

**PELATIHAN MODEL CANVAS DAN DIGITAL MARKETING BAGI
MAHASISWA UNIVERSITAS ABDURACHMAN SALEH SITUBONDO**

Novita Retnowati¹, Randika Fandiyanto²

^{1, 2} Universitas Abdurachman Saleh Situbondo
randika@unars.ac.id

Abstract: *The purpose of this community service activity is to provide insight to students participating in the Independent Entrepreneurship Program at Abdurachman Saleh University, Situbondo, about how to make a business plan using the Business Model Canvas method. This training activity was held at PT. Situbondo Sehati Food Kitchen in Semiring Village, Panarukan District, Situbondo Regency. As a result of this activity, students are able to prepare a business plan covering nine main aspects, namely customer segments, value propositions, channels, customer relationships, income streams, main resources, main activities, main partners, and cost structure. Students are also provided with training in using digital media to promote their products widely. Through this understanding, students are then able to design their business in a comprehensive and measurable way so that they have good prospects for the smooth running of their business.*

Keywords: *Business Model Canvas, Business Plan, Digital Marketing*

PENDAHULUAN

Mahasiswa merupakan aset bangsa yang sangat berharga. Mereka memiliki peran penting sebagai agen perubahan (agent of change), penerus kepemimpinan (future leader), dan penggerak pembangunan bangsa. Dalam konteks ini, mahasiswa diharapkan untuk mengembangkan Ilmu Pengetahuan, Mahasiswa adalah individu yang terdidik dan memiliki akses ke pendidikan tinggi. Berperan sebagai Agen Perubahan, Menjaga Nilai-Nilai Kebangsaan, Berinovasi dan Berkontribusi dan Kualitas Sumber Daya Manusia. Dengan

memaksimalkan potensi yang dimiliki, mahasiswa tidak hanya menjadi kebanggaan bangsa, tetapi juga menjadi aktor penting dalam mewujudkan cita-cita nasional.

Mahasiswa Entrepreneur merupakan mahasiswa yang aktif menjalankan atau merintis usaha bisnis sambil menjalani studi mereka. Mereka memanfaatkan kesempatan di lingkungan kampus, seperti akses ke sumber daya, jaringan, serta peluang pendidikan, untuk mengembangkan keterampilan kewirausahaan dan menciptakan inovasi.

Wirausaha Merdeka adalah salah satu program Kampus Merdeka yang dirancang oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbudristek) Indonesia. Program ini bertujuan untuk memberikan pengalaman praktis kepada mahasiswa di bidang kewirausahaan dengan membekali mereka keterampilan, pengetahuan, dan kesempatan untuk mengembangkan usaha.

Tujuan Program Wirausaha Merdeka yaitu Meningkatkan Kompetensi Kewirausahaan, Pengembangan Soft Skills dan Hard Skills, Mendorong Pertumbuhan IKM dan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) serta Pengalaman Nyata Dunia Kerja. Mahasiswa yang mengikuti kegiatan ini memperoleh beberapa manfaat diantaranya Mendapatkan pengalaman praktis di dunia kewirausahaan, Membangun jejaring dengan pelaku usaha, mentor, dan komunitas bisnis, Memperoleh konversi SKS atas keikutsertaan dalam program dan memiliki kesempatan untuk merintis usaha

sendiri dengan bimbingan mentor profesional.

Business Model Canvas (BMC) merupakan kerangka kerja yang digunakan untuk menggambarkan, menganalisis, dan merancang model bisnis secara visual. BMC ini dikembangkan oleh Alexander Osterwalder dan terdiri dari sembilan elemen utama yang saling terkait, yang masing-masing menggambarkan aspek penting dalam sebuah model bisnis Osterwalder & Yves Pigneur (2012). Elemen-elemen ini membantu organisasi memahami bagaimana mereka menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai. Digital marketing merupakan strategi pemasaran yang memanfaatkan platform digital atau internet untuk mempromosikan produk, jasa, atau merek kepada konsumen. Dalam digital marketing, berbagai teknik dan alat digunakan untuk menjangkau audiens secara lebih efektif, terukur, dan personal dibandingkan metode pemasaran tradisional.

Dengan mengkolaborasikan pemahaman tentang perencanaan bisnis menggunakan metode Business Model Canvas dan Metode Digital

Marketing menggunakan media sosial, maka diharapkan mahasiswa dapat memulai bisnis rintisan nya sejak mengikuti program wirausaha merdeka. Pemahaman mindset bisnis ini dapat membantu mahasiswa dalam membuat usaha, dan itu sangat penting agar bisnis berjalan sesuai dengan target yang ditetapkan di awal (Afifah et. Al, 2020). Sembilan aspek utama yaitu customer segments, value propositions, channels, customer relation, revenue streams, key resources, key activities, key partners, dan cost structure. Mahasiswa juga dibekali dengan pelatihan pemanfaatan media digital untuk mempromosikan produknya secara luas

METODE

Pada program pengabdian ini metode yang digunakan berupa workshop. Mahasiswa diberikan materi serta praktik secara langsung untuk menyusun sembilan aspek utama yaitu customer segments, value propositions, channels, customer relation, revenue streams, key resources, key activities, key partners,

dan cost structure (Osterwalder & Yves Pigneur, 2012)

Mahasiswa juga dibekali dengan pelatihan pemanfaatan media digital untuk mempromosikan produknya secara luas. Khalayak atau sasaran dari pengabdian ini merupakan Mahasiswa yang tergabung dalam program wirausaha merdeka Universitas Abdurachman Saleh Situbondo yang menjadi mitra pelaksana Wirausaha Merdeka Universitas Negeri Jember. Pelaksanaan kegiatan pelatihan yaitu di Perusahaan makanan, yaitu PT. Dapur Sehati Food yang berlokasi di Desa Semiring Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo. Setelah dilaksanakan kegiatan pengabdian, dilakukan evaluasi kepada seluruh peserta pelatihan untuk menjamin materi yang diberikan dapat diserap dengan baik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

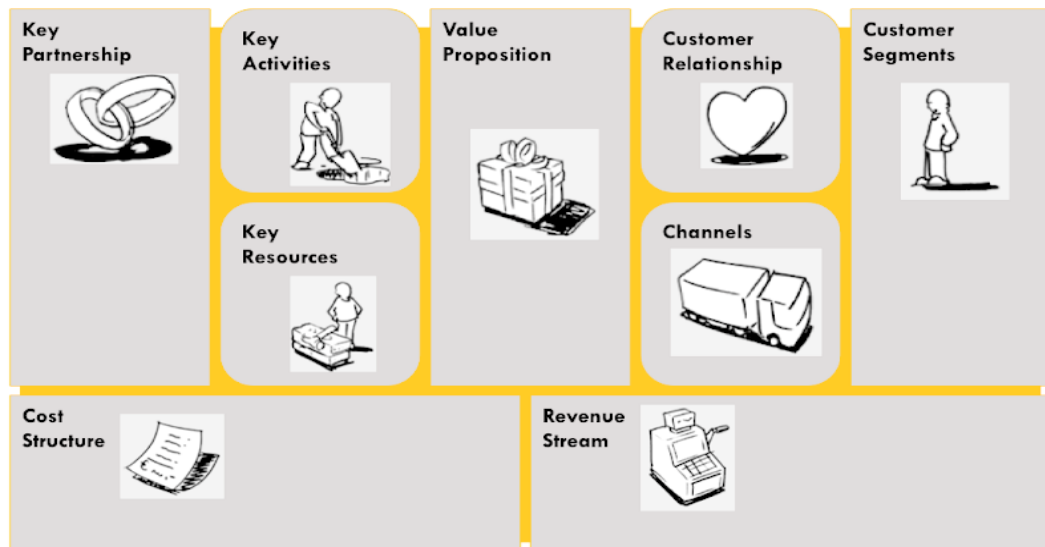
Mahasiswa Wirausaha Merdeka merupakan kelompok program wirausaha merdeka yang diselenggarakan oleh kementerian Pendidikan, kebudayaan, riset teknologi dan Pendidikan tinggi.

Program ini merupakan implementasi kurikulum merdeka yang ada di perguruan tinggi khususnya di Universitas Abdurachman Saleh Situbondo. Hasil kerjasama UNARS Situbondo dengan kampus utama penyelenggara program Wirausaha Merdeka (WMK) yaitu Universitas Jember.

Dalam membangun bisnis stratt-up mahasiswa yang unggul, penting untuk memahami “Proses Manajemen” melibatkan 4 aktivitas dasar, yaitu perencanaan dan pengambilan keputusan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian (Griffin, 2004:9) . Seorang pembisnis harus sepenuhnya memahami setiap fungsi dasar tersebut, dalam implementasiya tidak boleh hanya efektif dalam salah satu fungsi dasae, namun seluruhnya harus diimplementasikan dengan baik, karena semuanya merupakan hal yang sangat penting. (Griffin, 2004:11)

Mahasiswa diberikan poin materi tentang perencanaan bisnis. Perencaan ini tertuang dalam satu konsep bisnis dalam bentuk business model canvas (BMC). semakin tinggi tingkat penerapan business plan maka akan semakin tinggi tingkat potensi laba yang akan diperoleh dan semakin besar peluang untuk membuka cabang usaha dalam rangka pengembangan bisnisnya (Irmayanti dan Keri, 2022)

mahasiswa secara langsung diberikan pemahaman sekaligus mempraktikan untuk menyusun kesembilan aspek dalam BMC. 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 (osterwalder & pigneur 2010:14)



Gambar 1. Sembilan Elemen Business Model Canvas (BMC)

Dalam proses memproduksi barang maupun jasa, wirausahawan harus mampu memahami tiga aspek penting yang harus dikuasai, yaitu pertama Pemasaran, fungsi ini berperan dalam mengadakan permintaan dari konsumen melalui kegiatan promosi dan distribusi barang, fungsi kedua meliputi

Produksi/operasi, fungsi ini merupakan proses yang menghasilkan produk atau jasa. dan ketiga yaitu Keuangan/akuntansi, dalam fungsi ini kegiatan yang dilakukan untuk memantau tagihan- tagihannya dan memantau kemampuan mengumpulkan uang (Render, 2006:5)



Gambar 2. Proses Pelaksanaan Pelatihan Pembuatan BMC

Tahap awal kegiatan mahasiswa diminta untuk menetapkan ide dasar produk yang akan dibuat, ide produk ini dapat berupa produk barang maupun jasa. Setelah ide bisnisnya muncul maka mahasiswa diminta untuk mempertimbangkan Kembali apakah produk tersebut memang memiliki prospek yang baik di masa yang akan datang. Dengan mempertimbangkan aspek persaingan bisnis, ketersediaan bahan baku serta kebersaingan harga pasar.

Selanjutnya pada tahap pertama mahasiswa memulai untuk mengisi bagian customer segments, bagian ini mefokuskan pada arah konsumen yang dituju dengan membagi pasar tujuan. Mahasiswa diminta untuk menjelaskan secara spesifik pasar tujuan utamanya konsumen yang akan membeli produknya. Disamping itu mahasiswa juga bisa mendeskripsikan komunitas atau event tertentu yang bisa menjadi sasaran pasarnya.

Tahap kedua yaitu pengisian value prepositions, mahasiswa WMK diarahkan untuk menunjukan apa yang menjadi keunggulan produk

yang akan dibuatnya. Keunggulan ini merupakan nilai lebih (value) dari pada produk pesaing, mahasiswa ditantang untuk bisa membaca persaingan secara tepat dan responsive, sehingga keunggulan apa yang akan ditunjukan di pasar agar menarik konsumen. Keunggulan produk dapat berupa desain, kualitas bahan yang digunakan, kualitas proses, brand, potongan harga, promosi, system garansi, ketersediaan layanan cepat dan lain-lain.

Selanjutnya untuk tahap ketiga yaitu channels, tahap ini mendeskripsikan tentang bagaimana produk yang telah dibuat nantinya akan di promosikan. Chanel merupakan membangun jaringan pemasaran dengan beberapa mitra untuk membantu mempromosikan barang yang dibuat. Fungsi daripada membangun chanel yaitu untuk memperluas pangsa pasar produk serta membangun kemitraan untuk mempermudah dan meningkatkan penjualan barang. Semakin luas jaringan pasar maka semakin mudah untuk menghadapi persaingan serta mendorong penjualan yang tinggi.

Dalam pemasaran, tidak hanya sebatas memperluas jaringan kemitraan (chanel) namun juga harus mampu menjaga hubungan baik dengan seluruh konsumen maupun chanel pemasaran customer relation. Membangun hubungan baik dengan pelanggan dapat menciptakan loyalitas terhadap barang yang dibeli. Membangun hubungan baik dengan pelanggan dapat berupa pemberian bonus, fee penjualan, diskon harga, layanan garansi dan lain-lain.

Tahapan selanjutnya yaitu menyusun rencana aliran pendapatan atau revenue stream, pada tahapan ini disusun dari mana saja sumber pendapatan yang ditargetkan. Sumber pendapatan dapat berupa pendapatan langsung dari laba usaha yaitu penjualan, atau bahkan direncanakan dimasa yang akan datang untuk mendapatkan laba dari sumber lainnya seperti bagi hasil penjualan produk perusahaan lain, endorsement dan lain lain.

Berikutnya yaitu key resources, merupakan sumberdaya inti yang dibutuhkan untuk memproduksi hingga memasarkan produknya. Hal penting yang perlu untuk ditulis yaitu

Sumber daya manusia yang dibutuhkan sesuai dengan bidang keahliannya, kebutuhan dana, peralatan pendukung, bahan baku dan bahan penunjang lainnya, serta tim promosinya. Selanjutnya yaitu Key Activities, merupakan aktivitas apa saja yang akan dilakukan untuk bisa menciptakan produk yang direncanakan, mahasiswa harus mampu untuk mendeskripsikan proses dari awal hingga produk siap untuk dipasarkan. Tahapan pertama dimulai dari pemilihan bahan baku dasar, proses pembuatan produk hingga jadi, packaging produk hingga aktivitas promosi barang.

Tahap selanjutnya, mahasiswa diminta untuk menentukan partner yang menopang produksi, partner kunci ini merupakan pemasok bahan baku yang akan diproduksi. Peran partner sangat penting untuk menjamin ketersediaan bahan utama yang dibutuhkan baik. Praktik terakhir yaitu mahasiswa menyusun cost structure, struktur biaya ini menjelaskan seluruh biaya yang dikeluarkan dalam bisnis meliputi biaya bahan baku (BBB), Biaya tenaga kerja (BTK) dan Biaya

overhead pabrik (BOP). Setelah seluruh biaya ditetapkan maka ditentukan laba usaha yang akan ditetapkan dari jumlah biaya yang dikeluarkan. Para peserta diberikan pemahaman lanjutan bahwa semakin tinggi jumlah produksi suatu barang, maka semakin kecil biaya produksi per unit barang. Hal tersebut berlaku mengingat harga pembelian bahan baku dalam jumlah yang kecil berbeda dengan pembelian dalam jumlah yang sedikit.

Pada akhir kegiatan mahasiswa juga diberikan pemahaman sekaligus praktik langsung untuk melakukan promosi online menggunakan media sosial dan platform e-commerce. Para peserta diarahkan untuk mempraktikkan secara langsung bagaimana melakukan upload foto serta deskripsi produknya di platform sosial media, tidak hanya itu para peserta juga diberikan dorongan untuk memanfaatkan fitur sosial media bisnis serta edsense, yang memungkinkan untuk bisa mencapai target audiens lebih banyak. Untuk praktikum penggunaan ecommerce mahasiswa diminta untuk memanfaatkan seluruh fitur yang ada

untuk menarik seluruh calon konsumen, baik fitur top ads, diskon harga, push dan lain-lain.

KESIMPULAN

Kegiatan Pelatihan Model Canvas Dan Digital Marketing dilaksanakan pada tanggal 31 Oktober 2024, pengabdian ini dilakukan untuk memberikan wawasan bagi Mahasiswa Peserta Program Wirausaha Merdeka Universitas Abdurachman Saleh Situbondo tentang bagaimana membuat perencanaan bisnis menggunakan metode Business Model Canvas. Pelaksanaan kegiatan pelatihan ini diselenggarakan di PT. Dapur Sehati Food Situbondo di Desa Semiring Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo. Kegiatan pelatihan diberikan kepada mahasiswa untuk memberikan pengalaman secara langsung dalam menyusun perencanaan bisnis yang meliputi Sembilan aspek utama yaitu customer segments, value propositions, channels, customer relation, revenue streams, key resources, key activities, key partners, dan cost structure. Pada tahap akhir

kegiatan, mahasiswa juga dibekali dengan pelatihan pemanfaatan media digital baik menggunakan media sosial maupun platform e-commerce untuk mempromosikan produknya secara luas. Luaran yang diharapkan dari kegiatan ini yaitu mahasiswa mampu untuk mendesain bisnisnya secara komprehensif dan terukur sehingga memiliki prospek yang cukup baik untuk menggapai kesuksesan dalam bisnisnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami sangat berterimakasih kepada PT. Dapur Sehati yang telah memberikan kesempatan waktu, ruang dan fasilitasi untuk terselenggaranya kegiatan Pelatihan Model Canvas Dan Digital Marketing kepada mahasiswa program Wirausaha Merdeka (WMK) tahun 2025. Semoga kegiatan ini dapat memberikan kontribusi positif bagi para peserta dalam memulai bisnisnya.

DAFTAR PUSTAKA

Siti Afifah, Khafid Ismail, Irawan
(2020) Pentingnya Perencanaan
Bisnis Bagi Pengusaha

Klanting di Desa Banuayu Kec.
BP. Peliung Kab. OKU Timur.
Jurnal Indonesia MengabdikanVol.
2 No. 1. DOI :
<https://doi.org/10.30599/jimi.v2i1.955>

Irmayanti dan Keri I. (2022) Strategi
Penerapan Business Plan
Dalam Meningkatkan
Penjualan Menurut Perspektif
Ekonomi Islam. Jurnal
Akuntansi dan Keuangan
Syariah Vol 1 No 2. DOI :
[10.30863/akunsyah.v1i2.3023](https://doi.org/10.30863/akunsyah.v1i2.3023)

Render. (2006). Manajemen Operasi,
Jilid I ; diterjemahkan oleh:
Setyoningsih,D., dan
Almahdy,I; Edisi tujuh, Jakarta
: Salemba Empat

Griffin, Ricky W. 2004. Manajemen.
Jakarta: Erlangga.

Osterwalder, A., & Pigneur, Y.
(2010). Business Model
Generation: A handbook for
Visioners, Game Changers and
Challengers. New York: Wiley