



Pendampingan Pengembangan Model Bisnis UMKM Kuliner Djawa Bakmie Berbasis Business Model Canvas

Dwi Lisya Aryanti^{*1}, Kartika Fadilah Wijaya², Nazhifah Cahya Dewi³, Masduki Asbari⁴

^{1,2,3,4}Universitas Insan Pembangunan Indonesia, Indonesia

*Corresponding email: dwilisya@email.com

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sektor kuliner merupakan pilar penting dalam penguatan ekonomi lokal dan pelestarian kearifan budaya daerah. Namun, tingginya tingkat persaingan menuntut UMKM untuk memiliki model bisnis yang terstruktur dan adaptif. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk melakukan pendampingan pengembangan model bisnis UMKM Djawa Bakmie melalui pendekatan Business Model Canvas (BMC). Metode pelaksanaan dilakukan melalui observasi usaha, diskusi partisipatif dengan pemilik, serta analisis deskriptif kualitatif terhadap sembilan elemen BMC. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa penerapan BMC membantu pelaku usaha memahami posisi bisnis secara komprehensif, mengidentifikasi peluang dan risiko, serta merumuskan strategi pengembangan yang lebih terarah. Pendampingan ini berkontribusi dalam meningkatkan kapasitas manajerial UMKM kuliner agar mampu tumbuh secara berkelanjutan dan berdaya saing di tingkat lokal.

Kata kunci: UMKM kuliner, business model canvas, pengabdian masyarakat, bakmie Jawa, pengembangan bisnis

Abstract

Culinary micro, small, and medium enterprises (MSMEs) play a crucial role in strengthening local economies and preserving cultural heritage. However, intense competition requires MSMEs to adopt structured and adaptive business models. This community service activity aims to assist the development of the Djawa Bakmie MSME using the Business Model Canvas (BMC) approach. The method involves business observation, participatory discussions with the owner, and qualitative descriptive analysis of the nine BMC elements. The results indicate that BMC implementation enhances business understanding, risk identification, and strategic planning. This activity contributes to improving managerial capacity and sustainability of culinary MSMEs at the local level.

Keywords: Culinary MSMEs, business model canvas, community service, traditional noodles, business development



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

PENDAHULUAN

UMKM sektor kuliner memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi daerah, baik sebagai penyedia lapangan kerja maupun sebagai penggerak ekonomi berbasis budaya lokal (Asbari et al., 2020, 2021; Cahyono et al., 2020; Putri et al., 2021). Di Indonesia, kuliner tradisional tidak hanya berfungsi sebagai pemenuh kebutuhan konsumsi, tetapi juga sebagai

representasi identitas dan kearifan lokal yang perlu dijaga keberlanjutannya. Oleh karena itu, penguatan UMKM kuliner menjadi bagian penting dalam agenda pembangunan ekonomi inklusif.

Bakmie Jawa merupakan salah satu kuliner tradisional yang memiliki nilai historis dan kultural yang kuat. Namun, perubahan gaya hidup masyarakat, khususnya generasi muda, menuntut adanya adaptasi dalam penyajian, pelayanan, dan strategi bisnis. Konsumen saat ini tidak hanya mencari cita rasa, tetapi juga pengalaman kuliner yang higienis, praktis, dan mudah diakses melalui layanan digital.

Djawa Bakmie hadir sebagai UMKM yang mencoba menjawab tantangan tersebut dengan memadukan resep tradisional bakmie Jawa dan konsep bisnis modern. Meski memiliki potensi pasar yang besar, usaha ini menghadapi tantangan dalam pengelolaan model bisnis yang terstruktur, khususnya dalam memetakan segmen pelanggan, proposisi nilai, serta strategi pengembangan jangka panjang.

Berangkat dari kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini difokuskan pada pendampingan pengembangan model bisnis Djawa Bakmie menggunakan pendekatan Business Model Canvas (Geissdoerfer et al., 2018). Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan gambaran menyeluruh tentang bisnis, sekaligus menjadi alat reflektif bagi pelaku UMKM dalam mengambil keputusan strategis berbasis analisis yang sistematis.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif dan deskriptif kualitatif. Pelaku UMKM Djawa Bakmie dilibatkan secara aktif sebagai subjek pendampingan, bukan sekadar objek kajian. Kegiatan diawali dengan observasi kondisi usaha, meliputi proses produksi, pelayanan, pemasaran, serta pengelolaan sumber daya (Asbari & Admiral, 2024; Asbari & Sutardi, 2024).

Tahap selanjutnya adalah diskusi dan wawancara partisipatif dengan pemilik usaha untuk mengidentifikasi permasalahan, potensi, serta harapan pengembangan bisnis. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan kerangka Business Model Canvas yang mencakup sembilan elemen utama. Hasil analisis dijadikan dasar untuk memberikan rekomendasi strategis yang aplikatif dan kontekstual sesuai dengan karakteristik UMKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pendampingan pengembangan model bisnis Djawa Bakmie dilakukan dengan menggunakan Business Model Canvas sebagai alat analisis utama. Pendekatan ini membantu pelaku usaha memahami bisnisnya secara holistik, mulai dari siapa pelanggan utama, nilai yang ditawarkan, hingga struktur biaya dan sumber pendapatan (Adelina et al., 2024; Rahmadani et al., 2024).

Customer Segments

Hasil analisis menunjukkan bahwa Djawa Bakmie memiliki segmen pelanggan yang beragam, mulai dari mahasiswa, pekerja kantoran, keluarga lokal, hingga konsumen daring melalui aplikasi pesan-antar. Segmentasi ini menunjukkan potensi pasar yang luas, namun juga menuntut strategi pelayanan dan promosi yang adaptif. Pendampingan membantu pelaku usaha menyadari pentingnya memprioritaskan segmen utama tanpa mengabaikan peluang segmen lainnya.

Value Propositions

Nilai utama yang ditawarkan Djawa Bakmie terletak pada cita rasa otentik bakmie Jawa yang sulit ditiru pesaing. Selain itu, harga terjangkau, porsi besar, dan kemudahan akses menjadi faktor penentu keputusan pembelian. Melalui pendampingan, pelaku usaha didorong untuk mengemas proposisi nilai tersebut dalam narasi merek yang konsisten agar mudah dikenali konsumen.

Channels

Saluran distribusi Djawa Bakmie mencakup penjualan langsung di gerai serta pemesanan melalui platform digital. Hasil pembahasan menunjukkan bahwa pemanfaatan kanal digital memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan jangkauan pasar. Namun, diperlukan konsistensi dalam pengelolaan konten promosi dan respons terhadap pelanggan agar kanal ini berfungsi optimal.

Customer Relationships

Hubungan dengan pelanggan dibangun melalui pelayanan ramah, cepat, dan program loyalitas sederhana. Pendampingan menekankan bahwa hubungan pelanggan bukan hanya transaksi sesaat, melainkan investasi jangka panjang yang menentukan keberlanjutan usaha. Interaksi aktif di media sosial menjadi salah satu strategi penting dalam membangun kedekatan emosional dengan konsumen.

Revenue Streams

Sumber pendapatan utama Djawa Bakmie berasal dari penjualan menu bakmie dan topping tambahan. Analisis menunjukkan adanya peluang diversifikasi pendapatan melalui paket hemat, menu musiman, serta pengembangan kemitraan di masa depan. Pendampingan membantu pelaku usaha memahami pentingnya inovasi pendapatan untuk menjaga stabilitas keuangan.

Key Resources

Sumber daya utama Djawa Bakmie meliputi resep otentik, bahan baku berkualitas, peralatan dapur, serta lokasi usaha yang strategis. Selain sumber daya fisik, pendampingan juga menyoroti pentingnya sumber daya non-fisik seperti pengetahuan, keterampilan, dan reputasi usaha.

Key Activities

Aktivitas utama usaha mencakup produksi makanan, pengelolaan bahan baku, pelayanan pelanggan, dan pemasaran. Hasil pendampingan menunjukkan perlunya standarisasi proses melalui SOP sederhana agar kualitas produk dan pelayanan tetap konsisten meskipun volume penjualan meningkat.

Key Partnerships

Kemitraan dengan pemasok bahan baku dan platform digital menjadi faktor pendukung kelancaran operasional. Pendampingan mendorong pelaku usaha untuk membangun hubungan jangka panjang dengan mitra strategis guna menjaga stabilitas pasokan dan efisiensi biaya.

Cost Structure

Struktur biaya Djawa Bakmie didominasi oleh biaya bahan baku, operasional dapur, dan promosi. Analisis menunjukkan pentingnya pencatatan keuangan yang tertib agar pelaku usaha mampu mengontrol biaya dan merencanakan pengembangan usaha secara lebih matang.

Secara keseluruhan, hasil pendampingan menunjukkan bahwa Business Model Canvas menjadi alat yang efektif dalam meningkatkan pemahaman pelaku UMKM terhadap bisnisnya. Pendekatan ini tidak hanya membantu dalam perencanaan, tetapi juga mendorong perubahan pola pikir menuju pengelolaan usaha yang lebih profesional dan berkelanjutan.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menunjukkan bahwa pendampingan pengembangan model bisnis berbasis Business Model Canvas memberikan manfaat nyata bagi UMKM kuliner Djawa Bakmie. Pelaku usaha memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai struktur bisnis, potensi pasar, serta tantangan yang dihadapi.

Penerapan BMC membantu pelaku usaha merumuskan strategi pengembangan yang lebih terarah, mulai dari penguatan proposisi nilai hingga pengelolaan biaya dan pendapatan. Dengan pendekatan ini, UMKM tidak hanya berorientasi pada kelangsungan jangka pendek, tetapi juga pada keberlanjutan jangka panjang.

Ke depan, sinergi antara pelaku UMKM, akademisi, dan pemerintah daerah sangat diperlukan untuk memperkuat ekosistem usaha kuliner lokal. Pendampingan yang berkelanjutan diharapkan mampu mendorong UMKM seperti Djawa Bakmie menjadi pelaku ekonomi daerah yang tangguh, berdaya saing, dan berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adelina, R., Caroline, R., Utami, S., & Asbari, M. (2024). Penyuluhan Bisnis Kuliner: Meningkatkan Intensi Mahasiswa sebagai Studentpreneurs. *Niswantara: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(02), 45–56.
- Asbari, M., & Admiral, A. (2024). Buku Ajar Kewirausahaan (1st ed.). Yayasan Putra Adi Dharma.
- Asbari, M., & Sutardi, D. (2024). Buku Ajar Kewirausahaan Lanjutan. MEGA PRESS NUSANTARA.
- Asbari, M., & Sutardi, D. (2024). *Buku Ajar Kewirausahaan Lanjutan*. MEGA PRESS NUSANTARA.
- Asbari, M., Purba, J. T., Hariandja, E. S., & Sudibjo, N. (2021). From Leadership to Innovation: Managing Employee Creativity. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 4(1), 143–154. <https://doi.org/https://doi.org/10.36407/jmsab.v4i1.287>
- Asbari, M., Purwanto, A., Fayzhall, M., Winanti, Purnamasari, D., & Firdaus, R. A. (2020). Hard skills or soft skills: Which are more important for Indonesian teachers innovation. *TEST Engineering and Management*, 83(March/April 2020), 2836–2854.
- Cahyono, Y., Purwanto, A., Azizah, F. N., & Wijoyo, H. (2020). Impact of service quality, university image and students satisfaction towards student loyalty: Evidence from Indonesian private universities. *Journal of Critical Reviews*, 7(19).
- Geissdoerfer, M., Vladimirova, D., & Evans, S. (2018). Sustainable business model innovation: A review. In *Journal of Cleaner Production* (Vol. 198, pp. 401–416). <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.06.240>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Putri, N. D. P. D., Novitasari, D., Yuwono, T., & Asbari, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Of Communication Education*, 15(1).
- Rahmadani, N., Rahmadani, R., Damayanti, S., & Asbari, M. (2024). Usaha Bisnis Hijab: Potensi Bisnis Berbasis Komunitas. *Niswantara: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(02), 13–20.
- Rangkuti, F. (2018). *Analisis SWOT*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Tambunan, T. (2019). *UMKM di Indonesia*. Jakarta: LP3ES.