

## Pengembangan Business Model Canvas untuk Penguatan Bisnis di UMKM De Thela Moyudan Sleman

**Rubiyatno\*1, Theodorus Sutadi2, Christina Heti Tri Rahmawati3, Florentinus  
Nugro Hardianto3**

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma, Indonesia

<sup>4</sup>Program Studi Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma, Indonesia

\*e-mail: [rubi@usd.ac.id](mailto:rubi@usd.ac.id)<sup>1</sup>, [thsutadi@usd.ac.id](mailto:thsutadi@usd.ac.id)<sup>2</sup>, [christina.heti@usd.ac.id](mailto:christina.heti@usd.ac.id)<sup>3</sup>, [flnugroho@usd.ac.id](mailto:flnugroho@usd.ac.id)<sup>4</sup>

### **Abstrak**

*Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memperkuat atau mempertajam ide bisnis dan pengembangan bisnis UMKM De Thela. Kegiatan ini berupa pendampingan pada mitra dalam pengembangan Business Model Canvas (BMC) sehingga pemilik UMKM De Thela dapat review dari proses bisnis UMKM De Thela. Kegiatan ini sangat melibatkan pemilik sehingga tim terbantu dalam pendampingan sehingga dapat mengembangkan business model canvas UMKM De Thela yang menggambarkan proses bisnis yang sesuai realita. Hasil kegiatan ini, UMKM De Thela mempunyai business model canvas untuk dapat digunakan memperkuat bisnis UMKM De Thela terutama terkait pemasaran produk, yang diharapkan meningkatkan pendapatan dan menjaga keberlangsungan usahanya pada masa setelah pandemi covid-19. Kegiatan ini diharapkan dapat terus berlanjut sehingga UMKM De Thela lebih berkembang di masa yang akan datang, terutama terkait dengan pendampingan pemasaran.*

**Kata kunci:** Business Model Canvas, Kewirausahaan, Pendampingan, Singkong, UMKM

### **Abstract**

*This community service aims to strengthen or sharpen De Thela's business ideas and MSME business development. This activity is in the form of mentoring partners in the development of the Business Model Canvas (BMC) so that De Thela MSME owners can review De Thela's MSME business processes. This activity is very involving the owner so that the team is helped in mentoring so that they can develop a De Thela MSME business model canvas that describes business processes that match reality. As a result of this activity, De Thela's MSME has a business model canvas to be used to strengthen De Thela's MSME business, especially related to product marketing, which is expected to increase revenue and maintain business continuity in the post-COVID-19 pandemic. This activity is expected to continue so that De Thela MSMEs will develop more in the future, especially related to marketing assistance.*

**Keywords:** Business Model Canvas, Cassava, Entrepreneurship, Mentoring, MSMEs

## **1. PENDAHULUAN**

Singkong atau umbi kayu merupakan tanaman perdu tahunan, tinggi 1-4 meter, dengan daun seukuran jari dengan 5-9 anak daun. Singkong memiliki batang daun yang panjang sehingga cepat busuk dan hanya dapat hidup beberapa bulan saja. Batang singkong memiliki pola percabangan yang khusus, yang ragamnya tergantung dari varietasnya (Ullah & Farooqi, 2010) Secara tradisional, singkong digunakan sebagai pengganti makanan pokok, nasi. Memang singkong segar memiliki komposisi kimia antara lain kadar air sekitar 60%, pati 35%, serat kasar 2,5%, kadar protein 1%, padatan kadar lemak 0,5% dan kadar abu 1%, sehingga merupakan sumber karbohidrat dan serat varietasnya (Ullah & Farooqi, 2010). Selain itu kandungan lemak dan kolesterol yang rendah pada singkong serta kandungan seratnya yang tinggi menjadikan singkong sebagai makanan ringan yang enak.

Ubi kayu merupakan komoditas dengan banyak produk sampingan, sehingga potensi nilai tambah dari barang ini sangat tinggi (Rahayu et al., 2018). Oleh karena itu, ubi kayu banyak digunakan sebagai bahan baku berbagai produk olahan, antara lain pangan, pakan ternak, dan bahan bakar. Olahan makanan yang dapat digunakan dari singkong sangat beragam, mulai dari makanan berat seperti nasi gethuk dan thiwul maupun makanan ringan seperti keripik, karak,

dan masih banyak lagi olahannya, misalnya pada pembuatan singkong, tapioka, dan lain-lain. makanan. makanan ringan. makanan (Sarlan, 2016).



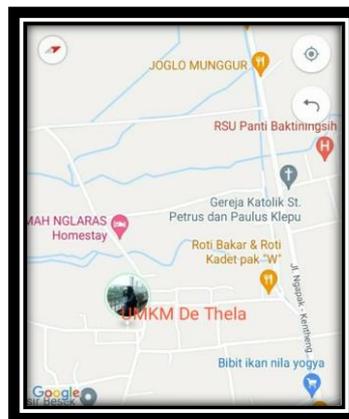
Gambar 1. Tanaman Singkong

UMKM merupakan salah satu sektor usaha yang berperan penting dalam perekonomian Indonesia dan telah memberikan kontribusi dalam penyerapan tenaga kerja dan pemerataan hasil pembangunan. Namun, pandemi Covid-19 yang melanda banyak negara di dunia, termasuk Indonesia, telah mempengaruhi banyak aspek kehidupan masyarakat, terutama perekonomian. Pandemi Covid-19 membawa serta Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM), dimana masyarakat tidak diperbolehkan untuk secara bebas memasuki suatu wilayah karena ini merupakan keadaan darurat nasional yang berdampak langsung terhadap dunia usaha. dan mengganggu kebutuhan mereka. Kebutuhan dasar penduduk, kelangsungan usaha, pertumbuhan ekonomi, guncangan ekonomi besar, resesi global dan mereka yang memiliki usaha mikro tidak berkembang karena hampir semuanya tutup (Sansa, 2020)

Kegiatan manufaktur dan jasa berkurang atau bahkan terhenti karena terbatasnya tenaga kerja, kekurangan bahan baku dan pasokan, serta berkurangnya pendapatan karena larangan transportasi dan pembatasan yang membuat pergerakan orang Pembatasan orang dan barang berdampak besar pada usaha mikro, kecil dan menengah (Winarsih & Fuad, 2020). Banyak UMKM yang merugi karena operasional tidak bisa berjalan seperti biasa, namun biaya operasional terus meningkat, seperti biaya sewa, biaya gaji dan THR karyawan. Berdasarkan data yang diperoleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia (2021), setidaknya 163.713 UMKM dan 1.785 koperasi terdampak Covid dan 63,9% UMKM mengalami penurunan pendapatan lebih dari 30%. Padahal sektor UMKM merupakan penyumbang utama 60% Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia dengan penyerapan tenaga kerja lebih dari 90% (Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, 2011). Oleh karena itu, kondisi pandemi dapat mengancam sektor ekonomi dan menyebabkan bertambahnya jumlah pengangguran.

Beberapa masalah yang dihadapi UMKM adalah keuangan dan non keuangan (Hapsari, 2014). Masalah keuangan meliputi (1) kurangnya kesesuaian antara sumber modal yang tersedia yang dapat diakses oleh UMKM; (2) tidak ada pendekatan yang sistematis untuk membiayai UMKM; (3) biaya transaksi yang tinggi karena prosedur pemberian kredit yang rumit, memakan waktu lama, sedangkan jumlah kredit yang disalurkan kecil; (4) kurangnya akses ke sumber keuangan formal karena kurangnya bank di daerah terpencil atau kurangnya informasi; (5) tingkat pengembalian investasi dan modal kerja yang relatif tinggi; dan (6) banyak UMKM yang tidak dapat meminjam uang karena kurangnya transparansi dalam pengelolaan keuangan atau kurangnya kemampuan keuangan dan manajerial. Sementara itu, masalah non-keuangan (organisasi manajemen) meliputi (1) kurangnya pengetahuan dalam teknologi produksi dan kontrol kualitas karena kurangnya kesempatan untuk mengikuti perkembangan teknologi dan kurangnya pendidikan dan pelatihan; (2) kurangnya pengetahuan pemasaran karena keterbatasan akses UMKM terhadap informasi pasar, selain keterbatasan kemampuan UMKM dalam menyediakan produk atau jasa sesuai permintaan pasar; (3) keterbatasan sumber daya manusia (SDM) karena kurangnya sumber daya untuk pengembangan sumber daya manusia; dan (4) kurangnya pemahaman tentang keuangan dan akuntansi. Pada masa pasca Covid-19, peningkatan kemampuan manajemen bisnis (SDM) dan keterampilan usaha pemilik usaha dapat membantu pemilik usaha mengatasi tekanan ekonomi.

Tema unggulan Fakultas Ekonomi (FE) yang terdapat pada Rencana Induk Penelitian (RIP) Universitas Sanata Dharma (USD) yakni “Pengembangan Sistem Ekonomi dan Bisnis yang Memprioritaskan Peningkatan Martabat Manusia dengan Sasaran Utama Masyarakat Termajinalisasi (*marginalized*) dan Terpinggirkan (*neglected*), Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dan Lembaga Keuangan Mikro (LKM)”. Berdasarkan uraian di atas dan tema unggulan FE USD, maka tim pengabdian kepada masyarakat berusaha melakukan pendampingan kewirausahaan pada UMKM De Thela. Saat ini pemilik UMKM De Thela kurang memiliki fokus dan kejelasan untuk pengembangan bisnis yang dijalani. UMKM De Thela berlokasi di Pucanganom RT 01/RW 36 Sumberagung, Moyudan, Sleman, Yogyakarta 55563, sehingga dapat meningkatkan pendapatan usaha dan keberlangsungan usahanya terutama pada masa setelah pandemi *Covid-19*. Kegiatan pengabdian masyarakat ini melakukan pendampingan kewirausahaan berupa pengembangan *Business Model Canvas* (BMC) sehingga pemilik UMKM De Thela dapat melakukan *review* dari bisnis yang sudah jalan dengan tujuan untuk memperkuat atau mempertajam ide bisnis.



Gambar 2. Peta Lokasi De Thela

## 2. METODE

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi UMKM De Thela, mereka masih belum memahami kewirausahaan, terutama sebagai wirausaha terkait dengan fokus dan kejelasan tentang apa yang ingin dicapai oleh bisnis seorang pengusaha. Pengabdian bertindak sebagai pendamping dalam pengembangan model bisnis UMKM De Thela. Langkah-langkah untuk melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah sebagai berikut: (1) Identifikasi masalah UMKM De Thela dengan tujuan agar dapat mengungkap permasalahan yang dihadapi para pelaku UMKM De Thela; (2) menyiapkan bentuk dukungan yang sesuai dengan definisi masalah yang dihasilkan agar bantuan yang diberikan relevan dan konsisten dengan permasalahan yang dihadapi UMKM De Thela; (3) memecahkan masalah yang dihadapi; (4) memantau dan mengevaluasi kegiatan pendampingan, melihat secara khusus dampak kegiatan pendampingan De Thela terhadap UMKM dengan tujuan untuk melihat dampak kegiatan pendampingan UMKM De Thela terhadap permasalahan yang dihadapi UMKM De Thela dan melihat seberapa efektif dukungan yang dapat diberikan.

Pengabdian memberikan dukungan berupa pengembangan model bisnis kepada UMKM di De Thela. Model bisnis adalah alat yang digunakan untuk mengubah ide bisnis menjadi bisnis. Dengan model bisnis ini, realitas bisnis yang kompleks disederhanakan menjadi blok bangunan yang mudah dipahami. Kami dapat meninjau bisnis yang ada untuk tujuan memperkuat atau meningkatkan ide bisnis yang ada. Business Modeling Framework (BMC) disebut-sebut sebagai alat pembangun model bisnis yang kini sangat populer di kalangan pengusaha karena kemampuannya untuk menggambarkan elemen kunci bisnis seperti yang digambarkan dalam satu kain. Selain itu, keuntungan dari BMC adalah kemudahan dalam memodifikasi model bisnis dengan cepat dan melihat dampak perubahan satu komponen terhadap komponen bisnis lainnya.



Gambar 3. Anggota Tim melakukan Pendampingan dengan Mitra

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Model bisnis adalah alat yang digunakan untuk mengubah ide bisnis menjadi bisnis. Dengan model bisnis ini, realitas bisnis yang kompleks disederhanakan menjadi blok yang mudah dipahami. Kami dapat meninjau bisnis yang ada untuk tujuan memperkuat atau menyempurnakan ide bisnis yang ada. Hal ini kami lakukan untuk mendukung kewirausahaan UMKM De Thela, khususnya dalam penguatan bisnis. Business Modeling Canvas (BMC) yang disebut-sebut sebagai alat pembangun model bisnis kini sangat populer di kalangan pengusaha karena kemampuannya untuk menggambarkan bagian-bagian penting dari bisnis seperti yang tergambar pada satu *canvas* model bisnis. Selain itu, manfaat BMC adalah kemudahan untuk mengubah model bisnis dengan cepat dan melihat dampak dari perubahan satu bagian bisnis ke bagian lainnya. BMC juga memperkenalkan model bisnis yang menerima ide-ide kreatif dan inovatif dari banyak orang (kolaborasi) dan memfasilitasi penggabungan mereka. Pentingnya menggunakan BMC dan merekomendasikannya kepada pengusaha. BMC membantu pengusaha pemula mengembangkan rencana bisnis dan pemahaman bisnis yang lebih komprehensif (Hong & Clemens, 2013). Konsep model bisnis yang dapat dipahami oleh siapa pun mulai dengan konsep yang sederhana, relevan, dan intuitif untuk dipahami, tanpa terlalu menyederhanakan kompleksitas cara bisnis beroperasi (Osterwalder et al., 2010). Pengabdian dan mitra mereview UMKM De Thela menggunakan metode Business Model Canvas (BMC). Analisis UMKM De Thela terhadap sembilan dimensi kerangka model bisnis dalam Business Model Canvas adalah sebagai berikut:

#### 3.1. Key Partners

Semua mitra usaha yang terhubung dengan UMKM De Thela dianggap sangat penting dan saling membutuhkan. UMKM De Thela sebagai pelaku usaha makanan beku (*frozen food*) dari olahan singkong tentunya membutuhkan supplier yang dapat mempermudah dalam penyediaan bahan baku.

Begitu pula dengan pemasok yang mendukung UMKM De Thela dan pelanggannya dengan menyediakan bahan baku yang dibutuhkan untuk membuat aneka olahan singkong (*stik singkong*, *siomay ubi* dan *gethuk goreng*) yang renyah). Kemudian UMKM De Thela dalam menentukan supplier yang akan digunakan harus memperhatikan beberapa aspek seperti ketersediaan bahan baku atau *supply* yang dapat dijamin oleh supplier, ketepatan waktu pengiriman dan yang tidak kalah pentingnya adalah harga dan kualitas bahan baku yang ditawarkan, yakni singkong. Oleh karena itu, UMKM De Thela dapat mempertimbangkan pemasok menjadi mitra karena prinsip ekonomi menggunakan modal seminimal mungkin untuk keuntungan maksimal. Pasalnya, pemasok singkong atau yang lain yang digunakan UMKM De Thela berasal dari berbagai daerah, yakni produsen singkong dari desa Pucanganom, desa Sumberagung, kecamatan Moyudan, kabupaten Sleman, DIY. Kemudian pemasok terigu tersebut berasal dari PT. Bogasari. Sedangkan pemasok bubuk paneer berasal dari PT. Makanan utama Kobe. Untuk gula pasir supplier dari Rose Brand (PT. Budi Starch & Sweetener Tbk), supplier

garam dari Dolphin (PT. Susanti Megah) dan supplier kelapa muda dari petani kelapa muda desa Pucanganom desa Sumberagung, Kecamatan Moyudan, Kabupaten Sleman, Yogyakarta. Sedangkan untuk membeli kemasan UKM De Thela digunakan perusahaan Veranda Digital Printing di Jl. Ngapak Kentheng, Sanan, Sendangarum, Kecamatan Minggir, Kabupaten Sleman, DIY. UMKM De Thela berusaha untuk selalu menjaga hubungan baik dengan para mitranya sehingga apabila UMKM De Thela memperluas tokonya ke daerah lain tidak akan kesulitan untuk mencari bahan baku yang tersedia. Selanjutnya dengan menjaga hubungan yang baik, misalnya menjadi mitra tetap/mitra pilihan, akan mendapatkan keuntungan seperti diskon dari pemasok.

Business Model Canvas UMKM De Thela		Designed for:	Designed by:	Date:	Version:	
<p><b>Key Partners</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Supplier singkong atau ubi kayu dari berbagai daerah yang adalah petani singkong di Desa Pucanganom, Kelurahan Sumberagung, Kecamatan Moyudan, Kabupaten Sleman, DIY.</li> <li>Supplier tepung terigu (PT Rogasari)</li> <li>Supplier tepung panir (PT Kube Raya Utama)</li> <li>Supplier gula pasir (Rose Brand - PT Babi Street &amp; Sweetener Tbk)</li> <li>Supplier garam (Dolphin - PT Susanti Megah)</li> <li>Supplier kelapa muda di Desa Pucanganom, Kelurahan Sumberagung, Kecamatan Moyudan, Kabupaten Sleman, DIY.</li> </ul>	<p><b>Key Activities</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>menjamin ketersediaan bahan baku</li> <li> pencatatan penjualan dan administrasi</li> <li>memberikan pelayanan kepada setiap pelanggannya dan sistemasi distribusi produk menggunakan sistem penjualan online dan offline</li> <li> pelayanan kepada setiap pelanggannya baik dengan produk makanan yang berkualitas</li> </ul> <p><b>Key Resources</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>menjaga kualitas produk yang ditawarkan</li> <li>menjalin relasi untuk pemasaran produk dan media sosial</li> </ul>	<p><b>Value Propositions</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>UMKM De Thela menyediakan pelayanan yang terbaik untuk konsumen sehingga harga terjangkau dengan kualitas yang bagus.</li> </ul>	<p><b>Customer Relationships</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Memberships</li> <li>Promo/potongan harga untuk pembelian produk dalam partai besar</li> <li>Hubungan konsumen dengan owner</li> </ul> <p><b>Channels</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Relasi</li> <li>Media sosial</li> </ul>	<p><b>Customer Segments</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Pencinta olahan singkong (gethuk goreng <i>crispy</i> dan atik singkong)</li> <li>Semua kalangan khususnya berdomisili di daerah Desa Pucanganom, Kelurahan Sumberagung, Kecamatan Moyudan, Kabupaten Sleman, DIY.</li> </ul>	16/07/2022	
<p><b>Cost Structure</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Bahan baku singkong atau ubi kayu</li> <li>Biaya persiapan toko: panci, mesin pres, kulkas, freezer storage</li> <li>Biaya lain-lain: Listrik, Air, Gas.</li> <li>Biaya renovasi toko dan perbaikan-perbaikan.</li> </ul>		<p><b>Revenue Streams</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Asset sales: Penjualan makanan (frozen food)</li> <li>Fixed Price : Daftar menu (list price)</li> </ul>				
<p>Designed by: The Business Model Foundry (<a href="http://www.businessmodelgeneration.com/canvas">www.businessmodelgeneration.com/canvas</a>) Word implementation by: Neos Chronos Limited (<a href="https://neoschronos.com">https://neoschronos.com</a>) License: CC BY-SA 3.0</p>						

Gambar 4. Business Modal Canvas UMKM De Thela

### 3.2. Key Activities

Aktivitas bisnis UMKM De Thela diantaranya adalah seperti menjamin ketersediaan bahan baku, melakukan pencatatan penjualan dan administrasi, memberikan pelayanan kepada setiap pelanggannya dan sistemasi distribusi produk menggunakan sistem penjualan *online* dan *offline*. Aktivitas paling penting dan menjadi perhatian adalah pelayanan kepada setiap pelanggannya dengan membuat produk makanan beku (*frozen food*) dari hasil olahan singkong yang berkualitas, serta sikap dan pelayanan yang baik untuk memberikan kepuasan konsumen.

### 3.3. Key Resources

*Key resources* adalah sumber daya yang dimiliki untuk menjalankan usaha. *Key resources* yang UMKM De Thela terdiri dari sumber daya fisik, manusia dan finansial. Sumber daya fisik yang dimiliki UMKM De Thela adalah bangunan kecil tempat produksi dan tempat *packaging*. Untuk peralatan dan bahan produksi yang digunakan yaitu panci, timbangan manual, pisau dan singkong (ubi kayu). Untuk mendistribusikan barang, UMKM De Thela menggunakan sepeda motor yang dilakukan Ibu Yesy Purwatiningsih dibantu suaminya. Sedangkan sumber daya manusia yang dimiliki UMKM De Thela berjumlah 1 orang (suami dari Ibu Yesy Purwatiningsih) dengan tugas dan tanggung jawab membantu bagian produksi, transportasi dan administrasi. Sedangkan sumber daya finansial yang digunakan sebagai modal awal didirikannya usaha De Thela ini merupakan modal pribadi Ibu Yesy Purwatiningsih dan suaminya menggunakan tabungan sebesar Rp 2.000.000,00.

### 3.4. Value Proposition

UMKM De Thela menganggap bahwa pelanggan merupakan unsur yang penting bagi mereka, maka dari itu UMKM De Thela terus melakukan upaya-upaya yang dapat membuat para pelanggannya tertarik untuk membeli dan mengkonsumsi lagi berbagai olahan singkong yang dijual. Oleh karena itu, UMKM De Thela memproduksi berbagai olahan singkong berupa gethuk goreng *crispy* dengan varian original dan coklat, stik singkong dan bolubi (bola-bola ubi) dengan varian coklat dan keju. Selain itu harga yang terbilang murah dan dapat dijangkau oleh semua

kalangan pecinta olahan singkong menjadi nilai yang coba ditawarkan oleh UMKM De Thela kepada setiap pelanggannya. Harga yang ditawarkan kepada konsumen untuk berbagai olahan singkong De Thela yang berkualitas tersebut adalah Rp 12.000,00/bungkus (1 bungkus berisi 10 pieces untuk gethuk goreng crispy original dan varian coklat serta 1 bungkus berisi 12 pieces untuk bolubi varian coklat dan keju). Nilai itupun yang kemudian diharapkan oleh UMKM De Thela sebagai referensi untuk pelanggannya dalam pilihan antara UMKM De Thela dengan UMKM yang memproduksi berbagai olahan singkong juga.

### **3.5. Customer Relationship**

Dalam upaya menjaga hubungan dengan konsumennya, salah satu cara yang dilakukan UMKM De Thela adalah dengan menurunkan harga jika konsumen membeli dalam jumlah banyak, yaitu konsumen akan dikenakan harga grosir sebesar Rp.10.000,00/kemasan hasil olahan singkong. Selain bertujuan untuk memperkenalkan UMKM De Thela yang relatif masih baru, juga bertujuan untuk menarik khalayak yang lebih luas. Kemudian upaya lain yang dilakukan untuk menjaga hubungan dengan pelanggan adalah menjaga kualitas bahan baku yang digunakan untuk memproduksi oleh petani singkong di Desa Pucanganom, Desa Sumberagung, Kecamatan Moyudan, Kabupaten Sleman, DIY. Selain mempertahankan konsumen UMKM, De Thela juga menjaga hubungan baik dengan konsumen baik melalui interaksi langsung maupun tidak langsung. Selain menjalin hubungan baik dengan pelanggan, UMKM De Thela juga menjaga kepercayaan konsumen antara lain menyelesaikan pesanan tepat waktu sesuai kesepakatan dan menggunakan sistem COD (Cash on Delivery) oleh Ibu Yesy Purwatiningih dan suaminya, dimana proses pembelian dilakukan. Produk olahan singkong UMKM De Thela dibayar tunai pada saat diterima. Selain itu, untuk menjaga hubungan dengan pelanggannya, UMKM De Thela menggunakan media sosialnya. Adapun usulan tim pengabdian masyarakat mengenai aspek customer relation, apalagi UMKM De Thela tergolong baru, tidak ada salahnya para pemilik mulai terlibat dalam pelaksanaan event misalnya bazar. Hal ini bertujuan untuk memperkenalkan UMKM De Thela sendiri kepada mereka yang belum mengetahui keberadaan UMKM De Thela dan juga berharap dapat membantu dalam memperluas jaringan pelanggan UMKM De Thela.

### **3.6. Channels**

Sejauh ini, saluran penjualan UMKM De Thela sebagian besar berbasis pemilik dan beberapa saluran penjualan online melalui aplikasi. Untuk jejaring sosial digunakan sebagai saluran untuk memperkenalkan produk-produk UMKM De Thela seperti Instagram, Shopee Food dan Tokopedia.

### **3.7. Customer Segment**

UMKM De Thela memiliki segmen pelanggan yang termasuk dalam segmen *mass market* (pasar terbuka), dimana UMKM De Thela tidak mengelompokkan pelanggan ke dalam kelompok yang berbeda atau segmen khusus. Dengan demikian, segmen konsumen UMKM De Thela mencakup seluruh masyarakat yang tinggal di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) dan wisatawan yang berkunjung ke wilayah DIY.

### **3.8. Revenue Streams**

Satu-satunya pendapatan UMKM De Thela berasal dari penjualan produk.

### **3.9. Cost Structure**

Sebagian biaya ditanggung oleh UMKM De Thela dalam menjalankan usahanya, antara lain biaya tetap dan biaya operasional. Biaya tetap yang dikeluarkan oleh UMKM De Thela meliputi pembelian peralatan dan perlengkapan sebagai modal awal untuk mendukung proses bisnisnya, misalnya pembelian peralatan untuk memproduksi berbagai jenis singkong olahan, lemari penyimpanan bahan baku, kulkas. Biaya variabel yang dikeluarkan UMKM De Thela berkisar dari biaya pembelian bahan baku seperti singkong, tepung terigu, tepung paneer, gula pasir, garam

dan kelapa muda hingga biaya listrik, air dan gas yang menjadi beban. Biaya tersebut berubah selama produksi.

Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat untuk UMKM De Thela UMKM De Thela mempunyai *business modal canvas* untuk mengembangkan usaha melalui untuk meningkatkan pemasaran produk, dengan melakukan segmentasi, *targeting* dan *posisioning*, sehingga dapat dengan produk yang ditawarkan mampu menentukan segmen pasar yang sesuai serta serta promosi yang tepat, dengan usaha membuat media promosi yang lebih menarik sesuai target pasar.



Gambar 5. Contoh Promosi

Implikasi kegiatan pengabdian masyarakat ini diharapkan dengan adanya pendampingan kewirausahaan tersebut dapat memudahkan UMKM De Thela untuk mengurus pengembangan usaha serta meningkatkan pendapatan dan menjaga keberlangsungan usahanya terutama pada masa setelah pandemi *COVID-19*.

#### 4. KESIMPULAN

UMKM De Thela UMKM De Thela yang telah Menyusun *business modal canvas* akan menguatkan usaha melalui untuk meningkatkan pemasaran produk. Implikasi kegiatan pengabdian masyarakat ini diharapkan dengan adanya pendampingan kewirausahaan maka keberlangsungan usaha akan terjaga terutama pada masa setelah pandemi *COVID-19*. Kegiatan selanjutnya diharapkan dukungan ini terus berlanjut dan pada akhirnya dapat membuat para pelaku UMKM De Thela semakin berkembang dengan bermitra dengan pemerintah, swasta atau yang lain, terutama dalam hal pemasaran misalnya melalui kegiatan bazar UMKM di wilayah UMKM De Thela.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Kami berterima kasih kepada LPPM Universitas Sanata Dharma Yogyakarta yang telah mendukung pengabdian ini. Semoga kerjasama ini dapat membawa manfaat yang positif bagi pengembangan dan pengabdian masyarakat.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian. (2011). Inovasi Pengolahan Singkong Meningkatkan Pendapatan dan Diversifikasi Pangan. *Agro Inovasi*, 4(3404), 1-5.
- Hapsari, I. M. (2014). Identifikasi Berbagai Permasalahan yang Dihadapi oleh UMKM dan Peninjauan Kembali Regulasi UKM sebagai Langkah Awal Revitalisasi UKM. *Jurnal PERMANA*, 5(2).
- Hong, Y Ching dan Clemens, Fauvel, 2013 Criticisms, Variations And Experiences With Business Model Canvas, European Centre for Research Training and Development UK ([www.ea-](http://www.ea-)

- journals.org), *European Journal of Agriculture and Forestry Research* Vol.1. No.2, pp. 26 -37, December 2013
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., & Clark, T. (2010). *Business Model Generation: a Handbook for visionaries, Game Changers, and Challengers*, Wiley, Hoboken, NJ.
- Rahayu, W., Anam, C. & Riptanti, E. W. (2018). Peningkatan Usaha Keripik Singkong Rasa Gadung Menuju UKM Yang Berdaya Saing. *Inoteks*, 22(1), 34-40.
- Sansa, N.A. (2020). The Impact of the Covid-19 on the Financial Markets: Evidence from China and USA. *Electronic Research Journal of Social Sciences and Humanities*, 2(2), 2706-8242.
- Sarlan, M. (2016). Analisis Nilai Tambah Ubi Kayu sebagai Bahan Baku Keripik Singkong di Kecamatan Labuhan Haji Kabupaten Lombok Timur (Kasus Agroindustri Keripik Singkong KUB Wanita Sejahtera). *Jurnal Ilmiah Rinjani*, 3(1), 116-128.
- Ullah, I., Ali, M., & Farooqi, A. (2010). Chemical and Nutritional Properties of Some Maize (*Zea mays* L.) Varieties Grown in NWFP, Pakistan. *Pakistan Journal of Nutrition*, 1113-1117.
- Winarsih, M. I. & Fuad, K. (2020). Impact of Covid-19 on Digital Transformation and Sustainability in Small and Medium Enterprises (SMEs): A Conceptual Framework. *Proceeding of the 14<sup>th</sup> International Conference on Complex, Intelligent and Software Intensive Systems (CISIS 2020)*, 471-476.