

PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN PEMBUATAN *BUSINESS MODEL CANVAS* PADA USAHA KONVEKSI JOHOR PRODUCTION KOTA MEDAN

Muhammad Parikesit Wisnubroto^{1*} dan Kiki Yulianto²

¹Program Studi Agroekoteknologi, Fakultas Pertanian, Universitas Andalas

²Program Studi Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Andalas

*Korespondensi : muhammadparikesit@agr.unand.ac.id

ABSTRACT

Johor Production is one of the companies engaged in the garment industry and supplier of convection products. This company was established in 2018, and has consistently provided a variety of high-quality products. Its products have been trusted by various government agencies, private companies, schools, and specific communities in Medan City, North Sumatra. Over time, more new companies have emerged that operate in similar fields, leading to increased competition and the need for business analysis and development methods in order to maintain their existence. This community service activity aims to assist Johor Production in developing a business model, namely the Business Model Canvas (BMC) to support the company's growth. The method used in this service includes educational activities through online Zoom meetings for BMC material presentations and direct practice at Johor Production's production site. During the presentation of the material, the team from Johor Production seemed to pay attention enthusiastically. The discussion and question and answer sessions proceeded smoothly. The direct practice results identified nine (9) BMC elements, each of which is clearly described. These nine elements will be the basis for the development of convection business from Johor Production.

Keywords: *Business; business model canvas (BMC); convection*

ABSTRAK

Johor Production merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang *garment industry* dan supplier produk konveksi. Perusahaan ini telah berdiri sejak 2018 yang selalu konsisten dalam menghadirkan berbagai produk berkualitas. Produk yang dihasilkan telah dipercayai oleh berbagai instansi pemerintah, swasta, sekolah, hingga komunitas tertentu di Kota Medan, Sumatera Utara. Seiring berjalannya waktu, semakin banyak munculnya perusahaan baru yang bergerak pada bidang serupa. Akibatnya, persaingan akan semakin ketat dan perlunya suatu analisis dan metode pengembangan usaha agar eksistensinya tetap terjaga. Kegiatan pengabdian ini ditujukan untuk membantu dan mendampingi Johor Production dalam menyusun model bisnis, yaitu *Business Model Canvas* (BMC) agar perusahaan semakin berkembang. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini ialah edukasi melalui pemaparan materi BMC secara online dengan *Zoom meeting* dan praktek langsung di lokasi produksi Johor Production. Selama penyampaian materi, tim dari Johor Production terlihat memperhatikan dengan antusias. Diskusi dan proses tanya jawab berlangsung lancar. Dari hasil praktek langsung di lokasi diperoleh sembilan (9) elemen BMC

RIWAYAT ARTIKEL

Diserahkan : 09/05/2024

Diterima : 09/09/2024

Dipublikasikan : 01/04/2025

yang masing-masing diuraikan dengan jelas. Kesembilan elemen ini akan menjadi dasar pengembangan usaha konveksi dari Johor Production.

Kata Kunci: Bisnis; business model canvas (bmc); konveksi

PENDAHULUAN

Kebutuhan pakaian atau sandang menjadi salah satu hal utama yang harus dipenuhi dalam hidup manusia. Tidak hanya pakaian sehari-hari, tetapi juga jenis pakaian lain yang dapat mencerminkan suatu identitas tertentu, sebagai contoh seragam sekolah, pakaian dinas kerja, seragam komunitas, dan lain sebagainya. Tingginya permintaan kebutuhan akan pakaian ini memicu munculnya usaha-usaha konveksi, baik dalam skala kecil, menengah, hingga industri besar. Di Indonesia peluang usaha bidang konveksi masih terbuka lebar dan sangat menjanjikan (Pratiwi et al., 2017).

Seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk tiap tahunnya, permintaan pakaian akan semakin meningkat hingga membuat pangsa pasar bisnis ini semakin jelas. Data BPS menyebutkan pertumbuhan penduduk di Indonesia pada 2023 mencapai 1,05% lebih tinggi dibanding 2022. Kondisi tersebut diikuti dengan semakin meningkatnya permintaan produk tekstil pada kuartal ke-III 2023 yang mencapai 7.02%. BPS menyatakan pertumbuhan tersebut termasuk yang tertinggi sejak 14 tahun terakhir. Selain dipengaruhi oleh gaya hidup dan *style fashion*, kenaikan jumlah penduduk juga turut andil dalam peningkatan permintaan produk tekstil.

Saat ini bisnis konveksi telah banyak berkembang di berbagai kota besar, seperti Bandung, Jakarta, Malang, Medan dan kota besar lainnya. Sebagai contoh di Jawa Barat, khususnya Kota Bandung menjadi salah satu kota dengan usaha konveksi yang sangat berkembang pesat. Tercatat jumlah pengrajin konveksi rumahan mencapai 800 orang dan pabrik konveksi sebanyak 100 pabrik (Juliansyah et.al., 2016).

Johor Production merupakan suatu usaha yang bergerak di bidang *Garment* Industri dan

Supplier produk konveksi. Usaha ini telah memiliki beberapa pelanggan tetap dari kalangan instansi pemerintah, swasta, hingga berbagai komunitas masyarakat setempat.

Produk Johor Production menawarkan banyak keunggulan yang tidak dimiliki oleh kompetitor, diantaranya menggunakan bahan berkualitas, hasil yang nyaman dipakai, warna tidak mudah memudar, menyerap keringat, dan dapat *order* secara *custom*, sehingga memudahkan klien untuk mendapatkan pakaian yang diinginkan. Selain itu, Johor Production memberikan servis yang baik terhadap pelanggan dan selalu *fast respon* terhadap berbagai keluhan pelanggan.

Akan tetapi, seiring berkembangnya zaman serta ilmu pengetahuan dan teknologi, banyak bermunculan usaha mikro kecil menengah (UMKM) baru yang bergerak pada bidang yang sama. Untuk itu, diperlukan strategi serta pengembangan model bisnis (Sukarno & Ahsan, 2021) guna menjaga eksistensi atau keberlangsungan usaha.

Dalam sebuah bisnis, strategi menjadi kunci sebagai elemen terpenting dalam pengembangan bisnis agar mampu bertahan dan berkompetisi. Strategi bisnis adalah cara dari sebuah usaha untuk menghasilkan inovasi yang berbeda dengan para kompetitornya. Strategi membutuhkan pemikiran berjangka, baik jangka pendek maupun panjang. Hal ini karena bisnis memiliki sifat yang dinamis, bisa untung atau rugi, sepi atau ramai dan lain sebagainya. Oleh sebab itu, pemilik usaha dituntut untuk memikirkan perencanaan strategi yang tepat agar bisnis yang ditekuni mendapatkan keuntungan (Sukarno & Ahsan, 2021).

Strategi bisnis erat kaitannya dengan model bisnis, yang mana suatu strategi tidak akan berjalan dengan baik apabila tidak dikaji dan dirumuskan terlebih dahulu melalui model

bisnis. Model bisnis adalah sebuah deskripsi tentang bagaimana perusahaan membuat nilai tambah di dunia kerja, termasuk di dalamnya kombinasi dari produk, pelayanan, citra, distribusi, sumber daya dan infrastruktur. Model bisnis dapat didefinisikan sebagai alat untuk merumuskan strategi bisnis perusahaan (Setiawan, 2023). Untuk memudahkan pemetaan sebuah model bisnis dapat menggunakan *Business Model canvas* (BMC) (Hamdan et al., 2023).

Business Model Canvas atau BMC adalah sebuah strategi dalam manajemen bisnis yang berupa *visual chart* yang terdiri dari 9 elemen (Wahyuni, 2021). BMC menjadi salah satu metode untuk membantu usaha memperoleh perencanaan yang efektif. BMC banyak digunakan karena kemampuannya dalam menggambarkan elemen inti pada sebuah bisnis dengan mudah dituangkan dalam satu lembar canvas.

Selain itu, BMC mudah untuk diubah-ubah dan implikasi perubahan suatu elemen bisnis terhadap elemen yang lain dapat dilihat dengan cepat (Ruhayat et al., 2021). Adapun 9 elemen dalam BMC meliputi *customer segments* (segmen pelanggan), *value propositions* (proposisi nilai), *channel* (saluran), *customer relationship* (hubungan pelanggan), *revenue streams* (arus pendapatan), *key resources* (sumber daya utama), *key activities* (aktivitas kunci), *key partnership* (kemitraan Utama), dan *cost structure* (struktur biaya) (Warnaningtyas, 2020).

Peran BMC dalam membantu pengembangan dinilai cukup besar. Model bisnis ini sangat dibutuhkan untuk menunjang pengembangan usaha konveksi Johor Production di Kota Medan. Oleh sebab itu, dilakukan kegiatan pengabdian dan pengabdian ini untuk membantu Johor Production menyusun strategi model bisnis berupa BMC. Melalui kegiatan ini, diharapkan dapat membantu pemilik usaha untuk menganalisis kelebihan dan kekurangan yang ada, kemudian menciptakan suatu inovasi dan ide-ide baru yang dapat meningkatkan nilai serta daya saing produk, sehingga menjamin eksistensi Johor

Production, baik di masa sekarang maupun yang akan datang.

METODE

Pengabdian dan pendampingan masyarakat oleh tim dosen dan mahasiswa dari Universitas Andalas dilakukan pada Oktober hingga November 2023. Kegiatan ini dilaksanakan di Usaha Konveksi Johor Production yang berlokasi di Johor Indah Permai Blok F No. 9 Kota Medan Provinsi Sumatera Utara dengan tema pelatihan dan penyusunan model bisnis yaitu *Business Model Canvas* (BMC).

Metode yang digunakan adalah secara *online* dengan pemaparan materi melalui *zoom meeting* yang dihadiri oleh ± 70 peserta terdiri atas pria dan wanita dengan rentang usia 20 – 30 tahun dan secara *offline* melalui kunjungan langsung di lokasi produksi Johor Production.

Beberapa peralatan yang diperlukan dalam kegiatan tersebut meliputi proyektor, laptop, pengeras suara dan alat tulis. Adapun alur atau tahapan kegiatan pengabdian dan pendampingan di Johor Production dapat diuraikan sebagai berikut (Jaenab et al., 2023).

1. Tahap Sosialisasi

Langkah pertama dalam pengabdian ini dilakukan melalui sosialisasi mengenai pentingnya penyusunan BMC guna menunjang pengembangan dan eksistensi sebuah usaha. Sosialisasi dilakukan dengan metode ceramah atau pemaparan materi secara *online* tentang poin-poin dalam BMC. Dalam tahap ini juga dilakukan sesi tanya jawab atau diskusi agar materi dapat tersampaikan dengan baik kepada *audience*.

2. Tahap Observasi dan Penyusunan BMC

Tim pengabdian melakukan observasi secara langsung di Johor Production untuk mendapatkan informasi mengenai kelebihan dan kendala yang dihadapi selama menjalankan usaha konveksi. Metode yang digunakan ialah pendekatan dan diskusi secara langsung dengan pemilik usaha Johor Production. Dari informasi yang diperoleh kemudian disusun suatu model bisnis berdasarkan 9 elemen BMC.

3. Tahap Evaluasi

Langkah selanjutnya ialah mengevaluasi BMC yang disusun dan diterapkan pada Johor Production. Kegiatan evaluasi ini berupa pendampingan selama beberapa hari, guna mengetahui seberapa besar peranan BMC dalam mengurangi kendala yang dihadapi oleh suatu bidang usaha.

4. Tahap Monitoring

Pada tahap ini dilakukan monitoring atas implementasi dari BMC yang disusun guna mengembangkan usaha dan meningkatkan daya saing produk.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian dan pendampingan masyarakat dari tim Universitas Andalas telah dilaksanakan di salah satu usaha konveksi Kota Medan, Johor Production dan berlangsung dengan baik. Pengabdian masyarakat ini

penting untuk dijalankan guna membantu mengembangkan tatanan serta taraf hidup masyarakat setempat (Wisnubroto et al., 2023).

Tema yang diambil dari pengabdian ini ialah pelatihan dan penyusunan BMC. Tujuannya untuk membantu pemilik usaha Johor Production menganalisis kelebihan dan kekurangan yang ada, serta mampu membuat suatu inovasi atau ide-ide baru yang berperan penting dalam pengembangan dan eksistensi usaha.

Kedepannya, pengembangan usaha ini akan semakin mengembangkan potensi lokal yang ada (Wisnubroto, 2023), terutama pada daerah sentra produksi kapas dan kain. Kegiatan diawali dengan acara sosialisasi secara online melalui *zoom meeting* yang membahas mengenai pengertian BMC, elemen-elemen yang terdapat pada BMC hingga peranannya dalam suatu pengembangan bisnis.



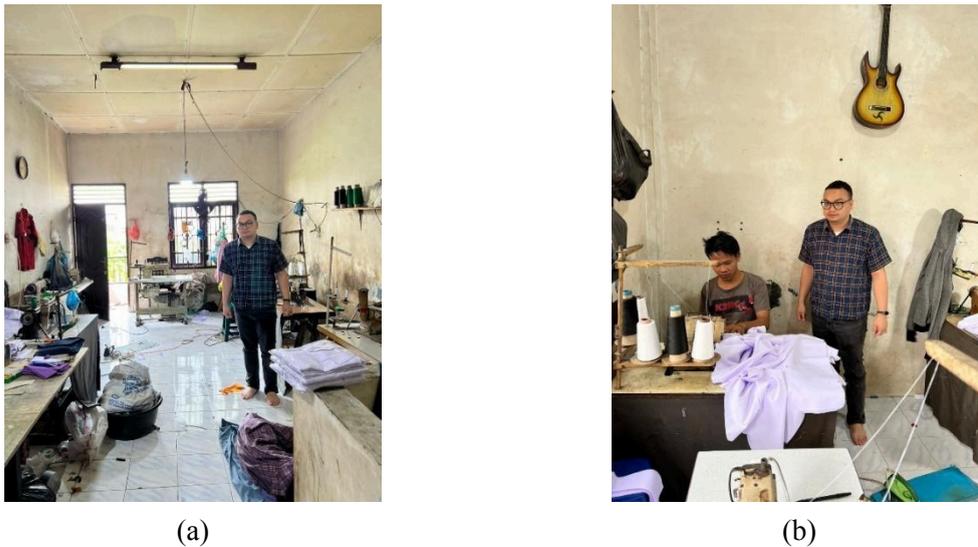
Gambar 1. Sosialisasi dan Pemaparan Materi BMC secara *Online* melalui *Zoom Meeting*

(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023)

Penyampaian materi BMC dalam sosialisasi tersebut dilakukan oleh tim pengabdian Universitas Andalas (Gambar 1.). Peserta yang hadir dalam *zoom meeting* ini relatif banyak yang berasal dari beberapa pemilik usaha yang sebagian besar merupakan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Peserta *zoom* juga diberikan beberapa contoh atau studi kasus mengenai bagaimana BMC memiliki peran besar dalam pengembangan usaha. Selama pemaparan materi, peserta

tampak antusias mendengarkan, termasuk salah satunya pemilik usaha konveksi Johor Production.

Setelah pemaparan materi dilanjutkan dengan sesi diskusi atau tanya jawab. Peserta dapat mengajukan berbagai pertanyaan yang masih relevan terhadap tema sosialisasi. Diskusi ini berjalan dengan aktif dan efektif dibuktikan dengan banyak peserta yang bersemangat untuk mengetahui informasi lebih detail mengenai BMC yang mana terlihat dari banyaknya pertanyaan yang diberikan.



Gambar 2. (a) Tempat (kantor) produksi Johor Production; (b) proses produksi (penjahitan) di Johor Production

(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023)

Pengenalan BMC sebagai suatu model bisnis juga dilakukan secara langsung melalui kunjungan di lokasi produksi konveksi Johor Production. Dari pengamatan langsung di lapangan, Johor Production berlokasi pada wilayah yang strategis di Kota Medan, Sumatera Utara.

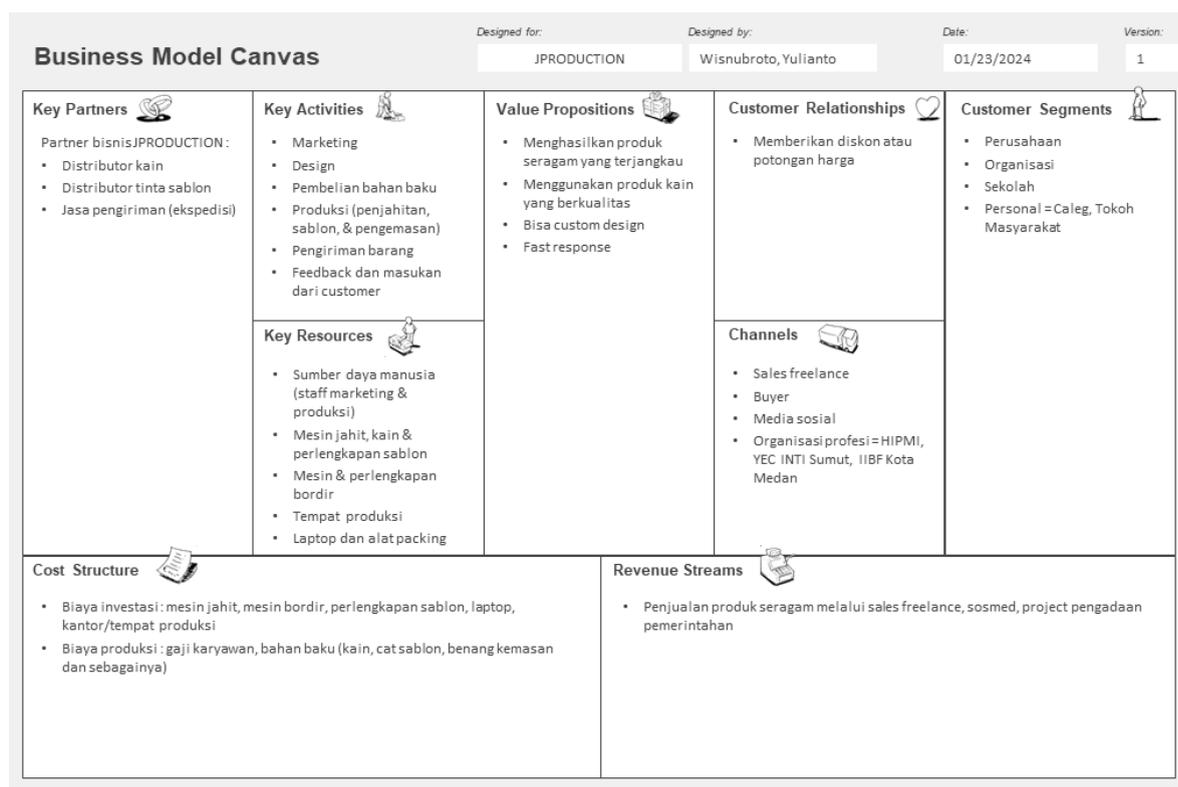
Usaha ini memiliki visi menjadi perusahaan konveksi terbaik, unggul, terpercaya, dan dapat bersaing dalam pasar nasional maupun internasional. Layanan yang diberikan berupa pembuatan segala macam produk yang berhubungan dengan kebutuhan sandang. Selain itu, juga menerima makloon jahit, sablon, border, dan sublimasi printing. Johor Production juga telah memiliki sistem order (pesanan) yang terstruktur, mulai dari mekanisme order hingga pembayaran.

Pelayanan terhadap pelanggan dilakukan secara *online* maupun *offline* yang kemudian dilakukan pengiriman produk yang telah selesai diproduksi. Semua keterangan dan informasi mengenai Johor Production telah terkonsep dengan cukup rapi pada suatu

company profile dari usaha tersebut, sehingga memudahkan dan meningkatkan kredibilitas calon pelanggan terhadap Johor Production.

Berdasarkan aktivitas kunjungan langsung di lokasi produksi, penulis bersama tim pengabdian juga melakukan diskusi serta berbagi ide dan inspirasi mengenai sebuah pengembangan bisnis. Pemilik Johor Production menyebutkan kendala dan permasalahan yang dihadapi selama bisnis tersebut berjalan. Pemilik juga menyampaikan beberapa harapan yang ingin dicapai.

Dari hal tersebut, tim pengabdian memberikan solusi berupa pembuatan model bisnis berupa BMC. Melalui BMC ini, pemilik bisnis akan lebih mudah menganalisa masing-masing elemen yang berpengaruh terhadap jalannya sebuah usaha, karena setiap komponen telah dipetakan secara lebih rinci. Selain itu, juga dilakukan pelatihan penyusunan pembuatan BMC bersama-sama, sehingga pemilik usaha Johor Production lebih mampu menyerap dan memahami peran penting BMC dalam pengembangan bisnis.



Gambar 3. BMC usaha konveksi Johor Production Kota Medan, Sumatera Utara
(Sumber: Diolah Penulis, 2023)

Merujuk dari konsep BMC yang terdiri atas 9 elemen, diperoleh hasil penyusunan model bisnis dari usaha konveksi Johor Production. Adapun uraian dari ke-9 elemen tersebut ialah sebagai berikut.

1. *Customer Segment (Target Market)*

Elemen *customer segment* berhubungan dengan pihak-pihak yang menggunakan jasa atau produk dan mereka yang berkontribusi memberikan penghasilan bagi suatu usaha yang dijalankan (Ratnasari & Sunarto, 2021). Segmentasi ini dapat dibedakan menjadi beberapa kelompok individu yang dikategorikan berdasarkan minat, usia, gender, kebiasaan membeli, dan lain sebagainya (Aliwinoto et al., 2022).

Pemetaan dan segmentasi ini didasarkan pada kondisi pasar yang memang terdiri atas berbagai macam pembeli dengan kebutuhan yang berbeda-beda. Oleh karena itu, pemilik usaha idealnya mendesain dan menciptakan produk yang didasarkan pada target market.

Pelanggan disebut sebagai segmen pasar apabila memerlukan sebuah pelayanan

tersendiri karena permasalahan yang dihadapi atau memiliki suatu kebutuhan secara khusus. Selain itu, memerlukan pendekatan yang berbeda, mampu memberikan profitabilitas berbeda serta mempunyai kemampuan bayar sesuai dengan persepsi terhadap nilai yang diterima (Setiawan, 2023).

Customer segments pada usaha Johor Production antara lain perusahaan, organisasi, sekolah, maupun personal, seperti individu yang mencalonkan diri sebagai anggota yang menduduki kursi pemerintahan, maupun para tokoh masyarakat. Umumnya, perusahaan-perusahaan skala besar maupun menengah membutuhkan seragam bagi karyawannya. Seragam ini memberikan makna simbolis serta nilai tertentu dari suatu perusahaan.

Tidak hanya perusahaan, sebuah organisasi masyarakat juga sering memesan seragam untuk acara tertentu atau sekedar simbol dari sebuah nama organisasi. Hal yang sama juga terjadi pada sekolah, yang mana identik dengan pakaian seragam setiap harinya.

2. Value Propositions

Aktivitas utama dalam sebuah bisnis ialah kemampuan menciptakan nilai (*value creation*) dan menangkap nilai (*value capture*). Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa bisnis yang baik ialah yang mampu memberikan nilai (*value*) kepada pelanggannya. *Value propositions* dapat dimaknai sebagai manfaat yang dapat diberikan oleh suatu bidang usaha kepada segmen pasar yang telah dilayaninya. Nilai ini menjadi elemen yang penting dalam membangun hubungan kesetiaan dan kredibilitas pelanggan (Aliwinoto et al., 2022).

Sebelum menentukan elemen bisnis lainnya, *value propositions* sangat penting dan perlu dipertimbangkan dengan baik (Wisnubroto & Yulianto, 2024), sehingga produk yang diperjualbelikan dapat secara nyata mampu memberikan solusi dari permasalahan yang dihadapi pelanggan. Apabila suatu produk mampu menjawab tantangan atau permasalahan yang dialami oleh pelanggan dan terus berusaha bertransformasi menjadi lebih baik akan membuat pelanggan tidak akan berganti ke produk lainnya. *Value propositions* juga dapat didefinisikan sebagai suatu bentuk keunikan yang mampu menentukan mengapa produk atau jasa yang ditawarkan pantas dipilih oleh pelanggan (Ratnasari & Sunarto, 2021).

Johor Production selalu memprioritaskan kepuasan pelanggan dengan menghasilkan produk seragam dengan harga terjangkau. Hal ini merupakan salah satu nilai tersendiri dari Johor Production yang membedakan dari usaha konveksi lainnya. Selain itu, produk yang dihasilkan selalu menggunakan bahan kain yang berkualitas serta nyaman dipakai. *Value propositions* lainnya ialah bisa *custom design*, sehingga memudahkan pelanggan untuk memesan desain sesuai keinginan. Nilai terpenting lainnya ialah *fast response* (cepat tanggap) terhadap kebutuhan dan permasalahan yang dihadapi klien.

3. Channels

Elemen ini berkaitan dengan cara suatu perusahaan membangun dan menjalin hubungan baik guna mencapai segmentasi

pelanggan dalam memberikan *value propositions* (Kurniasari & Kartikasari, 2018). Dengan kata lain *channels* merupakan langkah atau metode perusahaan agar mampu menjangkau *customers*. Media ini bisa bersifat langsung dari suatu perusahaan maupun secara tidak langsung melalui kerjasama dengan pihak lainnya.

Channels bisnis dari usaha Johor Production meliputi *sales freelance* atau *marketing freelance* yang menjalankan aktivitas penawaran produk kepada calon pelanggan. Kegiatan ini dilakukan secara *freelance* atau tidak terikat jam kerja, sehingga memudahkan marketer untuk menawarkan produknya. Selanjutnya terdapat *buyer* (pembeli) yang melakukan aktivitas pembelian terhadap produk konveksi yang ditawarkan.

Media lainnya berupa *platform* sosial media (sosmed). Keberadaan sosmed sangat penting untuk mendukung program *marketing* (promosi produk), mengingat saat ini era *digital* sedang mendominasi. *Channels* lainnya berasal dari berbagai organisasi setempat, misalnya HIPMI, YEC INTI Sumut, IIBF Kota Medan dan lain sebagainya.

4. Customer Relationship

Komponen *customer relationship* mendeskripsikan mengenai tipe hubungan yang akan diciptakan antara perusahaan dengan segmen pelanggan yang spesifik. Elemen ini dapat dipengaruhi oleh berbagai macam motif dan tujuan, misalnya *customer retention*, *customer acquisition*, dan *boosting sales (upselling)* (Wijaya & Indriyani, 2016). Perusahaan perlu menjalin hubungan baik kepada pelanggan yang dapat dilakukan melalui berbagai pendekatan, sehingga membuat pelanggan merasa nyaman serta puas terhadap produk atau jasa yang diberikan.

Dalam upaya berhubungan baik dengan pelanggan, Johor Production melakukan program *customer care*, misalnya dengan memberikan diskon atau potongan harga. Program ini akan membuat pelanggan merasa dispesialkan, sehingga hubungan antara pelanggan dengan Johor Production semakin erat. Hubungan baik ini juga akan semakin

meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap Johor Production.

5. *Revenue Streams*

Elemen ini dideskripsikan sebagai pendapatan yang diterima oleh perusahaan dari masing-masing segmen pelanggan. *Revenue streams* juga dapat diartikan sebagai pemasukan yang umumnya diukur dalam bentuk uang yang diterima oleh perusahaan dari pelanggannya. Akan tetapi, komponen ini tidak dikategorikan sebagai keuntungan atau pendapatan bersih setelah dikurangi biaya produksi (Setiawan, 2023). Agar pemasukan yang diperoleh semakin banyak, perusahaan harus selalu meng-upgrade dan memikirkan nilai tambah produk yang ditawarkan.

Pemasukan Johor Production diperoleh dari penjualan produk seragam melalui *channels* kepada segmen pelanggan. *Revenue streams* akan sangat bergantung pada seberapa besar kemampuan marketing untuk meningkatkan penjualan produk. Semakin tinggi *closing product* yang ditawarkan, pemasukan (*revenue*) yang diperoleh akan semakin besar.

6. *Key Resources*

Key resources merupakan sumber daya yang penting guna mencapai suatu nilai produk. Komponen ini akan menentukan keberlangsungan konsep bisnis yang dijalankan. Sumber daya dapat berupa benda fisik, finansial, teknologi, kekayaan intelektual, maupun tenaga.

Kegiatan produksi seragam di Johor Production didukung oleh sumber daya manusia (*staff marketing & produksi*). Selain itu, berbagai peralatan produksi misalnya mesin jahit & perlengkapan sablon, mesin & perlengkapan border. Sumber daya badan fisik lainnya meliputi laptop dan alat packing, serta tempat produksi yang menjadi lokasi jalannya aktivitas produksi.

7. *Key Activities*

Berbagai kegiatan utama yang dijalankan dalam rangka mencapai tujuan perusahaan dan mampu memberikan nilai tambah dengan baik dikenal dengan elemen *key activities*. Komponen ini sangat penting dalam perjalanan

sebuah bisnis, karena melalui kegiatan ini suatu produk atau jasa dapat dihasilkan dan ditawarkan ke pelanggan, sehingga pelanggan bersedia membayar nilainya. *Key activities* dikategorikan menjadi operasi produksi (*production*), operasi jasa (*problem solving*), serta *platform* dan jaringan (*platform/network*) (Setiawan, 2023).

Kegiatan yang dilakukan pada usaha Johor Production antara lain aktivitas *marketing*, desain produk, pembelian bahan baku, penjahitan, sablon dan pengemasan, pengiriman barang serta *feedback &* masukan dari *customer*. Berbagai kegiatan ini berlangsung berkesinambungan dan saling mempengaruhi antara aktivitas satu dengan lainnya. Oleh sebab itu, apabila suatu kegiatan mengalami kendala, aktivitas lainnya akan terhambat.

8. *Key Partnership*

Berkaitan dengan mitra dalam sebuah bisnis yang dijalankan. Perusahaan biasanya akan menjalin kerjasama kepada beberapa pihak untuk menjalankan bisnisnya. Dengan kata lain *key partnership* merupakan ikatan kerjasama antara dua atau lebih bisnis untuk saling bekerjasama dalam sebuah proyek tertentu serta berbagi biaya dan resiko. Kerjasama ini bersifat saling menguntungkan dan membantu meningkatkan perkembangan bisnis kedua belah pihak.

Dalam menjalankan bisnisnya, Johor Production bermitra dengan beberapa pihak, antara lain distributor kain, tinta sablon dan ekspedisi. Kain dan tinta sablon merupakan bahan utama dalam usaha konveksi, sehingga membutuhkan kerjasama yang baik dengan pengusaha kain & tinta. Agar produk yang diproduksi dapat sampai ke tangan konsumen, diperlukan jasa pengiriman. Oleh sebab itu, dilakukan kerjasama dengan ekspedisi untuk memastikan bahwa produk dapat tersampaikan kepada pelanggan.

9. *Cost Structure*

Elemen ini berhubungan dengan berbagai biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk mendukung semua aktivitas bisnisnya. *Cost structure* dapat berupa biaya tetap (*fixed cost*)

dan biaya variabel (*variable cost*). Biaya tetap nilainya cenderung tetap meskipun volume produk atau jasa yang dihasilkan mengalami fluktuasi. Sementara biaya variabel nilainya bervariasi secara proporsional dengan volume produk dan jasa yang dihasilkan.

Beberapa biaya yang diperlukan dalam usaha konveksi ini antara lain biaya investasi (tetap) dan produksi (variabel). Biaya investasi berkaitan dengan biaya yang dikeluarkan guna pembelian mesin jahit, mesin bordir, perlengkapan sablon, laptop dan kantor/tempat produksi. Sementara pada biaya produksi nilainya cenderung berubah-ubah, meliputi gaji karyawan, biaya pembelian bahan baku (kain, cat sablon, benang kemasan dan lain sebagainya).

Tahapan terakhir dari kegiatan pengabdian ini ialah monitoring terhadap implementasi BMC yang telah disusun. Hasil dari penyusunan model bisnis ini akan diaplikasikan langsung oleh pemilik usaha Johor Production.

Selama aplikasi tersebut tetap dilakukan pendampingan oleh tim pengabdian agar lebih mudah mengawasi dan memberikan solusi atas kendala yang mungkin ditemui. Selain itu, agar diperoleh suatu model bisnis yang benar-benar tepat diperlukan analisis SWOT untuk mengetahui kekurangan dan kelemahan suatu bisnis, sehingga dapat segera ditemukan solusinya.

Melalui pembuatan BMC ini mampu memberikan ide-ide dan gagasan pengembangan baru terhadap usaha Johor Production, misalnya dari sisi produk dengan desain yang lebih bervariasi serta langkah marketing yang disesuaikan dengan perkembangan pasar saat ini yang lebih menonjolkan digital marketing. Pemilik usaha Johor Production merasa juga mampu memberikan pemahaman tersendiri serta membuka pandangan bahwa menjalankan sebuah bisnis akan lebih mudah bila setiap komponennya terpetakan dengan jelas dalam suatu model bisnis yang mana dapat membantu mengembangkan bisnisnya.

SIMPULAN

Pengabdian dan pendampingan masyarakat telah dilaksanakan pada salah satu usaha konveksi di Kota Medan yang dikenal dengan Johor Production. Kegiatan ini mampu membantu pemilik usaha menyusun suatu model bisnis yang terdiri atas 9 elemen, meliputi *channels, revenue streams, customer segments, key partners, customer relationships, cost structure, key activities, value propositions* dan *key resources*.

Setiap komponen bisnis dipetakan dan diuraikan dengan detail, sehingga memudahkan pemilik usaha untuk menganalisa kekurangan yang ada. Model bisnis ini memberikan inovasi dan ide-ide baru yang dapat membantu meningkatkan nilai produk dan pengembangan usaha.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengungkapkan rasa terima kasih kepada *Science Techno Park*, Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Universitas Andalas, Usaha Konveksi Johor Production, Kota Medan, serta semua pihak yang telah berkontribusi memberikan dukungan moril dan materiil, sehingga pengabdian dan pendampingan ini berjalan dengan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- Aliwinoto, C., Hedyani, M., & Malinda, M. (2022). Analisis business model canvas usaha mikro kecil menengah toko JIF Bandung, Indonesia. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 1, 173–182.
- Hamdan, A., Ichwanto, M. A., Winarno, A., Permatasari, I. S., & Ramadhani, A. N. (2023). Business model canvas dan digital marketing guna meningkatkan usaha kuliner di Wisata Sumber Banteng. *Aptekmas : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2). <https://doi.org/10.36257/aps.vxix>
- Jaenab, Fatmawati, R., Jariah, A., Anisah, R., & Khairunisyah. (2023). Pelatihan penyusunan business model canvas untuk pengembangan produk dan usaha

- bandeng presto pada UMKM UMA ME'E di Desa Belo Kecamatan Palibelo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 1(6), 757–763. <https://jurnalpengabdianmasyarakatbangsa.com/index.php/jpmba/index>
- Juliansyah, W., Dariah, A. R. & Haviz, Meidy. 2016. Pola Kemitraan Usaha Konveksi Kawasan Suci Bandung, 2(1), 53 – 60.
- Kurniasari, R., & Kartikasari, D. (2018). *Penerapan model bisnis kanvas terhadap bisnis jasa angkut penumpang pada PT. Internasional Golden Shipping* (Vol. 2).
- Pratiwi, A., Santoso, E., & Fatmawati. (2017). Eskalasi usaha konveksi kaos dan seragam kerja melalui strategi kualitas produk, layanan konsumen dan perluasan jaringan pemasaran melalui e-commerce pada wirausaha forum difabel Malang Raya (Fordimara) di Kota Malang Raya. In *Indonesian Journal of Disability Studies (IJDS)* (Vol. 4, Issue 1). www.andalasclothing.com
- Ratnasari, & Sunarto, S. (2021). Analisis penerapan bisnis model canvas (studi pada UKM di Kota Batu). *Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 6(2), 307. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v6i2.1536>
- Ruhiyat, R., Idris, D. T., Indrawati, D., Indrawati, E., & Siami, L. (2021). Pelatihan penyusunan kanvas model bisnis dengan menggunakan design thinking secara daring bagi peternak dan petani muda di Desa Cibodas, Kecamatan Pasir Jambu, Kabupaten Bandung. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 508–517. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i3.35402>
- Setiawan. (2023). Business Model Canvas. In *Business Model Canvas* (Vol. 5, Issue 2). Setiawan.
- Sukarno, B. R., & Ahsan, M. (2021). *Implementasi strategi pengembangan bisnis dengan business model canvas*.
- Wahyuni, S. (2021). Strategi business model canvas (BMC) bagi pelaku usaha Samarinda dalam upaya pengembangan brand dan digitalisasi produk. *Jurnal Pustaka Mitra*, 1(2), 81–86.
- Warnaningtyas, H. (2020). *Desain bisnis model canvas (BMC) pada usaha batik Kota Madiun*. <http://ekomaks.unmermadiun.ac.id/index.php/ekomaks>
- Wijaya, L. E., & Indriyani, R. (2016). Analisis business model canvas pada CV. Kayu Murni Surabaya. *Jurnal Agora*, 4(2), 304–313.
- Wisnubroto, M. P. (2023). Pemanfaatan Mikroorganisme Lokal Berbasis Bonggol Pisang dalam Upaya Refungsionalisasi Digester Biogas di Padukuhan Grogol IX, Parangtritis, Kretek, Bantul, Yogyakarta. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(4), 949–954. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v7i4.15283>
- Wisnubroto, M. P., Edwin, W., Kumala Sari, W., Heriza, S., Rezki, D., Ikhsan, Z., Suhendra, D., Karjunita, N., & Hasibuan. (2023). Optimalisasi lahan pekarangan rumah dengan penanaman buah-buahan di Nagari Sungai Kambut, Kabupaten Dharmasraya, Provinsi Sumatera Barat. *Jurnal Abdi Insani*, 10(2), 1092–1102. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v10i2.984>
- Wisnubroto, M. P., & Yulianto, K. (2024). Pendampingan pembuatan business model canvas pada usaha kuliner Mbak Nur di Kabupaten Sijunjung, Sumatera Barat. *Jurnal Abdi Insani*, 11(1), 463–473. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v11i1.1362>