

Pelatihan Pembuatan Bisnis Model Canvas pada Saya Tour

¹Sugiarto, ²Evi Triandini, ³Praja Firdaus Nuryananda
UPN “Veteran” Jawa Timur¹, ITB STIKOM Bali², UPN “Veteran” Jawa Timur³
*Email: sugiarto.if@upnjatim.ac.id¹, evi@stikom-bali.ac.id²

ABSTRAK

Kota Blitar memiliki banyak tempat wisata yang dikunjungi masyarakat, baik dari lokal Kota Blitar, maupun dari luar daerah hingga luar negeri. Makam Bung Karno merupakan ikon utama destinasi wisata di Blitar. Sementara lokasi lain yang saat ini menjadi tujuan wisatawan yaitu, Istana Gebang, Taman Kebonrojo, *Water Park* Sumber Udel, Taman Sentul dan lain-lain. Mitra dalam kegiatan Bakti Inovasi bagi Masyarakat (BIMA) yaitu CV. Putra Berbakti Abimata yang terletak di Blitar, Jawa Timur. Mitra bergerak di bidang Pariwisata. Mitra mempunyai sebuah produk Jasa Tour yang dinamakan **Saya Tour**, yang telah beroperasi sejak tahun 2020. Ketatnya persaingan antara organisasi dengan jenis usaha yang sama, menuntut mitra untuk melihat peluang bisnis bagi keberlanjutan usahanya. Pendekatan model bisnis yang mutakhir dan kekinian akan menggambarkan secara jelas tentang elemen-elemen yang saling terkait terhadap bisnis mitra. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini yaitu edukasi dan pelatihan. Hasil kegiatan pengabdian ini yaitu Bisnis Model Canvas (BMC) mitra yang memiliki Sembilan komponen. Pendampingan implementasi BMC dilakukan terhadap mitra sehingga produktivitas dan keberlanjutan usaha mitra akan meningkatkan pendapatannya.

Kata kunci : Bisnis Model Canvas, pariwisata, destinasi wisata

ABSTRACT

Blitar has many tourist attractions that are visited by the public, from the local city of Blitar, and from outside the region to abroad. Bung Karno's tomb is the main icon of tourist destinations in Blitar. Meanwhile, other locations that are currently tourist destinations are Gebang Palace, Kebonrojo Park, Sumber Udel Water Park, Sentul Park and others. CV. Putra Berbakti Abimata is a partner for Community Service Innovation activities located in Blitar, East Java. Partners engaged in Tourism. Partners have a Tour Services product called Saya Tour, where Saya Tour has been operating since 2020. The tight competition between organizations with the same type of business requires partners to see business opportunities for the sustainability of their business. A cutting-edge business model approach will clearly describe the interrelated elements of a partner's business. The method used in this service activity is education and training. The result of this service activity is the Partner Business Model Canvas (BMC), which has nine components. Assistance in the implementation of BMC is carried out for partners so that the productivity and business sustainability of partners will increase their revenue.

Key words: Business Model Canvas, tourism, tourist destinations

PENDAHULUAN

Saat ini Kota Blitar memiliki banyak tempat wisata yang dikunjungi masyarakat. Bukan hanya dari lokal Kota Blitar, namun juga dari luar daerah hingga luar negeri. Kusno, S.Sos Kepala Bidang Pengembangan Potensi Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kota Blitar pada Kamis (27/04), mengatakan bahwa selama tahun 2015 jumlah kunjungan wisata di Kota Blitar mencapai 2.800.000 orang. Sebagai ikon tetap Makam Bung Karno. Sementara lokasi lain yang saat ini menjadi jujugan wisatawan, Istana Gebang, Taman Kebonrojo, Water Park Sumber Udel, Taman Sentul dan lain-lain.

CV. Putra Berbakti Abimata merupakan mitra untuk kegiatan Bakti Inovasi bagi Masyarakat yang terletak di Jl. Diponegoro No. 45, Garum, Blitar, Jawa Timur. Mitra bergerak di bidang Pariwisata ini terus mengembangkan beberapa paket pariwisata dan wisata berbasis edukasi. CV . Putra Berbakti Abimata mempunyai sebuah produk Jasa Tour yang dinamakan **Saya Tour**, dimana **Saya Tour** ini telah beroperasi sejak tahun 2020. Pada masa pandemi hingga saat ini yang kondisinya lebih **Saya Tour** mendapatkan respon positif dari masyarakat.

Setiap organisasi perlu mengadakan perubahan seiring adanya perubahan lingkungan yang sangat cepat dan dramatis. Ketatnya persaingan antara organisasi dengan jenis usaha yang sama, menuntut mitra untuk melihat peluang bisnis bagi keberlanjutan usahanya. Pendekatan model bisnis yang mutakhir dan kekinian akan menggambarkan secara jelas tentang elemen-elemen yang saling terkait terhadap bisnis mitra.

Model bisnis merupakan suatu metode dalam melakukan bisnis agar perusahaan dapat menghasilkan pendapatan untuk mempertahankan keberadaannya perusahaannya (Warnaningtyas, 2020). Bisnis model merupakan sebuah model yang

menjelaskan mengenai dasar pemikiran bagaimana sebuah bisnis diciptakan, diberikan, dan ditangkap nilainya. Bisnis model memiliki *Nine Building Blocks* yang terdiri dari *Value Proportitions, Customer Segments, Customer Relationship, Channels, Key Resources, Key Activity, Key Partnership, Cost Structure, dan Revenue Stream* (Osterwalder and Pigneur 2012). Bisnis model yang memiliki Sembilan blok disebut dengan Bisnis Model Canvas (MBC)

Permasalahan yang dialami oleh mitra yaitu mitra belum memiliki model bisnis yang dapat digunakan acuan untuk mengembangkan bisnisnya. Beberapa kegiatan pengabdian telah menerapkan model bisnis untuk meningkatkan produktivitas, mengatur strategi bisnis, pemasaran dan pada akhirnya meningkatkan pendapatan usaha mitra (Bustamin 2020; Febriansyah 2019; Kurniawan 2017; Permana 2015; Saeputra and Hidayatullah 2016; Warnaningtyas 2020).

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan kondisi mitra kegiatan pengabdian dan peluang yang bisa diberikan ke mitra berupa pembuatan bisnis model mitra, maka rumusan permasalahan mitra yaitu perlu diberikan pengetahuan dan pendampingan pembuatan bisnis model mitra. Target kegiatan pengabdian ini yaitu menghasilkan bisnis model bagi mitra, Bisnis yang disebut dengan Bisnis Model Canvas (BMC) mitra.

METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini yaitu metode pendidikan dan pelatihan. Metode edukasi dan pelatihan yaitu pemberian materi terkait dengan pengelolaan bisnis ke mitra melalui contoh dan pemberian studi kasus. Pelatihan diberikan dengan cara praktek mitra diajak praktek langsung menyusun

model bisnis berdasarkan karakter dan 9 blok yang ada dalam Bisnis Model Canvas. Alur kegiatan pengabdian ditunjukkan pada Gambar 1. Adapun uraian kegiatan sebagai berikut:

a. Perencanaan Kegiatan

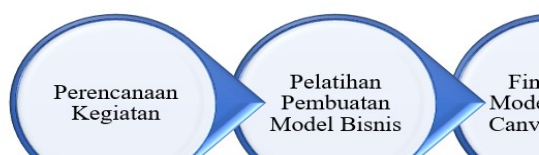
Tim mengadakan beberapa kali pertemuan untuk berdiskusi terkait dengan kegiatan pelatihan pembuatan model bisnis mitra. Kegiatan ini dilakukan secara daring dan luring karena tim merupakan kolaborasi dari dua perguruan tinggi dengan lokasi yang berbeda propinsi. Dua perguruan tinggi yang berkolaborasi yaitu UPN “Veteran” Jawa Timur dan ITB STIKOM Bali. Komunikasi dengan mitra juga dilakukan oleh tim sebelum dilakukan pelatihan.

b. Pelatihan Pembuatan Model Bisnis

Pelatihan pembuatan Model Bisnis dilakukan di lokasi mitra. Kegiatan dilakukan dalam sehari penuh di lokasi mitra.

c. Finalisasi Model Bisnis Canvas Mitra

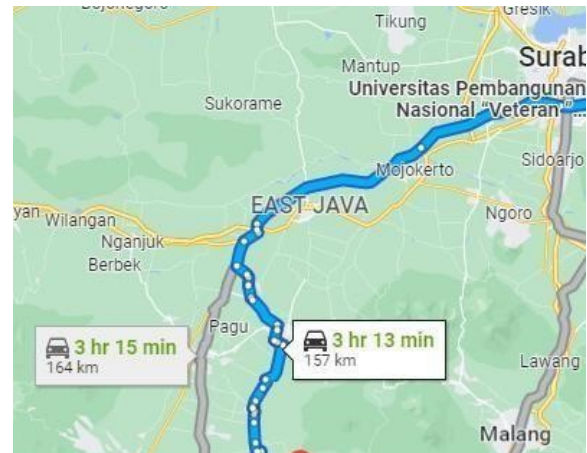
Model Bisnis Canvas (BMC) mitra yang telah dibuat dalam kegiatan pelatihan, dilakukan finalisasi oleh tim pengusul. Panduan BMC dibuat untuk mempermudah mitra memahami komponen-komponen yang harus dilaksanakan pada saat menerapkan BMC dalam usahanya.



Gambar 1. Alur Kegiatan

PEMBAHASAN

1. Lokasi Mitra



Gambar 2. Lokasi Mitra

Mitra kegiatan pengabdian berada di Kota Blitar, Jawa Timur. Lokasi mitra ditunjukkan pada Gambar 2. Jarak lokasi mitra dengan kampus UPN “Veteran” Jawa Timur kurang lebih 157 km. Anggota tim yang berasal dari ITB STIKOM Bali datang ke lokasi pada saat kegiatan pengabdian. Waktu yang diperlukan untuk menuju lokasi mitra dengan kendaraan roda empat, kurang lebih 3 jam 13 menit.

2. Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian dilaksanakan dengan membuat spanduk kegiatan. Spanduk kegiatan ditunjukkan pada Gambar 3.



Gambar 3. Spanduk Kegiatan

Kegiatan diskusi tim pengusul dilakukan baik secara daring maupun luring. Kegiatan yang dilakukan secara daring yaitu komunikasi perencanaan kegiatan dan koordinasi kegiatan yang

akan dilaksanakan dengan mitra. Sedangkan kegiatan yang dilaksanakan secara luring yaitu diskusi desain model bisnis dan pelatihan ke mitra. Kegiatan luring membahas tentang proses kegiatan pelatihan yang akan diberikan ke mitra serta mendiskusikan draft BMC mitra. Kegiatan diskusi tim pengusul secara luring ditunjukkan pada Gambar 4.



Gambar 4. Diskusi Draft BMC Mitra

Kegiatan utama dalam pengabdian ini yaitu pemberian edukasi dan pelatihan ke mitra berkenaan dengan pembuatan Model Bisnis Canvas Mitra. Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 25 Mei 2022, bertempat di lokasi mitra. Kegiatan pelatihan dan pembuatan BMC dilakukan dari jam 09.00 – 16.00 WIB. Kegiatan diikuti oleh mitra dan stafnya. Dokumentasi kegiatan edukasi dan pelatihan ditunjukkan pada Gambar 5.

3. Hasil Kegiatan

Bisnis Model Canvas mitra merupakan luaran atau hasil kegiatan pengabdian ini. BMC mitra ditunjukkan pada Gambar 6. BMC memiliki 9 komponen, uraian komponen sebagai berikut:

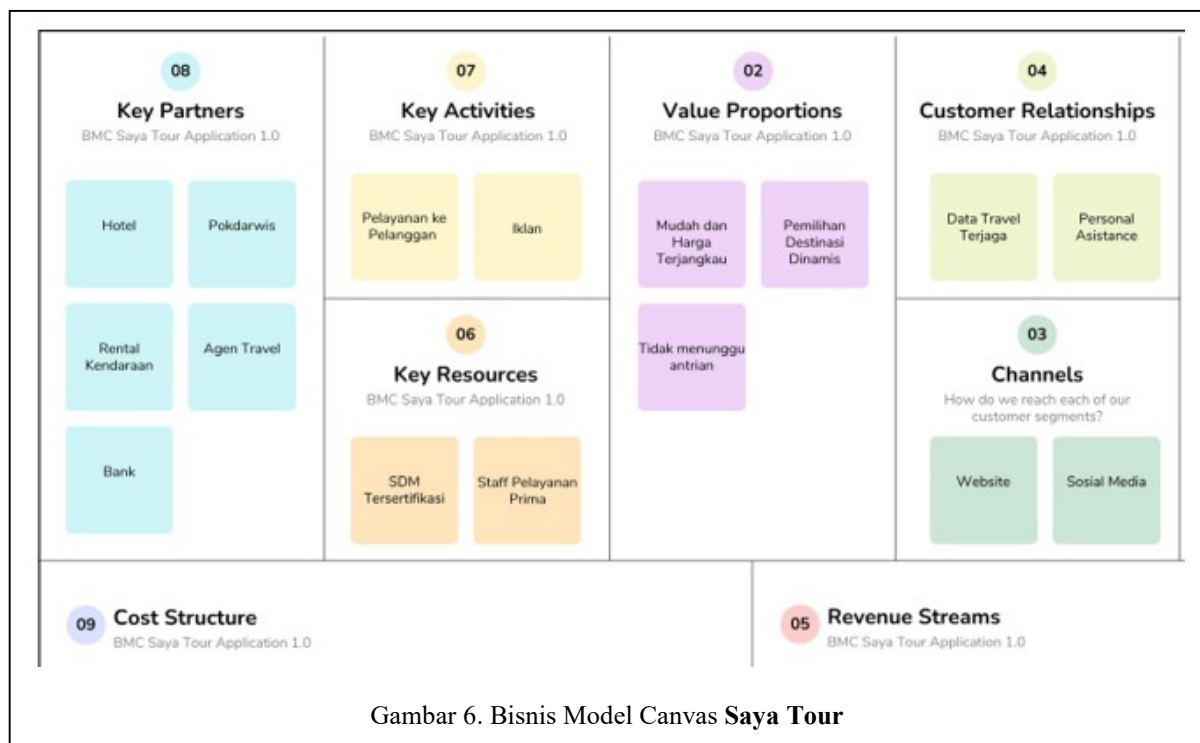
a. Segment Customer: target calon konsumen yang bisa menjadi pelanggan mitra, antara lain

perorangan, kelompok, perguruan tinggi/sekolah, wisatawan domestik/mancanegara, instansi pemerintah/swasta dan masyarakat



Gambar 5. Edukasi dan Pelatihan

- b. Value Proposition: kelebihan dari aplikasi serta pelayanan mitra terhadap calon pengguna, antara lain: mudah dan harga terjangkau, pemilihan lokasi destinasi dinamis, dan tidak menunggu antrian untuk berangkat.
- c. Channels: penggunaan media yang digunakan untuk pemasaran dan pebnyebaran informasi ke masyarakat atau calon pelanggan, antara lain website atau media sosial



Gambar 6. Bisnis Model Canvas **Saya Tour**

- d. **Customer Relationships:** kegiatan yang memudahkan dan memanjakan pelanggan menikmati perjalanan wisata. Bentuk kegiatannya yaitu menjaga data pelanggan dan perjalanan wisata pribadi tidak digabungkan dengan perjalanan wisata bergrup.
- e. **Revenue Stream:** pendapatan merupakan salah satu kunci kesuksesan dan keberadaan perusahaan atau startup. Target mitra mempunyai pendapatan melalui dana investor yang akan bergabung, dana pemasukan iklan dari mitra yang bergabung dan biaya administrasi atau jasa penyedia travel.
- f. **Key Resource:** merupakan sumber daya yang dimiliki mitra untuk memberikan pelayanan prima pada pelanggan sehingga mereka merasa nyaman menggunakan jasa mitra.
- g. **Key Activities:** adanya kegiatan edukasi dan pelayanan ke pelanggan dan iklan
- h. **Key Partnership:** adanya beberapa mitra dari **Saya Tour** untuk bisa terus berjalan dan aktif dalam Dunia Travel. Key partnership antara lain: hotel,

- kelompok sadar wisata, rental kendaraan, agen travel dan bank.
- i. **Cost Structure:** biaya yang disediakan dan dikeluarkan oleh mitra meliputi biaya iklan, biaya pemeliharaan sistem, gaji operator dan biaya administasi.

Kegiatan pengabdian ini mempunyai keunggulan terkait dengan luaran yang dihasilkan yaitu Bisnis Model Canvas Saya Tour. Bisnis Model ini diharapkan akan mampu digunakan sebagai acuan bagi mitra untuk meningkatkan keberlanjutan usahanya dan memberikan dampak atau manfaat bagi masyarakat. Kegiatan pengabdian ini berjalan dengan dan menghasilkan luaran sesuai dengan target. Keberhasilan kegiatan ini tidak terlepas dari dukungan dan keterlibatan mitra selama proses persiapan dan pelaksanaan kegiatan.

Pendampingan implementasi BMC mitra akan dilakukan oleh tim pengabdian. Kegiatan pendampingan dilakukan sebagai wujud keberlanjutan program pengabdian ini. Evaluasi dan monitoring implementasi BMC akan menjadi bahan acuan bagi tim

untuk pengembangan BMC lebih baik dan sesuai bagi keperluan usaha travel.

SIMPULAN

Kegiatan dan pelatihan pembuatan Bisnis Model Canvas (BMC) telah dilakukan pada bulan Mei 2022 di lokasi jl. Diponegoro, Blitar, Jawa Timur. Kegiatan pengabdian menghasilkan BMC Saya Tour yang memiliki sembilan komponen yang harus diimplementasikan oleh mitra untuk meningkatkan produktivitas usahanya dan pada akhirnya dapat mendatangkan pendapatan yang meningkat bagi mitra. Pendampingan dan monitoring implementasi BMC merupakan bentuk kegiatan yang merupakan keberlanjutan dari kegiatan pengabdian ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada mitra CV. Putra Berbakti Abimata atas kerjasamanya dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini. Selain itu, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada LPPM UPN "Veteran" Jawa Timur yang telah memberikan dukungan dana dalam bentuk hibah pengabdian masyarakat tahun 2022.

DAFTAR PUSTAKA

- Bustamin, Anugrayani. 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): 150–56.
- Febriansyah, Febriansyah. 2019. "Pengembangan Usaha UKM Kedai Kopi Abang Kecamatan Pulogadung Dengan Metode Business Model Canvas." *BERDAYA: Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Kepada Masyarakat* 1(2): 89–96.
- Kurniawan, Fajar Azmi. 2017. "Pendekatan Business Model Canvas

Sebagai Perancangan Strategi Bisnis Baru." *SKETSA BISNIS* 4(2): 123–35.

- Osterwalder, Alexander Natalia Ruth Sihandrini, and Yves Pigneur. 2012. *Business Model Generation: Pedoman Bagi Para Visioner, Penggerak Perubahan Dan Pendobrak*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Permana, Dian Jingga. 2015. "Analisis Peluang Bisnis Media Cetak Melalui Pendekatan Bisnis Model Canvas Untuk Menentukan Strategi Bisnis Baru." *Faktor Exacta* 6(4): 309–19.
- Saeputra, Muhamad Yosi, and Deden Syarif Hidayatullah. 2016. "Analisis Model Bisnis Pada Kafe Fruitea Holic Dengan Pendekatan Business Model Canvas." *eProceedings of Management* 3(3).
- Warnaningtyas, Hartirini. 2020. "Desain Bisnis Model Canvas (BMC) Pada Usaha Batik Kota Madiun." *EKOMAKS: Jurnal Manajemen, Ilmu Ekonomi Kreatif dan Bisnis* 9(2): 52–65.
<http://ekomaks.unmermadiun.ac.id/index.php/ekomaks>.