

INOVASI MODEL BISNIS SEBAGAI STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM : IMPLEMENTASI
BUSINESS MODEL CANVAS DAN ANALISIS SWOT DALAM MENENTUKAN SEGMENT PASAR BARU
BIJI KOPI QIELLI DI PASAR CENTRAL LIPPO CIKARANG

Kesha Meiva Mandala¹, Nasywa Farica Athallah², Dimas Sheva Alfareza³, Muhammad Kosim⁴

Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pelita Bangsa

kesha.142410002@mhs.pelitabangsa.ac.id, nasywa.142410053@mhs.pelitabangsa.ac.id,
dimas.142410016@mhs.pelitabangsa.ac.id, muhammadkosim@pelitabangsa.ac.id

Abstract

This community service activity aims to enhance the competitiveness and sustainability of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the Cikarang area through the development of innovative business models. Many local entrepreneurs have yet to adopt adaptive business strategies that respond to market dynamics and consumer trends. Through training and mentoring based on the Business Model Canvas (BMC) and SWOT analysis, MSME participants were guided to identify their strengths, weaknesses, opportunities, and threats while exploring potential new market segments. The program resulted in improved understanding among participants regarding effective business model structures, relevant marketing strategies, and product innovations that align with local market needs. The practical and discussion-based approach proved effective in helping MSMEs design more targeted and competitive strategies for long-term business sustainability in a dynamic market environment.

Keywords: MSMEs, Business Model Canvas, SWOT Analysis

Abstrak

Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM di kawasan Cikarang melalui pengembangan inovasi model bisnis. Banyak pelaku usaha di daerah tersebut belum memiliki strategi bisnis yang adaptif terhadap perubahan pasar dan tren konsumen. Melalui pelatihan dan pendampingan berbasis *Business Model Canvas (BMC)* serta analisis *SWOT*, pelaku UMKM dibimbing untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman usahanya, sekaligus menentukan segmen pasar baru yang potensial. Kegiatan ini menghasilkan peningkatan pemahaman peserta terhadap struktur model bisnis yang efektif, penyusunan strategi pemasaran yang relevan, serta inovasi produk yang sesuai kebutuhan pasar lokal. Pendekatan berbasis praktik dan diskusi interaktif terbukti membantu pelaku UMKM dalam merancang strategi keberlanjutan usaha yang lebih terarah dan kompetitif di tengah persaingan bisnis yang dinamis.

Kata Kunci: UMKM, Business Model Canvas, Analisis SWOT

Article history

Received : Januari 2026

Reviewed: Januari 2026

Published: Januari 2026

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia sebagai pilar penciptaan lapangan kerja dan distribusi pendapatan. Dalam konteks revolusi industri 4.0 dan era digital, inovasi model bisnis menjadi kunci untuk menjaga keberlanjutan dan daya saing UMKM (Kewirausahaan) di tengah perubahan cepat lingkungan usaha [1]. Banyak UMKM yang masih menjalankan model bisnis tradisional, sehingga menghadapi berbagai hambatan seperti rendahnya adaptasi terhadap teknologi digital, terbatasnya akses pasar baru, dan kurangnya pemahaman terhadap strategi model bisnis yang adaptif [2].

Di kawasan industri dan perdagangan seperti Cikarang, dengan populasi pekerja muda dan masyarakat urban yang terus bertambah, potensi pasar bagi UMKM termasuk UMKM pengolahan biji kopi terlihat sangat besar. Namun, peluang ini juga disertai tantangan dalam hal transformasi model bisnis dan penentuan segmen pasar baru yang tepat untuk meningkatkan daya saing. Studi menunjukkan bahwa inovasi model bisnis yang melibatkan analisis lingkungan internal dan eksternal (seperti SWOT) serta pemanfaatan alat seperti Business Model Canvas (BMC) dapat membantu UMKM merancang strategi yang lebih kontekstual dan responsif terhadap perubahan pasar [3].

Untuk itu, melalui program pendampingan yang fokus pada pengembangan inovasi model bisnis berbasis BMC, analisis SWOT, dan identifikasi pasar baru, diharapkan UMKM sebagai contoh, UMKM Biji Kopi Qielli di Pasar Central Lippo Cikarang dapat memperkuat proposisi nilai mereka, menemukan segmen pasar yang lebih tepat, dan menyusun strategi keberlanjutan usaha yang lebih kokoh. Dengan demikian, UMKM tersebut dapat meningkatkan daya saing serta memastikan keberlangsungan usaha dalam ekosistem bisnis yang semakin kompleks dan kompetitif.

RUMUSAN MASALAH

Dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat, pelaku UMKM perlu memiliki model bisnis yang inovatif, terstruktur, dan mampu menyesuaikan diri dengan dinamika pasar [4]. Namun, berdasarkan hasil observasi awal pada UMKM Biji Kopi Qielli di Pasar Central Lippo Cikarang, ditemukan beberapa permasalahan yang menghambat pengembangan usaha, antara lain belum adanya model bisnis yang terdokumentasi dengan baik, kurangnya pemahaman terhadap analisis SWOT sebagai dasar pengambilan keputusan strategis, serta belum optimalnya

identifikasi segmen pasar potensial. Maka rumusan masalah dalam kegiatan ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana membantu pelaku UMKM dalam merancang inovasi model bisnis yang sesuai dengan kondisi dan potensi usaha?
2. Bagaimana penerapan analisis SWOT dapat digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman usaha secara komprehensif?
3. Bagaimana menentukan segmen pasar baru yang relevan untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan daya saing UMKM Biji Kopi Qielli?
4. Bagaimana kegiatan pendampingan ini dapat berkontribusi dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha melalui inovasi model bisnis yang adaptif dan berorientasi pasar?

TUJUAN PENELITIAN

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberikan solusi strategis bagi UMKM dalam menghadapi tantangan daya saing dan keberlanjutan usaha di tengah perubahan pasar yang dinamis [5]. Melalui pelatihan dan pendampingan yang terarah, kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam memahami serta mengembangkan model bisnis yang inovatif, adaptif, dan berorientasi pada kebutuhan pasar. Adapun tujuan khusus kegiatan ini adalah sebagai berikut :

1. Meningkatkan pemahaman pelaku UMKM Biji Kopi Qielli mengenai struktur dan komponen model bisnis inovatif menggunakan pendekatan *Business Model Canvas (BMC)*.
2. Mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) sebagai dasar dalam penyusunan strategi bisnis yang realistis dan berkelanjutan.
3. Membantu pelaku UMKM dalam menentukan segmen pasar baru yang potensial untuk memperluas jangkauan usaha dan meningkatkan daya saing produk kopi lokal.
4. Menghasilkan rencana pengembangan usaha jangka menengah berbasis inovasi model bisnis yang mampu meningkatkan nilai tambah dan keberlanjutan UMKM di sektor kopi.

MANFAAT KEGIATAN

Kegiatan pengabdian ini diharapkan memberikan manfaat yang nyata bagi pelaku usaha, masyarakat, dan lembaga pelaksana. Melalui pendekatan pelatihan dan pendampingan inovasi model bisnis, kegiatan ini tidak hanya berfokus pada peningkatan kapasitas teknis, tetapi juga mendorong perubahan pola pikir pelaku UMKM agar lebih strategis dan adaptif terhadap perubahan pasar. Adapun manfaat yang dapat diperoleh antara lain :

1. Bagi Pelaku UMKM Biji Kopi Qielli

- a. Meningkatkan pemahaman dalam merancang dan menerapkan model bisnis inovatif menggunakan *Business Model Canvas (BMC)*.
- b. Memperoleh kemampuan dalam melakukan analisis *SWOT* untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman usaha.
- c. Dapat menentukan segmen pasar baru yang relevan guna memperluas jangkauan usaha dan meningkatkan daya saing produk kopi lokal.
- d. Memiliki rencana pengembangan usaha yang lebih terstruktur, realistis, dan berorientasi pada keberlanjutan jangka Panjang.

2. Bagi Masyarakat Sekitar

- a. Mendorong pertumbuhan ekonomi lokal melalui penguatan usaha kopi yang mampu menciptakan lapangan kerja baru.
- b. Menumbuhkan semangat kewirausahaan berbasis inovasi dan kreativitas di lingkungan masyarakat Cikarang.

3. Bagi Tim Pengabdian dan Perguruan Tinggi

- a. Menjadi sarana penerapan ilmu manajemen dan kewirausahaan secara langsung kepada masyarakat.
- b. Menghasilkan model pendampingan berbasis *Business Model Canvas* dan *SWOT* yang dapat direplikasi pada UMKM sektor lain.
- c. Meningkatkan kontribusi perguruan tinggi dalam mendukung pengembangan UMKM berdaya saing dan berkelanjutan sesuai dengan *Sustainable Development Goals (SDGs)*.

SOLUSI PERMASALAHAN

Berdasarkan hasil identifikasi masalah yang dihadapi oleh UMKM Biji Kopi Qielli, ditemukan bahwa kendala utama terletak pada belum optimalnya strategi pengembangan model bisnis yang inovatif dan berkelanjutan. Pelaku UMKM masih berfokus pada kegiatan produksi dan penjualan konvensional, tanpa pemetaan strategi yang komprehensif terhadap pasar, pelanggan, serta potensi pengembangan usaha di masa depan [6]. Untuk menjawab permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian ini menawarkan solusi berupa pendampingan dan pelatihan inovasi model bisnis yang sistematis dan aplikatif.

1. Penyusunan dan Analisis Business Model Canvas (BMC)

Membimbing pelaku UMKM dalam memahami sembilan elemen utama Business Model Canvas (BMC) yang mencakup *customer segment*, *value proposition*, *channel*, *customer relationship*, *revenue stream*, *key activities*, *key resources*, *key partners*, dan *cost structure*, sehingga pelaku usaha dapat memetakan kondisi bisnis saat ini sekaligus menemukan peluang inovasi yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan perkembangan pasar [7].

2. Analisis SWOT untuk Penguatan Strategi Bisnis

Pelaku UMKM akan dilatih untuk mengidentifikasi faktor internal seperti kekuatan dan kelemahan, serta faktor eksternal seperti peluang dan ancaman yang memengaruhi kelangsungan usaha. Hasil dari analisis SWOT tersebut akan menjadi dasar dalam merancang strategi bisnis yang lebih adaptif dan kompetitif, baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang.

3. Penentuan dan Pengembangan Segmen Baru Pasar

Kegiatan ini memberikan pendampingan kepada pelaku UMKM dalam melakukan segmentasi dan targeting pasar agar produk kopi yang dihasilkan memiliki sasaran yang lebih spesifik dan bernilai jual tinggi. Selain itu, kegiatan ini juga mendorong pelaku usaha untuk mampu membaca tren konsumen, memanfaatkan media digital, serta memperluas jaringan distribusi melalui strategi pemasaran berbasis inovasi.

4. Penyusunan Rencana Bisnis Berkelanjutan (Sustainability Plan)

Kegiatan ini bertujuan untuk menyusun rencana pengembangan usaha jangka menengah dengan mempertimbangkan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan, sehingga strategi yang dirancang tidak hanya berfokus pada pertumbuhan profit, tetapi juga keberlanjutan. Pendekatan ini diharapkan dapat memastikan UMKM tetap tumbuh secara stabil sekaligus berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi lokal yang berkelanjutan [8].

METODE PENYELESAIAN

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini dirancang untuk mengatasi permasalahan rendahnya kemampuan pelaku UMKM dalam merancang strategi bisnis yang adaptif dan berkelanjutan. Kegiatan ini mengombinasikan pendekatan partisipatif, pelatihan interaktif, dan pendampingan langsung berbasis praktik. Melalui penerapan Business Model Canvas (BMC), analisis SWOT, dan penentuan segmen pasar baru, diharapkan pelaku usaha dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usahanya. Berikut kerangka langkah metode penyelesaian masalah :

1. Tahap Persiapan

- a. Melaksanakan **observasi lapangan** di Pasar Central Lippo Cikarang guna mengidentifikasi tren konsumsi kopi, preferensi pelanggan, serta pesaing di sekitar lokasi usaha.
- b. Mengadakan **wawancara eksploratif** untuk mengetahui tingkat pemahaman pelaku UMKM terhadap model bisnis, inovasi produk, serta strategi pemasaran digital.
- c. Menyusun **instrumen pelatihan**, seperti template Business Model Canvas, matriks SWOT, dan panduan segmentasi pasar yang disesuaikan dengan karakteristik usaha kopi lokal.
- d. Melakukan **koordinasi tim** untuk membagi tugas pengajar, fasilitator, dan pendamping selama kegiatan pelatihan berlangsung.

2. Tahap Pelaksanaan

- a. Melaksanakan **pelatihan penyusunan Business Model Canvas (BMC)** untuk membantu pelaku UMKM memahami sembilan elemen utama BMC, yaitu *customer segment*, *value proposition*, *channels*, *customer relationship*, *revenue streams*, *key activities*, *key resources*, *key partners*, dan *cost structure*.
- b. Memberikan **bimbingan penerapan analisis SWOT**, agar pelaku UMKM mampu mengenali kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam bisnisnya, serta menyusunnya menjadi strategi bisnis adaptif.
- c. Melakukan **pendampingan penentuan segmen dan target pasar baru**, agar produk kopi dapat diarahkan pada kelompok konsumen yang lebih spesifik dan bernilai jual tinggi.
- d. Menyelenggarakan **simulasi penyusunan strategi bisnis** berdasarkan hasil BMC dan SWOT, serta membantu peserta merancang inovasi model bisnis yang berorientasi pada keberlanjutan usaha.

3. Tahap Evaluasi

Evaluasi kegiatan dilakukan melalui beberapa langkah yang bertujuan untuk memastikan efektivitas dan keberlanjutan hasil pengabdian. Tahap evaluasi diawali dengan pelaksanaan pre-test dan post-test guna mengukur peningkatan pemahaman peserta terhadap konsep Business Model Canvas (BMC), analisis SWOT, dan segmentasi pasar. Selanjutnya dilakukan observasi hasil pendampingan untuk menilai kemampuan peserta dalam menyusun model bisnis baru atau melakukan revisi terhadap strategi sebelumnya. Tim pengabdian juga menyusun laporan reflektif bersama pelaku UMKM guna mengevaluasi perubahan perilaku bisnis serta kesiapan mereka dalam menerapkan hasil pelatihan di lapangan. Sebagai tindak lanjut, disediakan program pendampingan atau mentoring secara periodik agar pelaku usaha dapat terus mengembangkan inovasi model bisnis yang berdaya saing dan berkelanjutan.

Perencanaan

Pelaksanaan

Evaluasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada pengembangan UMKM melalui inovasi model bisnis ini menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman dan kemampuan strategis pelaku usaha. Pelatihan mengenai Business Model Canvas (BMC) membantu peserta memahami sembilan elemen utama dalam model bisnis, sehingga mereka mampu memetakan kondisi usaha secara lebih komprehensif. Pelaku UMKM Biji Kopi Qielli di Pasar Central Lippo Cikarang dapat mengidentifikasi hubungan antara nilai produk (value proposition) dengan kebutuhan pelanggan, serta menyusun strategi yang lebih tepat untuk memperkuat daya saing. Melalui analisis SWOT, peserta juga mampu mengenali kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi, yang kemudian digunakan sebagai dasar dalam penyusunan strategi pengembangan usaha yang lebih adaptif dan relevan terhadap kondisi pasar.

Selain itu, pelatihan segmentasi pasar mendorong pelaku usaha untuk menargetkan konsumen yang lebih spesifik dan bernilai jual tinggi. Mereka mulai memahami pentingnya membaca tren pasar dan memanfaatkan media digital untuk memperluas jangkauan pemasaran. Hasil observasi pasca-pelatihan menunjukkan bahwa peserta mulai mampu menyusun rencana pengembangan usaha jangka menengah dengan mempertimbangkan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan profitabilitas tetapi juga memperkuat komitmen terhadap keberlanjutan usaha. Secara keseluruhan, kegiatan ini terbukti efektif dalam mendorong pelaku UMKM agar lebih inovatif, profesional, dan siap bersaing dalam ekosistem bisnis kopi yang semakin kompetitif di kawasan Cikarang.



Tim Melihat Jenis-Jenis Kopi



Tim Mencoba dari Gilingan Biji Kopi

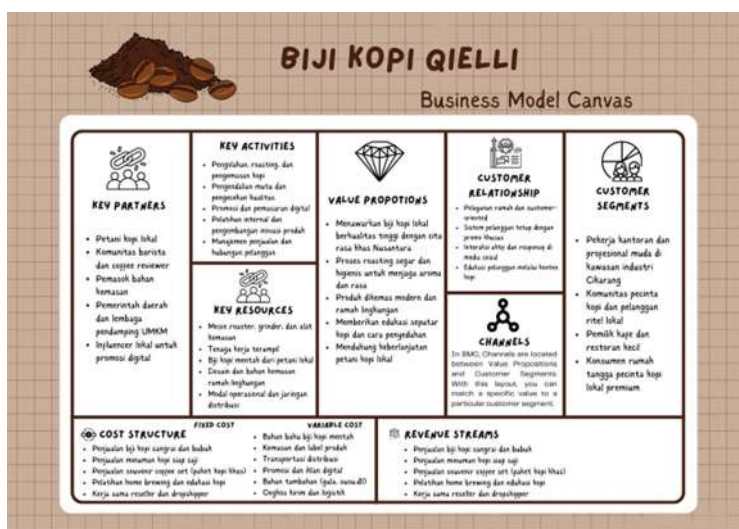


Foto BMC Biji Kopi Qielli



Foto Analisis SWOT



Foto Tim Dengan Manager

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema “*Pengembangan Daya Saing UMKM melalui Inovasi Model Bisnis pada UMKM Biji Kopi Qjelli di Pasar Central Lippo Cikarang*” berhasil memberikan dampak positif bagi peningkatan kapasitas dan strategi pengelolaan usaha pelaku UMKM. Melalui pelatihan dan pendampingan penyusunan *Business Model Canvas (BMC)*, analisis SWOT, serta segmentasi pasar, peserta mampu memahami secara lebih mendalam kondisi internal dan eksternal usahanya. Mereka juga dapat merancang strategi inovatif yang berfokus pada peningkatan nilai produk, penguatan hubungan pelanggan, serta perluasan jangkauan pasar. Kegiatan ini membuktikan bahwa pendekatan berbasis model bisnis inovatif mampu meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha UMKM, terutama di sektor kopi yang memiliki dinamika pasar tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. R, Y. Fahdillah, M. Kadar, I. Hassandi, and M. R, “Implementasi Transformasi Digital dan Kecerdasan Buatan Sebagai Inovasi Untuk UMKM pada Era Revolusi Industri 4.0,” *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan (JUMANAGE)*, vol. 3, no. 1, Jan. 2024, doi: 10.33998/jumanage.2024.3.1.1552.
- [2] A. M. A. Ausat, D. O. Suparwata, and A. Risdwiyanto, “Optimalisasi Digital Competence sebagai Strategi Adaptasi Dinamis Wirausahawan dalam Menghadapi Disrupsi Pasar di Era Digital,” *Jurnal Minfo Polgan*, vol. 14, no. 1, pp. 173-182, Mar. 2025, doi: 10.33395/jmp.v14i1.14674.
- [3] M. Raja, A. Haji, W. E. Putra, A. R. Fadilah, D. Panjaitan, and K. Nisa, “Analisis Penggunaan Bisnis Model Canvas Pada Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM): A Systematic Literature Review,” *Jurnal Bahtera Inovasi*, vol. 9, no. 1, 2025.
- [4] S. Yogo Purnomo, L. Gunawan, A. Prihatni, L. Gunawan, H. Putera Damai Daeli, and T. Alexander Azwani Amzul, “STRATEGI INOVASI DALAM PENGELOLAAN BISNIS UMKM (STUDI KASUS PADA SEKTOR KREATIF DI INDONESIA),” *TADBIR PERADABAN*, vol. 5, no. 2, pp. 198-219, 2025.
- [5] A. Jurnal Pkm Manajemen; Sunarto, N. Napisah, A. R. Putri, and A. Anggraini, “Meningkatkan Daya Saing UMKM melalui Inovasi dan Digitalisasi pada UMKM Jaringan Wirausaha

(Jawara) di Wilayah Bojongsari Depok,” *Jurnal PKM Manajemen Bisnis*, vol. 5, no. 2, p. 514, 2025, doi: 10.37481.

[6] A. Malik, A. Yunda Djaganata, N. E. Kurniawan, and Y. Oktavia, “ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) MARKETING STRATEGY ANALYSIS IN MICRO, SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES (MSMEs),” *JIIIC: JURNAL INTELEK INSAN CENDIKIA*, pp. 7155-7169, 2024, [Online]. Available: <https://jicnusanantara.com/index.php/jiic>

[7] N. K. Aulia Sholihah UIN Saifuddin Zuhri Purwokerto Sri Rahayu Siwi UIN KH Saifuddin Zuhri Purwokerto Aldi Dwi Parmono UIN KH Saifuddin Zuhri Purwokerto Yoiz Shofwa Shafrani UIN KH Saifuddin Zuhri Purwokerto, “Analisis Penggunaan Business Model Canvas Terhadap Persaingan Bisnis Pada BMT El-Mentari Purwokerto,” *Jurnal Akademik Ekonomi Dan Manajemen*, vol. 2, no. 2, pp. 99-108, 2025, doi: 10.61722/jaem.v2i2.4758.

[8] S. Wulandari and S. Pradikto, “Pengembangan Model Ekonomi Kreatif Berbasis Produk Tradisional: Studi Literatur UMKM Jamu Bonagung dalam Konteks Pemberdayaan Ekonomi Lokal Kota Pasuruan,” 2025.