrikan oleh kelompok tani sumber widodo 1 Dukuh Wangan, Desa Banyuanyar, Kecamatan Ampel, Kabupaten Boyolali yang dibin oleh bumdes pemerintah desa banyuanyar. Usaha ini didasarkan pada sektor peternakan yang berkembang di desa banyuanyar. Dimana sebagian besar warga setempat berprofesi sebagai peternak sapi perah. Hal ini yang dapat menguatkan bahwa diwilayah setempat memiliki potensi uasaha peternakan yang dapat dikembangkan melalui umkm dan kelpmpok tani di wilayah desa setempat.

Susu yang diproduksi pun tidak sembarangan. Susu yang diproduksi oleh sapi mayarakat sekitar termasuk susu sapi yang bagus karena dilihat dari pakan yang diberikan oleh petani kepada sapi perah sangat baus kandungan yang terdapat dalam pakan ternak tersebut. Sehingga jumlah akumulasi susu sapi yang diproduksi kisaran 1000 liter per hari.

Pakan yang diperoleh pun masyarakat dapat mencari sendiri di ladang masyarakat sekitar berupa rumput gajah dan lain sebagainya. Namun untuk pakan comboran, masyarakat biasanya membeli dari pihak luar desa yang bekerjasama dengan masing masing petani. Seperti pembelian cosentrat, singkong, ampas jagung, ampas tahu,dll. Imbal baliknya kotoran sapi dapat digunakan sendiri oleh para petani dan dapat digunakan sebagai pupuk organik tanaman rumput mereka sehingga akan terjadinya simbiosis mutualisme antara sesama makhluk hidup.

Olahan susu pada OMAH COWBOY ini dapat berupa yogurt beraneka rasa, seperti yogurt rasa strowbery, melon, vanila, dan lain sebagainya. Selain itu bisnis umkm ini masih megembangkan prodaknya agar bisa meneroboskan menu atau olahan susu lainnya , seperti keju, pay susu, dan kerupuk susu. Bisnis usaha UMKM OMAH Cowboy ini didirikan pada kisran tahu 2020 yang dipelopori oleh kelompok tani sumber widodo 1 dukuh wangan desa banyu anyar. Kecamatan ampel, kabupaten Boyolali yang dinaungi oleh Bumdes Desa Banyuanyar.

Semakin bertambahnya tahun dan adanya eraglobalisasi serta perkembangan zaman maka dimasyarakat setempat memanfaatkan sumberdaya yang ada dan menggali potensi yang ada untuk dikembangkan demi kemajuan berasma, karena dirasa jika UMKM di daerah setempat dapat berkembang maju maka dapat meningkatkan pendapatan masyarakat setempat dan dapat membuka peluang lowongan pekerjaan bagi masyarakat setempat. Melalui jual beli susu murni, marketing dan pemasaran hasil olah produk UMKM OMAH COWBOY dan lain sebagainya. Hal ini juga didasari pada saat tahun tahun tersebut terdapat wabah Covid-19 yang mengakibatkan perekonomian diberbagai daerah down dan banyaknya kasus phk. Hal inilah yang mendorong masyarakat sekitar yang dinaungi pemerintah Desa Banuanyar untubankit bersama agar perekonomian tetap berjalan dan masyarakat dapat beraktivitas normal kembali.

Susu yang diproduksi oleh masyarakat setempat sekitar 1000liter setiap hari. Hasil susu dari petani inilah yang kemudain dijadikan bahan baku olahan susu yang diproduksi OMAH COWBOY. Susu yang diproduksipun berkualitas tinggi dan dijamin kemurniannya sehingga dapat menghasilkan olahan produk susu yang berkualitas pula. Hasil olahan susu sapi ini diperjual belikan secara langsung ataupun didistribusikan ke toko toko wilayah setempat, namun ada juga yang dibawa sebagi oleh oleh ke daerah asal. Agar bisnis ini dapat terus eksis dan bersaing dengan perusahaan bisnis susu lainnya, maka diperlukan gambaran atau strategi bisnis yang tepat. Strategi tersebut dapat dimuat dalam BMC (Business Model Canvas) yang memuat elemen-elemen kunci terkait dengan bisnis atau usaha yang dijalankan.

Business Model Canvas merupakan salah satu alat untuk melihat lebih akurat bagaimana bagaimana rupa usaha yang sedang atau akan jalani. jalani. Dengan tool ini kita seakan melihat bisnis dari gambaran besar, namun tetap lengkap dan mendetail apa saja elemen-elemen

kunci yang terkait dengan bisnis kita. Dengan demikian kita bisa melihat gambaran utuh yang sangat membantu dalam menjawab pertanyaan- pertanyaan seputar bisnis. Dengan mengevaluasi satu demi satu elemen-elemen kunci kita jadi lebih mudah menganalisis apa yang kurang tepat, dan pada akhirnya kita bisa mengambil langkah untuk mencapai tujuan bisnis. Adapun elemen-elemen kunci yang secara umum akan ada pada semua model bisnis adalah: 1. Customer segments 2. Value proposition 3. Channel 4. Customer relationship 5. Revenue stream 6. Key resource 7. Key activities 8. Key partners 9. Cost

Permasalahan Mitra

UMKM OMAH COWBOY ini perlu penguatan manajemen tentang pengelolaan usaha, maka dalam pengabdian kepada masyarakat merasa perlu memberikan pelatihan tentang perencanaan usaha (perencanaan bisnis) bahwa usaha minuman olahan susu dapat menjadi salah satu jawaban atas keinginan UMKM OMAH COWBOY memperkuat usahanya. Metode model perencanaan yang akan dikembangkan menggunakan model *Business Model Canvas (BMC)*. Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang dihadapi oleh UMKM OMAH COWBOY sebagai 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 UMKM OMAH COWBOY?

Solusi yang Ditawarkan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengenalkan teknik penyusunan Business Plan (Perencanaan Bisnis) dari usaha kerajinan Business Plan pada UMKM OMAH COWBOY dengan menggunakan alat Business Model Canvas (BMC).

TUJUAN DAN MANFAAT KEGIATAN

Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah:

1. Mengajarkan teknik penyusunan *Business Model Canvas (BMC)* untuk menyusun Business Plan Susu Olahan UMKM OMAH COWBOY
2. UMKM OMAH COWBOY mampu merencanakan businnes plan susu olahan dengan menggunakan alat *BMC*

METODE PELAKSANAAN

Kunjungan Pengenalan *Business Model Canvas*

UMKM OMAH COWBOY sebagai masyarakat sasaran akan diberi pemahaman dasar tentang Business Plan dan dapat membuat busnnes plan dengan alat *BMC*. Adapun langkah kerja yang harus dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Persiapan materi Pengertian Business Model Canvas

Adalah dokumen tertulis yang rinci mengenai usaha baru yang tengah direncanakan, berisi proyek yang akan dilakukan, pemasarannya, manajemen, risiko, keuangan, dll.

Sebagai media komunikasi bisnis bagi seorang wirausaha untuk menuangkan profil bisnis yang akan direalisasikan dan dikembangkan.

Menggambarkan, merefleksikan serta mencerminkan pribadi wirausaha di belakangnya, sehingga setiap proposal bisnis harus unik, tidak sekedar menyalin proposal lainnya.

2. Manfaat Proposal Business

- a. Membantu wirausaha berfikir sistematis, kritis dan objektif atas bidang usaha yang akan dimasukinya.
- b. Mempersiapkan dan melatih wirausaha untuk menggunakan asumsi-asumsi yang cermat dari berbagai aspek (manajemen, pemasaran keuangan dll) dalam menentukan keberhasilan usaha
- c. Membantu mengembangkan dan menguji strategi, serta keberhasilannya. Juga menyiapkan alternatif strategi dalam berbagai kondisi.
- d. Berguna untuk membandingkan antara prakiraan dengan hasil yang akan diperoleh pada periode yang terukur.
- e. Sebagai alat komunikasi dan sumber informasi untuk memaparkan dan meyakinkan gagasan.
- f. Memberikan ilustrasi atau gambaran kemampuan usaha dalam melaksanakan kewajiban/utang, dan kemampuan manajerial seorang wirausaha

Pelaksanaan PKM Teknik Menyusun Perencanaan Bisnis sampai dengan Mei 2023, dilakukan dalam 3 tahap baik yang bersifat internal maupun kunjungan ke UMKM Omah COWBOY

Ketiga tahap tersebut adalah:

- a. Konsolidasi tim

- b. Kunjungan silaturahmi pertama untuk menyampaikan maksud dan tujuan serta mengemukakan program yang akan dilakukan.
- c. Kunjungan pelatihan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Customer segments

Customer segment adalah kelompok target konsumen yang akan atau sedang dibidik untuk menjadi pelanggan. Target penjualan dari Omah COWBOY Indonesia ditujukan kepada masyarakat semua golongan, kalangan pecinta susu serta produk turunannya, baik laki-laki maupun perempuan, mulai dari anak-anak, remaja, hingga dewasa. berapa besarnya segmen dan sertakan hitungannya , anak anak 50%, remaja 30%, dan dewasa 20%

Value propositions

Value propositions adalah hal yang ditawarkan kepada target konsumen kita. Omah COWBOY menawarkan produk susu dengan berbagai jenis dan turunan susu lainnya seperti keju dan yogurt. Produk dairy yang 100% alami dan segar diproduksi dengan kualitas tinggi, terutama dalam hal hygiene dan keamanan produk. Susu produk. Susu yang dihasilkan yang dihasilkan dari peternakan masyarakat sekitar, sehingga usaha Omah COWBOY INI dapat menjamin kualitas dari produk tersebut. Prodak tersebut dihargai dengan harga per pack kemasan isi 10 pics dihargai dengan harga 17.000 dan untuk keju dihargai dengan harga per kilogram 120.000, susu metah 12.000 dan susu matang 15.000.

2. Channels

Channels adalah cara yang digunakan untuk memberikan value proposition kita n value proposition kita ke konsumen. Channels bisa juga disebut bagaimana cara kita menyampaikan produk kepada konsumen. Channels tersebut bisa berupa penjualan langsung, bisa juga melalui distributor, melalui tenaga marketing, bisa juga melalui website, bisa melalui forum jual beli, atau melalui thread kaskus. Cara yang digunakan oleh Omah COWBOY adalah dengan mendistribusikan produk ke berbagai toko sekitar wilayah daerah dan mengikut sertakan bazar kuliner di wilayah kabupaten Boyolali yang mengadakan bazar / stand kuliner. Penjualan produk juga dilakukan dengan mengg Penjualan produk juga dilakukan dengan menggunakan media sosial. biaya saluran yang melalui bazar melalui lembaga pemerintah umkm dengan biaya gratis. Dan untuk melalui medai sosial yang dilakukan marketing di anggarkan 800.000 dan kuota 100.000 untuk pembelian kuota internet.

3. Customer relationships

Customer relationships yaitu wadah untuk terus berhubungan dan semakin mempererat hubungan dengan pelanggan kita. Cara yang digunakan Omah COWBOY dalam mempererat hubungan dengan pelanggan yaitu dengan memberikan informasi mengenai produk di website dan berkomunikasi melalui media sosial seperti instagram, media sosial seperti instagram. Omah COWBOY juga terus berinovasi berinovasi dalam segi rasa dan berinovasi memunculkan produk produk yang baru.

4. Revenue streams

Revenue streams dalam BMC diisi dengan berbagai cara untuk menghasilkan keuntungan dari value proposition. Dari Omah COWBOY keuntungan yang didapat diperoleh dari penjualan susu serta produk olahan susu seperti yogurt dengan berbagai jenis dan rasa. pendapatan yang didapatkan satu bulan dari segmen pelanggan adalah $(1000 \text{ liter} \times 12.000) \times 30 = 360.000.000$ per bulan.

5. Key resources

Key resources ini adalah syarat yang harus dipenuhi atau resource yang harus dimiliki untuk melakukan aktivitas utama bisnis, jika kehilangan key resource ini bisnis tidak berjalan.

6. Key activities

Key Activities adalah aktivitas yang dilakukan untuk mempertahankan dan menyampaikan value proposition. Elemen ini juga dikategorikan menjadi tiga, yaitu produksi, pemecahan masalah, dan platform atau jaringan.

7. Key partners

Key partners adalah pihak-pihak yang diajak kerjasama dengan tujuan untuk mengoptimalkan alokasi sumber daya dan aktivitas mengingat sebuah perusahaan tidak perlu memiliki semua sumber daya dan melakukan kegiatannya sendiri, Reduction of Risk and Uncertainty yaitu mengurangi risiko dan ketidakpastian dalam lingkungan persaingan, Acquisition of particular resources and activities yaitu mengakuisisi perusahaan lain untuk meningkatkan kemampuan kinerja perusahaan. perusahaan. Pada Omah COWBOY pihak-pihak yang diajak kerjasama kerjasama yaitu supplier ampas tahu, supplier konsentrat, supplier ampas jagung, para pedagang sapi, Bank BRI.

8. Cost Structure

Cost structure adalah rincian biaya-biaya terbesar yang harus dikeluarkan untuk melakukan key activities dan menghasilkan value proposition. Cost structure pada Omah COWBOY adalah biaya langsung, biaya penjualan,biaya pajak bumi dan bangun.

9 Block Bangunan BMC

Key Partners -Lembaga Keuangan -Produsen Pakan	Key activities: -Menghasilkan dan mengolah susu -Memasarkan produk -mendistribusikan logistik	Value Proposition -Susu -Yougurt berbagai rasa	Customer relationship -Memberikan informasi di media sosial , seperti Ig,	Costemer Segments -Semua golongan -Para pecinta susu -Laki-laki dan perempuan -Anak anak, Remaja, dan Dewasa
	Key Resurces: Sumberdaya alam, kualitas sapi perah, kualitas pakan sapi,brand,kemampuan marketing,fasilitas penunjang		Chanel Toko Toko wilayah sekitar, Bazar	
Cost structure Biaya langsung, biaya penjualan,biaya pendanaan, biaya pajak bumi dan bangunan, baiaya pajak dan penghasilan		Revenue streams Penjualan susu serta prodak olahan susu seperti yougurt dengan berbagai jenis rasa		

KESIMPULAN

Bisnis Model Kanvas (BMC) memiliki sembilan elemen, yaitu mencakup Customer Segment, Value Proposition, Channel, Customer Relationship, Revenue Stream, Key Resourcess, Key Activities, Key Partnership dan Cost Structure. Dengan BMC kami dapat mengetahui bagaimana dan dengan cara apa UMKM Omah COWBOY dijalankan dan siapa saja yang terkait baik itu dalam proses produksi, pemasaran pemasaran serta bagaimana bagaimana produsen produsen menjaga menjaga hubungan hubungan dengan para pelanggannya pelanggannya dalam menjaga keberlangsungan

aktivitas perusahaan / usaha. Selain itu juga kita bisa mengetahui jenis produk dairy apa saja yang di produksi oleh Omah COWBOY.

REFERENSI

- Adelina, N., & Wagiyem, W. (2022). Sukses Membuka Online Untuk Membangun Dan Pengembangan Usaha Kecil Bagi Masyarakat Perkotaan. *JANAKA: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT KEWIRUSAHAAN INDONESIA*, 3(1), 40-47.
- Assauri, S. (2011). Manajemen Produksi dan Operasi. Jakarta: Rajawali Pers
- Priyono, E., & Nugroho, T. S. P. (2023). PENYULUHAN PENGOLAHAN SAMPAH/LIMBAH RUMAH TANGGA MENJADI BAHAN BERNILAI EKONOMI DI RT 03 RW 22 PERUM NGRINGO INDAH, KEC. JATEN KARANGANYAR. *JANAKA: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT KEWIRUSAHAAN INDONESIA*, 4(1), 41-49.
- Hudori, Muhammad. 2015. Review Business Model dan Daya Saing Industri Agribisnis.. Bekasi: Kotler, P. (2008). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Laksana, A. (2019). Dasar-Dasar Pemasaran. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Malikussaleh, Industrial Engineering Journal Vol.4 No.1 (2015) 56-61 ISSN 2302 934X
- Nugraha, L. A. (2011). Pengantar Manajemen. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Nurlaila Mahdiah, Pelatihan Diversifikasi Produk Olahan Susu di Sentra Peternakan Sapi Perah Kelurahan Kebon Pedes, Jurnal Pusat Informasi Masyarakat, Direktorat Pengembangan Masyarakat Agromaritim, Institut Pertanian Bogor,
- Nugroho, T. S. P. (2018). Calculation Of Production Price Analysis In Cv Pelangi Advertising. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAAR)*, 2(01).
- Pujawan, I. N. (2010). Supply Chain Management. Surabaya: Guna Widya.
- Handayani, R. (2021). Penyuluhan Peran Manajemen Kewirausahaan Dalam Pengembangan Usaha Kecil Pada Kelompok Masyarakat Desa Mlopoharjo Kecamatan Wuryantoro Kabupaten Wonogiri. *Janaka: Jurnal Pengabdian Masyarakat Kewirausahaan Indonesia*, 2(2), 1-8.
- Riswanto, Natak, dkk. 2014. BISNIS MODEL KANVAS BISNIS MODEL KANVAS (BMC) CIMORY YOGH (BMC) CIMORY YOGHURT DAN URT DAN CAFE NGOPI.Jember: Universitas Jember.
- Salman, M. (2013). Manajemen Biaya. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Siregar, Zulham Husein. 2016. Analisis Bisnis Model dengan Pendekatan Bussines Model Canvas Terhadap Usaha Mikro Agribisnis. Jakarta: e-Proceeding of Management. Vol.3, No.1

Sriyanto, S., Sutianingsih, S., & Kasidin, K. (2021). PELATIHAN PENGEMBANGAN ATRIBUT PRODUK DAN MEDIA PROMOSI PADA INDUSTRI RUMAHAN KARAK DI KALIJIRAK. *JANAKA: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT KEWIRAUSAHAAN INDONESIA*, 2(1), 10-19.

Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). Pemasaran Strategik. Yogyakarta: Andi.

Triyanto, T., Sudarmadi, S., & Wagiyem, W. (2023). PENYULUHAN IJIN USAHA MIKRO DAN KECIL BAGI PELAKU USAHA “TAHU PAK ATMO” DI KRAJAN, MOJOSONGO, JEBRES, SURAKARTA. *JANAKA: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT KEWIRAUSAHAAN INDONESIA*, 4(1), 1-8.

Yordan Gunawan, Barbara Gunawan, M. Bima Aoron Hafiz, Pengolahan Susu Murni Menjadi Makanan Ringan (Stik Susu) Sebagai Alternatif Peningkatan Kesejahteraan Bagi Masyarakat Dusun Kebondowo Boyolali, Jurnal Pengabdian Masyarakat IPTEKS Nol. 6 No 1 Juni 2020

FOTO KEGIATAN

