JURNAL ABDIMAS INDONESIA Vol. 5, No. 4, 2025
E-ISSN 2797-2887
Copyright © 2025 The Author(s)

Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Kewirausahaan Berbasis Business Model Canvas di Desa Iloheluma Kabupaten Bone Bolango

St. Aisyah R[1], Ria Indriani[2], Supriyo Imran[3], Nurinda Abas[4], Putri Utami Asimin[5]
[1,2,3,4,5] Program Studi Agribisnis, Universitas Negeri Gorontalo, Gorontalo, Indonesia

Penulis Korespondensi:
St. Aisyah R
staisyah@ung.ac.id

Abstrak:

Program pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Iloheluma, Kecamatan Tilongkabila, Kabupaten Bone Bolango dengan tujuan utama memperkuat kemampuan masyarakat dalam merancang serta mengelola usaha yang berakar pada potensi lokal melalui pelatihan kewirausahaan berbasis pendekatan *business model canvas*. Kegiatan ini dimaksudkan untuk menumbuhkan jiwa wirausaha, meningkatkan keterampilan manajerial dan mendorong terciptanya kemandirian ekonomi di tingkat desa. Pelaksanaan kegiatan meliputi serangkaian tahapan yakni observasi, penyuluhan mengenai konsep dasar kewirausahaan, pelatihan teknis penyusunan model bisnis, pendampingan intensif bagi kelompok peserta serta evaluasi terhadap hasil kegiatan. Para peserta dibagi kedalam empat kelompok usaha yaitu Ayam Geprek Sayang, Pisang Nugget Rindu, Mie Anakonda, dan Brownies Kukus Keju. Setiap kelompok mendapatkan pendampingan dalam menyusun sembilan komponen utama model bisnis mencakup segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran distribusi, hubungan pelanggan, aliran pendapatan, sumber daya utama, aktivitas utama, mitra kunci, dan struktur biaya. Hasil kegiatan memperlihatkan peningkatan kapasitas yang signifikan dimana pengetahuan peserta naik dari 30% menjadi 85%, sedangkan keterampilan penyusunan rencana bisnis meningkat dari 30% menjadi 80%. Secara keseluruhan, kegiatan ini membuktikan efektivitas pendekatan *business model canvas* dalam memperkuat kapasitas kewirausahaan masyarakat desa. Dampak nyata dari kegiatan ini ialah terbentuknya empat kelompok usaha baru yang memiliki rencana bisnis terarah dan berpotensi berkembang secara mandiri.

Kata Kunci: *pemberdayaan masyarakat; kewirausahaan; business model canvas; potensi lokal*

Pendahuluan

Pemberdayaan masyarakat dapat dipahami sebagai sebuah gerakan sosial yang diarahkan untuk mendorong perubahan menuju kondisi ekonomi, pembangunan, dan kualitas hidup yang lebih terstruktur serta lebih baik (Rizal & Bahri, 2022). Pendekatan ini memposisikan masyarakat sebagai subjek utama dalam proses transformasi sosial dan ekonomi sehingga menjadi elemen fundamental dalam upaya mewujudkan pembangunan sosial yang berkelanjutan. Pada kawasan pedesaan, kebutuhan akan pemberdayaan semakin menonjol karena masih banyak warga yang terperangkap dalam kemiskinan struktural dan memiliki akses yang terbatas terhadap pendidikan, informasi, serta peluang usaha yang memadai. Atas dasar itu, proses pemberdayaan perlu mendapatkan dukungan dari tim fasilitator multidisiplin yang mampu mengidentifikasi

potensi lokal, menyampaikan pengetahuan yang relevan, dan memfasilitasi masyarakat untuk saling berbagi praktik, budaya, maupun informasi melalui berbagai bentuk kegiatan dan media (Mursalim & Ramdani, 2016). Setiap program pemberdayaan yang disusun idealnya berpegang pada prinsip pembangunan berkelanjutan (Susanto et al., 2024), dengan rangkaian tahapan mencakup proses pembelajaran, peningkatan keterampilan, serta penguatan jejaring sosial yang menjadi fondasi dalam membentuk kemandirian dan mendorong partisipasi aktif warga dalam dinamika kehidupan bermasyarakat (Wilona et al., 2024).

Desa Iloheluma, yang terletak di Kecamatan Tilongkabila, Kabupaten Bone Bolango, Provinsi Gorontalo, merupakan hasil pemekaran dari Desa Moutong dan memiliki kekayaan sumber daya alam yang cukup signifikan. Potensi tersebut mencakup sektor pertanian dengan komoditas seperti padi, jagung, ubi, dan sayuran; sektor perkebunan dengan hasil unggulan berupa kelapa, kakao, dan kopi; serta sektor peternakan yang meliputi pengelolaan ternak sapi dan kambing. Berdasarkan data terkini dari Desa Iloheluma tahun 2024 bahwa jumlah penduduk desa mencapai 1.458 jiwa, terdiri dari 725 laki-laki dan 733 perempuan. Sebagian besar, yakni 1.339 jiwa atau sekitar 91,8%, berada dalam kelompok usia produktif (15–64 tahun). Namun demikian, sebanyak 418 orang atau sekitar 28,6% masih berstatus sebagai orang yang mengurus rumah tangga yang menandakan bahwa potensi produktif desa belum sepenuhnya dioptimalkan. Fakta ini mengindikasikan adanya ruang besar untuk mengembangkan kapasitas ekonomi masyarakat melalui kewirausahaan berbasis pada kekayaan sumber daya lokal.

Meskipun Desa Iloheluma memiliki potensi ekonomi yang relatif prospektif, realitas di lapangan menunjukkan bahwa masyarakat setempat masih berhadapan dengan berbagai persoalan mendasar. Beberapa hambatan yang muncul meliputi keterbatasan pengetahuan terkait kewirausahaan, lemahnya kemampuan dalam menyusun strategi bisnis yang efektif, rendahnya literasi keuangan, serta minimnya akses terhadap program pelatihan dan pendampingan usaha yang berkesinambungan. Selain itu, sebagian besar warga belum menyadari pentingnya merancang perencanaan bisnis yang sistematis dan adaptif terhadap perubahan pasar. Penggunaan BMC dalam perencanaan strategi bisnis dapat membantu pelaku usaha dalam menentukan langkah-langkah untuk mencapai tujuan usaha, yakni memperoleh keuntungan serta membangun bisnis yang berkelanjutan dan berdaya saing (Haryanti & Pasha, 2023). Dengan demikian, pelatihan berbasis BMC menjadi pendekatan yang relevan dan tepat untuk menjawab tantangan tersebut. Implementasi pemberdayaan ini diwujudkan melalui program pelatihan kewirausahaan yang mengacu pada potensi lokal dan dirancang secara terstruktur menggunakan kerangka kerja yang sederhana tetapi fungsional seperti BMC (Susanti et al., 2024).

Business model canvas adalah sebuah instrumen visual yang dirancang untuk membantu pelaku usaha dalam menyusun dan memetakan model bisnis secara sistematis. Alat ini menekankan sembilan komponen pokok yang saling berkaitan, meliputi segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran distribusi, manajemen hubungan dengan pelanggan, sumber pendapatan, sumber daya utama, aktivitas inti, kemitraan strategis, serta struktur biaya. Dengan pendekatan ini, BMC memungkinkan pengusaha untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai elemen-elemen penting yang membentuk model bisnis, sekaligus memfasilitasi pengambilan keputusan strategis yang lebih terarah dan efektif (St et al., 2025).

Melalui pengembangan kewirausahaan yang berakar pada potensi lokal serta program-program yang telah dirumuskan, diharapkan minat masyarakat untuk terlibat

Copyright © 2025 The Author(s)

dalam kegiatan ekonomi produktif dapat semakin tumbuh (Tanjung & Hasanah, 2024). Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini disusun dalam bentuk pelatihan dan pendampingan kewirausahaan dengan menempatkan *business model canvas* sebagai instrumen utama dalam proses pembelajaran. Rangkaian aktivitas meliputi pemberian materi dasar terkait konsep kewirausahaan, pelatihan teknis mengenai penyusunan BMC, serta pendampingan intensif dalam merancang cetak biru rencana usaha yang selaras dengan potensi lokal dan kebutuhan pasar yang berkembang. Sasaran kegiatan mencakup kelompok masyarakat usia produktif, khususnya perempuan, pemuda, dan pelaku usaha mikro yang memiliki potensi untuk berkembang. Melalui pelatihan tersebut, peserta diharapkan tidak hanya memahami konsep-konsep mendasar kewirausahaan, tetapi juga memperoleh keterampilan praktis dalam mengidentifikasi peluang pasar, menyusun strategi pemasaran, melakukan pengelolaan keuangan usaha, serta membangun jejaring bisnis yang mendukung.

Berbagai kajian empiris menunjukkan bahwa pendekatan BMC efektif dalam mendorong pengembangan usaha. erbagai penelitian menunjukkan bahwa BMC dapat menyederhanakan proses perencanaan bisnis yang selama ini dianggap kompleks, sehingga lebih mudah dipahami dan diimplementasikan oleh pelaku usaha, terutama bagi mereka yang berada pada tahap awal dan beroperasi di wilayah pedesaan. Setiawan (2023) menyatakan bahwa meskipun model bisnis dipengaruhi oleh dinamika lingkungan internal maupun eksternal organisasi, strategi bisnis berperan sebagai respons terhadap kondisi industri dan faktor makro, termasuk dalam menentukan posisi kompetitif yang ingin dipertahankan atau strategi agresif untuk menantang pemain utama di pasar. Selain itu, konsep model bisnis juga ditekankan pada penciptaan nilai sebagai bagian dari pengelolaan pengembangan teknologi, sehingga BMC dipandang sebagai alat yang menghubungkan inovasi teknologi dengan nilai ekonomi yang dihasilkan.

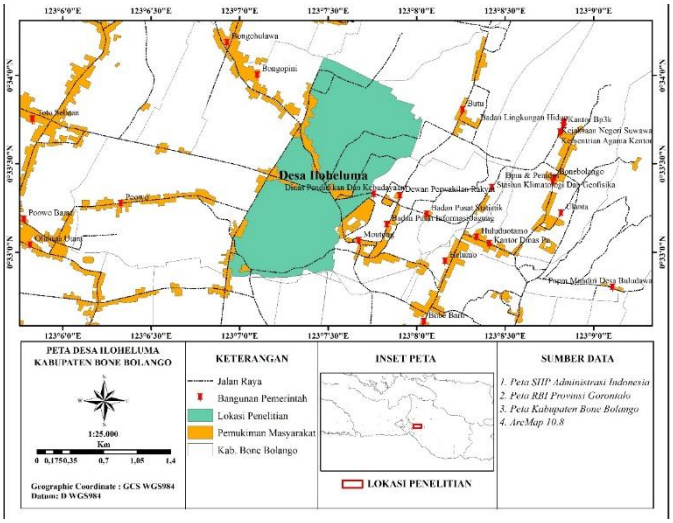
Secara keseluruhan, kegiatan ini memiliki tujuan utama untuk memperkuat kapasitas ekonomi masyarakat Desa Iloheluma melalui pengembangan kewirausahaan berbasis potensi lokal. Tujuan khusus dari program ini mencakup: (1) meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam merancang serta mengelola usaha; (2) membantu peserta menyusun model bisnis yang tepat dan berkelanjutan dengan menggunakan pendekatan BMC; (3) mendorong tumbuhnya kreativitas dan inovasi dalam penciptaan produk atau jasa; (4) memperluas jaringan usaha dan akses terhadap pasar; (5) mengurangi ketergantungan masyarakat pada sektor pertanian tradisional melalui diversifikasi ekonomi; serta (6) membangun kemandirian ekonomi desa secara lebih komprehensif. Luaran nyata dari kegiatan ini berupa dokumen rencana usaha atau blueprint bisnis yang disusun oleh peserta berdasarkan sembilan komponen utama dalam BMC.

Dengan terselenggaranya pelatihan kewirausahaan berbasis BMC ini, masyarakat Desa Iloheluma diharapkan mampu meningkatkan kepercayaan diri dalam merintis dan mengelola usaha, serta lebih responsif terhadap dinamika dan tantangan ekonomi yang terus berubah. Dalam jangka panjang, kegiatan ini diharapkan menjadi fondasi terbentuknya ekosistem kewirausahaan lokal yang mandiri, inovatif, dan kompetitif, sekaligus mendorong terciptanya desa yang lebih sejahtera dan memiliki daya saing baik di tingkat regional maupun nasional.

Metode Pelaksanaan

1. Tempat dan Waktu Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada hari Jumat, tanggal 7 Juni 2024 berlokasi di Aula Kantor Desa Iloheluma yang berada di wilayah Kecamatan Tilongkabila, Kabupaten Bone Bolango, Provinsi Gorontalo. Acara dimulai pada pukul 08.00 WITA dan berakhir pukul 11.30 WITA. Rangkaian kegiatan terdiri atas sesi penyuluhan, pelatihan, serta pendampingan dalam penyusunan rencana usaha berbasis *Business Model Canvas* (BMC). Pemilihan lokasi kegiatan mempertimbangkan kemudahan akses bagi peserta serta ketersediaan fasilitas yang memadai untuk menunjang pelaksanaan pelatihan yang bersifat interaktif dan partisipatif.



Gambar 1. Peta Desa Iloheluma

2. Sasaran dan Mitra Kegiatan

Kelompok sasaran dalam kegiatan ini adalah warga Desa Iloheluma sebanyak 25 orang yang tergabung dalam kelompok ibu-ibu PKK serta perangkat desa yang memiliki semangat dan ketertarikan dalam pengembangan kewirausahaan berbasis potensi lokal. Penetapan sasaran dilakukan secara kolaboratif melalui koordinasi dengan pihak desa terutama Sekretaris Desa Iloheluma guna memastikan bahwa peserta yang terlibat merupakan individu yang memiliki motivasi kuat dan relevan dengan tujuan kegiatan. Pendekatan ini diterapkan agar kegiatan berjalan tepat sasaran serta memberikan dampak nyata dan berkelanjutan.

3. Metode pengabdian

Kegiatan pengabdian ini dirancang secara sistematis melalui beberapa tahap pelaksanaan sebagai berikut:

a. **Tahap Observasi.** Kegiatan diawali dengan observasi lapangan untuk memetakan potensi ekonomi lokal serta unit usaha yang telah maupun yang berpotensi dikembangkan di desa, mencakup sektor pertanian, peternakan, perikanan, kerajinan tangan, serta usaha mikro lainnya. Observasi ini menjadi landasan penting dalam merancang pendekatan pelatihan yang sesuai dengan karakteristik lokal.

b. **Penyuluhan dan Pelatihan Kewirausahaan dengan Pendekatan Business Model Canvas**. Pada tahap ini, peserta diberikan materi dasar mengenai konsep kewirausahaan dengan menekankan pentingnya inovasi, kreativitas, dan strategi dalam merancang usaha yang berdaya saing. Peserta kemudian diperkenalkan

Copyright © 2025 The Author(s)

dengan kerangka *business model canvas* meliputi penjelasan atas sembilan komponen utamanya serta langkah-langkah penggunaannya dalam menyusun rencana bisnis yang aplikatif.

c. **Pendampingan dalam Penyusunan BMC**. Setelah sesi materi, peserta dibagi dalam kelompok kecil berdasarkan jenis usaha yang mereka tekuni atau minati. Tiap kelompok memperoleh pendampingan intensif dari tim dosen dalam menyusun model bisnis menggunakan *canvas*. Proses diskusi dalam kelompok diupayakan untuk menggali ide secara mendalam serta membangun pola pikir bisnis yang sistematis dan realistis.
d. **Evaluasi dan Penyempurnaan Rencana Bisnis**. Pada akhir kegiatan, masing-masing kelompok mempresentasikan hasil penyusunan BMC. Tim dosen kemudian memberikan umpan balik untuk menilai kekuatan dan kelemahan model bisnis yang disusun. Selanjutnya, peserta diberikan kesempatan melakukan revisi atau penyempurnaan terhadap rencana bisnis mereka sehingga lebih matang dan siap untuk diimplementasikan.

4. Indikator Keberhasilan

Keberhasilan program ini ditentukan oleh sejumlah indikator yang dapat diukur secara kualitatif maupun kuantitatif, antara lain:

a. Adanya peningkatan pengetahuan peserta mengenai prinsip kewirausahaan dan pentingnya perencanaan bisnis yang matang.
b. Peserta mampu mengenali dan mengembangkan ide usaha berdasarkan potensi lokal yang tersedia di Desa Iloheluma.
c. Terbentuknya minimal tiga kelompok usaha yang berhasil menyusun dokumen *Business Model Canvas* secara utuh.
d. Terlibatnya peserta secara aktif dalam seluruh rangkaian kegiatan, baik saat diskusi, pelatihan, maupun presentasi.

5. Metode Evaluasi

Pelaksanaan evaluasi kegiatan dilakukan dengan menggunakan metode pre-test dan post-test sebagai alat untuk menilai efektivitas pelatihan secara sistematis. Pre-test dilaksanakan sebelum kegiatan dimulai untuk mengidentifikasi tingkat pemahaman awal peserta terkait konsep kewirausahaan dan kemampuan dalam menyusun *business model canvas.* Setelah seluruh rangkaian pelatihan selesai, post-test diberikan untuk mengukur peningkatan pengetahuan, kemampuan analitis, serta keterampilan praktis peserta dalam merancang BMC secara akurat dan aplikatif. Analisis perbandingan antara hasil pre-test dan post-test menjadi tolok ukur keberhasilan program serta indikator perubahan kompetensi peserta sepanjang pelatihan.

Hasil dan Pembahasan

Adapun beberapa tahapan dari hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat diuraikan lebih jelas sebagai berikut :

1. Koordinasi

Koordinasi dengan Kepala Desa dilakukan untuk menyepakati jadwal pelaksanaan kegiatan sekaligus menentukan peserta yang akan mengikuti pelatihan. Pada kesempatan ini, juga dibahas dan disetujui alur kegiatan. Proses koordinasi tersebut bertujuan untuk memastikan bahwa kegiatan dapat berjalan secara terstruktur, partisipasi masyarakat tepat sasaran, dan seluruh rangkaian pelatihan terlaksana secara efektif sesuai dengan perencanaan yang telah dibuat. Berikut koordinasi bersama Kepala Desa Iloheluma dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Koordinasi bersama Kepala Desa Iloheluma

Gambar 1 menunjukkan bahwa tim pelaksana dan Kepala Desa Iloheluma sudah berkoordinasi dalam menentukan jadwal, peserta dan alur kegiatan pelatihan. Pendekatan koordinatif tersebut sejalan dengan prinsip manajemen partisipatif dalam pemberdayaan masyarakat, di mana keterlibatan aktor lokal, termasuk kepala desa, memegang peran sentral dalam keberhasilan pelaksanaan program. Hal ini didukung oleh temuan Haris et al., (2025), yang menunjukkan bahwa penerapan manajemen partisipatif secara sistematis dapat meningkatkan rasa kepemilikan masyarakat terhadap berbagai program desa sekaligus memperkuat modal sosial yang ada dalam komunitas. Selain itu, pendekatan ini mendorong pelaksanaan pembangunan yang lebih selaras dengan aspirasi dan kebutuhan riil masyarakat, sehingga hasil yang dicapai menjadi lebih relevan dan memberikan dampak langsung terhadap peningkatan kesejahteraan warga.

2. Penyuluhan dan Pelatihan

Pada kegiatan penyuluhan dan pelatihan terdiri dari tiga aktivitas yaitu pembukaan, penyampaian materi dan perencanaan usaha dengan *business model canvas*. Setelah dilaksanakan pembukaan kegiatan, selanjutnya peserta akan mendapatkan materi dari tim pkm. Materi yang disampaikan dalam pelatihan mengenai kewirausahaan berbasis *business model canvas*.

Kegiatan ini dengan tema "Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Kewirausahaan Berbasis Business Model Canvas di Desa Iloheluma Kabupaten Bone Bolango" dilakukan di Aula Kantor Desa Iloheluma pada tanggal 07 Juni 2024 pukul 08.00-11.30 WITA yang dibuka langsung oleh Sekretaris Desa Iloheluma. Berikut sambutan Sekretaris Desa Iloheluma dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Sambutan oleh Sekretaris Desa Iloheluma

Copyright © 2025 The Author(s)

Setelah sambutan, pelatihan dilanjutkan dengan penyampaian materi oleh Tim Dosen Pascasarjana Jurusan Agribisnis. Adapun materi yang diberikan antara lain kewirausahaan dan *business model canvas*. BMC adalah alat yang digunakan untuk merancang dan memahami bagaimana sebuah bisnis bekerja. Alat ini terdiri dari sembilan elemen inti, yaitu *customer segment, value proposition, channel, customer relationship, revenue stream, key resources, key activities, key partnerships,* dan *cost structure* (Osterwalder & Pigneur, 2014). Penggunaan metode BMC terbukti efektif dalam meningkatkan mindset kewirausahaan (Hutamy et al., 2021; Jamira et al., 2021; Ratnasari & Sunarto, 2021).

Penyampaian materi dimulai dengan sesi brainstorming yang membahas berbagai hal yang telah dilakukan serta tantangan yang dihadapi oleh Ibu PKK Desa Iloheluma. Tujuan dari pendekatan ini adalah untuk menarik minat peserta, menciptakan suasana yang dinamis, penuh semangat, dan antusias, serta mendorong interaksi yang aktif dan komunikatif, sehingga mempermudah pemahaman peserta terhadap materi yang disampaikan. Berikut adalah penjelasan lebih rinci tentang 9 bagian dalam Business Model Canvas sebagai berikut (Sukarno & Ahsan, 2021):

a. Segmen Pelanggan (*Customer Segments*). Segmen pelanggan adalah kelompok orang atau organisasi yang menjadi sasaran produk atau layanan dari sebuah bisnis. Setiap bisnis perlu menentukan siapa yang ingin dilayani. Ada beberapa jenis segmen pelanggan, yaitu: Segmen massal, yang menargetkan banyak orang dengan produk yang sama, seperti makanan sehari-hari. Segmen niche, yang menargetkan kelompok tertentu dengan kebutuhan khusus, seperti produk organik. Segmen tersegmentasi, yang melayani beberapa kelompok dengan produk yang sedikit berbeda, dan Segmen individu, yang fokus pada satu orang dengan penawaran yang sangat khusus, seperti layanan konsultasi.
b. Proposisi Nilai (*Value Propositions*). Proposisi nilai adalah alasan mengapa pelanggan memilih produk atau layanan dari sebuah bisnis. Intinya, ini adalah solusi yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan pelanggan. Ada beberapa hal yang membuat proposisi nilai penting, yaitu: pertama, harus unik dan berbeda, yaitu menjelaskan apa yang membuat produk atau layanan kita lebih baik daripada pesaing. Kedua, proposisi nilai bisa menawarkan manfaat yang bisa berupa fungsional (misalnya lebih cepat atau lebih murah) atau juga manfaat emosional (seperti rasa puas atau bangga menggunakan produk tersebut). Terakhir, proposisi nilai yang kuat biasanya berkaitan dengan inovasi, seperti menciptakan sesuatu yang baru atau cara yang lebih efisien untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.
c. Saluran (*Channels*) adalah cara-cara yang digunakan untuk menyampaikan produk atau layanan kepada pelanggan, mulai dari bagaimana produk dijual dan didistribusikan, hingga cara berkomunikasi dengan pelanggan. Bisnis bisa memilih saluran distribusi langsung, seperti toko fisik, atau tidak langsung melalui pengecer dan distributor. Untuk komunikasi, informasi tentang produk bisa disampaikan melalui media sosial, email, iklan, atau presentasi langsung. Sedangkan untuk penjualan, bisa dilakukan melalui saluran online seperti e-commerce atau aplikasi, serta saluran offline seperti toko fisik.
d. Hubungan pelanggan (*Customer Relationships*) adalah cara-cara yang dilakukan bisnis untuk membangun dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan, serta meningkatkan kepuasan mereka. Beberapa contoh hubungan pelanggan adalah: memberikan pelayanan yang disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan,

menyediakan layanan otomatis yang memudahkan pelanggan, atau membangun hubungan melalui komunitas. Untuk menjaga loyalitas, bisnis perlu menciptakan pengalaman yang menyenangkan agar pelanggan tetap datang kembali, seperti dengan program loyalitas atau layanan purna jual. Selain itu, bisnis yang baik biasanya proaktif dalam menangani keluhan dan memberikan solusi dengan cepat.

e. Aliran pendapatan (*Revenue Streams*) adalah cara bisnis menghasilkan uang dari pelanggan. Bisnis bisa mendapatkan pendapatan langsung melalui penjualan produk atau layanan, atau pendapatan tidak langsung dari iklan, biaya langganan, atau biaya penggunaan layanan. Selain itu, bisnis juga bisa memiliki berbagai sumber pendapatan, seperti penjualan langsung, biaya sewa, atau biaya lisensi.
f. Sumber daya utama (*Key Resources*) adalah segala hal yang diperlukan untuk menjalankan bisnis, menciptakan nilai, dan melayani pelanggan. Ini termasuk sumber daya fisik seperti pabrik atau toko, sumber daya manusia seperti karyawan dengan keahlian khusus, sumber daya finansial berupa modal untuk mendanai operasional, dan sumber daya intelektual seperti merek, paten, atau teknologi yang dimiliki bisnis.
g. Aktivitas utama (*Key Activities*) adalah semua kegiatan yang perlu dilakukan agar bisnis berjalan dengan lancar dan efisien. Ini meliputi beberapa hal penting, seperti aktivitas produksi, yang untuk bisnis manufaktur berarti proses membuat dan mengirimkan produk. Ada juga aktivitas pemasaran, yang melibatkan usaha untuk menarik pelanggan lewat promosi, iklan, dan penjualan. Terakhir, aktivitas manajerial yang mencakup merencanakan strategi, mengelola tim, dan membuat keputusan yang mendukung kelangsungan bisnis.
h. Kemitraan utama (*Key Partnerships*) adalah hubungan yang dijalin dengan pihak lain untuk mendukung jalannya bisnis. Kemitraan ini bisa membantu bisnis mengatasi kekurangan sumber daya atau mengurangi risiko. Beberapa jenis kemitraan yang biasa dilakukan antara lain: kemitraan strategis, yaitu bekerja sama dengan perusahaan yang memiliki keahlian atau sumber daya yang tidak dimiliki bisnis, kemitraan pasokan, yaitu bekerja sama dengan pemasok untuk memastikan produksi dan distribusi berjalan lancar, dan kemitraan distribusi, yaitu bekerja sama dengan distributor atau pengecer untuk memasarkan produk.
i. Struktur biaya (*Cost Structure*) adalah semua pengeluaran yang perlu dikeluarkan untuk menjalankan usaha. Pelaku UMKM perlu memahami biaya tetap dan biaya yang bisa berubah. Contohnya, biaya tetap seperti gaji karyawan tetap atau sewa tempat usaha yang jumlahnya tidak berubah meskipun penjualan meningkat, sedangkan biaya variabel seperti biaya bahan baku atau biaya pengiriman barang yang akan berubah sesuai banyaknya produk yang dijual. Mengelola biaya dengan baik sangat penting agar usaha tetap untung dan berjalan lancar.



Gambar 3. Penyampaian materi, sesi diskusi dan foto bersama aparat Desa Iloheluma dan Ibu PKK Desa Iloheluma

Copyright © 2025 The Author(s)

Gambar 3 menunjukkan bahwa setelah selesai penyampaian materi yang diberikan langsung oleh Tim PKM dilanjutkan dengan sesi diskusi, dimana peserta memberikan umpan balik terkait materi yang telah disampaikan. Keaktifan peserta selama sesi diskusi mencerminkan antusiasme serta keseriusan mereka dalam mengikuti pelatihan, sekaligus menunjukkan pemahaman yang baik terhadap materi yang disampaikan. Indikasi ini terlihat dari banyaknya pertanyaan yang diajukan serta keinginan peserta untuk segera menyusun *business plan* dengan menggunakan metode BMC yang menandakan perhatian penuh terhadap arahan mentor. Secara keseluruhan, pelatihan berjalan lancar dan efektif. Kondisi ini menegaskan bahwa BMC terbukti mampu membantu wirausahawan dalam merancang, mengelola, serta mengevaluasi model bisnis secara komprehensif. Pengelolaan yang tepat terhadap sembilan elemen BMC memfasilitasi adaptasi bisnis terhadap dinamika pasar sekaligus mendukung pencapaian kesuksesan jangka panjang. Hal ini sesuai dengan temuan Sardanto et al. (2022) menyatakan bahwa pelaku UMKM yang menerapkan BMC dapat menetapkan tujuan bisnis, menyesuaikan produk atau jasa dengan pasar yang tepat, melakukan analisis pasar berbasis target, serta merumuskan strategi sesuai tren yang berkembang. Selain itu, mereka dapat memetakan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari pesaing, menentukan harga jual produk, menghitung titik impas dan mengidentifikasi biaya secara akurat sehingga seluruh proses pengelolaan usaha menjadi lebih sistematis dan efisien.

3. Praktik Pendampingan penyusunan *business model canvas.*

Selanjutnya, setelah diberikan materi mengenai kewirausahaan dan *business model canvas*, peserta pelatihan dibagi menjadi empat kelompok. Keempat kelompok telah mendapatkan ide untuk rencana produk usaha mereka yaitu Usaha Ayam Geprek Sayang (kelompok 1), Pisang Nugget Rindu (kelompok 2), Mie Anakonda (kelompok 3) dan Brownies Kukus Keju (kelompok 4). Adapun pendampingan praktik BMC oleh Mentor dalam hal ini Tim PKM dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Pendampingan praktik BMC oleh Mentor dalam hal ini Tim PKM

Gambar 4 menunjukkan bahwa masyarakat Desa Iloheluma sangat serius dalam memperhatikan penjelasan mentor dalam pendampingan *business model canvas*. Peran mentor sangat penting dalam membentuk karakter yang diperlukan peserta untuk mengembangkan kemampuan wirausaha (Kamalia et al., 2023). Mereka merasa terbantu karena metode ini memberi panduan yang jelas dan mudah dipahami dalam mengelola bisnis. Mereka merasa lebih mudah untuk memahami berbagai aspek penting dalam bisnis, seperti siapa pelanggan mereka, bagaimana cara menjual produk, dan bagaimana menghasilkan pendapatan. Pendampingan ini juga membantu mereka melihat cara untuk menyesuaikan diri dengan perubahan pasar dan bersaing dengan bisnis lain. Setelah mengikuti pendampingan, banyak peserta yang merasa lebih percaya diri dalam

mengambil keputusan untuk mengembangkan usaha mereka. Adapun peserta ketika berdiskusi untuk merencanakan usaha dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Peserta PKM berdiskusi dalam merencanakan usaha berbasis BMC

Gambar 5 menunjukkan bahwa peserta sangat serius dalam menyusun *business model canvas*. Mereka terlihat antusias dan fokus mengikuti setiap langkah yang diajarkan oleh mentor, banyak yang bertanya untuk memahami lebih dalam. Beberapa peserta langsung mencoba menerapkan apa yang sudah dipelajari, seperti menentukan siapa pelanggan mereka dan bagaimana cara menghasilkan pendapatan. Hal ini menunjukkan bahwa mereka ingin bisnis mereka berjalan dengan lebih teratur dan siap menghadapi perubahan pasar. Keseriusan peserta dalam menyusun *business model canvas* ini mencerminkan tekad mereka untuk mengembangkan usaha dengan cara yang lebih terencana dan berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan temuan Joyce & Paquin (2016) bahwa *Triple Layered Business Model Canvas* (TLBMC) mengembangkan model bisnis tradisional dengan menambahkan lapisan lingkungan dan sosial, sehingga organisasi dapat menilai dan mengelola nilai ekonomi, sosial, serta dampak lingkungan secara terpadu, sekaligus mendorong inovasi yang lebih berkelanjutan.

Setelah selesai menyusun Business Model Canvas, tim PKM dan peserta foto bersama sebagai bentuk kebersamaan dan keberhasilan dalam menyelesaikan kegiatan pelatihan. Momen ini menunjukkan rasa bangga dan kepuasan peserta yang telah berhasil memahami dan merancang model bisnis mereka dengan lebih jelas. Foto bersama ini juga menjadi kenang-kenangan yang menggambarkan semangat dan antusiasme tim PKM serta peserta dalam menjalani setiap tahapan pelatihan, sekaligus memperlihatkan hasil kerja keras mereka dalam merancang strategi bisnis yang lebih baik. Berikut foto tim PKM dan peserta setelah selesai menyusun BMC dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Foto tim PKM dan peserta setelah selesai menyusun BMC

Copyright © 2025 The Author(s)

4. Evaluasi dan Penyempurnaan Rencana Bisnis

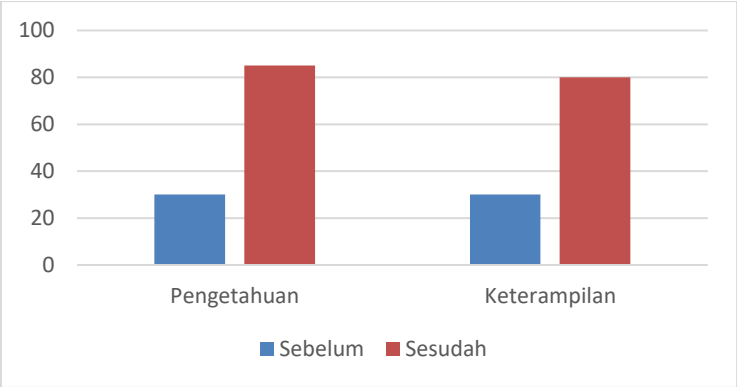
Setelah penyusunan *business model canvas*, maka setiap kelompok mempresentasikan rencana usahanya. Presentasi *business model canvas* dapat dilihat pada Gambar 7.



Gambar 7. Presentasi penyusunan *business model canvas* oleh peserta

Gambar 7 menunjukkan bahwa dalam sesi presentasi, peserta dengan percaya diri memaparkan usaha yang telah mereka susun menggunakan *Business Model Canvas*. Mereka menjelaskan setiap elemen dengan rinci, mulai dari segmen pelanggan, proposisi nilai, hingga aliran pendapatan yang dirancang untuk bisnis mereka. Tim PKM memberikan evaluasi konstruktif, mengapresiasi ide-ide yang inovatif dan memberikan masukan untuk memperbaiki beberapa aspek yang masih perlu disesuaikan, seperti penajaman strategi pemasaran dan pengelolaan biaya. Evaluasi ini bertujuan untuk membantu peserta melihat peluang perbaikan dan lebih memahami cara mengoptimalkan model bisnis mereka agar lebih siap menghadapi tantangan pasar. Selain itu, implementasi BMC memudahkan para pelaku UMKM yang merintis usahanya dalam menentukan sebuah keputusan dan juga memudahkan dalam memetakan untuk membuat analisa terhadap model bisnisnya (Nurnaningsih et al., 2021). Usaha yang baru dibangun harus merancang dan menerapkan strategi pengembangan secara matang agar mampu bersaing secara efektif dengan pelaku usaha sejenis. Keberhasilan kompetitif ini dapat dicapai dengan memanfaatkan keunggulan bersaing yang meliputi inovasi pada produk, layanan, proses operasional, teknologi, maupun struktur organisasi (Shobaah et al., 2023; Sunarsi et al., 2021).

Sebagai bagian dari proses pendampingan, evaluasi terhadap pengetahuan dan keterampilan peserta dalam penyusunan *Business Model Canvas* dilakukan untuk mengukur sejauh mana pemahaman mereka terhadap konsep-konsep yang telah diajarkan. Evaluasi ini bertujuan untuk mengetahui kemampuan peserta dalam menerapkan setiap elemen dari Business Model Canvas dalam merancang dan mengelola model bisnis mereka. Dengan melakukan evaluasi, tim PKM dapat memberikan umpan balik yang berguna untuk memperbaiki dan memperkuat pemahaman peserta, sekaligus memastikan bahwa mereka siap untuk menerapkan apa yang telah dipelajari dalam pengembangan usaha mereka. Adapun evaluasi dari kegiatan PKM ini dapat dilihat pada Gambar 8.



Gambar 8. Hasil pretest dan posttest kegiatam PKM

Gambar 8 menunjukkan bahwa hasil evaluasi terhadap pengetahuan dan keterampilan peserta dalam penyusunan Business Model Canvas menunjukkan kemajuan yang signifikan, Sebelumnya, pengetahuan peserta hanya mencapai 30% namun setelah pelatihan maka pengetahuan mereka meningkat menjadi 85%. Begitu juga dengan keterampilan peserta yang awalnya hanya 30%, kini meningkat menjadi 80%. Ini menunjukkan bahwa peserta tidak hanya memahami teori tentang *Business Model Canvas*, tetapi juga sudah bisa mengaplikasikan pengetahuan tersebut dalam merancang dan mengelola bisnis mereka. Peningkatan ini menunjukkan bahwa pelatihan berhasil membantu peserta untuk lebih siap dan percaya diri dalam mengembangkan usaha mereka. Hal ini sesuai dengan temuan bahwa Atmaja et al (2022) bahwa peningkatan kapasitas pengetahuan dan keterampilan masyarakat melalui program pendidikan keterampilan (*life skill*) dalam konteks pemberdayaan telah terbukti efektif dalam membentuk kemandirian individu, memperkuat kemampuan sosial-ekonomi, serta meningkatkan penguasaan mereka terhadap pengetahuan, perilaku, dan kemampuan untuk mengatur diri sendiri maupun lingkungan sosial secara lebih optimal.

Simpulan

Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini berjalan lancar dan sukses, terlihat dari antusiasme tinggi peserta dalam mengikuti pelatihan. Kewirausahaan berbasis *business model canvas* di Desa Iloheluma, Kabupaten Bone Bolango berhasil meningkatkan kapasitas masyarakat dalam mengembangkan usaha mereka. Peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta juga cukup signifikan dimana pengetahuan yang sebelumnya hanya 30% meningkat menjadi 85% dan keterampilan peserta naik dari 30% menjadi 80%. Hal ini menunjukkan bahwa peserta tidak hanya memahami konsep dasar, tetapi juga mampu menerapkannya dalam merancang dan mengelola bisnis. Pendekatan yang terstruktur dan model bisnis yang jelas memberikan potensi besar untuk mendorong perkembangan ekonomi lokal yang lebih baik dan berkelanjutan serta meningkatkan keterampilan kewirausahaan di masyarakat.

Ucapan Terimakasih

Penulis menyampaikan apresiasi yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, kontribusi, serta dorongan moril sepanjang proses penyusunan hingga penyelesaian penelitian ini. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada pimpinan Universitas Negeri Gorontalo, Ketua dan seluruh jajaran LPPM Universitas Negeri Gorontalo, serta pimpinan program pascasarjana UNG atas dukungan dan fasilitasi yang diberikan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, sebagaimana tercantum dalam Surat Keputusan Direktur Program Pascasarjana

Copyright © 2025 The Author(s)

Universitas Negeri Gorontalo Nomor : 471/UN47.C/HK.04/2024 tentang Penetapan dosen pelaksana kegiatan pengabdian Masyarakat Program pascasarjana tahun 2024.

Referensi

Atmaja, R., Nurlaila, N., Arif, R., & Atikah, R. (2022). Life Skill Sebagai Langkah Pemberdayaan Masyarakat Menuju Kemandirian Ekonomi. *Journal of Millennial Community*, *3*(2), 94–106.

Haris, M., Kosasih, K., Rahmatullah, A., & Setiawan, W. L. (2025). Pemberdayaan Masyarakat Desa melalui Manajemen Partisipatif: Penelitian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, *4*(2), 8662-8665.

Haryanti, I., & Pasha, A. D. (2023). Pelatihan Penyusunan Bisnis Model Kanvas Untuk Peningkatan Daya Saing Kelompok UMKM Desa Pesa Wawo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, *1*(7), 1272-1277.

Hutamy, E. T., Marham, A., Quin, A. N., Alisyahbana, A., Arisah, N., Hasan, M., ... & Artikel, R. (2021). Analisis Penerapan Bisnis Model Canvas pada Usaha Mikro Wirausaha Generasi Z (Analysis of the Canvas Model's Application to Micro-Entrepreneurs of Generation Z). *Jurnal Bisnis dan Pemasaran Digital (JBPD)*, *1*(1), 1-11.

Jamira, A., Febriani, Y., & Amali, M. (2021, June). Business Model Canvas (BMC): Sebuah pendekatan dalam mendorong mindset kewirausahaan. In *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis* (pp. 205-214).

Joyce, A., & Paquin, R. L. (2016). The triple layered business model canvas: A tool to design more sustainable business models. *Journal of cleaner production*, *135*, 1474-1486.

Kamalia, P. U., Ghofur, M. A., Kurniawan, R. Y., Dewi, R. M., Maghfiroh, F., & Khusnah, A. (2023). Pelatihan Kewirausahaan Berbasis Digital bagi Siswa Disabilitas SLB PGRI Kamal Kabupaten Bangkalan. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, *4*(4), 745-755.

Mursalim, S. W & Ramdani, E. M. (2016). Pemberdayaan Masyarakat Dalam Promosi Potensi Desa (Studi Kasus Di Desa Parungserab Kabupaten Bandung). *Jurnal Ilmu Administrasi: Media Pengembangan Ilmu dan Praktek Administrasi*, *13*(2), 285-304.

Nurnaningsih, N., Tallesang, M., Rafika, I., & Suirlan, R. (2021). Studi Pertumbuhan Ekonomi Ditinjau Dari Indikator Umkm Kota Palu Masa Pandemic Covid 19. *MEDIA BINA ILMIAH*, *16*(4), 6729-6740.

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2014). Business model generation. *Jakarta: Elex Media Komputindo*.

Ratnasari, S. D., & Sunarto, S. (2021). Analisis penerapan bisnis model canvas (studi pada UKM di kota malang). *Ekonika: Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, *6*(2), 307-326.

Rizal, D. A., & Bahri, M. S. (2022). Konsep Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pandangan Karl Marx dan Max Weber. *Mawaizh: Jurnal Dakwah dan Pengembangan Sosial Kemanusiaan*, *13*(02), 189-209.

Sardanto, R., Damayanti, S., Muslih, B., Sumantri, B. A., & Khiftiyah, F. A. (2022). Pelatihan Penyusunan Bisnis Model Kanvas Untuk Peningkatan Daya Saing Kelompok Umkm Desa Karang Talun. *Abdimas Akademika*, *3*(02).127-135.

Setiawan, S. (2023). Business Model Canvas. *Jurnal Kajian Budaya dan Humaniora*, *5*(2), 199-216.

Shobaah, R., Irianto, H., & Kusnandar, K. (2023, May). Penerapan Business Model Canvas sebagai Strategi Pengembangan Bisnis bagi UMKM Gula Aren Temon di Kabupaten Pacitan. In *Prosiding Seminar Nasional Fakultas Pertanian UNS* (Vol. 7, No. 1, pp. 1369-1376).

St Aisyah, R., Amruddin, A., Sugiarto, M., Hippy, M. Z., Widayati, O., Ramadhanti, N., ... & Ningsih, Y. M. (2025). *Kewirausahaan dan Bisnis Digital Peternakan*. Yayasan Kita Menulis.

Sukarno, B. R., & Ahsan, M. (2021). Implementasi strategi pengembangan bisnis dengan business model canvas. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, *4*(2), 51-61.

Sunarsi, D., Kustini, E., Lutfi, A. M., Fauzi, R. D., & Noryani, N. (2019). Penyuluhan wirausaha home industry untuk meningkatkan ekonomi keluarga dengan daur ulang barang bekas. *BAKTIMAS: Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, *1*(4), 188-193.

Susanti, R., Faye, D. A. P., Putri, N. D., Agustin, M., Maftukhah, N. Z., Sari, I. P., ... & Utama, R. N. (2024). Optimalisasi Potensi Lokal Dan Digitalisasi UMKM Dalam Pemberdayaan Masyarakat Desa. *Journal Of Human And Education (JAHE)*, *4*(5), 600-611.

Susanto, D., Liliyantie, L., Inriani, E., Netanyahu, K., Raja, D. T. S., Garuda, N., ... & Ariyani, A. (2024). Pemberdayaan Masyarakat Di Desa Lawang Uru Dalam Menghadapi Era Industrialisasi. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *7*(1), 255-267.

Tanjung, D. P., & Hasanah, U. (2024). Pengembangan Kewirausahaan Berbasis Potensi Lokal Untuk Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Desa Hamparan Perak. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, *1*(8), 3152-3156.

Wilona, K. A., Uniza, D., Putri, T. C. W & Alfiani, Y. R. (2024). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Keterampilan Kreatif Untuk Ekonomi Berkelanjutan. Jurnal Abdimas Imigrasi, 5(1), 15-23.