



Sosialisasi *Business Model Canvass* untuk Pengembangan Usaha Emping Melinjo di Desa Tegalwangi, Kecamatan Menes, Kabupaten Pandeglang

Tauny Akbari¹, Afni Khadijah²

¹ Universitas Banten Jaya, Indonesia

ABSTRACT

BUSINESS MODEL CANVASS SOCIALIZATION FOR DEVELOPING MELINJO CHIPS BUSINESS IN TEGALWANGI VILLAGE, MENES DISTRICT, PANDEGLANG REGENCY. Pandeglang Regency is an agropolitan area in Banten Province. Melinjo agricultural land area has the largest land area in this area, which is 1250 Ha. The large area of melinjo agricultural land is very supportive of the emping (chips) melinjo production business, especially in the District of Menes which has been designated as an Agropolitan area by the Government of Pandeglang Regency with the main income of emping melinjo. Entrepreneurs of emping melinjo can produce and sell 1-2 tons of emping melinjo every month. However, it still needs to be developed emping melinjo business based on the result analysis of business model canvas. The results of the analysis are conveyed through socialization to emping melinjo producent in Tegalwangi Village so that producents can develop their businesses more.

Keywords: Business Development, Business Model Canvass, Melinjo Chips.

Received:	Revised:	Accepted:	Available online:
11.12.2019	18.02.2020	27.04.2020	20.05.2020

Suggested citation:

Akbari, T., & Khadijah, A. (2020). Sosialisasi business model canvass untuk pengembangan usaha emping melinjo di Desa Tegalwangi, Kecamatan Menes, Kabupaten Pandeglang. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 5(2), 384-389. <https://doi.org/10.30653/002.202052.363>

Open Access | URL: <http://ppm.ejournal.id/index.php/pengabdian/article/view/363>

¹ *Corresponding Author*: Program Studi Teknik Lingkungan, Fakultas Teknik, Universitas Banten Jaya; Jl. Ciwaru II No.73, Kota Serang, Banten; Email: tauny.akbari@gmail.com

PENDAHULUAN

Kecamatan Menes merupakan salah satu kecamatan yang terletak di Kabupaten Pandeglang. Kecamatan ini memiliki luas wilayah sebesar 22,41 km² (0,82% dari luas Kabupaten Pandeglang). Secara administratif, Kecamatan Menes berbatasan dengan Kecamatan Pulosari dan Kecamatan Jiput di sebelah utara, Kecamatan Cisata dan Kecamatan Cikedal di sebelah selatan, Kecamatan Cikedal di sebelah barat, dan Kecamatan Cisata di sebelah timur (Nurfajriah, 2015). Kecamatan ini memiliki 12 desa sejak tahun 2013, salah satu dari desa tersebut adalah Desa Tegalwangi.

Desa Tegalwangi merupakan lokasi dilaksanakannya Pengabdian Kepada Masyarakat. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada banyaknya kelompok masyarakat yang memproduksi emping melinjo. Salah satu kelompok masyarakat yang memproduksi emping melinjo adalah kelompok pimpinan Ibu Eliyah.

Kelompok ini mampu memproduksi dan menjual emping melinjo sebanyak 1-2 ton setiap bulan. Penjualan didistribusikan kepada penjual oleh-oleh khas Banten di Kota Serang, Kota Cilegon, Kabupaten Pandeglang hingga Kota Jakarta.

Berdasarkan hasil survei pada tahun 2018 diketahui bahwa proses pengembangan produksi dan pemasaran emping melinjo masih terbatas pada memasok kebutuhan penjual emping di perkotaan. Padahal, usaha emping melinjo sebagai salah satu komoditi utama daerah Pandeglang dapat dikembangkan lebih lanjut menjadi wisata edukasi pembuatan emping melinjo seperti halnya wisata edukasi pembuatan batik yang ada di Kota Cirebon, Pekalongan dan Kota Jogja. Pengolahan limbah cangkang melinjo menjadi briket juga menjadi salah satu peluang pengembangan usaha produksi emping melinjo.

Dengan demikian, perlu dilakukan analisis business model canvas untuk mengetahui potensi pengembangan usaha emping melinjo di Desa Tegalwangi. Hasil analisis tersebut kemudian disampaikan kepada pengrajin emping melinjo sehingga mereka dapat mengembangkan wawasan mereka dalam usaha emping melinjo.

Penyusunan Strategi Pengembangan Usaha dengan Bisnis Model Kanvas

Kreativitas dan inovasi sangat diperlukan dalam pengembangan kewirausahaan (Scarborough, 2013). Adanya inovasi dalam industri rumah tangga emping melinjo perlu dikaji dalam bentuk bisnis model untuk menggambarkan proses bisnis yang akan dilaksanakan. Sebuah model bisnis menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai. Bisnis Model Kanvas yang baik dapat memberikan gambaran terkait respons terhadap produk yang dihasilkan dan pelaksanaan usaha secara menyeluruh sehingga memudahkan pelaku usaha untuk mengambil keputusan terkait pengembangan usaha.

Bisnis model kanvas terdiri dari sembilan langkah, yaitu: *Customer Segment* (mengetahui pelanggan), *Value Proposition* (apa yang ditawarkan), *Channel* (saluran distribusi), *Customer Relationship* (pemasaran), *Revenue Stream* (sumber pendapatan), *Key Partner* (mitra utama), *Key Activities* (kegiatan bisnis), *Key Resources* (sumber daya utama) dan *Cost Structure* (struktur biaya) (Osterwalder dan Pigneur, 2010). Dengan adanya Bisnis Model Kanvas ini, diharapkan Kelompok Usaha

Emping Wangi dapat mampu mengembangkan berbagai peluang usaha di bidang budidaya makanan olahan melinjo.

METODE

Tauny Akbari dan Afni Khadijah bertanggung jawab dalam pelaksanaan kegiatan ini karena sesuai dengan bidang kepakaran Kewirausahaan dan *Supply Chain Management*. Metode yang dilakukan pada kegiatan ini adalah:

Identifikasi kegiatan usaha

Pada tahap ini dilakukan identifikasi kegiatan usaha yang sedang dilaksanakan oleh Kelompok Usaha Emping Wangi.

Analisis pengembangan usaha

Analisis dilakukan pada 9 komponen yaitu: *Customer Segment* (mengetahui pelanggan), *Value Proposition* (apa yang ditawarkan), *Channel* (saluran distribusi), *Customer Relationship* (pemasaran), *Revenue Stream* (sumber pendapatan), *Key Partner* (mitra utama), *Key Activities* (kegiatan bisnis), *Key Resources* (sumber daya utama) dan *Cost Structure* (struktur biaya). Tahap ini bertujuan untuk menggambarkan bagaimana Kelompok Usaha Emping Wangi menciptakan, menghantarkan, dan menangkap sebuah nilai.

Penentuan strategi pengembangan usaha

Penentuan strategi pengembangan usaha dilakukan berdasarkan analisis SWOT pada masing-masing komponen Bisnis Model Kanvas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis pengembangan usaha BMC dan analisis strategi pengembangan usaha SWOT

Berikut adalah hasil analisis pengembangan usaha BMC dan analisis strategi pengembangan usaha SWOT pada usaha emping melinjo milik Ibu Eliyah:

Customer Segment (Mengetahui pelanggan)

Hasil analisis BMC: Pelanggan usaha emping adalah toko oleh-oleh khas Banten yang berada di Kota Serang dan Kota Cilegon.

Hasil analisis SWOT: Pelanggan usaha dapat diperluas hingga ke daerah Jabodetabek, bahkan ekspor ke negara lain karena produknya yang khas.

Value Proposition (Apa yang ditawarkan)

Hasil analisis BMC: Produk yang ditawarkan berupa emping mentah dan matang, keceprek, ceplis pedas dan manis.

Hasil analisis SWOT: Selain menawarkan produk emping, usaha ini juga dapat mengembangkan usahanya dengan menawarkan edukasi proses pembuatan

emping yang sarat dengan kearifan lokal. Usaha ini juga dapat menghasilkan produk samping berupa briket cangkang melinjo yang berasal dari limbah cangkang melinjo.

Channel (saluran distribusi)

Hasil analisis BMC: Saluran distribusi langsung ke toko yang membeli produk tanpa perantara.

Hasil analisis SWOT: Distribusi dapat dikembangkan melalui pola reseller sehingga memperluas jalur distribusi produk.

Customer Relationship (pemasaran)

Hasil analisis BMC: Pemasaran produk dibantu oleh Dinas UMKM dan Koperasi mulai dari pelatihan pengemasan produk, pendaftaran merk dagang, izin BPOM dan Dinkes, hingga keikutsertaan dalam pameran daerah dan nasional.

Hasil analisis SWOT: Pemasaran dapat diperluas dengan cara *open market* secara online, baik itu melalui media sosial ataupun perusahaan start up penjualan jasa dan produk.

Revenue Stream (sumber pendapatan)

Hasil analisis BMC: Sumber pendapatan berasal dari hasil penjualan produk emping.

Hasil analisis SWOT: Jika usaha samping berupa wisata edukasi pembuatan emping dan pemanfaatan limbah cangkang melinjo menjadi briket dijalankan, maka usaha emping Bu Eli akan memperoleh sumber pendapatan tambahan.

Key Partner (mitra utama)

Hasil analisis BMC: Mitra utama produksi emping terdiri dari 3; penjual bahan baku, karyawan produksi dan pembeli produk emping.

Hasil analisis SWOT: Pengembangan usaha melalui wisata edukasi pembuatan emping dan briket cangkang melinjo akan memperluas mitra usaha yaitu *tour guide*, pengunjung wisata, karyawan produksi briket dan pembeli briket.

Key Activities (kegiatan bisnis)

Hasil analisis BMC: Saat ini kegiatan bisnis hanya berpusat pada penjualan emping kepada toko oleh-oleh khas Banten dan keikutsertaan dalam pameran daerah.

Hasil analisis SWOT: Kegiatan bisnis dapat diperluas dengan penjualan secara online melalui media social dan open market. Selain itu, juga dapat dikembangkan wisata edukasi pembuatan emping dan produksi briket cangkang mellinjo.

Key Resources (sumber daya utama)

Hasil analisis BMC: Sumber daya utama saat ini meliputi bahan baku daging melinjo, bahan penunjang, rumah produksi, peralatan produksi, dan karyawan produksi.

Hasil analisis SWOT: Perlu adanya pengembangan inovasi peralatan produksi sehingga proses produksi dapat berjalan lebih efektif dan efisien.

Cost Structure (struktur biaya)

Hasil analisis BMC: Pemasukan berasal dari hasil penjualan produksi emping, sedangkan pengeluaran meliputi biaya gaji karyawan, biaya pemasaran, biaya pengiriman produk dan biaya produksi.

Hasil analisis SWOT: Biaya pemasaran dapat dikurangi jika perusahaan mampu melakukan pemasaran secara online, begitupun dengan biaya produksi dapat dikurangi jika terdapat inovasi pada peralatan produksi. Pemasukan dapat ditambah melalui usaha sampingan seperti wisata edukasi pembuatan emping.

Sosialisasi hasil analisis pengembangan usaha BMC dan analisis strategi pengembangan usaha SWOT

Sosialisasi dilaksanakan pada bulan November 2019 di Desa Tegalwangi Kec. Menes Kab. Pandeglang. Sasaran utama kegiatan ini adalah usaha emping yang dimiliki oleh Ibu Eliyah. Ibu Eliyah memiliki karyawan sebanyak 20 orang yang merupakan ibu rumah tangga di sekitar tempat tinggalnya. Setiap orang memperoleh upah sebesar Rp. 5.000,- sampai Rp. 8.000,- per kg emping yang dibuat. Bahan baku dan peralatan telah disediakan oleh Ibu Eliyah. Ada tiga jenis produksi utama dalam usaha ini, yaitu: keceprek, emping satu dan emping dua. Keceprek dijual dalam bentuk sudah digoreng, sedangkan emping dalam bentuk mentah siap goreng. Setiap bulannya Ibu Eliyah mampu menjual 2 – 3 ton emping yang dijual dengan harga Rp. 40.000,- sampai Rp. 50.000,- per kg ke berbagai toko di Kota Serang, Cilegon dan Jakarta.

Ibu Eliyah dan tim sangat antusias saat mengikuti Workshop Pemanfaatan Limbah Cangkang Melinjo sebagai Briket yang diadakan pada bulan Agustus 2019 di Balai Desa Tegalwangi (Akbari dan Khadijah, 2019). Namun, saat kami melakukan sosialisasi *Business Model Canvas*, Ibu Eliyah mengaku belum dapat menerapkan hasil workshop tersebut, dikarenakan bahan baku kayu bakar yang masih sangat berlimpah dan murah. Sedangkan briket cangkang melinjo membutuhkan teknologi lebih lanjut dalam proses pembuatannya.

Akan tetapi, Ibu Eliyah sangat tertarik dengan program wisata edukasi pembuatan emping, hal ini dikarenakan beberapa sebelumnya beliau pernah mendapat kunjungan dari turis Amerika yang penasaran akan proses pembuatan emping. Hanya saja, karena terkendala bahasa, Ibu Eliyah kesulitan untuk menjelaskan prosesnya kepada mereka. Berdasarkan temuan ini, kami memberikan saran agar Ibu Eliyah bekerja sama dengan pemuda-pemudi Desa yang mahir berbahasa Inggris, agar program wisata edukasi dapat berlanjut. Selain itu, kami juga memberi saran agar Ibu Eliyah menyampaikan kendala tersebut kepada Dinas Koperasi dan UMKM untuk disampaikan kepada Dinas Pariwisata Kabupaten Pandeglang. Adanya wisata edukasi berbasis kearifan local diharapkan mampu menjadi salah satu destinasi wisata di Kabupaten Pandeglang.

Dengan demikian, adanya kegiatan sosialisasi hasil analisis pengembangan usaha BMC dan analisis strategi pengembangan usaha SWOT diketahui mampu memberikan wawasan tambahan bagi kelangsungan dan keberlanjutan usaha emping di Desa Tegalwangi, Kec. Menes, Kab. Pandeglang.

SIMPULAN

Sosialisasi bisnis model kanvas untuk pengembangan usaha emping melinjo di Desa Tegalwangi, Kec. Menes, Kab. Pandeglang mampu memberikan wawasan kepada para pengusaha emping agar usaha mereka dapat berlanjut dan berkembang. Namun, pengembangan usaha tersebut membutuhkan dukungan tidak hanya dari Dinas Koperasi dan UMKM, namun juga Dinas lain yang terkait. Seperti Dinas Perindustrian dan Perdagangan untuk pemanfaatan limbah cangkang melinjo sebagai briket serta Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif untuk pengembangan wisata edukasi pembuatan emping berbasis kearifan lokal.

Ucapan Terimakasih

Terima kasih kepada Kemenristek Dikti yang telah memberikan dana hibah DPRM untuk pelaksanaan kegiatan PKM ini, serta LP3M Universitas Banten Jaya yang mendukung terlaksananya program PKM.

REFERENSI

- Akbari, T., & Khadijah, A. (2019). Penerapan produksi bersih pada pengelolaan limbah cangkang melinjo sebagai briket di Desa Tegalwangi, Kecamatan Menes, Kabupaten Pandeglang. In *Prosiding Seminar Nasional Kolaborasi Inovatif Pengabdian Kepada Masyarakat*. Universitas Esa Unggul, 26 Agustus 2019.
- Nurfajriah, E. (2015). *Manajemen pengembangan ekonomi kreatif pada komunitas pengrajin emping untuk pemberdayaan usaha berbasis masyarakat di Kecamatan Menes Kabupaten Pandeglang*. Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation*. New Jersey: John Willey and Sons.
- Scarborough, N. M. (2013). *Essentials of entrepreneurship and small business management*. Seventh Edition. New Jersey: Pearson.

Copyright and License



This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.
© 2020 Tauny Akbari, Afni Khadijah.

Published by LP3M of Universitas Mathla'ul Anwar Banten in collaboration with the Asosiasi Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (AJPKM)