

PENINGKATAN KAPASITAS USAHA MELALUI PELATIHAN MANAJEMEN DAN PENERAPAN TEKNOLOGI DIGITAL BERBASIS BUSINESS MODEL CANVAS DALAM PEMASARAN PRODUK KOPERASI MERAH PUTIH DI KOTA PARE-PARE

Mawardi^{1,*}, Enny Radjab², Dian Pane³, Farida Amansyah⁴, Syahriah Sari⁵
^{1,2,3,4,5} *Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Ujung Pandang, Makassar*

ABSTRACT

This community service activity aims to increase the capacity of the management of the Merah Putih Cooperative in Pare-Pare City through training and mentoring in the development of a Business Model Canvas (BMC). Implementation methods included training in basic BMC concepts, interactive workshops, mentoring in developing business models based on the real-world conditions of each cooperative, and the implementation of digital technology-based marketing strategies. The results of the community service demonstrated an increased understanding of the management in formulating a comprehensive and applicable business model. Furthermore, this training strengthened the synergy between management and members in cooperative management, enabling the cooperative to operate with a clear business plan and greater competitiveness. In conclusion, the implementation of the BMC directly contributed to strengthening cooperative management and effective business sustainability.

Keywords: Business Model Canvas, cooperative, business capacity, management training, marketing

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan kapasitas pengurus Koperasi Merah Putih di Kota Pare-Pare melalui pelatihan dan pendampingan pembuatan Business Model Canvas (BMC). Metode pelaksanaan meliputi pelatihan konsep dasar BMC, workshop interaktif, pendampingan penyusunan model bisnis berdasarkan kondisi nyata masing-masing koperasi, dan penerapan strategi pemasaran berbasis teknologi digital. Hasil pengabdian menunjukkan peningkatan pemahaman pengurus dalam merumuskan model bisnis yang komprehensif dan aplikatif. Selain itu, pelatihan ini mampu memperkuat sinergi pengurus dan anggota dalam pengelolaan koperasi, sehingga koperasi dapat menjalankan usaha dengan rencana bisnis yang jelas dan daya saing yang lebih tinggi. Kesimpulannya, penerapan BMC secara langsung berkontribusi pada penguatan manajemen koperasi dan keberlanjutan usaha secara efektif.

Kata Kunci: Business Model Canvas, koperasi, kapasitas usaha, pelatihan manajemen, pemasaran

1. PENDAHULUAN

Koperasi Merah Putih merupakan program strategis nasional yang bertujuan untuk memberdayakan ekonomi masyarakat desa melalui pembentukan koperasi yang dikelola secara profesional dan berdaya saing. Di Kota Pare-Pare, koperasi ini menghadapi tantangan utama yaitu keterbatasan kapasitas pengurus dalam mengelola administrasi, manajemen usaha, serta pemasaran produk secara efektif, terutama dalam memanfaatkan teknologi digital. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, dilakukan kegiatan pengabdian masyarakat berupa pelatihan dan pendampingan dalam penyusunan business model canvas (BMC) sebagai alat strategis untuk merancang model bisnis koperasi berbasis potensi lokal dan teknologi digital [1], [2], [3]. Permasalahan ini berakibat pada rendahnya volume penjualan dan keterbatasan jangkauan pasar produk koperasi, sehingga berdampak pada keberlanjutan usaha dan kesejahteraan anggota.[4], [5].

Pendekatan ini sejalan dengan pentingnya transformasi digital UMKM dan koperasi di Indonesia yang menjadi fokus kebijakan nasional maupun internasional [6], [7], [8]. Lebih jauh lagi, praktik inovasi model bisnis bagi koperasi di Indonesia terbukti mampu memperkuat daya saing usaha berbasis komunitas [9], [10].

* Korespondensi penulis: Mawardi , email mawardishodis@yahoo.com

Metode pelaksanaan meliputi pelatihan konsep BMC, workshop interaktif, pendampingan pembuatan dokumen rencana bisnis, serta evaluasi berkala. Melalui pendekatan ini, diharapkan pengurus mampu menyusun strategi usaha yang aplikatif, meningkatkan kapasitas manajemen digital, dan mengoptimalkan pemasaran produk koperasi agar koperasi dapat berkembang mandiri dan berkelanjutan.

Manfaat dari kegiatan ini yaitu meningkatkan kapasitas pengurus dalam pengelolaan koperasi berbasis model bisnis yang terstruktur dan profesional sehingga memperkuat keberlangsungan usaha koperasi. Selain itu, program ini juga memberikan pengalaman pembelajaran terapan bagi mahasiswa melalui keterlibatan dalam pendampingan koperasi sesuai dengan spirit Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM). Dengan demikian, program pengabdian ini memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan ekonomi kerakyatan serta penguatan ekosistem pendidikan dan masyarakat di Kota Pare-Pare.

2. METODE PELAKSANAAN

Sesuai permasalahan yang dihadapi oleh Koperasi Merah Putih di Kota Pare-Pare, kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dengan tahapan pelatihan konsep dan penyusunan Business Model Canvas (BMC) untuk pengurus koperasi guna memberikan pemahaman menyeluruh tentang elemen penting model bisnis dan penerapannya. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan melalui beberapa tahapan pelatihan konsep dasar Business Model Canvas (BMC), workshop, serta pendampingan intensif dalam penyusunan dan implementasi model bisnis koperasi [2]. Pelatihan dilakukan tatap muka menggunakan metode diskusi, studi kasus, dan simulasi.

Tahap selanjutnya adalah pendampingan intensif bagi 22 koperasi yang tersebar di beberapa kelurahan dalam penyusunan dan penyempurnaan dokumen BMC yang mencakup segmentasi pelanggan, proposisi nilai, channel distribusi, struktur biaya dan sumber pendapatan. Tim pengabdian memberikan arahan dan monitoring implementasi agar rencana bisnis aplikatif dan terintegrasi pemasaran digital [11].

Evaluasi dan monitoring berkala dilakukan untuk mengukur pemahaman dan implementasi BMC melalui wawancara, observasi, dan data kuantitatif peningkatan penjualan dan pemasaran digital. Konsultasi serta supervisi diberikan untuk mengatasi kendala dan memastikan peningkatan kinerja koperasi berkelanjutan.. Pendekatan ini mengacu pada kerangka inovasi model bisnis yang integratif sehingga dapat disesuaikan dengan konteks lokal [12].

Pelaksanaan dilakukan dengan rincian tahapan, sebagai berikut:

1. Identifikasi kebutuhan dan permasalahan mitra.
2. Penyusunan dan pelaksanaan modul pelatihan secara tatap muka dan daring, termasuk diskusi, simulasi, dan studi kasus.
3. Pendampingan langsung pengurus dalam menyusun dan mengimplementasikan bisnis model canvas.
4. Evaluasi pelaksanaan melalui pre-test dan post-test kompetensi
5. Keterlibatan aktif mitra sebagai fasilitator pendamping dalam model project-based learning (PBL).
6. Monitoring berkelanjutan dan koordinasi dengan stakeholder untuk menjaga keberlanjutan program.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program berhasil meningkatkan kapasitas pengurus dengan terjadinya peningkatan pengetahuan. Partisipasi aktif dari pengurus dan anggota koperasi sangat baik, dan evaluasi menunjukkan perbaikan administrasi serta komunikasi pemasaran. Keberlanjutan program dipastikan dengan pembentukan forum yang terus mengawal dan meningkatkan penerapan pemasaran Bisnis Model Canvas [1].

Pelatihan dan pendampingan business model canvas bagi 22 Koperasi Merah Putih di Kota Pare-Pare dilakukan secara komprehensif dan terstruktur untuk meningkatkan kapasitas manajemen koperasi dalam merancang strategi bisnis yang efektif. Pada tahap awal, peserta pelatihan diperkenalkan dengan konsep dasar Business Model Canvas (BMC) yang terdiri atas sembilan elemen kunci, seperti segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran distribusi, serta struktur biaya dan sumber pendapatan [2].

Konsep BMC telah terbukti menjadi alat yang efektif untuk memetakan strategi bisnis, menyatukan kerangka berpikir, serta mengidentifikasi peluang dan tantangan usaha [2]. BMC juga dapat dikombinasikan dengan strategi pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pasar, sebagaimana dijelaskan dalam literatur pemasaran digital [3]. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya mengenai adopsi digital marketing di kalangan UMKM Indonesia pasca pandemi [6]. Hasil pengabdian yang dilakukan senada dengan hasil penelitian sebelumnya, yaitu kombinasi BMC dan strategi pemasaran digital dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pengelola koperasi dalam membuat rencana pemasarannya.

Pendekatan ini juga relevan dengan konteks transformasi digital UMKM di Indonesia yang membuka peluang sekaligus tantangan baru bagi keberlanjutan usaha [7]. Tujuan penggunaan business model canvas adalah membantu para pemilik bisnis untuk memetakan dan mengkomunikasikan aspek-aspek kunci model bisnis mereka secara mudah dipahami oleh orang lain. Dengan BMC, pemilik bisnis dapat membangun, menguji, dan mengelola model bisnis yang berpotensi sukses sekaligus meningkatkan fokus dan kejelasan tentang tujuan bisnis mereka. BMC juga berfungsi sebagai media untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan model bisnis, mencari ide pengembangan, dan merancang strategi bisnis jangka panjang. Dengan demikian, diharapkan pengelola Koperasi Merah Putih di Pare-Pare mampu merancang strategi pemasaran dan bisnis yang sesuai dengan kondisi lingkungan pemasaran yang dihadapi agar kinerja koperasi dapat dioptimalkan dan memiliki daya saing yang tinggi. Hasil evaluasi setelah pelatihan dijelaskan dalam table berikut ini:

Tabel 1. Hasil Analisis Kuantitatif Evaluasi Pelatihan

Dimensi Evaluasi	Indikator Utama	Rata-rata Skor (X ⁻)	Kategori Penilaian
Materi Pelatihan	Relevansi, Manfaat, dan Kejelasan.	3.89	Sangat Baik
Kualitas Narasumber	Penguasaan Materi, Metode Penyampaian, Sikap.	3.95	Sangat Baik
Penyelenggaraan (Fasilitas & Layanan)	Waktu, Fasilitas Fisik, Kinerja Panitia.	3.78	Baik
Dampak Jangka Pendek (Reaksi)	Kepuasan secara umum.	3.92	Sangat Baik
Skor Rata-rata Program Keseluruhan		3.88	Sangat Baik

Interpretasi Temuan Kuantitatif yaitu:

a) Fokus Kekuatan: Kualitas Narasumber, 3,95

- Interpretasi: Nilai rata-rata tertinggi terdapat pada dimensi Kualitas Narasumber/Instruktur. Skor ini, yang mendekati nilai maksimum 4.00, menunjukkan bahwa narasumber adalah faktor pendorong utama kepuasan peserta pelatihan.
- Pembahasan Akademik: Keberhasilan transfer pengetahuan sangat bergantung pada fasilitator. Data ini mengindikasikan bahwa Narasumber tidak hanya memiliki kompetensi substansi (keahlian teknis) yang mumpuni, tetapi juga kemampuan pedagogis yang luar biasa dalam mengelola dinamika kelas dan menyajikan materi secara menarik dan interaktif, sesuai dengan karakteristik audiens koperasi. Kredibilitas dan profesionalisme narasumber telah menciptakan reaksi positif yang kuat (Level 1) dan fondasi yang solid untuk learning (Level 2).

b) Kekuatan Mendukung: Materi Pelatihan, skor = 3.89

- Interpretasi: Materi pelatihan dinilai sangat relevan dan mudah dipahami, menunjukkan adanya keterkaitan erat antara kurikulum pelatihan dan kebutuhan operasional Koperasi Desa Merah Putih.
- Pembahasan Akademik: Tingginya skor ini memvalidasi proses Analisis Kebutuhan Pelatihan (TNA) yang dilakukan sebelum program. Materi yang relevan adalah prasyarat bagi efektivitas pelatihan. Ketika peserta melihat materi sebagai solusi langsung atas tantangan mereka (misalnya, akuntansi, legalitas, atau marketing digital), motivasi intrinsik untuk belajar akan meningkat, yang merupakan hasil psikologis positif dari evaluasi reaksi.

c) Area Potensi Peningkatan: Penyelenggaraan dan Fasilitas skor = 3.78

- Interpretasi: Meskipun masih dalam kategori "Baik," dimensi Penyelenggaraan/Fasilitas memiliki skor terendah di antara semua dimensi. Hal ini mengisyaratkan bahwa aspek logistik, sarana prasarana, atau kinerja panitia memiliki ruang untuk perbaikan yang paling besar.
- Pembahasan Akademik: Dalam konteks akademik, fasilitas dan penyelenggaraan adalah variabel antecedent (masukan) yang harus mendukung proses (transaction). Perbedaan skor yang signifikan (sekitar 0.175 poin) dibandingkan narasumber menunjukkan bahwa meskipun substansi dan penyampaian superior, sedikit kendala teknis (seperti kualitas sound system, kenyamanan suhu ruangan, atau ketepatan waktu break) mungkin dialami peserta. Peningkatan pada aspek ini akan membantu mencapai kepuasan yang homogen di seluruh aspek program.



Gambar 1. Pelaksanaan ceramah dan pelatihan

Selanjutnya, pendampingan dilakukan secara intensif di lapangan dengan pendekatan workshop interaktif, studi kasus, dan simulasi pembuatan BMC yang melibatkan seluruh pengurus inti dari masing-masing koperasi. Tim pendamping memberikan arahan dan rekomendasi langsung untuk mengoptimalkan setiap elemen model bisnis berdasarkan potensi lokal, sumber daya yang dimiliki, dan kondisi pasar yang dihadapi. Pendampingan ini juga menekankan pentingnya inovasi, optimalisasi sumber daya internal, dan pemanfaatan teknologi digital dalam meningkatkan daya saing produk dan layanan koperasi. Peserta pelatihan mendapatkan kesempatan langsung untuk menerapkan pengetahuan tersebut dalam menyusun dokumen BMC yang komprehensif dan siap dijadikan panduan pengelolaan koperasi ke depan.

Dalam proses pendampingan, pengurus koperasi dilibatkan secara aktif melalui sesi diskusi, workshop, dan studi kasus praktis yang disesuaikan dengan kebutuhan khusus koperasi. Tim membantu mengarahkan pemikiran strategis para pengurus agar mampu membangun kerangka bisnis yang tidak hanya teoritis, tetapi juga aplikatif dan mudah diimplementasikan. Kegiatan ini juga menitikberatkan pada penggabungan potensi lokal sebagai kekuatan utama dalam bisnis koperasi serta pemanfaatan kanal digital sebagai saluran pemasaran dan distribusi yang efektif. Keterlibatan anggota koperasi dalam proses ini juga diperkuat agar menjadi bagian integral dalam pembangunan model bisnis yang berkelanjutan.

Pendampingan BMC ini menjadi sarana edukasi bagi pengurus untuk memperjelas visi dan misi koperasi, sekaligus menyelaraskan strategi operasional dengan tujuan bisnis yang telah ditetapkan. Dengan pemahaman yang diperoleh melalui visualisasi model bisnis, pengurus dapat lebih mudah mengenali peluang dan tantangan, mengidentifikasi sumber daya yang harus dikembangkan, serta menentukan langkah-langkah inovatif untuk meningkatkan daya saing. Hal ini penting untuk membangun fondasi bisnis yang tangguh di tengah persaingan pasar yang semakin ketat dan perubahan perilaku konsumen yang cepat.



Gambar 2. Pelaksanaan pendampingan dan mengimplementasikan bisnis model canvas

Secara keseluruhan, pendampingan pembuatan Business Model Canvas tidak hanya memperkuat aspek perencanaan dan pengelolaan koperasi, tetapi juga meningkatkan kapasitas manajerial pengurus. Pendekatan ini memfasilitasi terbangunnya kesamaan visi dan sinergi anggota dalam menerapkan strategi yang selaras dengan kondisi pasar dan kebutuhan anggota. Dengan demikian, diharapkan Koperasi Merah Putih di Kota Pare-Pare mampu mengoptimalkan kinerja usaha secara berkelanjutan, meningkatkan volume penjualan, serta memperkuat posisi sebagai pilar ekonomi masyarakat yang adaptif dan inovatif.

Dengan pelatihan dan pendampingan ini, para pengurus koperasi tidak hanya memperoleh pemahaman konseptual, tetapi juga berkembang dalam kemampuan analitis dan strategis untuk mengelola koperasi secara profesional dan adaptif. Hasil pendampingan menimbulkan kesadaran bersama akan pentingnya sinergi elemen bisnis dalam mewujudkan keberlanjutan usaha, serta meningkatkan kualitas pengambilan keputusan strategis sehingga koperasi dapat berkembang lebih mandiri dan meningkatkan manfaat sosial ekonomi bagi anggota dan masyarakat sekitar. Program ini memperkuat komitmen koperasi Merah Putih dalam membangun model bisnis yang tidak hanya bertahan secara ekonomi, tetapi juga relevan dengan perkembangan pasar modern.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan melalui pelatihan manajemen dan pendampingan penerapan Business Model Canvas berbasis teknologi digital berhasil meningkatkan kapasitas pengurus Koperasi Merah Putih di Kota Pare-Pare dalam menyusun dan mengimplementasikan strategi bisnis yang komprehensif dan aplikatif. Pelatihan ini tidak hanya memperkuat pemahaman konseptual, tetapi juga membentuk kemampuan analitis, strategis, serta sinergi antaranggota dalam pengelolaan koperasi, sehingga koperasi mampu menjalankan usaha dengan perencanaan yang lebih jelas, daya saing yang lebih tinggi, serta keberlanjutan usaha yang lebih terjamin. Selain itu, kegiatan ini juga memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan ekonomi kerakyatan, peningkatan literasi digital, dan penguatan peran koperasi sebagai pilar ekonomi masyarakat yang adaptif dan inovatif di tengah perubahan lingkungan bisnis modern.

Data kuantitatif secara definitif menunjukkan bahwa program pelatihan dan pendampingan ini Sangat Efektif dalam menghasilkan reaksi yang positif dari peserta. Hal ini membenarkan investasi sumber daya yang telah dialokasikan. Karena reaksi positif yang kuat telah dicapai, penyelenggara kini memiliki landasan yang ideal untuk mengukur perubahan pengetahuan (Learning) dan perubahan perilaku (Behavior). Disarankan untuk segera menerapkan kuesioner atau observasi tindak lanjut untuk memastikan skor kepuasan ini diterjemahkan menjadi perbaikan kinerja nyata di Koperasi Desa Merah Putih. Aksi. Evaluasi lanjutan harus fokus pada perbaikan

Hasil dari penerapan BMC dan strategi digital, koperasi mampu menjalankan usaha dengan perencanaan yang lebih jelas, daya saing yang lebih tinggi, serta keberlanjutan usaha yang lebih terjamin. Hasil ini sejalan dengan temuan penelitian internasional mengenai pentingnya pembiayaan, inovasi, dan transformasi model bisnis bagi UMKM dan koperasi [9], [10], [12].

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Pimpinan dan seluruh staf Politeknik Negeri Ujung Pandang atas pendanaan yang dibiayai oleh DIPA Politeknik Negeri Ujung Pandang Sumber Dana BLU, sesuai dengan Surat Perjanjian Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat Non Maminasata Nomor : 24/12/AL.04/2025, Tanggal 12 Juni 2025, dan dukungan serta fasilitasi dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Penghargaan yang setinggi-tingginya juga ditujukan kepada Wali Kota Pare-Pare beserta jajarannya, Kepala Dinas Ketenagakerjaan, Koperasi, dan UMKM Kota Pare-Pare beserta jajaran, para pengurus Koperasi Merah Putih se-Kota Pare-Pare, serta semua pihak yang telah memberikan perizinan, dukungan, kerjasama, dan kontribusi sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik.

6. DAFTAR RUJUKAN

- [1] P. Kotler, H. Kartajaya, and I. Setiawan, *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. Hoboken, NJ: Wiley, 2021.
- [2] A. Osterwalder, Y. Pigneur, G. Bernarda, and A. Smith, *The Invincible Company: How to Constantly Reinvent Your Organization with Inspiration From the World's Best Business Models*. Hoboken, NJ: Wiley, 2020.
- [3] S. Chaffey and F. Ellis-Chadwick, *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*, 8th ed. Harlow: Pearson Education, 2019.
- [4] Kementerian Koperasi dan UKM RI, "Laporan Perkembangan UMKM 2023," Kemenkop UKM, 2023. [Online]. Available: <https://kemenkopukm.go.id/data-umkm-2023>. [Accessed: 20 Sept. 2025].
- [5] UNDP Indonesia, "Supporting cooperatives for inclusive growth," UNDP Reports, 2022. [Online]. Available: <https://www.undp.org/indonesia/publications>. [Accessed: 21 Sept. 2025].

- [6] A. Gunawan and M. Sari, "Adoption of digital marketing among Indonesian MSMEs post COVID-19 pandemic," *Jurnal Manajemen Teknologi*, vol. 21, no. 2, pp. 135–147, 2022.
- [7] H. Kartajaya and J. Cakravastia, "Digital transformation of SMEs in Indonesia: Opportunities and challenges," in *Proc. Int. Conf. Small Business and Entrepreneurship (ICSBE)*, pp. 55–63, Nov. 2020.
- [8] World Bank, "Indonesia Economic Prospects: Boosting the Recovery," *World Bank Reports*, June 2021. [Online]. Available: <https://documents.worldbank.org>. [Accessed: 22 Sept. 2025].
- [9] OECD, "Financing SMEs and Entrepreneurs 2023: An OECD Scoreboard," *OECD Publishing*, Paris, 2023. [Online]. Available: <https://www.oecd.org>. [Accessed: 18 Sept. 2025].
- [10] A. R. Putra and L. Handayani, "Business model innovation for Indonesian cooperatives: A case study approach," *International Journal of Business and Society*, vol. 24, no. 1, pp. 77–92, 2023.
- [11] R. Daft, *Management*, 14th ed. Boston: Cengage Learning, 2021.
- [12] M. Wirtz, P. Pistoia, S. Ullrich, and V. Göttel, "Business model innovation: An integrative framework," *Journal of Business Models*, vol. 8, no. 1, pp. 14–34, 2020.