



Pelatihan Model Bisnis Kanvas dan Pendampingan Perizinan Usaha Mikro bagi Mahasiswa Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

**Afi Fadlilah, Irwan Hermawan, Denny Iskandar, Novi Resmini, Hazim Mujahid, Gymnastiar Rahman*

Universitas Pendidikan Indonesia, Indonesia

*Correspondence: E-mail: afifadlilah@upi.edu

ABSTRACT

Perkembangan globalisasi ekonomi dan kemajuan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam dunia bisnis di seluruh dunia. Di sisi lain, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran yang penting dalam perekonomian Indonesia. Sekitar 29% dari total UMKM yang berbisnis secara daring, dan mayoritas mengalami kendala seperti kurangnya pembiayaan, pelatihan kemampuan digital, serta dukungan lainnya. Selain itu, rendahnya kepemilikan sertifikat halal dan Standar Nasional Indonesia (SNI), serta jumlah Nomor Induk Berusaha (NIB) yang diterbitkan, menjadi masalah yang perlu diatasi dalam meningkatkan legalitas dan kepercayaan pelanggan. Oleh karena itu, program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk membantu UMKM dalam menghadapi tantangan ekonomi dan perkembangan digital dengan memberikan pelatihan model bisnis kanvas dan pendampingan perizinan usaha. Program ini dilakukan dengan melibatkan mahasiswa Departemen Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia FPBS UPI, khususnya bagi mereka yang terlibat aktif sebagai pelaku UMKM, sekaligus memberikan bantuan dan pendampingan kepada UMKM dalam mengembangkan model bisnis yang tepat dengan memanfaatkan teknologi digital dan strategi pemasaran yang efektif. Diharapkan melalui program ini, UMKM dapat lebih siap menghadapi tantangan ekonomi dan mendapatkan peluang baru dalam pasar yang semakin terhubung secara digital.

ARTICLE INFO

Article History:

Submitted/Received 11 Jan 2023

First Revised 15 Feb 2023

Accepted 26 Mar 2023

Publication Date 01 April 2023

Keyword:

model bisnis kanvas; perizinan usaha; UMKM; mahasiswa

1. PENDAHULUAN

Menurut Robertson & White (2007), istilah globalisasi baru secara luas digunakan di seluruh dunia setelah kejatuhan tembok Berlin pada tahun 1989, yang menjadi awal dari runtuhnya komunisme. Munculnya teori globalisasi dilatarbelakangi oleh konsep pemikiran di mana dunia perlahan berproses membentuk “satu kesatuan”, atau yang disebut Robertson (1992) sebagai “kesatuan global” (*global unicity*) sebagai satu wadah sosio-kultural. Lebih lanjut, ia menjelaskan bahwa proses tersebut ditandai dengan dua kondisi, yakni meningkatnya konektivitas di seluruh dunia, dan tumbuhnya kesadaran global.

Perkembangan globalisasi didorong oleh “distansiasi”, atau pemisahan waktu dari ruang (Giddens, 1990, 1991) yang memungkinkan aktivitas manusia yang terorganisir dengan stabil untuk dapat melintasi jarak temporal dan spasial yang luas, sebagai sebuah prasyarat bagi globalisasi. Berbeda dengan Giddens, Harvey (1991) menyebutnya sebagai “kompresi ruang-waktu”, di mana waktu dapat diatur sedemikian rupa untuk meminimalisasi hambatan ruang, dan sebaliknya; sehingga waktu yang dibutuhkan untuk melakukan sesuatu berkurang, dan secara bersamaan mengurangi jarak kesan antara titik ruang yang berbeda. Ia kemudian mengilustrasikannya dengan bagaimana dunia “semakin mengecil” seiring dengan bertambahnya kecepatan transportasi, di mana dunia tahun 1960-an telah menyusut sebanyak 50 kali dari ukurannya di abad ke-16 karena pesawat jet dapat melakukan perjalanan sekitar 50 kali kecepatan kapal layar.

Globalisasi didasari oleh empat aspek utama kehidupan manusia: budaya, sosial, politik, dan ekonomi; di mana dimensi budaya sangat erat kaitannya dengan kepedulian terhadap globalisasi ekonomi. Fenomena McDonaldisasi sebagaimana yang dicetuskan oleh Ritzer (1993) merupakan salah satu contoh dari globalisasi ekonomi dan budaya. Hal tersebut mengacu pada penyebaran praktik sosial-ekonomi tertentu (dalam hal ini bisnis restoran cepat saji) dari Amerika ke seluruh dunia—yang pada praktiknya tidak hanya oleh McDonald’s Corporation, tapi juga dengan korporasi sejenis seperti Nike, Starbucks, Kentucky Fried Chicken (KFC), dan sebagainya—dengan cara yang secara umum relatif mirip di sebagian besar dunia (homogen).

Pasar yang bersifat global dan tidak terikat dengan batasan nasional merupakan ciri mendasar dari ekonomi global. Kendati demikian, kebijakan ekonomi tetap berada di bawah kewenangan suatu negara dan sangat dipengaruhi oleh politik dalam negeri. Hal tersebut dapat menimbulkan konflik dan dilema manakala terjadi benturan antara proses globalisasi dan kebijakan nasional, antara lain sebutlah nilai tukar, mata uang digital, stabilitas nasional, dan lain sebagainya (Obstfeld, 2020).

Salah satu dampak buruk yang berhubungan dengan globalisasi adalah resesi ekonomi global. Secara sederhana, National Bureau of Economic Research mendefinisikan resesi sebagai, “penurunan signifikan dalam aktivitas yang tersebar di seluruh perekonomian, berlangsung lebih dari beberapa bulan, terlihat dalam produksi industri, lapangan kerja, pendapatan riil, dan perdagangan grosir-eceran,” dengan indikator rujukan pada indikator bulanan, seperti lapangan kerja di seluruh perekonomian, volume penjualan sektor manufaktur dan perdagangan yang dinyatakan secara riil dan disesuaikan dengan perubahan harga, hingga produksi industri (Leamer, 2008). Adapun definisi yang lebih populer ialah yang dicetuskan oleh Julius Shiskin di The New York Times pada tahun 1974, “penurunan Produk Domestik Bruto (PDB) riil yang disesuaikan secara musiman dan kalender dalam setidaknya dua kuartal berturut-turut,” dengan indikator yang lebih komprehensif dan periode kritis untuk resesi mencapai setidaknya enam bulan, yang dengan aturan praktis ini, dua kriteria difusi dan durasi dapat secara kasar diperhitungkan (Achuthan & Banerji, 2008).

Beberapa faktor yang dapat menyebabkan resesi global termasuk krisis finansial, perubahan pola konsumsi, atau bahkan peristiwa tertentu seperti pandemi COVID-19. Berdasarkan laporan World Bank (2020), pandemi COVID-19 merupakan guncangan ekonomi terbesar yang dialami ekonomi dunia dalam beberapa dekade ke belakang, yang menyebabkan kemacetan aktivitas global. Tindakan pembatasan—seperti karantina wilayah, pembatasan mobilitas dan transportasi, serta penutupan industri—mengakibatkan seluruh dunia terjerumus ke dalam resesi ekonomi pada tahun 2020. Pandemi COVID-19 berpotensi membahayakan kondisi ekonomi makro secara global dengan gangguan rantai suplai dan disintegrasi di seluruh dunia, hingga dampak positif globalisasi yang dinikmati sebelumnya kini tertahan oleh pembatasan massa dan produk (Bagchi dkk., 2020).

Terhambatnya globalisasi pada satu titik justru menimbulkan konsekuensi lain, yakni merebaknya ruang virtual, media digital, dan media massa; tak hanya sebagai sarana difusi informasi, melainkan mungkin juga sebagai satu-satunya wadah yang tersisa bagi berlangsungnya interaksi sosial (Beaunoyer dkk., 2020). Dari sudut pandang yang berbeda, Amankwah-Amoah dkk. (2021) justru menyebut hal tersebut sebagai faktor pemicu bagi percepatan tren menuju digitalisasi sebagai model baru pengembangan bisnis (Halkiv dkk., 2020), terlebih dengan terjadinya pergeseran aktivitas komersial luring ke daring yang disebabkan oleh melambungnya kebutuhan akan adaptasi di sejumlah industri, serta perilaku konsumen secara mendasar pada kebiasaan belanja daring.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dianggap sebagai korban utama dari wabah COVID-19 dikarenakan ketidaksiapan mereka menghadapi guncangan dari segi sumber daya yang memadai—khususnya keuangan dan manajerial—jika dibandingkan dengan perusahaan besar (Shafi dkk., 2020). Selain itu, biasanya UMKM cenderung bergantung pada transaksi tunai dan rutin, serta sejumlah kecil pelanggan (Williams & Schaefer, 2013), yang menyebabkan mereka kesulitan beroperasi karena stok yang menipis bahkan habis. Belum lagi soal ketidaktersediaan tenaga kerja, perlambatan produksi, kekurangan bahan baku, dan pembatasan transportasi yang akan berdampak besar pada jenis usaha ini.

Sementara itu, Indonesia menempati urutan pertama dalam UMKM terbanyak di ASEAN, dengan jumlah mencapai 65,46 juta unit pada tahun 2021 (ASEAN Secretariat, 2022). Lebih lanjut, UMKM di Indonesia mampu menyerap 97% tenaga kerja, menyumbang 60,3% terhadap PDB, serta berkontribusi 14,4% terhadap ekspor nasional. Menurut Kusnandar (2021) baki kredit UMKM mencapai nilai tertingginya pada 2019 dengan nilai mencapai Rp1.111,34 triliun, dan pertumbuhan per tahun tidak kurang dari 5%. Akan tetapi, pandemi COVID-19 kemudian memukul mundur pertumbuhan tersebut pada 2020, hingga anjlok 1,18% dari tahun sebelumnya. Hal itu menyebabkan kontraksi sebesar 2,07% pada perekonomian domestik. Hingga Mei 2021, kredit UMKM mulai pulih pada angka 0,4% per tahun, dengan total baki kredit sebesar Rp1.095 triliun. Di sisi lain, para pelaku UMKM melaporkan penurunan penjualan yang signifikan selama tahun 2020. Tercatat 36,7% responden mengaku tidak memiliki penjualan, 26% mengakui penurunan penjualan hingga lebih dari 60%, dan hanya 3,6% yang mengalami kenaikan penjualan (Jayani, 2020).



Diagram 1. Data UMKM di ASEAN

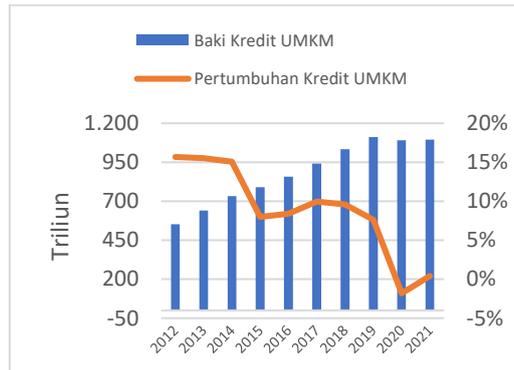


Diagram 2. Baki dan Pertumbuhan Kredit UMKM

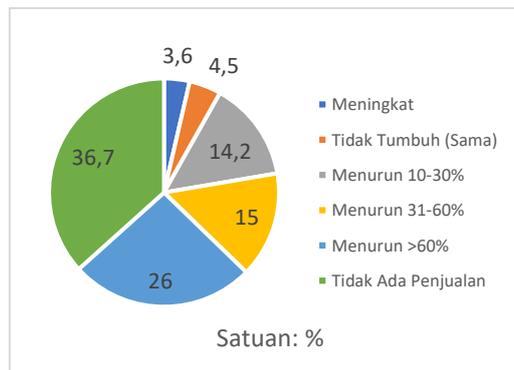


Diagram 3. Penurunan Penjualan UMKM Imbas Pandemi

Meski demikian, baru ada sekitar 19 juta unit UMKM yang berbisnis secara daring, atau sekitar 29% dari total UMKM yang ada (Ahdiat, 2022). Mayoritas mengaku terkendala oleh kurangnya pembiayaan, sementara yang lain merasa masih kekurangan pelatihan kemampuan digital, dukungan kebijakan, tidak adanya mentor bisnis, hingga infrastruktur digital yang belum memadai. Pusparisa (2020) menambahkan bahwa hingga September 2020, UMKM yang mendominasi penggunaan kanal daring secara signifikan (hingga 75%) masih terbatas pada sektor produksi, restoran, dan akomodasi. Hal ini didukung dengan data harapan para pelaku UMKM terhadap bantuan internet yang terjangkau sebesar 50,7% dari harapan bantuan lainnya (Lidwina, 2021).

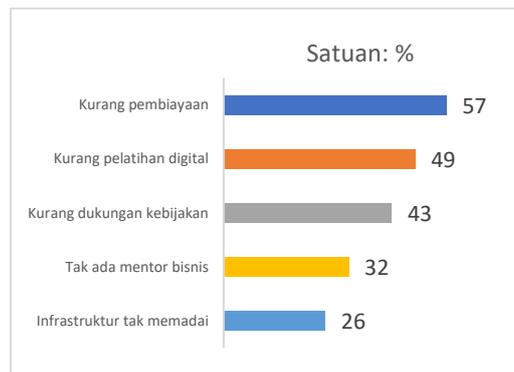


Diagram 4. Kendala UMKM melakukan Transformasi Digital

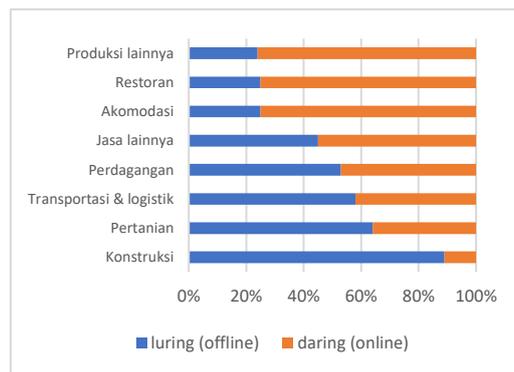


Diagram 5. Penetrasi Internet UMKM Berdasarkan Sektor

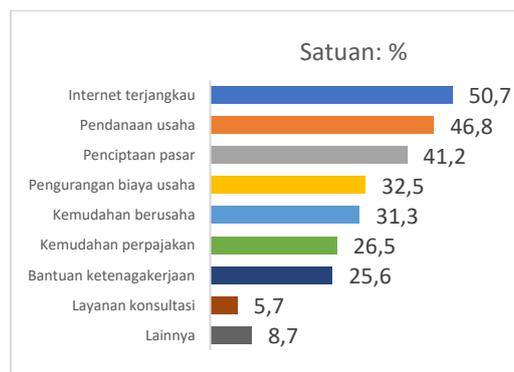


Diagram 6. Bantuan Paling Dibutuhkan UMKM

Pelaku UMKM sebagai salah satu jenis usaha perlu memiliki legalitas perizinan usaha guna menunjukkan keberadaan usaha tersebut yang berjalan secara sah dan layak berdiri (Wulandari & Budiantara, 2022). Selain itu, legalitas perizinan usaha juga akan memberikan kepastian dalam perlindungan hukum, juga kesempatan dan peluang untuk memperluas pasar melalui kontrak kerja sama yang diakui secara legal dengan berbagai lokapasar (Yozami, 2023).

Sebagaimana yang dikutip oleh Carlo dkk. (2021), saat ini pelaksanaan terkait perizinan berusaha berbasis risiko dapat dilakukan secara elektronik dan terintegrasi melalui sistem Online Single Submission (OSS) seperti yang tercantum dalam Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 5 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko pada Pasal 167—212. Namun, hingga April 2023, baru tercatat 5,8% dari total UMKM yang memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB), dengan rata-rata NIB yang diterbitkan tiap hari berjumlah 7.975 hingga kemudian menyebabkan rendahnya angka kepemilikan sertifikat halal dan Standar

Nasional Indonesia (Prasetyadi, 2023). Masih terlampau jauh dari jumlah yang ditargetkan Presiden Joko Widodo pada Juli 2022, yakni sebanyak 100.000 per hari (Utami, 2022).

Model bisnis (*business model*) merupakan istilah bagi pedoman suatu usaha yang mencakup cara-cara menentukan nilai, mengenali kebutuhan konsumen, memanfaatkan peluang eksternal, mengidentifikasi sumber daya yang dibutuhkan, menghasilkan pemasukan, serta proyeksi dalam jangka pendek hingga panjang (Murray & Scuotto, 2016). Model bisnis juga diidentifikasi sebagai refleksi atas strategi yang diterapkan untuk mengevaluasi hasil dan manfaat (Johnson dkk., 2008). Model bisnis kanvas (*Business Model Canvas*, BMC) merupakan salah satu model bisnis yang dikembangkan oleh Osterwalder & Pigneur (2010) dan dapat membantu penggunaannya memahami susunan model bisnis yang dijalaninya. BMC dapat membantu pengguna secara visual mewakili unsur-unsur model bisnis dan interkoneksi potensial serta dampaknya pada penyusunan nilai yang mendasari model bisnis itu sendiri (Joyce & Paquin, 2016). BMC dikembangkan mengikuti metode desain sains dan teori yang mendasari pengembangan model bisnis (Osterwalder, 2004) dengan fokus pada penyediaan representasi visual dari sistem bisnis tersebut untuk memandu proses kreatif dalam pembuatan prototipe, mengumpulkan umpan balik, dan merevisi inovasi model bisnis secara berulang.

BMC terdiri dari sembilan bagian (*blocks*) yang menjelaskan keunikan usaha tersebut. Kesembilan bagian itu ialah, segmentasi konsumen, proposisi nilai konsumen, saluran, hubungan konsumen, sumber pendapatan, sumber daya, aktivitas yang dijalankan, kerja sama, dan struktur biaya. Dengan kesembilan elemen tersebut, BMC berpotensi membantu pengusaha dalam komunikasi mereka dengan mitra bisnis maupun investor (Sort & Nielsen, 2018).

Dengan demikian, kondisi ekonomi global yang terdampak oleh pandemi COVID-19 dan resesi ekonomi masih dalam proses pemulihan. UMKM di Indonesia, meskipun memiliki peran penting dalam perekonomian, mengalami kesulitan selama pandemi dengan penurunan penjualan yang signifikan. Baru sebagian kecil dari UMKM yang berbisnis secara daring, sebagian besar menghadapi kendala seperti kurangnya pembiayaan, pelatihan kemampuan digital, serta dukungan lain. Selain itu, rendahnya angka kepemilikan sertifikat halal dan Standar Nasional Indonesia (SNI) serta jumlah NIB yang diterbitkan juga menjadi masalah yang perlu diatasi. Hal tersebut mengindikasikan masalah serius dalam beradaptasi dengan kondisi ekonomi dan perkembangan digital yang cepat. UMKM sebagai tulang punggung perekonomian Indonesia harus memiliki kemampuan dan akses yang memadai dalam menghadapi tantangan baru.

Oleh karena itu, program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini ditujukan untuk memberikan bantuan kepada UMKM, khususnya dari kalangan mahasiswa Departemen Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia FPBS UPI dalam mengembangkan model bisnis yang tepat dengan memanfaatkan teknologi digital dan strategi pemasaran yang efektif. Selain itu, mahasiswa yang terlibat juga dapat membantu UMKM dalam memperoleh perizinan usaha yang diperlukan untuk meningkatkan legalitas dan kepercayaan pelanggan. Melalui program ini, diharapkan para peserta dapat lebih siap menghadapi tantangan ekonomi dan mendapatkan peluang baru dalam pasar yang semakin terhubung secara digital.

2. METODE

Program PKM ini menggunakan pendekatan kombinasi antara pelatihan dan pendampingan. Seluruh rangkaian metode dilaksanakan secara daring, baik secara sinkronis melalui pertemuan Zoom, maupun asinkronis melalui interaksi grup WhatsApp; dengan

perincian: tiga kali pelatihan dalam pertemuan Zoom, dan satu kali pendampingan dalam bentuk penugasan. Pemilihan metode ini ditujukan untuk memudahkan peserta dalam mengakses informasi dan kegiatan dari mana saja, tanpa perlu menghadiri kegiatan secara luring. Selain itu, pemilihan metode secara sinkronis ditujukan agar terjadinya interaksi dua arah antara peserta dan pemberi materi sehingga kegiatan dapat berjalan secara interaktif. Adapun metode asinkronis ditujukan agar semua informasi dapat tersampaikan secara kolektif dan tersimpan dalam riwayat percakapan, agar peserta dapat dengan mudah mengakses informasi-informasi tersebut di kemudian hari.

Kegiatan ini merupakan sebuah rangkaian acara Pelatihan Model Bisnis Kanvas dan Pendampingan Perizinan Usaha Mikro bagi Mahasiswa Departemen Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia FPBS UPI sebagai Upaya Meningkatkan Kemandirian dalam Menghadapi Dunia Global dan Resesi Ekonomi Dunia. Acara dilaksanakan pada tanggal 1 April—6 Mei 2023, dengan susunan acara yang telah dilaksanakan ialah sebagai berikut:

1. Webinar Seri 1: Pelatihan Model Bisnis Kanvas
2. Webinar Seri 2: Pendampingan Membuat Izin Usaha secara Online
3. Penugasan membuat Model Bisnis Kanvas secara mandiri
4. Webinar Seri 3: Praktik Pembuatan Model Bisnis Kanvas dan Pendampingan Izin Usaha Secara Daring

Dengan sasaran yang diharapkan:

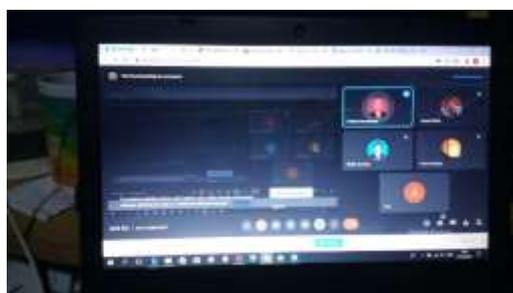
1. Mahasiswa Departemen Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia FPBS UPI
2. Mahasiswa dan pelaku UMKM secara umum.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

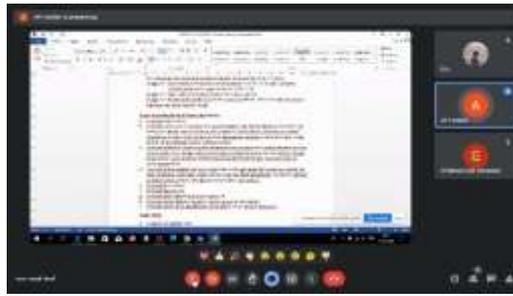
Berdasarkan hasil studi pendahuluan, selanjutnya adalah menyusun rangkaian kegiatan berupa; tahap persiapan dan tahap pelaksanaan.

1. Tahap Persiapan

Pada tahap persiapan, dilakukan observasi awal dari studi pendahuluan lapangan, rapat tim PKM dengan mitra, dan penyusunan kegiatan PKM. Pada tahap ini, persiapan penyusunan program kegiatan PKM dibagi menjadi beberapa langkah. Tahap Pertama, mematangkan ide membuat model bisnis kanvas bersama Tim Dosen Departemen Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia FPBS UPI. Tahap Kedua, Studi pendahuluan ke lapangan ke mitra Kirihuci sebagai narasumber pelatihan.



Gambar 1. Rapat dengan Mitra



Gambar 2. Penyusunan Kegiatan PKM

2. Tahap Pelaksanaan

Tahap kedua yakni tahap pelaksanaan adalah tahap yang mulai dilakukan sosialisasi program kegiatan, berupa; Webinar Seri 1 bertema Pelatihan Model Bisnis Kanvas, Webinar Seri 2 bertema Pentingnya Nomor Induk Berusaha bagi Pelaku Usaha, Webinar Seri 3 bertema Praktik Pembuatan Model Bisnis Kanvas dan Pendampingan Izin Usaha Secara Daring, dan penyebaran angket atau soal *pretest* dan *posttest* juga evaluasi 1. Pada tahap ini, terdapat dua tahap yaitu tahap sosialisasi dan tahap pelatihan.

a. Tahap Sosialisasi

Tim peneliti melakukan sosialisasi pada mahasiswa DPBSI FPBS UPI. Kemudian berdiskusi mengenai program kegiatan PKM untuk kelancaran kegiatan ini. Menyiapkan kelengkapan penunjang pelatihan atau *workshop*. Kegiatan ini dilaksanakan pada bulan Maret 2023.

b. Tahap Pelatihan

Berdasarkan rencana kegiatan PKM, terdapat pelatihan yang dilakukan untuk memberikan pemahaman terkait Model Bisnis Kanvas dan Izin Usaha secara Daring meliputi semua materi dan seluruh aspek pendukungnya. Narasumber kegiatan disediakan oleh tim PKM. Model pelatihannya berupa Webinar dan pendampingan yang akan menekankan potensi berwirausaha yang dimiliki khalayak sasaran yaitu mahasiswa-mahasiswi yang memiliki usaha. Pelatihan secara webinar ini dilakukan melalui Zoom virtual meeting dan juga disiarkan di Youtube FPBS UPI secara langsung.

Webinar Seri 1: Pelatihan Model Bisnis Kanvas



Gambar 3. Pelatihan Webinar Seri 1 Model Bisnis Kanvas



Gambar 4. Mitra Pelatihan Webinar Seri 1 Model Bisnis Kanvas

Materi dari pelatihan webinar seri 1 ini adalah tentang Model Bisnis Kanvas dengan metode penyampaian materi oleh narasumber dan tanya jawab. Kegiatan ini berlangsung selama 165 menit yang terbagi menjadi 3 kegiatan; 60 menit penyampaian materi oleh narasumber 1, 60 menit penyampaian materi oleh narasumber 2, dan 45 menit tanya jawab. Diharapkan dengan adanya Webinar Seri 1 ini mereka bisa mengembangkan usaha mandiri mereka secara luas baik di dalam maupun di luar negeri. Dengan menggunakan bisnis model kanvas diharapkan mahasiswa dapat menjangkau target pasar lebih luas, sistematis, efektif dan efisien lagi. Selain itu, mahasiswa dapat memaparkan strategi usahanya sebelum mulai berkompetisi dengan pelaku usaha lainnya.



Gambar 5. Materi Model Bisnis Kanvas

Webinar Seri 2: Pendampingan Membuat Izin Usaha secara Online



Gambar 6. Webinar Seri 2 melalui Youtube



Gambar 7. Materi Pendampingan Izin Usaha



Gambar 8. Sesi tanya jawab melalui kolom chat

Materi dari pelatihan webinar seri 2 ini adalah tentang Pentingnya Nomor Induk Berusaha bagi Pelaku Usaha dengan metode penyampaian materi oleh narasumber dan tanya jawab. Sama dengan Webinar Seri 1, pada kegiatan ini juga berlangsung selama 165 menit yang terbagi menjadi 3 kegiatan; 60 menit penyampaian materi oleh narasumber 1, 60 menit penyampaian materi oleh narasumber 2, dan 45 menit tanya jawab. Diharapkan dengan adanya Webinar Seri 2 ini peserta dapat memiliki surat perizinan usaha yang diharapkan produk, merek ataupun nama usaha yang dimiliki mahasiswa akan aman dan tidak disalahgunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab apalagi di era digital sekarang ini yang rentan terjadinya *cybercrime*.

Webinar Seri 3: Praktik Pembuatan Model Bisnis Kanvas dan Pendampingan Izin Usaha Secara Daring



Gambar 9. Webinar Seri 3



Gambar 10. Materi Nomor Induk Berusaha



Gambar 11. Praktek Membuat Model Bisnis Kanvas

Materi pelatihan webinar seri 3 ini adalah tentang bagaimana praktik membuat Model Bisnis Kanvas dan Pendampingan Izin Usaha secara Daring dengan Nomor Induk Berusaha. Metode pada pelatihan ini adalah penyampaian materi oleh narasumber, tanya jawab, dan praktik membuat Model Bisnis Kanvas dan Nomor Induk Berusaha. Pada Webinar Seri 3 ini berlangsung selama 165 menit yang terbagi menjadi 3 kegiatan; 60 menit penyampaian materi oleh narasumber 1 mencakup praktik membuat Model Bisnis Kanvas, 60 menit penyampaian materi oleh narasumber 2 mencakup Pendampingan Izin Usaha, dan 30 menit tanya jawab. Diharapkan dengan adanya Webinar Seri 3 ini peserta dapat mampu mengembangkan usaha mereka dengan menggunakan Model Bisnis Kanvas serta mudah mendapat izin karena memiliki Nomor Induk Berusaha.

Hasil yang dicapai

Seperti pemaparan di atas, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini memiliki beberapa target yang diharapkan dapat tercapai. Target tersebut yakni:

- a. Pembinaan dan pendampingan membuat model bisnis kanvas dan perizinan usaha kepada mahasiswa Departemen Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia FPBS UPI yang memiliki usaha mandiri.
- b. Peserta dapat memahami materi model bisnis kanvas dan dapat menggunakannya dalam menyusun perencanaan usaha.
- c. Peserta dapat memahami materi nomor induk berusaha dan perizinannya untuk dapat menggunakannya dalam usahanya.
- d. Mengembangkan wirausaha milenial dan memberikan pengaruh positif bagi peserta.

Ketercapaian masing-masing target akan dipaparkan sebagai berikut.

1. Target (a) telah sepenuhnya tercapai. Hal tersebut dapat terlihat melalui webinar seri yang telah terlaksana sebanyak 3 kali yang pada setiap webinar tersebut dilakukan pembinaan dan pendampingan membuat model bisnis kanvas juga perizinan usaha kepada mahasiswa dan peserta oleh para narasumber yang ahli di bidangnya.
2. Target (b) telah sepenuhnya tercapai. Hal tersebut dapat terlihat dari respons peserta yang menunjukkan bahwa mereka dapat memahami materi model bisnis kanvas dan menggunakannya dalam menyusun perencanaan usaha melalui hasil angket yang diberikan. Melalui 15 pertanyaan yang diberikan, terdapat 81.68% jawaban benar. Hal tersebut menunjukkan bahwa peserta dapat memahami materi model bisnis kanvas. Peserta juga menggunakan materi model bisnis kanvas yang diberikan oleh narasumber dan mempraktikkannya dengan membuat model bisnis kanvasnya masing-masing.
3. Target (c) telah sepenuhnya tercapai. Hal tersebut dapat dilihat respons peserta yang menunjukkan bahwa mereka dapat memahami materi terkait nomor induk berusaha melalui hasil angket atau tes yang diberikan. Melalui 15 pertanyaan yang diberikan,

terdapat 73.18% jawaban benar. Hal tersebut menunjukkan bahwa peserta dapat memahami materi nomor induk berusaha. Peserta juga telah melakukan praktik pembuatan izin berusaha yang diarahkan oleh narasumber.

4. Target (d) telah sepenuhnya tercapai. Hal tersebut dapat terlihat dari *posttest* yang diberikan pada peserta webinar. Melalui tes tersebut dapat memberikan pengaruh yang positif terhadap peserta *workshop*. Terdapat beberapa peserta yang sudah mulai merancang ide bisnisnya dengan membuat model bisnis kanvas terlebih dahulu. Kemudian pengaruh lainnya, banyak peserta yang membuat bisnis dan usahanya menyesuaikan dengan zaman saat ini dengan menggunakan model bisnis kanvas, analisis SWOT, hingga STP (*Segmentation, Targeting, dan Positioning*).

4. KESIMPULAN

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi yakni permasalahan kondisi perekonomian masyarakat pasca pandemi Covid-19, tim pelaksana Pengabdian kepada Masyarakat berupaya untuk memberikan pemahaman terkait model bisnis kanvas kepada mahasiswa dan khalayak sasaran yang memiliki usaha di Departemen Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia FPBS UPI, juga membina dan mendampingi mereka untuk memiliki usaha yang menggunakan model bisnis kanvas dan perizinan usaha. Melalui permasalahan tersebut, upaya yang dilakukan tim PKM sudah terlaksana sebagaimana mestinya melalui Webinar Seri yang berlangsung tiga kali dimulai dari webinar pertama yang mengenalkan khalayak sasaran tentang apa itu model bisnis kanvas hingga webinar terakhir yang akhirnya khalayak sasaran melakukan praktik membuat model bisnis kanvas dan perizinan usaha.

Secara umum, kegiatan PKM Kewirausahaan ini dapat dikatakan berhasil meski terdapat beberapa kendala minor seperti waktu mulainya kegiatan sedikit terlambat dan lebih dari susunan acara dan sinyal yang kurang baik. Beberapa saran diajukan bagi pelaksana dan peneliti yang ingin melaksanakan kegiatan seperti PKM Kewirausahaan ini agar dapat lebih baik dan mengurangi kendala yang dihadapi juga pelaksanaan kegiatan berlangsung efektif dan efisien. Saran tersebut yakni, pelatihan dilakukan dengan tepat waktu; menggunakan jaringan internet yang stabil; jumlah peserta diperbanyak agar semakin banyak terjadi pertukaran dan perpindahan ilmu yang luas; dan pelaksanaan kegiatan pelatihan diperluas khalayak sasarnya agar masyarakat umum dapat mengetahui dan memahami terkait model bisnis kanvas dan perizinan usaha.

5. CATATAN PENULIS

Penulis menyatakan bahwa tidak ada konflik kepentingan terkait penerbitan artikel ini. Penulis memastikan bahwa artikel tersebut bebas dari plagiarisme.

6. REFERENSI

- Achuthan, L., & Banerji, A. (2008, Mei 7). *The risk of redefining recession*. CNNMoney.com. <https://money.cnn.com/2008/05/05/news/economy/recession/>
- Ahdiat, A. (2022). *Banyak UMKM Belum Bisa Bisnis Online, Ini Kendala Utamanya*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/11/14/banyak-umkm-belum-bisa-bisnis-online-ini-kendala-utamanya>

- Amankwah-Amoah, J., Khan, Z., Wood, G., & Knight, G. (2021). COVID-19 and digitalization: The great acceleration. *Journal of Business Research*, 136, 602–611. <https://doi.org/10.1016/j.ibusres.2021.08.011>
- ASEAN Secretariat. (2022). *ASEAN Investment Report 2022 - Pandemic Recovery and Investment Facilitation*. <https://asean.org/wp-content/uploads/2022/10/AIR2022-Web-Online-Final-211022.pdf>
- Bagchi, B., Chatterjee, S., Ghosh, R., & Dandapat, D. (2020). *Coronavirus Outbreak and the Great Lockdown*. Springer Singapore. <https://doi.org/10.1007/978-981-15-7782-6>
- Beaunoyer, E., Dupéré, S., & Guitton, M. J. (2020). COVID-19 and digital inequalities: Reciprocal impacts and mitigation strategies. *Computers in Human Behavior*, 111. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106424>
- Carlo, H. H., Bachrudin, D. H., & Firdaus, S. F. (2021). Analisa terhadap Kebijakan Perizinan Usaha Berbasis Resiko. *GEMA PUBLICA : Jurnal Manajemen dan Kebijakan Publik*, 6(2). <https://doi.org/10.14710/gp.6.2.2021.76-94>
- Giddens, A. (1990). *The Consequences of Modernity*. Stanford University Press.
- Giddens, A. (1991). *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Stanford University Press.
- Halkiv, L., Karyy, O., Kulyniak, I., & Ohinok, S. (2020). Modeling and Forecasting of Innovative, Scientific and Technical Activity Indicators Under Unstable Economic Situation in the Country: Case of Ukraine. Dalam S. Babichev, D. Peleshko, & O. Vynokurova (Ed.), *Data Stream Mining & Processing* (hlm. 79–97). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-61656-4_5
- Harvey, D. (1991). *The Condition of Postmodernity : An Enquiry into The Origins of Cultural Change*. Wiley-Blackwell.
- Jayani, D. H. (2020). *Penurunan Penjualan UMKM Imbas Pandemi Covid-19*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/06/10/penurunan-penjualan-umkm-imbaspandemi-covid-19>
- Johnson, M. W., Christensen, C. M., & Kagermann, H. (2008). Reinventing Your Business Model. *Harvard Business Review*, 1–11. <https://hbr.org/2008/12/reinventing-your-business-model>
- 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. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.06.067>
- Kusnandar, V. B. (2021). *Kredit UMKM Tumbuh Negatif saat Pandemi Covid-19*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/07/15/kredit-umkm-tumbuh-negatif-saat-pandemi-covid-19>
- Leamer, E. E. (2008). *What's a Recession, Anyway?*
- Lidwina, A. (2021). *Internet Terjangkau, Bantuan Paling Dibutuhkan UMKM saat Pandemi*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/03/24/internet-terjangkau-bantuan-paling-dibutuhkan-umkm-saat-pandemi>
- Murray, A., & Scuotto, V. (2016). The Business Model Canvas. *Symphonya. Emerging Issues in Management*, 94–109. <https://doi.org/10.4468/2015.3.13murray.scuotto>

- Obstfeld, M. (2020). Globalization Cycles. *Italian Economic Journal*, 6(1), 1–12. <https://doi.org/10.1007/s40797-020-00121-4>
- Osterwalder, A. (2004). *The Business Model Ontology—A Proposition in a Design Science Approach* [PhD Thesis, University of Lausanne]. http://www.hec.unil.ch/aosterwa/PhD/Osterwalder_PhD_BM_Ontology.pdf
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. John Wiley & Sons.
- Prasetyadi, K. O. (2023, April 11). *Hingga Akhir 2023, 10 Juta UMKM Ditargetkan Punya Nomor Induk Berusaha*. Kompas. <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2023/04/11/pemerintah-target-10-juta-umkm-punya-nib>
- Pusparisa, Y. (2020). *Apa Saja Sektor UMKM yang Sudah Manfaatkan Kanal Daring?* Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/25/apa-saja-sektor-umkm-yang-sudah-manfaatkan-kanal-daring>
- Ritzer, G. (1993). *The McDonaldization of Society: an Investigation into The Changing Character of Contemporary Social Life*. Pine Forge Press.
- Robertson, R., & White, K. E. (2007). What Is Globalization? Dalam G. Ritzer (Ed.), *The Blackwell Companion to Globalization*. Blackwell Publishing Ltd.
- Robertson, Roland. (1992). *Globalization : Social Theory and Global Culture*. SAGE.
- Shafi, M., Liu, J., & Ren, W. (2020). Impact of COVID-19 pandemic on micro, small, and medium-sized Enterprises operating in Pakistan. *Research in Globalization*, 2. <https://doi.org/10.1016/j.resglo.2020.100018>
- Sort, J. C., & Nielsen, C. (2018). Using the business model canvas to improve investment processes. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 20(1), 10–33. <https://doi.org/10.1108/JRME-11-2016-0048>
- Utami, S. (2022, Juli 13). *Jokowi Targetkan Kementerian Investasi Bisa Terbitan 100.000 NIB per Hari*. KumparanBISNIS. <https://kumparan.com/kumparanbisnis/jokowi-targetkan-kementerian-investasi-bisa-terbitan-100-000-nib-per-hari-1ySF5uURZRn>
- Williams, S., & Schaefer, A. (2013). Small and Medium-Sized Enterprises and Sustainability: Managers' Values and Engagement with Environmental and Climate Change Issues. *Business Strategy and the Environment*, 22(3), 173–186. <https://doi.org/10.1002/bse.1740>
- World Bank. (2020). *Global Economic Prospects, June 2020*. <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/33748>
- Wulandari, I., & Budiantara, M. (2022). Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) Melalui Online Single Submission. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 386–394. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i2.8205>
- Yozami, M. A. (2023, Maret 20). *Kepemilikan Legalitas Izin Usaha Beri Kepastian dan Perlindungan Hukum UMKM*. Hukumonline.com. <https://www.hukumonline.com/berita/a/kepemilikan-legalitas-izin-usaha-beri-kepastian-dan-perlindungan-hukum-umkm-lt641844e25b444/>