JURNAL JIHAPENMAS
Jurnal Hilirisasi Pengabdian Masyarakat

Vol. 2, No. 1 - Februari 2025, Hal. 63-71
DOI: doi.org/10.29062/jihapenmas.v2i1.1346

Pelatihan BMC bagi Pelaku Usaha Mikro Kelompok Swadaya Guyub Rukun Malang

Widjojo Suprapto*[1], Sesilya Kempa[2], Nony Kezia Marchyta[3], Wilma Laura Sahetapy[4], Jason Yendi Limah[5]
[1,2,3,4] School of Business and Management, Universitas Kristen Petra
[5]Fakultas Humaniora & Industri Kreatif, Universitas Kristen Petra
*e-mail: joe.suprapto@petra.ac.id

Nomor Telepon Author: 089676462412

Received:	Revised:	Accepted:	Available online:
12.01.2025	27.01.2025	16.02.2025	28.02.2025

Abstract: *The correct business model is the key to success for micro and small businesses. Findings during the field observation reveal that there is a lack of understanding about creating business model that answer the current business conditions of these business actors. Many actors who join Guyub Rukun PPA Sikhar Malang have unclear concepts about the potential of their products, customer mapping, and financial management, so they cannot develop their business and cannot enjoy the fruits of their works in the form of welfare. In order to improve their business knowledge, Business Model Canvas is introduced to the actors, with a focus on improving the mindset and behavior of the actors in managing their micro and small businesses. The result of the training is the creation of new business models and the provision of assistance to implement the model to their businesses. By the end of this training, there is a significant increase in revenues, market growth, product improvement, and sales.*
Keywords*: Business Model Canvas, Business Sustainability, Small Businesses*

Abstrak: Model bisnis yang benar adalah kunci kesuksesan bagi pelaku usaha mikro dan kecil (UMK). Temuan di lapangan menunjukkan kurangnya pemahaman mengenai model bisnis yang sesuai dengan kondisi bisnis. Banyak pelaku usaha yang bergabung pada kelompok swadaya masyarakat Guyub Rukun PPA Sikhar Malang memiliki konsep yang kurang tepat tentang potensi produk mereka, pemetaan pelanggan, dan pengelolaan keuangan usaha, sehingga mereka tidak dapat mengembangkan usaha mereka dan tidak meningkatkan kesejahteraan ekonomi. Pelatihan dan pendampingan membuat model bisnis menggunakan Business Model Canvas (BMC) dilaksanakan dengan fokus pada perubahan pola pikir dan perilaku pengelolaan UMK. Hasil dari pelatihan ini adalah terciptanya model bisnis yang baru. Pendampingan dilaksanakan untuk menerapkan model yang baru tersebut ke usaha mikro para anggota. Dampak pelatihan dan pendampingan ini tampak pada peningkatan pendapatan dari usaha mikro dan kecil anggota kelompok swadaya masyarakat Guyub Rukun PPA Sikhar Malang.
Kata kunci: Bisnis Model Canvas, Keberlangsungan Bisnis, Usaha Mikro

1. PENDAHULUAN

Kelompok Guyub Rukun adalah kumpulan para pelaku usaha mikro dalam binaan dari PPA. Dalam upaya mengentas kemiskinan, PPA atau Pusat Pengembangan Anak melakukan pembinaan dan pemberdayaan anak agar mereka dapat berkembang dan bertumbuh menjadi manusia seutuhnya. PPA adalah organisasi nirlaba yang bergerak di bidang sosial untuk membantu anak dan keluarganya keluar dari garis kemiskinan. Untuk mencapai tujuan tersebut, PPA melibatkan keluarga sebagai basis dimana anak tersebut hidup, bertumbuh dan berkembang (Suprapto et al., 2024). Oleh karena itu, peran keluarga sangat penting dalam mendukung kesuksesan tumbuh-kembang anak-anak, dan keluarga juga dilibatkan dalam upaya keluar dari kemiskinan melalui pelatihan-pelatihan bertemakan kewirausahaan. Untuk mencapai tujuan tersebut, PPA Sikhar Malang menginisiasi terbentuknya kelompok swadaya yang diberi nama Guyub Rukun, dan para anggotanya adalah beberapa keluarga yang memiliki usaha bisnis mikro dengan kemampuan berbisnis yang relatif rendah. Oleh karena itu,

Vol. 2, No. 1 - Februari 2025, Hal. 63-71
DOI: doi.org/10.29062/jihapenmas.v2i1.1346

PPA Sikhar Malang bekerjasama dengan Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra, untuk meningkatkan kemampuan manajerial dan bisnis dari para anggota kelompok swadaya masyarakat Guyub Rukun PPA Sikhar Malang. Tujuan akhir dari kerjasama ini adalah terciptanya model bisnis yang baru sehingga para pelaku usaha bisa mengembangkan usaha mereka ke peluang-peluang bisnis yang baru dan bisa meningkatkan pendapatan usaha mereka.

Didirikan pada tahun 2019, kelompok swadaya Guyub Rukun ini merupakan wadah berkumpulnya para anggota keluarga yang berjumlah 40 keluarga untuk berbagi ilmu, pengalaman, dan problematika kehidupan dan berbisnis. Seiring berjalannya waktu, banyak anggota yang mulai kendor semangatnya untuk datang ke pertemuan-pertemuan yang secara rutin diadakan sekali dalam satu bulannya. Selama masa pandemi Covid-19, pertemuan-pertemuan semakin jarang diadakan sehingga berdampak pada semangat anggota yang semakin pudar untuk berkumpul dan berbisnis. Setelah pandemi berlalu, peluang bisnis kembali bermunculan dan kesempatan emas ini tidak boleh disia-siakan oleh para pelaku usaha mikro dan kecil (Meyer et al., 2021). Kelompok Guyub Rukun ini mulai aktif kembali mengadakan pertemuan lagi di awal tahun 2023, namun banyak anggota yang kurang antusias karena mereka merasa tidak mendapatkan materi ilmu yang bermanfaat untuk mengembangkan usaha bisnis mereka.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa anggota, ditemukan bahwa mereka butuh pembenahan model bisnis, mulai dari aspek penentuan pelanggan yang baru sampai ke pengelolaan operasional produksi dan keuangan perusahaan. Beberapa pelaku usaha mikro juga mengungkapkan ketidakmampuan mereka dalam bersaing dengan usaha mikro dan kecil lainnya. Ada juga pelaku yang mengungkapkan kejenuhan pasar karena produk mereka sudah tidak bisa diserap oleh para pelanggan mereka (Aujirapongpan et al., 2017). Akhirnya, banyak dari para pelaku usaha yang mengemukakan permasalahan dengan pengelolaan keuangan, termasuk perencanaan keuangan dan perhitungan biaya produksi dan belanja perusahaan. Melihat kebutuhan dari para pelaku usaha mikro dan kecil ini, program pelatihan Business Model Canvas (BMC) disusun untuk membantu para pelaku usaha menata ulang usaha bisnis mereka dan program tersebut dilanjutkan dengan mengimplementasikan perencanaan bisnis yang baru itu (Kitsios et al., 2017).

Permasalahan utama yang dihadapi para anggota kelompok Guyub Rukun setelah Covid-19 berlalu adalah keengganan dari pelaku usaha untuk memulai mengeksplorasi peluang-peluang bisnis baru (Hatak et al., 2015). Padahal, di masa pemulihan setelah pandemi Covid-19 ini ada banyak peluang bisnis baru yang bisa dieksplorasi untuk dijadikan segmen pasar yang baru (Meyer et al., 2021). Selain itu, halangan kedua adalah hilangnya jejaring bisnis yang sudah terbentuk dan keengganan untuk membuat jejaring baru yang bisa mendukung usaha bisnis mereka, seperti jejaring dengan para pemasok, dengan sesama pelaku usaha, dan dengan pelanggan (Kautonen et al., 2011). Hal ini menyebabkan kurang konsistensi dalam mengelola usaha bisnis bersama para pemangku usaha. Kemudian, permasalahan yang terungkap selanjutnya adalah kekurangan pengetahuan manajemen, terutama manajemen keuangan dan pemasaran (Majuri et al., 2022). Karena lemahnya literasi keuangan, para pelaku usaha acapkali mengambil uang usaha untuk keperluan rumah tangga, dan tidak adanya pencatatan keuangan yang rapi untuk memantau perjalanan uang di usaha mereka.

Apabila menyelaraskan permasalahan-permasalahan di atas dengan komponen BMC, maka ditemukan bahwa kotak *customer segment* dan *value proposition* memerlukan penanganan seksama, sedangkan urgensi selanjutnya ada di kotak *revenue streams* dan *cost structure*. Kotak selanjutnya yang menjadi sorotan pelatihan adalah *channeling* dan *relationship*. Terakhir adalah menyelaraskan dan memperkuat ketiga komponen kunci, seperti *key partnership, key activities,* dan *key resources*, untuk menggarap peluang-peluang bisnis yang tersedia. BMC itu sendiri merupakan alat untuk membuat model bisnis yang diciptakan oleh Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur (2010). Alat ini membantu memvisualisasikan dan menerjemahkan konsep bisnis, pelanggan yang menjadi target bisnis, infrastruktur, maupun keuangan perusahaan. Dengan kata lain, BMC merupakan alat dalam

Vol. 2, No. 1 - Februari 2025, Hal. 63-71
DOI: doi.org/10.29062/jihapenmas.v2i1.1346

manajemen strategi untuk menerjemahkan konsep bisnis, konsumen, infrastruktur, dan keuangan usaha dalam bentuk elemen-elemen yang tervisualisasikan.

2. METODE

Dalam melaksanakan program pelatihan pembuatan BMC bagi usaha mikro, metode yang digunakan disesuaikan dengan identifikasi permasalahan yang ada dan komponen dari Business Model Canvas. Pelatihan ini terdiri dari dua proses, yaitu proses pembelajaran BMC dan proses penerapan BMC.

Proses Pembelajaran BMC

Metode yang dipakai dalam proses pembelajaran BMC adalah menggunakan cara berdiskusi dan berbagi pengalaman. Topik-topik BMC disajikan oleh para pemateri dari Universitas Kristen Petra, dan dilanjutkan dengan diskusi dalam kelompok kecil dan presentasi hasil diskusi untuk memastikan bahwa materi telah dimengerti dengan seksama oleh para peserta pelatihan. Selama diskusi kelompok, ada banyak terungkap permasalahan lainnya yang butuh mendapatkan perhatian yang seksama. Satu topik BMC dikaji dalam satu pertemuan, sehingga total ada 10 pertemuan untuk proses pembelajaran BMC.

Proses Penerapan BMC

Pada tahapan ini, metode yang digunakan adalah mentoring dan coaching. Sebelum penerapan BMC pada setiap usaha mikro, para pelaku usaha diminta membuat BMC mereka masing-masing. Para pemateri, yang mana merupakan dosen tetap Program Studi Manajemen, mendampingi setiap pelaku usaha dalam menyusun BMC nya masing-masing. Setelah itu, setiap pelaku usaha mempresentasikan BMC baru nya dan mendapat masukan dari para peserta lainnya dan para pemateri dari Universitas Kristen Petra. Kemudian pada saat penerapan BMC, para pemateri melakukan coaching dengan setiap pelaku usaha.

Disamping mentoring dan coaching, ada beberapa kegiatan yang bersifat kunjungan industri dan pelatihan keterampilan mengolah makanan dan membuat kemasan khusus makanan. Tujuan dari kegiatan pendukung ini adalah untuk membuka jejaring baru dan mendekatkan para pelaku usaha dengan pemasok maupun pelanggan. Dengan tersusunnya BMC yang baru, para pelaku usaha bisa didorong untuk mengikuti kegiatan pameran dagang dan bazar yang diadakan oleh berbagai pihak. Selain itu, mereka juga dipersiapkan untuk melakukan ekspansi melalui kanal-kanal pasar elektronik dan media sosial.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan BMC merupakan sebagian jawaban terhadap beberapa permasalahan yang sedang dihadapi oleh usaha mikro yang tergabung dalam Kelompok Guyub Rukun PPA Sikhar Malang. Bagian pertama dari pelatihan ini adalah pemahaman tentang BMC secara menyeluruh dan komprehensif sebagai alat bantu untuk mengembangkan usaha mikro dari anggota Kelompok Guyub Rukun. Pelatihan ini dibawakan dalam tiga sesi dengan tema manajemen pemasaran, manajemen produksi operasional, dan manajemen keuangan dan ditempuh dalam 10 pertemuan. Pada sesi pertama, para pelaku usaha belajar tentang manajemen pemasaran, terutama mengenali keunggulan produk dari masing-masing usaha dan menggali peluang pangsa pasar baru. Dengan kata lain, fokus sesi pertama ada pada elemen BMC *value proposition, customer segment, customer relationship,* dan *channels*.

Setelah memahami konsep manajemen pemasaran melalui alat bantu BMC, sesi kedua fokus pada manajemen produksi operasional, terutama pada aspek *partnership* dengan pemasok, standardisasi aktivitas produksi, dan sumber daya yang dibutuhkan. Ketika dikaitkan dengan konsep

Vol. 2, No. 1 - Februari 2025, Hal. 63-71
DOI: doi.org/10.29062/jihapenmas.v2i1.1346

BMC, fokus sesi dua ada pada elemen *key partners, key activities,* dan *key resources*. Fokus pelatihan sesi ketiga adalah manajemen keuangan atau elemen *revenue streams* dan *cost structure*. Selama mengikuti sesi ketiga, para pelaku usaha mempelajari bagaimana mengelola keuangan, mencatat arus uang, dan menghitung biaya produksi dari produk yang akan mereka jual. Selain itu, ada sesi tambahan mengenai berbagai literasi keuangan yang berkaitan dengan pajak, hutang, pinjaman online, investasi, asuransi, dan ancaman-ancaman keuangan lainnya. Sesi ketiga yang berkaitan dengan elemen BMC *revenue streams* dan *cost structure* merupakan sesi terpanjang karena problematika keuangan dari masing-masing pelaku usaha sangat beragam.

Dengan selesainya tiga sesi pembekalan tentang konsep BMC, bagian kedua dari pelatihan ini adalah penyusunan BMC dari masing-masing usaha mikro Kelompok Swadaya Guyub Rukun PPA Sikhar Malang. Selama proses penyusunan BMC, para pelaku usaha mikro mengemukakan adanya banyak temuan-temuan baru yang bisa dimanfaatkan sebagai *value proposition* untuk segmen pasar yang baru. Beberapa temuan diringkas di Tabel 1.

Tabel 1.
Temuan BMC

Nama pemilik	Nama/Jenis usaha	Temuan BMC yang baru
Pak Wawan	Keripik Singkong Bu Wati	VP: Keripik singkong renyah, tidak berminyak, rendah kalori, dan cocok untuk camilan sehat anak-anak
Pak Arana	Jasa desain dan printing	CS: Segmen para pemilik usaha mikro yang belum punya desain brosur, logo, dan kemasan
Bu Ninik	Tahu Walik Kasih	CS: Segmen para profesional muda yang butuh camilan sehat
Bu Parman	Kerupuk Puli Shelin	CH: Kanal pemasaran baru dengan bekerja sama dengan kafe, toko kelontong, katering, bazar, dan supermarket
Bu Yuliana	Katering Erdy's Kitchen	VP: Produk sambal roa yang bisa dijadikan bumbu nasi goreng dan sambal pendamping lauk lainnya
Bu Wiwiek	Layanan *laundry*	VP: Jasa jemput antar cuci sepatu dan baju untuk para profesional muda yang sibuk
Bu Mila	Toko kelontong	CH: Menjual aneka camilan dan minuman, seperti kopi dan sejenisnya, dengan pemandangan air terjun di belakang toko
Bu Rika	JE Keripik Kakap	CS: kemasan produk yang baru untuk segmen kalangan menengah
Bu Rina	Jus buah	VP: Aneka buah potong segar yang disajikan sebagai salad buah dan rujak buah
Bu Kristin	Kering tempe	VP: kemudahan mendapatkan aneka kering tempe sebagai pelengkap nasi goreng, nasi campur, dan nasi kuning dalam jumlah besar
Bu Imelda	Budidaya Jamur	CS: Pelanggan baru yang mencari jamus segar, seperti usaha kafe, rumah makan, dan katering di sekitar lokasi budidaya

Keterangan:

CS: customer segment, CH: channels, VP: value proposition

Melalui pelatihan BMC ini, para pelaku usaha mikro membuat rencana operasional harian, dan mencari rekan pemasok dengan standar bahan baku yang bagus, serta menata ulang strategi bisnis untuk masuk ke pasar yang baru. Penataan ini dilakukan dengan mentoring dan coaching dari tim dosen Universitas Kristen Petra dan profesional sesuai keahlian masing-masing narasumber. *Mentoring* dan *coaching* dilaksanakan secara perorangan selama beberapa pertemuan sampai setiap pelaku usaha bisa mengisi elemen-elemen dari BMC dengan lengkap. Fokus lainnya dari *mentoring* dan *coaching* juga ada pada penguatan motivasi dan semangat berwirausaha, agar para pelaku usaha mikro bisa mencapai sasaran yang diinginkan walaupun kondisi lingkungan bisnis berbeda dari yang diharapkan.

Vol. 2, No. 1 - Februari 2025, Hal. 63-71
DOI: doi.org/10.29062/jihapenmas.v2i1.1346

Pembekalan BMC diselenggarakan dengan tujuan untuk menyadarkan para pelaku usaha tentang pentingnya pengetahuan manajemen dalam berbisnis. Pada akhir dari pembekalan BMC, para pelaku usaha mikro yang bergabung dalam Kelompok Swadaya Guyub Rukun berkumpul untuk menyusun BMC dari tiap-tiap usaha. Gambar 1 mendokumentasikan sesi pembuatan BMC dari masing-masing pelaku usaha dan Gambar 2 mendokumentasikan sesi presentasi dari para pelaku usaha mikro. Pelatihan BMC membawa perubahan yang signifikan bagi para pelaku usaha mikro, terutama pada perbaikan manajemen pemasaran, produksi dan keuangan. Perbaikan dalam kemasan, kualitas produk, dan logo telah dilakukan dengan seksama, dan hasilnya layak untuk dijual ke pasar yang lebih luas.



Gambar 1. Pelatihan penyusunan BMC



Gambar 2. Presentasi BMC baru

Vol. 2, No. 1 - Februari 2025, Hal. 63-71
DOI: doi.org/10.29062/jihapenmas.v2i1.1346

Setelah pembenahan di aspek manajemen pemasaran, para pelaku usaha menata ulang berbagai pemasok dan distributor (para pelanggan), supaya usaha mikro mereka bisa berkembang dengan lebih baik. Dengan demikian, ekosistem usaha yang mendukung usaha mikro ini bisa dibentuk. Ekosistem bisnis adalah sekumpulan individu atau lembaga yang terdiri dari pemasok, pemilik usaha, distributor, penjual, hingga pesaing yang terlibat dalam kerjasama dan penyampaian produk bisnis (Pidun, Reeves & Schüssler, 2019). Kehadiran ekosistem bisnis ini nantinya akan membantu terbentuknya simbiosis mutualis antara pelaku usaha dan pemangku kepentingan yang diharapkan bisa menjadi katalisator perkembangan usaha mikro (Suprapto *et al.*, 2023). Pada saat ini, kerjasama yang sudah terbentuk adalah kerjasama antara para pemilik usaha dan pemasok, sedangkan kerjasama dengan pemangku bisnis lainnya masih butuh pendampingan yang lebih lanjut.

Pemetaan usaha yang telah dilakukan dengan menggunakan BMC membuka wawasan dari para pelaku usaha mikro, dan setidaknya mereka mulai menyadari pentingnya perencanaan yang lebih detail tentang arah dan tujuan usaha bisnis mereka. Hasil dari pelatihan BMC dalam bentuk pembenahan-pembenahan manajerial menantang mereka untuk masuk ke pasar nyata dengan mengikuti bazar dan pameran lainnya yang diselenggarakan di berbagai kesempatan dan lokasi. Pada minggu pertama bulan November 2024, ada 14 produk dari enam usaha mikro yang diusung ke bazar yang diselenggarakan di satu pusat perbelanjaan ternama di Surabaya Barat, dan hampir semua produk terjual dalam satu akhir pekan. Akibat dari bazar tersebut, terjadi lonjakan permintaan dari pasar Surabaya, terutama untuk produk sambal roa, tahu walik, sempol ayam, kerupuk samiler, dan kerupuk puli. Gambar 3 mendokumentasikan kegiatan bazar yang diikuti di Kota Surabaya.



Gambar 3. Stan bazar di Surabaya

4. KESIMPULAN

Setelah mengalami proses perubahan melalui pelatihan dan pendampingan, para pelaku usaha menemukan ritme yang baru untuk memenuhi permintaan dari beberapa segmen pasar yang berbeda. Ketika di awal pelatihan, banyak anggota dari Kelompok Swadaya Guyub Rukun yang skeptik dan negatif terhadap masa depan usaha mikro mereka, karena usaha mereka hanya jalan seadanya tanpa adanya tujuan yang jelas. Penguatan pola pikir dan semangat berwirausaha memotivasi ulang bahwa ada banyak kesempatan dan peluang untuk mengembangkan bisnis mereka. Di sela pelatihan BMC,

Vol. 2, No. 1 - Februari 2025, Hal. 63-71
DOI: doi.org/10.29062/jihapenmas.v2i1.1346

para pelaku usaha mikro ini juga diajak berkunjung ke Surabaya, tepatnya kampus Universitas Kristen Petra, untuk belajar teknik mengolah makanan, higienitas, dan keamanan produksi makanan.

Hasil capaian dari pelatihan BMC untuk para pelaku usaha mikro tampak dari meningkatnya kinerja penjualan dari masing-masing usaha. Hal ini disebabkan karena bertambahnya pangsa pasar akibat mengikuti pameran dan bazar. Selepas kegiatan pameran dan bazar, pesanan berlanjut menggunakan media sosial yang sudah dibenahi dalam pelatihan manajemen pemasaran (elemen BMC *customer relationships* dan *channels*). Seiring dengan meningkatnya permintaan dan penjualan, kinerja bagian produksi juga mengalami peningkatan yang signifikan. Namun, peningkatan ini juga diiringi dengan kendala, terutama sumber daya manusia dan tempat untuk produksi. Kinerja keuangan juga mengalami peningkatan, namun masih dijumpai banyak kendala dalam pencatatan dan perilaku keuangan lainnya. Hal ini membuka kesempatan untuk melakukan pelatihan dengan tema manajemen keuangan dan literasi keuangan.

Evaluasi pelatihan BMC dan tanggapan pribadi dari peserta pelatihan dirangkum dalam Tabel 2 dan Tabel 3. Pada akhir dari pelatihan, semua peserta yang berjumlah 12 orang diminta mengisi angket evaluasi dan hasilnya disajikan pada Tabel 2. Selain itu, para peserta yang juga para pelaku usaha mikro yang bergabung pada Kelompok Swadaya Guyub Rukun PPA Sikhar Malang juga diminta memberikan testimoni melalui wawancara. Intisari dari testimoni tersebut disajikan pada Tabel 3.

Tabel 2.
Hasil Evaluasi Kegiatan Pelatihan

Nama variabel	Rata-rata	Keterangan
Aspek kebermanfaatan	4.875	Para peserta cenderung sangat setuju dengan aspek kebermanfaatan dari pelatihan yang diberikan
Aspek kemudahan materi	4.312	Para peserta lebih cenderung setuju dengan tingkat kemudahan dari materi yang disajikan
Aspek kepuasan	4.75	Para peserta cenderung sangat puas atas pelatihan yang diikuti selama program ini.

Tabel 3.
Ringkasan Kesan dan pesan

Nama	Kesan dan Pesan
Bu Ninik	Saya bersyukur karena telah memperoleh ilmu baru, terutama tentang mengolah hasil panen jamur, yang bisa diimplementasikan untuk bisnis tahu walik dan sempol saya. Saya bisa menambah inovasi isian tahu walik dan sempol dengan menggunakan jamur tiram.
Bu Rina	Saya semakin semangat menjalankan bisnis saya dengan lebih baik setelah mengikuti pelatihan dan pendampingan. Semoga kegiatan ini terus ada di masa mendatang.
Bu Imelda	Pelatihan BMC ini sangat bermanfaat bagi saya dan pelaku usaha lainnya, karena membuka wawasan tentang peluang-peluang baru untuk mengembangkan pangsa pasar bisnis saya.

Kegiatan berbisnis adalah proses yang berkesinambungan, oleh karena itu pelatihan yang sudah terlaksana akan menjadi dasar bagi para pelaku usaha mikro untuk senantiasa memperbaharui model bisnis nya, sehingga mereka bisa beradaptasi dengan situasi yang senantiasa berubah. Selain itu, dari pelatihan ini terbentuk satu ekosistem yang bisa menjadi tempat berkomunikasi dan berbagi inspirasi lainnya dalam menghadapi kesulitan berbisnis di masa mendatang. Oleh karena itu, pengetahuan dari pelatihan yang sudah terlaksana ini bisa diimplementasikan oleh para pelaku usaha untuk saling mengembangkan usaha mikro sehingga bisa bertumbuh menjadi usaha kecil dan menengah. 'Dari anggota ke anggota dan untuk anggota Guyub Rukun' merupakan slogan untuk para anggota Kelompok Swadaya Guyub Rukun.

Tujuan dari pelatihan BMC bagi para pelaku usaha mikro yang bergabung pada Kelompok Swadaya Guyub Rukun PPA Sikhar Malang adalah menemukan terobosan baru untuk mengembangkan peluang pasar dan produk mereka di tengah maraknya kegiatan bisnis yang bergeliat setelah tertahan

Vol. 2, No. 1 - Februari 2025, Hal. 63-71
DOI: doi.org/10.29062/jihapenmas.v2i1.1346

oleh pandemi Covid-19 selama hampir tiga tahun. Setelah menjalani proses pembelajaran konsep BMC beserta konsep manajemen yang mendasarinya, para pelaku usaha melakukan penyusunan BMC untuk masing-masing unit usaha bisnis mereka. Dengan mentoring dan coaching, proses pelatihan ini berjalan dengan baik dan menghasilkan satu model untuk tiap unit bisnis yang ada. Pembuktian yang dilakukan dengan mengikuti kegiatan-kegiatan pameran dagang dan bazar menyadarkan para pelaku bahwa di luar lingkaran internal mereka masih ada banyak peluang yang bisa digarap. Pada akhirnya, setiap usaha mikro mengalami peningkatan permintaan, produksi, dan pendapatan yang signifikan dibandingkan kondisi diawal tahun 2023.

Perjalanan bisnis dan perjuangan dari setiap pelaku usaha mikro masih belum berakhir. Apa yang terjadi di tahun 2023 dan 2024 merupakan *milestone* yang mendorong mereka untuk tetap semangat mengerjakan dan mengembangkan bisnis mereka. Oleh karena itu, peran Kelompok Swadaya Guyub Rukun sangat penting untuk memotivasi dan membina mental dari para anggotanya. Dalam wadah tersebut, para pelaku usaha mikro akan mendapatkan suntikan semangat yang baru untuk melanjutkan usaha bisnis mereka di tengah badai persaingan bisnis dan kesulitan-kesulitan lainnya. Mengingat banyaknya para pelaku usaha yang memulai bisnisnya seorang diri, kesulitan memperoleh pembeli dan pemasok sering kali membuat semangat berbisnis mereka menjadi kendor dan pudar. Untuk kegiatan di masa mendatang, kerjasama antara Kelompok Swadaya Guyub Rukun dan Program Studi Manajemen Universitas Kristen Petra akan memperhatikan aspek-aspek bisnis lainnya, seperti memperkuat literasi keuangan, membina mental dan semangat kewirausahaan, dan mengambil keputusan bisnis.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada Tim Pengabdian Kepada Masyarakat dari Universitas Kristen Petra Surabaya dan jajaran PPA Shikar Malang yang mendukung pelaksanaan kegiatan ini. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada Pemerintah Republik Indonesia melalui Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi yang telah mengucurkan dana untuk program Hibah Pengabdian kepada Masyarakat tahun 2023.

DAFTAR PUSTAKA

Aujirapongpan, S. & Jutidharabongse, J. (2017). Strategic intuition: The development of leader in the 21st century. *WMS Journal of Management*, 6(3), 125-133.

Hatak, I., Harms, R., & Fink, M. (2015). Age, job identification, and entrepreneurial intention. Journal of Managerial Psychology, 30(1), 38-53.

Kautonen, T., Tormikoski, E. T., & Kibler, E. (2011). Entrepreneurship intentions in the third age: the impact of perceived age norms. *Small Business Economics*, 37(2), 219-234.

Kitsios, F., Papachristos, N., & Kamariotou, M. (2017, July). Business models for open data ecosystem: Challenges and motivations for entrepreneurship and innovation. In 2017 IEEE 19th Conference on Business Informatics (CBI), 1:398-407.

Majuri, M., & Halonen, N. (2022). Capability building through dynamic capabilities and organizational learning. In Filho, L., Azul, A. M., Brandli, L., Ozuyar, P. G., Wall, T. (Eds) *Responsible consumption and protection*. Encyclopedia of the UN Sustainable Development Goals. Springer, Charm.

Meyer, K.E., Prashantham, S., & Xu, S. (2021). Entrepreneurship and the postCovid-19 recovery in emerging economics. *Management and Organizational Review*. 17(5), 1101-1118.

Osterwalder, A. & Pigneur, V. (2010). *Business Model Generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers*. New Jersey: Wiley.

Vol. 2, No. 1 - Februari 2025, Hal. 63-71
DOI: doi.org/10.29062/jihapenmas.v2i1.1346

Pidun, U., Reeves, M., & Schüssler, M. (2019). *Do you need a business ecosystem*. BCG Henderson Institute, 11.

Suprapto, W., Marchyta, N. K., Kempa, S., Palumian, Y., & Endrata, M. A. (2023). Pembentukan ekosistem usaha mikro Kelompok Swadaya Masyarakat Guyub Rukun Malang. *Jurnal Kreativitas dan Inovasi*, 4(1).