

**PENDAMPINGAN BUSINESS MODEL CANVAS BAGI UMKM
BRIKET ARANG UNTUK Mendukung CIRCULAR ECONOMY
SUKOHARJO LAMPUNG**

***TRAINING OF BUSINESS MODEL CANVAS FOR CHARCOAL
BRIQUETTE TO SUPPORT CIRCULAR ECONOMY SUKOHARJO
LAMPUNG***

¹Theresia Dhian Kusumawati, ²Filiae Marry

^{1,2} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gentiaras

^{1,2}Jalan Purnawirawan Raya No.14, Gedong Meneng, Kec. Rajabasa, Kota Bandar Lampung,
Lampung - 35148

theresiadhiantgentiaras@gmail.com

ABSTRAK

Salah satu pengusaha di kecamatan Sukoharjo, Kabupaten Pringsewu Provinsi Lampung mengolah suatu produk yang memiliki nilai jual dengan mengolah limbah tempurung kelapa menjadi briket arang. Namun karena kemampuan pemilik yang terbatas, bisnis ini perlu mendapatkan bimbingan dan pembinaan. Pada saat awal survey, tim peneliti telah melakukan analisa situasi terhadap Cobit briket arang batok kelapa ini. Bisnis Cobit ini mengalami beberapa masalah yaitu 1. belum menciptakan *value product*; 2. belum mengetahui adanya konsep bisnis dan perencanaan usaha 3. belum memahami promosi melalui social media yang menarik. 4. Jejaring mitra usaha masih terbatas dikarenakan pengetahuan mitra yang terbatas. Berdasarkan siklus tersebut diatas, maka perlu adanya suatu upaya untuk memberikan solusi alternatif yang mampu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mengenai *Business Model Canvas* agar pemilik usaha mampu mengembangkan bisnisnya secara menyeluruh. *Business Model Canvas* (BMC) adalah strategi manajemen yang disusun untuk menjabarkan ide dan konsep sebuah bisnis ke dalam bentuk visual untuk memudahkan melihat gambaran ide bisnis dan realisasinya secara cepat. Tahapan Kegiatan yang dilakukan adalah pencarian ide pengabdian masyarakat melalui pengamatan dan diskusi dengan mitra mengenai rencana kegiatan, kemudian pelaksanaan kegiatan yaitu dengan pelatihan, pendampingan dan evaluasi. Diharapkan melalui kegiatan tersebut mitra yaitu para pemilik usaha briket mampu mengembangkan bisnisnya.

Kata kunci: *Business Model Canvas*, Pengembangan, Bisnis

ABSTRACT

One of the entrepreneurs in Sukoharjo subdistrict, Pringsewu Regency, Lampung Province processes a product that has sales value by processing coconut shell waste into charcoal briquettes. However, because the owner's capabilities are limited, this business needs guidance and coaching. At the start of the survey, the research team carried out a situation analysis of Cobit's coconut shell charcoal briquettes. Cobit's business is experiencing several problems, namely 1. it has not created a value product; 2. He don't know about

business concepts and business planning 3. He don't understand promotions through interesting social media. 4. Business partner networks are still limited due to limited partner knowledge. Based on the cycle above, there needs to be an effort to provide alternative solutions that can increase knowledge and skills regarding the Business Model Canvas so that business owners are able to develop their business. Business Model Canvas (BMC) is a management strategy designed to describe the ideas and concepts of a business in visual form to make it easier to see a picture of the business idea and its realization quickly. The activity stages carried out are searching for ideas for community service through observation and discussion with partners regarding activity plans, then implementing activities, namely through training, mentoring and evaluation. It is hoped that through this activity partners, namely briquette business owners, will be able to develop their business.

Keywords: *Business Model Canvas, Circular Economy.*

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu penghasil kelapa terbesar di dunia. Tanaman kelapa merupakan tanaman yang memiliki banyak sekali manfaat. Buah kelapa yang terdiri dari sabut kelapa, tempurung kelapa, daging buah kelapa serta air kelapa dapat digunakan sebagai bahan dasar makanan dan minuman. Sebagai daerah yang bertumpu pada sektor agraris yaitu penghasil komoditi pertanian dan perkebunan, pemerintah Provinsi Lampung terus berupaya melakukan upaya penguatan melalui Program Kartu Petani Berjaya. Sampai dengan triwulan tahun 2023, sektor perdagangan mengalami peningkatan yaitu sebesar 10,32% dibandingkan tahun sebelumnya. Kelapa merupakan salah satu komoditi andalan provinsi

Lampung, dimana saat ini total produksi kelapa di provinsi Lampung mencapai 78.571 ton dengan luas area sebesar 89.673 Ha pada tahun 2022.

Sukoharjo merupakan salah satu daerah yang berada di Kabupaten Pringsewu Provinsi Lampung. Kabupaten Pringsewu ini merupakan salah satu penghasil tanaman perkebunan kelapa di Lampung. Pada tahun 2022 Pringsewu menghasilkan 1719 ton kelapa. Selain untuk diekspor ke berbagai negara seperti Amerika, Cina, Belanda, Australia, dan Jepang, kelapa juga digunakan untuk berbagai macam industri seperti makanan, minuman, obat, kosmetik, bahan bangunan, dan aneka produk lainnya. Namun dari hasil produksi yang dilakukan memiliki dampak ekonomis karena membawa limbah yang dapat merusak lingkungan

yaitu sabut kelapa yang tidak dimanfaatkan masyarakat. Limbah yang dihasilkan sebanyak 1 - 2 ton setiap minggunya karena buah kelapa terdiri 45% sabut kelapa sehingga sabut kelapa yang ditimbang akan lebih berat dari batok dan daging kelapa.

Oleh karena itu untuk menyelesaikan masalah tersebut sehingga menjadi ide peluang bisnis dari limbah kelapa adalah dengan pemanfaatan limbah kelapa. Salah satu pemanfaatan limbah padat kelapa yaitu memanfaatkannya menjadi sumber energi terbarukan atau sebagai bahan bakar alternatif yaitu briket arang (Anggoro et al., 2018). Salah satu anak muda yang menjalankan prinsip kewirausahaan di kecamatan Sukoharjo, Kabupaten Pringsewu Provinsi Lampung dengan melihat peluang dan memanfaatkan tempurung kelapa sebagai suatu produk yang memiliki nilai jual dengan mengolah limbah tempurung kelapa menjadi briket arang. Briket arang tempurung kelapa mempunyai beberapa keunggulan dibandingkan dengan bahan bakar lainnya, diantaranya

mampu menghasilkan panas yang tinggi, tidak beracun, tidak berasap, waktu pembakaran/nyala bara api yang lebih lama, berpotensi sebagai pengganti batu bara, dan lebih ramah lingkungan.(Iskandar et al., 2019). Beberapa negara di dunia ini sudah mulai menggunakan energi terbaru berupa briket dari berbagai jenis sampah dan sudah mulai dikembangkan. Gambaran potensi tersebut dapat dijadikan inovasi bagi pengolahan sampah. Ide seperti ini harus didukung oleh partisipasi masyarakat yang tidak menutup kemungkinan dapat membuat roda perputaran ekonomi masyarakat menjadi lebih baik (Febrina, 2019).

Pengusaha yang memproduksi briket arang batok kelapa di daerah Sukoharjo adalah Paulus Dani menghasilkan briket dengan nama Cobit. Berdasarkan informasi yang diperoleh, usaha briket tersebut dimulai sejak 13 Juli 2022. Berikut permasalahan mitra yang diilustrasikan dalam analisa SWOT secara internal dan eksternal seperti terlihat pada tabel 1 dibawah ini.

Tabel 1. Permasalah Mitra dalam Analisis SWOT

<i>Strenght</i>	<i>Weakness</i>	<i>Opportunities</i>	<i>Threats</i>
1. Produk yang	1. Belum paham	1. Market (Ekspor)	1. Persaingan

menarik sebagai bahan bakar tanpa asap, bara stabil,bahan organik, minim polusi	value/ciri khas keunggulan produk	luas.	bisnis
2. Ketertarikan membuat produk desa unggul.	2. Belum memahami promosi sosial media	2. Sukoharjo (Pringsewu) salah penghasil kelapa tersebar sebagai bahan baku.	
	3. Belum memahami editing promosi produk.		
	4. Modal minim.		
	5. Alat produksi sederhana		
	6. Mitra terbatas		
	7. Belum ada perencanaan usaha.		
	8. Belum menguasai proses ekspor		

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan dalam Analisa SWOT diatas, maka solusi permasalahan yang dapat diberikan melalui pelaksanaan kegiatan pengabdian adalah metode pelatihan dan pendampingan dalam menyusun pemetaan potensi peluang bisnis menggunakan model BMC (*Business Model Canvas*). Pemetaan potensi bisnis menjadi instrument penting bagi suatu bisnis sebagai dasar dalam membuat program kerja kegiatan, sehingga terwujud strategi

prioritas dalam bisnis. Kegiatan ini dilakukan agar pengelola UMKM tersebut mampu merancang proses bisnis secara keseluruhan serta memahami poin penting dalam bisnis seperti segmen pasar, sumber daya, aktivitas, hubungan dengan pihak terkait, pendapatan, serta biaya. Diharapkan setelah mendapat pendampingan, pemilik bisnis mampu berpikir secara komprehensif sehingga mampu menentukan strategi yang tepat guna mengembangkan bisnisnya

guna memanfaatkan potensi daerah Sukoharjo Pringsewu.

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERFIKIR

Analisis SWOT

Dalam sebuah bisnis dibutuhkan sebuah analisis dalam melaksanakan strategi perusahaan. Salah satu analisis yang dapat diterapkan yaitu analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, dan Threats*). Analisis ini dilakukan berdasarkan faktor internal (*Strength dan Weakness*) dan faktor eksternal (*Opportunities dan Threats*) didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*). Hasil penelitian (Tan & Tan, 2005) dalam (Astuti & Ratnawati, 2020) menyebutkan bahwa kelangsungan hidup dan keberhasilan perusahaan, bergantung pada kemampuan perusahaan untuk memantau dan beradaptasi terhadap lingkungan (internal dan eksternal) bisnisnya.

Business Model

Business Model merupakan *blue-*

print dari sebuah strategi yang mengarahkan apa yang harus dijalankan pada sebuah bisnis. *Business model* menyederhanakan suatu realitas bisnis yang kompleks menjadi elemen-elemen pokok yang mudah untuk dibuat. Pengertian dari *business model* dapat dipilih menjadi tiga kelompok, yaitu pertama sebagai metode atau cara menciptakan nilai, kedua: *business model* dilihat dari komponen (elemen) seperti produk, pelanggan, manfaat dan pendapatan, aset, serta pengetahuan. Ketiga sebagai alat untuk merumuskan strategi bisnis. Menurut (Osterwalder & Pigneur, 2012) sebuah *business model* menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana organisasi menangkap, memberikan, dan menangkap nilai. (Nazil et al., 2017)

Business Model Canvas

Salah satu konsep manajemen bisnis yang sering digunakan dalam perencanaan bisnis yaitu menggunakan *Business Model Canvas* (BMC). Konsep *Business Model Canvas* digunakan sebagai gambaran umum perusahaan ketika berinteraksi dengan distributor, mitra kerja dan customer (Zorr dan Amit, 2011) dalam

(Bustamin, 2020). Dalam *Business Model Canvas* terdapat *Nine Building Blocks* yang merepresentasikan elemen kunci yang secara umum terdapat pada semua model bisnis. Blok ini mewakili cara berpikir tentang bagaimana sebuah perusahaan menghasilkan uang (*make money*). *Business Model Canvas* adalah sebuah prototipe bisnis yang mampu memberikan gambaran sederhana seperti apa bisnis akan dijalankan dan bagaimana bisnis tersebut dapat dikembangkan.

Berikut adalah Sembilan elemen *Business Model Canvas* menurut (Osterwalder & Pigneur, 2012:12) dalam (Nazil et al., 2017), yaitu

1. *Value proposition* (proporsi nilai) adalah keunikan produk yang ditawarkan kepada pelanggan.

2. *Customer segments* (segmen pelanggan), kelompok orang yang dituju oleh perusahaan untuk dilayani, atau siapa saja yang akan menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan yang nantinya akan memberikan profit bagi perusahaan. *Customer segments* dilakukan agar lebih fokus pada saat memberikan pelayanan produk dan jasa.

3. *Channels* (saluran menuju pelanggan) merupakan elemen terpenting bagaimana perusahaan menyampaikan nilai kepada pelanggan. *Channels* berupa penjualan langsung dan tidak langsung. Komunikasi, distribusi, dan saluran penjualan adalah faktor-faktor yang memungkinkan perusahaan berinteraksi pelanggan. Channel meliputi cara-cara meningkatkan kesadaran (*awareness*) memudahkan pelanggan menilai, membantu pelanggan membeli produk atau jasanya, menyampaikan produk atau jasanya, dan memberi bantuan purna jual.

4. *Customer relationships* (hubungan pelanggan) merupakan kegiatan yang dilakukan untuk mencari konsumen baru serta mempertahankan pelanggan lama (*retention*) dan menawarkan produk baru pada pelanggan baru dan lama.

5. *Key resources* (sumber daya utama), sumber daya yang dimiliki seperti sumber daya fisik (bangunan, peralatan dan kendaraan) modal, sumber daya manusia. Asset yang dimiliki dapat menunjang keberhasilan operasional bisnis dan mewujudkan nilai proposi yang ditawarkan atau

dijanjikan pada konsumen.

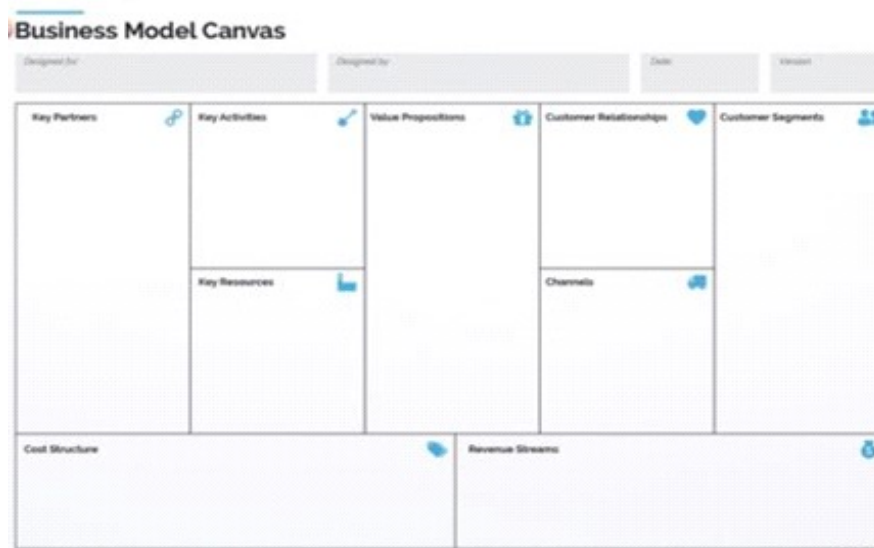
6. *Key activities* (aktivitas kunci) menggambarkan aktivitas penting yang dilakukan baik secara operasional dan solusi atas masalah yang sering timbul. Key activities ini berperan penting dalam mewujudkan nilai proposi, membina hubungan dengan konsumen, dan memperoleh pendapatan.

7. *Key partnership* (mitra utama)

merupakan hal yang penting dilakukan menjalin mitra kerjasama untuk mengurangi resiko kerugian dan sumber daya yang dimiliki.

8. *Cost structure* (struktur biaya) yang dikeluarkan untuk menjalankan model bisnis.

9. *Revenue streams* (aliran pendapatan) merupakan aliran dana yang masuk dari setiap *customer segments*.



Gambar 1. Business Model Canvas

METODE PELAKSANAAN

Adapun metode pelaksanaan kegiatan ini meliputi:

1. Tahap Survey.

Tim pengabdian melakukan pendekatan dengan melakukan survey dengan

mempelajari permasalahan yang dihadapi mitra UMKM dan mencari solusi pemecahan masalahnya. UMKM mitra ini terdiri dari 3 orang pengelola bisnis.

2. Tahap Persiapan.

Pada tahap awal persiapan ini tim

pelaksana bersama mitra bersepakat untuk menentukan jenis kegiatan, tempat pelaksanaan dan waktu kegiatan serta bahan-bahan agar kegiatan dapat terlaksana dengan baik. Materi mengenai *Business Model Canvas* berupa alat peraga *worksheet* dan bahan sebagai pendukung agar peserta memahami materi yang disampaikan dan langsung melakukan perencanaan mengenai bisnis melalui lembaran *business model canvas* tersebut. *Business Model Canvas* merupakan alat visual yang digunakan untuk menggambarkan model bisnis sebuah perusahaan dalam satu lembar kertas.

3. Tahap Pelatihan dan Pendampingan.

Metode ini bertujuan untuk memberikan penguasaan pengetahuan dan keterampilan dalam merancang ide bisnis dengan terstruktur melalui selembarnya kertas yang berisi 9 hal penting serta mendorong kreativitas dan inovasi bisnis. Berikut tahapan pelatihan dan pendampingan kegiatan:

a. Pemaparan materi yang dilengkapi dengan material simulasi terkait konsep *Business Model Canvas*.

b. Diskusi, Peran mitra dalam

kegiatan pengabdian ini adalah sebagai peserta yang berperan aktif dalam kegiatan pengabdian yang akan dilaksanakan.

c. Pendampingan penyusunan *Business Model Canvas* sebagai strategi bagi wirausaha untuk menghadapi persaingan bisnis.

4. Evaluasi kegiatan.

Evaluasi kegiatan dilakukan dengan tujuan untuk mereview hasil-hasil kegiatan sehingga mendapatkan informasi dan juga mendapatkan umpan balik dari peserta kegiatan. Evaluasi berupa peserta membuat BMC bisnis briket yang sedang dilakukan, presentasi hasil BMC dan dilanjutkan dengan proses pendampingan strategi BMC.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dengan tema Pengembangan Strategi Pemasaran melalui *Business Model Canvas* bagi Pengusaha Briket arang merk Cobit di Sukoharjo Lampung terdiri dari kegiatan pelatihan dan pendampingan kegiatan. Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 23 Januari 2024 bertempat di Panggungrejo utara RT. 04 RW 02 Kec Sukoharjo Kab

Pringsewu Provinsi Lampung. Peserta pendampingan terdiri dari pengelola briket arang ini yang berjumlah 4 orang.

Tahap pelatihan dan pendampingan ini bertujuan untuk memberikan penguasaan pengetahuan dan keterampilan dalam merancang ide bisnis dengan terstruktur melalui selebar kertas yang berisi 9 hal penting serta mendorong kreativitas dan inovasi bisnis.

Pelatihan

Pelatihan dilakukan dengan pemaparan materi yang dilengkapi dengan material simulasi terkait konsep *Business Model Canvas*. *Business Model Canvas* adalah sebuah prototipe bisnis yang mampu memberikan gambaran sederhana seperti apa bisnis akan dijalankan dan bagaimana bisnis tersebut dapat dikembangkan. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan melakukan pendampingan mengenai *Business Model Canvas*. *Business Model Canvas* merupakan salah satu alat yang digunakan untuk menganalisis model bisnis keseluruhan yang ditemukan oleh Osterwalder dan Pigneur pada tahun 2010 dalam (Saleh & Rika, 2018). BMC digunakan agar

kekuatan dan kekurangan proses bisnis dapat dianalisis untuk mengantisipasi adanya kesalahan atau perlunya sebuah perbaikan dalam bagian dari proses menjalankan model bisnis. Analisa ini sangat diperlukan untuk mengetahui dengan tepat seberapa besar bisnis akan berkembang dan seberapa suatu bisnis akan bertahan, (Ismail dan A. Ifayani, 2016 dalam (Haanurat et al., 2022).

Untuk dapat mencapai tujuan dari sebuah bisnis yaitu profit, suatu bisnis memerlukan dukungan oleh semua pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung berkontribusi dalam memperoleh keuntungan bisnis (Muchlis, 2007 dalam (Dewi et al., 2023). BMC mengubah sebuah model bisnis yang rumit menjadi model lebih sederhana. Dengan BMC tidak perlu membuat dokumen bisnis plan yang panjang, kita sudah bisa memahami suatu bisnis secara garis besarnya. Dan BMC wajib dimiliki oleh pengusaha pemula karena memudahkan untuk melakukan pemetaan dan analisis terhadap model bisnisnya (Warnaningtyas, 2020 dalam (Candra-ningrat et al., 2021). BMC merupakan konsep yang menyederhanakan

konsep bisnis yang digambarkan dalam satu lembar kertas kerja, dan konsep Business Model Canvas ini terdiri dari 9 elemen (Agus, 2020; Ratih & Mokh, 2019; Zulkarnain et al., 2020 dalam (Haanurat et al., 2022).

Pendampingan

Pendampingan penyusunan *Business Model Canvas* sebagai strategi bagi wirausaha untuk menghadapi persaingan bisnis. Setelah mendapatkan materi model BMC dan mengapa BMC itu penting dalam memulai bisnis briket arang, kegiatan kelanjutnya adalah pendampingan yaitu memberikan kesempatan kepada pengelola briket arang membuat model bisnis dalam BMC.

Peserta sangat berperan aktif setelah mengetahui model bisnis BMC dan setelah menuliskan dalam kertas yang telah disiapkan oleh panitia. Peserta mempresentasikan hasil BMC di depan tim pengabdian masyarakat. Setelah memperesentasikan BMC acara dilanjutkan dengan diskusi

Diskusi.

Dalam diskusi ini mitra diberikan masukan dan saran sehingga BMC peserta siap untuk diaplikasikan dalam bisnis briket arang.

Tahapan berikutnya dalam kegiatan pendampingan ini adalah menyesuaikan analisis SWOT dalam kegiatan bisnis yang dilakukan di awal dan mengembangkan perencanaan bisnis tersebut melalui pemetaan *Business Model Canvas*.

Setelah melakukan analisis SWOT, berikut *Business Model Canvas* dari UMKM Briket merk Cobit yaitu sebagai berikut:

1. Value Proposition.

Dilihat dari Analisis SWOT terdapat kekurangan dalam produknya yaitu kemasan bentuk plastik transparan dan belum memiliki kemasan yang menarik yang menjadi ciri khas produk ini sehingga produk ini bisa dijual di toko dan dikenal oleh konsumen secara luas. Oleh karena itu untuk menciptakan *value proposition*, briket arang merk cobit ini membuat kemasan yang menarik yang menjadi ciri dari produk tersebut. Dan juga membuat inovasi baru bentuk produknya dengan beberapa bentuk yaitu cube dan hexagonal.

2. Customer segment

Bisnis briket ini adalah memasuki pasar- pasar baru dalam dunia industri seperti pabrik-pabrik sebagai bahan

bakar, restaurant, importir dan industri wholesale yang akan menyalurkannya kepada masyarakat, kaum milenial yang sering mengadakan acara barbeque.

3. Channel.

Dari hasil evaluasi channel yang perlu dilakukan yaitu memperbanyak saluran pemasaran baik secara online dan offline. Promosi online dilakukan melalui media sosial whatsapp dan instagram.

4. Customer Relationship

Hal ini dilakukan membina hubungan baik dengan pelanggan yaitu memberikan service delivery.

5. Key Resources

Briket ini mempunyai sumber daya kunci berupa bahan baku limbah batok kelapa, arang, serbuk kayu, serbuk gergaji, kulit singkong, di sekitar wilayah serta keahlian dalam memproduksi briket arang yang berkualitas.

6. Key Activities.

Kegiatan kunci yang dilakukan adalah pembelian batok kelapa, mengelola pembuatan briket, pengeringan briket, packaging, promosi dan pengiriman produk. Pada bagian ini perlu

diperhatikan beberapa hal penting seperti melakukan pengadaan bahan baku agar bahan baku terjaga kualitas dan kuantitasnya, proses produksi disertai quality control, serta perawatan alat dan mesin yang digunakan selama proses produksi. Promosi berupa potongan harga untuk jumlah pembelian tertentu. *Service delivery* untuk pembelian dalam jumlah banyak.

7. Key Partnership.

Pendapatan yang diterima dari briket ini adalah dari penjualan briket arang bersifat penjualan langsung yaitu secara langsung ke konsumen (B2C) ataupun melalui perantara (B2B) yaitu dijual ke pedagang retail, toserba, restaurant, restarurant timur tengah (sisha), warung ayam bakar/ikan bakar dan tukang sate.

8. Cost Structure.

Perlu mengikuti pelatihan pengelolaan biaya yang tepat dengan modal yang terbatas dan mencari mitra yang membutuhkan pengeluaran biaya yang minim dengan kualitas yang baik.

9. Revenue Streams.

Hal yang perlu dilakukan adalah meningkatkan kegiatan penawaran ke

toko, pabrik, restaurant sehingga bisa meningkatkan penjualan produk.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan dapat memberikan solusi pada permasalahan yang dihadapi UMKM. Para pelaku UMKM dapat ikut serta dalam mengikuti program ini sehingga mampu mengembangkan bisnis sehingga mampu bersaing dengan produk lainnya. Hasil dari peserta pengabdian terhadap kegiatan pelatihan *Business Model Canvas* ini adalah sebagai berikut:

juga mendapatkan umpan balik dari peserta kegiatan.

Tahap pendampingan dilakukan selama 1 bulan melalui media komunikasi online. Berikut pengembangan bisnis dari *Business Model Canvas* dari UMKM Briket merk Cobit:

1. *Value proposition.*

Dilihat dari Analisis SWOT terdapat kekurangan dalam produknya yaitu kemasan bentuk plastik transparan dan belum memiliki kemasan yang menarik yang menjadi ciri khas produk ini

Key Partner • Tukang arang • Batok Kelapa • Pabrik • Tepung kanji • Supply Kayu Bakar • Restaurant • Sisha • Warung sate • Warung ayam bakar/ikan • Komunitas Ekspor briket arang	Key Activities • Membeli arang batok kelapa • Mengelola produksi • Pengeringan • Pengemasan • Pengiriman	Value Propositions • Tanpa asap • Bara api stabil • Tahan lama • Bahan organik • Minim polusi • Mudah dinyalakan • Praktis • Produk kualitas ekspor	Customer Relationship • Pelayanan • Service Delivery	Customer Segments • Restaurant BBQ • Resto Timur Tengah (sisha) • Tukang sate • Warung ayam bakar/ikan bakar • Milenial 15-25 – BBQ • Konsumen luar negeri (timur tengah, china, korea selatan)
Cost Structure • Biaya bahan baku • Tenaga kerja • Proses pengolahan produk dan label • Biaya Promosi • Biaya kemasan			Revenue Streams Penjualan Briket Arang dengan bentuk cube dan hexagonal	

Gambar 2. *Business Model Canvas* Briket Arang Merk COBIT

Evaluasi kegiatan

Kegiatan ini dilakukan dengan tujuan untuk mereview hasil-hasil kegiatan sehingga mendapatkan informasi dan

sehingga produk ini bisa dijual di toko dan dikenal oleh konsumen secara luas. Oleh karena itu untuk menciptakan *value proposition*, briket arang merk

cobit ini membuat kemasan yang menarik yang menjadi ciri dari produk tersebut. Dan juga membuat inovasi baru bentuk produk-nya dengan beberapa bentuk yaitu cube dan hexagonal. Berikut gambar kemasan dan logo yang dibuat.

pasar-pasar baru dalam dunia industri seperti pabrik-pabrik sebagai bahan bakar, restaurant, importir dan industri wholesale yang akan menyalurkannya kepada masyarakat, kaum milenial yang sering mengadakan acara barbeque.



Gambar 3. Kemasan Briket Arang



Gambar 4. Bentuk Briket Arang Cube dan Hexagonal

2. Customer Segment

Bisnis briket ini adalah memasuki

3. Channel.

Dari hasil evaluasi channel yang perlu

dilakukan yaitu memperbanyak saluran pemasaran baik secara online dan offline. Promosi online dilakukan melalui media sosial whatsapp dan instagram.

4. *Customer Relationship*

Dilakukan untuk membina hubungan baik dengan pelanggan yaitu memberikan *service delivery*.

5. *Key Resources*

Briket ini mempunyai sumber daya kunci berupa bahan baku limbah batok kelapa, arang, serbuk kayu, serbuk gergaji, kulit singkong, di sekitar wilayah serta keahlian dalam memproduksi briket arang yang berkualitas.

6. *Key Activities*

Kegiatan kunci yang dilakukan adalah pembelian batok kelapa, mengelola pembuatan briket, pengeringan briket, packaging, promosi dan pengiriman produk. Pada bagian ini perlu diperhatikan beberapa hal penting seperti melakukan pengadaan bahan baku agar bahan baku terjaga kualitas dan kuantitasnya, proses produksi disertai quality control, serta perawatan alat dan mesin yang digunakan selama proses produksi. Promosi berupa

potongan harga untuk jumlah pembelian tertentu. *Service delivery* untuk pembelian dalam jumlah banyak.

7. *Key Partnership*

Pendapatan yang diterima dari briket ini adalah dari penjualan briket arang bersifat penjualan langsung yaitu secara langsung ke konsumen (B2C) ataupun melalui perantara (B2B) yaitu dijual ke pedagang retail, toserba, restaurant, restarurant timur tengah (sissha), warung ayam bakar/ikan bakar dan tukang sate.

8. *Cost Structure*

Perlu mencari mitra yang membutuhkan pengeluaran biaya yang minim dengan kualitas yang baik.

9. *Revenue Streams*

Hal yang perlu dilakukan adalah meningkatkan kegiatan penawaran ke toko, pabrik, restauarant sehingga bisa meningkatkan penjualan produk. Harga jual briket arang ini adalah Rp.10.000/kg.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan dapat memberikan solusi pada permasalahan yang dihadapi UMKM. Para pelaku UMKM dapat ikut serta dalam mengikuti program ini

sehingga mampu mengembangkan bisnis sehingga mampu bersaing dengan produk lainnya.

Selain faktor pendukung, tentu saja ada faktor penghambat yang dirasakan selama pelaksanaan pelatihan ini:

1. Jarak lokasi pengabdian yang jauh sehingga persiapan perjalanan harus dilakukan secara matang .
2. Keterbatasan koneksi internet/ sinyal menjadi salah satu faktor penghambat pula dalam kegiatan ini.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dan uraian pembahasan diatas, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut pelatihan dan pendampingan mengenai Business Model Canvas ini dapat dipahami dengan baik oleh pengelola UMKM briket arang. Pengelola UMKM mampu melakukan evaluasi bisnis melalui analisis SWOT serta menjalankan bisnisnya sesuai dengan rencana bisnis yang dibuat sehingga dapat memperluas skala pemasarannya. Pengelola dapat membuat tujuan bisnis, menentukan pasar yang sesuai dengan produk atau jasanya pada konsumen, dapat membuat analisis pasar yang sesuai

dengan targetnya dan menyesuaikan dengan trend yang berkembang saat ini, melakukan pemetaan terhadap kompetitor atas kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman, dapat menentukan harga jual produk, serta mengidentifikasi biaya secara tepat. Pengelola yang terdiri dari 3 orang sudah mampu menjelaskan Business Model Canvas dari bisnis mereka dibuktikan dengan mereka merancang Bisnis menggunakan Business Model Canvas. Kegiatan berlangsung baik dan lancar tepat waktu sesuai jadwal yang telah ditentukan dan juga para peserta dapat berdiskusi secara langsung dengan para tim pelaksana pengabdian masyarakat baik secara langsung pada saat pelatihan ataupun secara tidak langsung melalui whatsapp group.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, A. M. I., & Ratnawati, S. 2020. Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100). *Jurnal Ilmu Manajemen*. 17(2):58–70.
- Bustamin, A. 2020. Business Model Canvas dan Social Media Marketing untuk Meningkatkan Kapasitas Pengusaha Mikro di Kabupaten Pangkep. *JURNAL TEPAT/ : Applied Technology Journal for Community Engagement and Services*.

3(1):150–156.

Industri. 4(1):15.

Candraningrat, C., Yurisma, D. Y., & Mujanah, S. 2021. Pengembangan strategi bisnis Melalui BMC (Business Model Canvas) dan strategi pemasaran bagi UMKM Sari Delight Surabaya. *TEKMULOGLI: Jurnal Pengabdian Masyarakat. 1(1):11–22.*

Dewi, I. K., Mardiana, S., & Hasanah, Y. M. 2023. Pemanfaatan Business Model Canvas (Bmc) Dalam Meningkatkan Kegiatan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM): Kreasi Mahasiswa Manajemen. 3(1):18–20.*

Haanurat, A. I., Jaya, A., & Nurlina, N. 2022. Pemetaan Potensi Desa Melalui Business Model Canvas Untuk Pengelolaan Bumdes. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri). 6(2):1570.*

Nazil, M., Wilopo, W., & Sanawiri, B. 2017. Pengembangan Value Proposition Bisnis Pertanian Organik Menggunakan Pendekatan Business Model Canvas (Studi Kasus Pada Kelompok Tani Anjasmoro Kecamatan Bumiaji Kota Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya. 50(6):193–200.*

Saleh, A., & Rika. 2018. Analisis Perancangan Bio Briket Biji Salak Menggunakan Bisnis Model Kanvas. *Jurnal Teknik Industri: Jurnal Hasil Penelitian Dan Karya Ilmiah Dalam Bidang Teknik*