

Implementasi Business Model Canvas Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Pada Yayasan Paramitra

Implementation of the Business Model Canvas as a Business Development Strategy at Paramitra Foundation

Amelia Ika Pratiwi, Kusairi, Anisya Sukmawati, Bayu Sutawijaya

Fakultas Vokasi, Universitas Brawijaya

Correspondence Email: amelia.pratiwi@ub.ac.id

Abstrak

Yayasan Paramitra merupakan organisasi yang mengelola usaha jasa guest house dan sedang berupaya mengembangkan model usaha melalui diversifikasi produk dan jasa. Permasalahan utama mitra adalah belum tersusunnya model bisnis yang terstruktur untuk memetakan segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran komunikasi, sumber pendapatan, sumber daya, aktivitas, kemitraan, serta struktur biaya secara terpadu. Kesenjangan tersebut menyebabkan peluang pengembangan usaha dan penguatan keberlanjutan finansial belum terpetakan secara sistematis. Kegiatan pengabdian ini bertujuan membantu Yayasan Paramitra menyusun model bisnis berbasis Business Model Canvas (BMC) dan merumuskan strategi pengembangan berdasarkan analisis SWOT. Kegiatan dilaksanakan pada 24 Oktober 2023 di Yayasan Paramitra melibatkan 8] peserta yang terdiri atas pengurus dan staf Yayasan Paramitra. Metode kegiatan meliputi identifikasi masalah melalui wawancara dan observasi, pemetaan sembilan blok BMC, Focus Group Discussion (FGD), pelatihan dan pendampingan, analisis SWOT, serta evaluasi ketercapaian hasil. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa sembilan blok BMC berhasil dipetakan dan menghasilkan empat alternatif strategi, yaitu SO, WO, ST, dan WT. Strategi yang diprioritaskan adalah Weakness–Opportunities (WO), terutama melalui penguatan saluran komunikasi digital, diversifikasi sumber pendanaan, pengembangan kemitraan, dan peningkatan proposisi nilai bagi penerima manfaat. Secara terukur, luaran utama kegiatan adalah tersusunnya satu peta BMC yang memuat sembilan blok dan satu matriks strategi SWOT dengan empat alternatif strategi. Kegiatan juga menghasilkan komitmen mitra untuk melakukan evaluasi model bisnis secara berkala. Dengan demikian, BMC dapat digunakan sebagai alat perencanaan untuk memperjelas model usaha dan menjadi dasar pengembangan usaha Yayasan Paramitra secara lebih terarah dan berkelanjutan.

Kata Kunci : Business Model Canvas; pengembangan usaha; strategi; SWOT; yayasan

Abstract

Paramitra Foundation manages a guest-house service business and is seeking to expand its business model through product and service diversification. The main problem faced by the partner is the absence of a structured business model that integrates customer segments, value propositions, communication channels, revenue streams, resources, activities, partnerships, and cost structure. This gap has limited the partner's ability to systematically identify business development opportunities and strengthen financial sustainability. This community service activity aimed to assist Paramitra Foundation in developing a Business Model Canvas (BMC) and formulating development strategies based on SWOT analysis. The activity was conducted on 24 October 2023 in Paramitra Foundation and involved 8 participants consisting of the foundation's management and staff. The

Article History:

Submitted: 25-10-2025, Revised: 03-12-2025, Accepted: 25-08-2026, Published 31-08-2026



method included problem identification through interviews and direct observation, mapping of the nine BMC blocks, Focus Group Discussion (FGD), training and assistance, SWOT analysis, and outcome evaluation. The results show that all nine BMC blocks were successfully mapped and generated four strategic alternatives: SO, WO, ST, and WT. The prioritized strategy was the Weakness–Opportunities (WO) strategy, particularly through strengthening digital communication channels, diversifying funding sources, developing partnerships, and improving value propositions for beneficiaries. Measurable outputs included one completed BMC map covering nine blocks and one SWOT strategy matrix containing four strategic alternatives. The activity also generated a shared commitment to periodically evaluate the business model. Therefore, BMC can serve as a practical planning tool to clarify the foundation’s business model and support more focused and sustainable business development.

Keywords : Business Model Canvas; business development; strategy; SWOT; foundation

PENDAHULUAN

Perubahan lingkungan bisnis, perkembangan teknologi digital, dan meningkatnya tuntutan pelanggan mendorong organisasi untuk meninjau kembali cara menciptakan, menyampaikan, dan menangkap nilai. Pada usaha kecil dan menengah, model bisnis menjadi salah satu aspek penting karena keterbatasan sumber daya membuat organisasi perlu menentukan prioritas pelanggan, aktivitas, sumber daya, mitra, serta sumber pendapatan secara lebih terarah [1,2]. Transformasi digital juga memengaruhi berbagai elemen model bisnis dan mendorong organisasi untuk memperkuat saluran komunikasi, pemasaran, dan hubungan dengan pelanggan [3,4].

Pada sektor jasa akomodasi, kemampuan memahami pelanggan dan mengelola saluran pemasaran menjadi semakin penting karena karakteristik usaha sangat dipengaruhi oleh perubahan permintaan dan persaingan. Statistik BPS menunjukkan bahwa usaha akomodasi merupakan bagian penting dari ekosistem pariwisata dan terus dipantau melalui indikator jumlah usaha, kamar, tenaga kerja, pendapatan, dan pengeluaran [5]. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan usaha akomodasi membutuhkan perencanaan model bisnis yang mampu menghubungkan aspek pelanggan, nilai layanan, sumber daya, aktivitas, kemitraan, pendapatan, dan biaya.

Yayasan Paramitra merupakan yayasan yang memiliki unit usaha jasa guest house. Berdasarkan observasi awal dan wawancara dengan mitra, usaha telah berjalan, tetapi yayasan masih berupaya mengembangkan model usaha melalui penawaran produk dan jasa lain. Naskah awal belum menjelaskan secara spesifik kesenjangan antara kondisi aktual mitra dan kondisi yang diharapkan. Oleh karena itu, revisi ini menegaskan bahwa permasalahan mitra bukan sekadar kebutuhan untuk menggunakan BMC, tetapi kebutuhan untuk memiliki alat perencanaan yang dapat memetakan model usaha yang sedang berjalan sekaligus menunjukkan bagian yang perlu diperbaiki. Secara spesifik, kondisi aktual yang ditemukan adalah: (1) model usaha belum terdokumentasi dalam satu kerangka yang terintegrasi; (2) peluang pengembangan saluran komunikasi digital belum dipetakan secara sistematis; (3) sumber pendanaan dan potensi kemitraan belum dirumuskan

sebagai bagian dari model bisnis; dan (4) proposisi nilai bagi pelanggan dan penerima manfaat belum diterjemahkan menjadi strategi pengembangan yang terstruktur. Kondisi yang diharapkan adalah tersedianya peta model bisnis yang dapat digunakan oleh pengurus sebagai dasar pengambilan keputusan dan evaluasi.

Gap tersebut menjadi dasar pelaksanaan pengabdian. Literatur menunjukkan bahwa BMC dapat digunakan untuk memetakan dan mengevaluasi model bisnis, termasuk pada UMKM, usaha sosial, dan organisasi yang menghadapi perubahan digital [1,6–9]. Pada konteks usaha sosial, model bisnis perlu memperhatikan bukan hanya penciptaan nilai ekonomi, tetapi juga nilai sosial dan kepentingan berbagai pemangku kepentingan [10,11]. Dengan demikian, penerapan BMC pada Yayasan Paramitra memiliki relevansi praktis karena yayasan perlu menyeimbangkan keberlanjutan usaha dengan tujuan sosialnya.

Kegiatan ini bertujuan: (1) mengidentifikasi kondisi model usaha Yayasan Paramitra; (2) memetakan sembilan blok BMC berdasarkan data mitra; (3) meningkatkan pemahaman pengurus dan staf mengenai model bisnis; dan (4) merumuskan alternatif strategi pengembangan melalui analisis SWOT. Kebaruan kegiatan terletak pada penerapan BMC sebagai alat partisipatif untuk mengintegrasikan model usaha guest house, kebutuhan pemangku kepentingan, penguatan kanal digital, dan strategi keberlanjutan yayasan.

METODE

Kegiatan menggunakan pendekatan partisipatif berbasis studi kasus dengan data kualitatif. Pendekatan ini dipilih karena tujuan kegiatan adalah memahami model usaha yang sedang berjalan, mengidentifikasi kesenjangan, dan menyusun model bisnis bersama mitra. BMC digunakan sebagai kerangka utama karena terdiri atas sembilan blok yang menggambarkan logika penciptaan, penyampaian, dan penangkapan nilai [1,3].

Komponen	Rincian pelaksanaan
Waktu	24 Oktober 2023
Tempat	Yayasan Paramitra
Peserta	8 peserta, terdiri atas pengurus/staf dan pihak terkait Yayasan Paramitra.
Sumber data	Wawancara dengan ketua/pengurus yayasan, observasi langsung, dan data internal mitra.
Instrumen	Panduan wawancara, lembar observasi, lembar pemetaan sembilan blok BMC, lembar analisis SWOT, dan lembar evaluasi

	pemahaman/komitmen peserta. Jika instrumen evaluasi tersebut belum digunakan pada saat kegiatan, bagian ini harus disesuaikan dengan dokumentasi yang tersedia.
Tahap 1	Identifikasi masalah dan kondisi awal melalui wawancara serta observasi langsung.
Tahap 2	Pemetaan kondisi usaha ke dalam sembilan blok BMC: customer segments, value propositions, channels, customer relationships, revenue streams, key resources, key activities, key partnerships, dan cost structure.
Tahap 3	FGD untuk memvalidasi hasil pemetaan dan menggali perspektif pengurus/staf serta pemangku kepentingan yang relevan.
Tahap 4	Pelatihan dan pendampingan mengenai penggunaan BMC untuk perencanaan pengembangan usaha.
Tahap 5	Analisis SWOT untuk menghasilkan alternatif strategi SO, WO, ST, dan WT serta menentukan strategi prioritas.
Tahap 6	Evaluasi hasil kegiatan berdasarkan ketercapaian peta BMC, alternatif strategi, pemahaman peserta, dan komitmen tindak lanjut.

Indikator keberhasilan ditetapkan pada tingkat output dan outcome. Indikator output meliputi tersusunnya satu peta BMC lengkap dengan sembilan blok dan satu matriks SWOT yang memuat empat kelompok strategi. Indikator outcome meliputi kemampuan mitra menjelaskan elemen BMC, kesepakatan terhadap model bisnis yang disusun, dan adanya rencana tindak lanjut untuk evaluasi model bisnis. Untuk memenuhi tuntutan pelaporan terukur dari editor, skor pre-test/post-test atau persentase ketercapaian indikator harus dimasukkan apabila tersedia dalam dokumentasi kegiatan.

Indikator	Target	Hasil
Peta BMC	9 blok terpetakan	9 blok terpetakan
Alternatif strategi	4 kelompok SWOT	4 kelompok: SO, WO, ST, WT
Strategi prioritas	1 strategi utama	WO
Peserta	8	8
Peningkatan pemahaman	100 %	100%
Komitmen tindak lanjut	Mitra menyepakati penerapan hasil BMC dan melakukan evaluasi model bisnis secara berkala	100% peserta menyepakati tindak lanjut implementasi BMC dan evaluasi model bisnis secara berkala

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan FGD implementasi business model canvas sebagai strategi pengembangan usaha pada Yayasan Paramitra. Pelatihan dibagi menjadi 3 sesi. Sesi pertama adalah pembukaan. Sesi kedua adalah FGD Implementasi Business Model Canvas Sebagai Strategi Pengembangan Usaha pada Yayasan Paramitra yang dilakukan oleh narasumber. Sesi ketiga adalah tanya jawab.

Pada kegiatan pengaduan kepada masyarakat dilakukan FGD Implementasi Business Model Canvas Sebagai Strategi Pengembangan Usaha pada Yayasan Paramitra yang dilakukan oleh narasumber, yaitu Dr. Purweni Widhianingrum, SE., MM., Ak., CA., CSRS.

1. Focus Group Discussion (FGD)

Kegiatan FGD ini dilaksanakan antara Tim Hibah Pengabdian Fakultas Vokasi dengan Yayasan Paramita. Sesi FGD ini bertujuan untuk :

a. Mengidentifikasi Model Bisnis yang Tepat untuk Yayasan

Membantu yayasan memahami dan merancang model bisnis yang sesuai dengan visi, misi, dan tujuan sosialnya, sehingga kegiatan yayasan dapat berjalan secara berkelanjutan.

b. Mendapatkan Perspektif Beragam Pemangku Kepentingan

Melalui diskusi kelompok, mengumpulkan ide dan masukan dari berbagai pihak terkait (pengurus, staf, donatur, penerima manfaat) agar model bisnis lebih komprehensif dan relevan.

c. Meningkatkan Efektivitas dan Efisiensi Operasional Yayasan

Dengan memetakan elemen-elemen BMC seperti sumber daya utama, aktivitas utama, serta aliran pendapatan dan biaya, yayasan dapat merencanakan pengelolaan sumber daya secara lebih optimal.

d. Mengembangkan Strategi Pendanaan dan Keberlanjutan Finansial

Mendiskusikan dan merumuskan cara-cara inovatif untuk memperoleh dana (fundraising, donasi, kerjasama) agar yayasan dapat bertahan dan berkembang.

e. **Memperjelas Segmen Penerima Manfaat dan Cara Menjangkau Mereka**

Menentukan siapa saja target penerima manfaat, serta strategi komunikasi dan distribusi layanan yang efektif.

f. **Membentuk Sinergi dan Komitmen Internal**

Melalui FGD, membangun kesepahaman dan komitmen bersama di antara anggota yayasan terkait model bisnis yang akan dijalankan.

g. **Menjadi Landasan Evaluasi dan Pengembangan Yayasan ke Depan**

Hasil FGD BMC dapat menjadi referensi untuk evaluasi kinerja yayasan dan perencanaan pengembangan program di masa mendatang.



Gambar 1. FGD Implementasi Business Model Canvas Sebagai Strategi Pengembangan Usaha pada Yayasan Paramitra

2. Discussion

FGD menghasilkan gambaran model bisnis yayasan yang fokus pada keberlanjutan program sosial dengan memaksimalkan pendanaan melalui berbagai sumber donasi dan kemitraan strategis. Diperlukan peningkatan digitalisasi saluran komunikasi untuk memperluas jangkauan donatur dan penerima manfaat. Selain itu, transparansi dan komunikasi rutin menjadi kunci menjaga kepercayaan stakeholder.

Secara fungsi kesembilan elemen BMC tersebut terbagi menjadi tiga kategori



Universitas Brawijaya - Building Up Noble Future

Gambar 2. Elemen BMC

3. Training and Assistance

Tujuan Memberikan Pelatihan BMC ke Yayasan

- a. Meningkatkan Pemahaman tentang Model Bisnis
Membekali pengurus dan staf yayasan dengan pemahaman konsep Business Model Canvas agar dapat merancang model bisnis yang efektif dan sesuai dengan karakter yayasan sosial.
- b. Mendorong Perencanaan Strategis yang Terstruktur
Membantu yayasan menyusun perencanaan bisnis secara sistematis dan terpadu melalui 9 elemen BMC sehingga program dan operasional yayasan lebih fokus dan terarah.
- c. Memperkuat Keberlanjutan Yayasan
Mengidentifikasi sumber pendapatan, kemitraan, dan aktivitas utama yang dapat mendukung keberlanjutan finansial dan operasional yayasan.
- d. Meningkatkan Kapasitas Pengelolaan Sumber Daya
Membantu yayasan mengenali sumber daya utama dan cara mengelolanya secara optimal untuk mencapai tujuan sosial.
- e. Memfasilitasi Kolaborasi Internal dan Eksternal
Melalui pelatihan, membangun kesepahaman tim dalam menjalankan model bisnis yayasan serta memperkuat jejaring kemitraan.

Hasil Pelatihan BMC ke Yayasan

- a. Terciptanya Peta Model Bisnis Yayasan yang Jelas

Peserta dapat memetakan dengan baik 9 blok BMC (customer segments, value propositions, channels, customer relationships, revenue streams, key resources, key activities, key partners, cost structure).

b. Penguatan Strategi Pendanaan dan Pengelolaan Dana

Yayasan mampu merumuskan strategi pendanaan yang lebih variatif, termasuk penggalangan dana digital, donasi korporasi, dan kemitraan strategis.

c. Perbaikan Sistem Komunikasi dan Hubungan dengan Stakeholder

Tercapai kesepakatan untuk memperkuat saluran komunikasi dengan donatur dan penerima manfaat agar transparansi dan akuntabilitas lebih terjaga.

d. Peningkatan Fokus pada Nilai Tambah bagi Penerima Manfaat

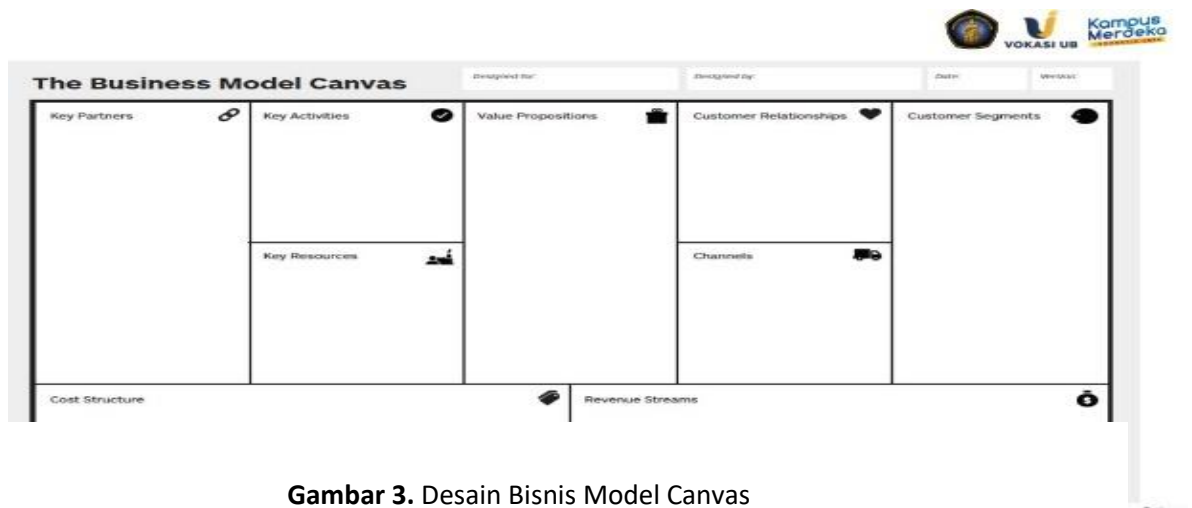
Yayasan semakin memahami bagaimana menyusun proposisi nilai yang sesuai dengan kebutuhan segmen penerima manfaat.

e. Terbentuknya Komitmen Tim dalam Implementasi Model Bisnis

Peserta pelatihan menunjukkan kesepahaman dan komitmen untuk menjalankan model bisnis yang telah dirancang bersama.

f. Rekomendasi Pengembangan dan Monitoring Model Bisnis

Yayasan mendapatkan arahan untuk melakukan evaluasi berkala terhadap efektivitas model bisnis dan penyesuaian jika diperlukan.



Gambar 3. Desain Bisnis Model Canvas

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat di Yayasan Paramitra berhasil memperjelas kebutuhan mitra untuk memiliki model bisnis yang terdokumentasi dan terintegrasi. Permasalahan utama yang menjadi dasar intervensi adalah belum terpetakannya hubungan antara pelanggan, proposisi nilai, kanal komunikasi, sumber pendapatan, sumber daya, aktivitas, kemitraan, dan biaya secara terpadu, sementara yayasan sedang berupaya mengembangkan usaha guest house dan

produk/jasa lainnya. Melalui wawancara, observasi, FGD, pelatihan, pendampingan, pemetaan BMC, dan analisis SWOT, sembilan blok BMC berhasil dipetakan dan menghasilkan empat alternatif strategi SO, WO, ST, dan WT.

Strategi WO dipilih sebagai strategi prioritas karena diarahkan untuk mengatasi kelemahan internal melalui pemanfaatan peluang, terutama penguatan komunikasi digital, diversifikasi pendanaan, pengembangan kemitraan, dan peningkatan proposisi nilai. Luaran terukur yang tersedia adalah satu peta BMC lengkap dengan sembilan blok dan satu matriks SWOT dengan empat kelompok strategi. Untuk memenuhi persyaratan pelaporan editor, jumlah peserta, tanggal/lokasi kegiatan, dan hasil evaluasi kuantitatif perlu ditambahkan berdasarkan dokumen kegiatan yang sebenarnya. Ke depan, Yayasan Paramitra disarankan melakukan evaluasi BMC secara berkala dan menghubungkan hasil evaluasi dengan indikator pendapatan usaha, efektivitas kanal digital, jumlah mitra, dan kualitas hubungan dengan stakeholder.

DAFTAR PUSTAKA

1. Di Tullio P, Tarquinio L. The business model for small and medium-sized enterprises – a systematic literature review. *Int J Globalisation Small Bus.* 2021;12(2):124-152. doi:10.1504/IJGSB.2021.10036819.
2. Brzeziński Ł, Hadas L, Cyplik P. The transformation of the business model of SMEs due to COVID-19 pandemic. *Eur Res Stud J.* 2021;24(2B):915-924. doi:10.35808/ersj/2300.
3. Tesařová M, Bednářová M, Šimberová I. The effect of digital transformation on Business Model Canvas of SMEs from the manufacturing industry. In: *Business and Management 2022*. Vilnius: Vilnius Gediminas Technical University; 2022. p.1-9. doi:10.3846/bm.2022.835.
4. Mas'ud MI, Wahid A. Model SMEs digital disruption management with business model canvas and integer programming. *Int J Trends Math Educ Res.* 2022;5(2):162-168. doi:10.33122/ijtmer.v5i2.134.
5. Badan Pusat Statistik. Statistik hotel dan akomodasi lainnya di Indonesia 2024. Jakarta: BPS; 2024.
6. Neessen PCM, Voinea CL, Dobber E. Business models of social enterprises: insight into key components and value creation. *Sustainability.* 2021;13(22):12750. doi:10.3390/su132212750.
7. Shenta HGW. Optimizing customer segments of SMEs by transforming Business Model Canvas. *J Entrepreneur Bus.* 2023;4(3):204-217. doi:10.24123/jeb.v4i3.5712.

8. Mukherjee S. The business model canvas of women owned micro enterprises in the urban informal sector. *J Enterprising Communities*. 2023;17(2):398-418. doi:10.1108/JEC-05-2021-0068.
9. Pitrang HT, Pahlevi RW. Pengembangan bisnis jasa pemasaran digital “Digitalead” dengan Business Model Canvas. *J Competency Bus*. 2023;6(2):167-177. doi:10.47200/jcob.v6i02.1628.
10. Theresia C, Octavia JR, Hermawan D, Sitanggang SS. Designing a green business model with a design thinking and Business Model Canvas: case study of SMEs in Bandung. *Int J Appl Res Bus Manag*. 2023;4(3):1-20. doi:10.51137/ijarbm.2023.4.3.1.
11. Billman A, Rumangkit S, Istar M. Peningkatan pemahaman entrepreneurship siswa-siswi Yayasan Pondok Pesantren Depok melalui pelatihan Business Model Canvas, digital marketing, dan business plan proposal. *J Komunitas J Pengabdi Kpd Masy*. 2023;5(2):199-203. doi:10.31334/jks.v5i2.2695.
12. Grande K, Camprubi R. Analysing the business model canvas of the camping industry using cluster analysis. *Tour Hosp Res*. 2024;24(2):171-186. doi:10.1177/14673584221141301.
13. Budiman NA, Mulyani S, Fithri DL, Gunawan B, et al. Business Model Canvas and competitiveness on financial performance of MSMEs. *J Lifestyle SDGs Rev*. 2024;5(1):e01617. doi:10.47172/2965-730X.SDGsReview.v5.n01.pe01617.
14. Susanti DA, Fithri DL, Gunawan B, Budiman NA, et al. The influence of Business Model Canvas on financial performance of micro, small, and medium enterprises (MSMEs). *J Ecohumanism*. 2024;3(6):932-945. doi:10.62754/joe.v3i6.4062.
15. Chumaidiyah E, Fauzi PM, Kamil A. Enhancement of SME feasibility through the integration of BMC, functional organization, and SCM. *Cogent Bus Manag*. 2024;11(1). doi:10.1080/23311975.2024.2315678.
16. Puspitasari I, Al Ghonia N, Faiza N, et al. Perancangan strategi bisnis dengan analisis SWOT dan Business Model Canvas (BMC) pada UKM XYZ. *Trending J Ekon Akunt Manaj*. 2024;2(3):210-226. doi:10.30640/trending.v2i3.2716.
17. Prabowo DA, Wolok E, Junus S. Penerapan Business Model Canvas sebagai alternatif strategi bisnis pada UKM Rumah Karawo. *J Tek Ind Terintegrasi*. 2025;8(1):416-425. doi:10.31004/jutin.v8i1.38124.
18. Purwanggono CJ. Business Model Canvas implementation on the performance of MSMEs in rural areas. *J Ilm Manaj Kesatuan*. 2025;13(6):5771-5782. doi:10.37641/jimkes.v13i6.4418.

19. Mukaromah H, Rizal Y, Astutik WS, et al. Accelerating UMKM digital transformation: mentoring in Business Model Canvas development and online marketing strategies based on local platforms. *Int J Community Serv.* 2025;4(2). doi:10.55299/ijcs.v4i2.1587.
20. Bank Indonesia. Transformasi digital dorong UMKM menembus pasar global. Jakarta: Bank Indonesia; 2024.
21. Kementerian Komunikasi dan Digital Republik Indonesia. Satu dekade, transformasi digital UMKM dorong pertumbuhan ekonomi nasional. Jakarta: Komdigi; 2024.