



Peningkatan Kapasitas Pelaku UMKM melalui *Workshop* Penyusunan Proposal Bisnis

Enhancing the Capacity of MSMEs Actors through a Business Proposal Preparation Workshop

Muh. Sabir Mustafa^{1*}, Siddiq Fahriady Seban²

¹Program Studi Manajemen, Universitas Ichsan Gorontalo, Indonesia

²Bank Indonesia Kantor Perwakilan Provinsi Gorontalo, Indonesia

E-mail: sabir.unisan12@gmail.com¹, siddiq.seban@gmail.com²

*Penulis Korespondensi: sabir.unisan12@gmail.com

Riwayat Artikel:

Naskah Masuk: 30 Mei 2026;

Revisi: 30 Juni 2026;

Diterima: 20 Juli 2026;

Tersedia: 30 Juli 2026.

Keywords: *Business Model Canvas; Business Proposal; Capacity Building; MSMEs; Participatory Learning.*

Abstract. *Limited capacity among micro, small, and medium enterprises (MSMEs) to prepare business proposals and systematically develop business models remains a major challenge in business development and access to financing. This community service program aimed to enhance the capacity of MSMEs fostered by the Bank Indonesia Representative Office of Gorontalo Province in preparing business proposals using the Business Model Canvas (BMC) approach. The program involved 75 MSME participants and was conducted through needs assessment, interactive lectures, workshops, group discussions, presentations, evaluation, and reflection. The training focused on business proposal preparation and the nine elements of the Business Model Canvas, enabling participants to analyze business cases and develop business models collaboratively under facilitator guidance. The results showed a significant improvement in participants' understanding, with the average score increasing from 34.9 in the pre-test to 88.8 in the post-test. Participants also demonstrated improved ability to develop and refine business models systematically. In addition to enhancing knowledge and technical skills, the program promoted collaborative learning, knowledge sharing, and self-confidence. These findings indicate that the Business Model Canvas is an effective tool for supporting structured business planning, while continuous mentoring is recommended to strengthen business proposal development, financial planning, financing access, and business model implementation.*

Abstrak

Keterbatasan kapasitas usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam menyusun proposal usaha serta mengembangkan model bisnis secara sistematis masih menjadi tantangan utama dalam pengembangan usaha dan akses terhadap pembiayaan. Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan kapasitas UMKM binaan Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Gorontalo dalam menyusun proposal usaha menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC). Program ini melibatkan 75 peserta UMKM dan dilaksanakan melalui tahapan identifikasi kebutuhan, ceramah interaktif, lokakarya, diskusi kelompok, presentasi, evaluasi, dan refleksi. Pelatihan difokuskan pada penyusunan proposal usaha dan sembilan elemen *Business Model Canvas*, sehingga peserta mampu menganalisis studi kasus dan mengembangkan model bisnis secara kolaboratif dengan pendampingan fasilitator. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman peserta yang signifikan, ditunjukkan oleh kenaikan nilai rata-rata dari 34,9 pada pre-test menjadi 88,8 pada post-test. Peserta juga menunjukkan peningkatan kemampuan dalam menyusun dan menyempurnakan model bisnis secara sistematis. Selain meningkatkan pengetahuan dan keterampilan teknis, program ini mendorong pembelajaran kolaboratif, berbagi pengetahuan, dan peningkatan rasa percaya diri. Temuan ini menunjukkan bahwa *Business Model Canvas* merupakan alat yang efektif untuk mendukung perencanaan bisnis yang terstruktur, sementara pendampingan berkelanjutan direkomendasikan guna memperkuat penyusunan proposal usaha, perencanaan keuangan, akses pembiayaan, dan implementasi model bisnis.

Kata Kunci: *Business Model Canvas; Pembelajaran Partisipatif; Pengembangan Kapasitas; Proposal Bisnis; UMKM.*

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah merupakan bagian penting dari ekosistem ekonomi daerah karena berperan dalam menciptakan aktivitas produksi, membuka kesempatan kerja, mengolah potensi lokal, serta membangun kemandirian ekonomi masyarakat. Namun, keberlanjutan UMKM tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menghasilkan dan memasarkan produk, tetapi juga oleh kapasitas pelaku usaha dalam merencanakan, menjelaskan, dan mengembangkan bisnis secara sistematis. Pelaku UMKM dituntut mampu mengenali pelanggan, merumuskan keunggulan produk, mengelola proses produksi, membangun jaringan pemasaran, menyusun kebutuhan pembiayaan, dan menjelaskan prospek usahanya kepada pihak eksternal. Kemampuan tersebut umumnya dituangkan dalam proposal bisnis sebagai dokumen yang mengintegrasikan identitas usaha, permasalahan pasar, proposisi nilai, target konsumen, strategi pemasaran, rencana operasional, kemitraan, kebutuhan sumber daya, struktur biaya, proyeksi pendapatan, risiko, dan rencana pengembangan.

Proposal bisnis tidak hanya berfungsi sebagai dokumen administratif untuk memperoleh dukungan pembiayaan, tetapi juga sebagai alat refleksi manajerial yang membantu pelaku usaha melihat hubungan antar unsur bisnis secara lebih utuh. Salah satu pendekatan yang dapat digunakan untuk mempermudah proses tersebut adalah *Business Model Canvas* (BMC) karena mampu memetakan model usaha ke dalam sembilan blok yang saling berhubungan. Kerangka model bisnis dapat membantu mengintegrasikan penciptaan nilai, aktivitas utama, sumber daya, mitra, pelanggan, pendapatan, dan biaya dalam satu peta usaha yang sistematis (Albăstroi et al., 2021). Penggunaan BMC menjadi relevan bagi UMKM karena bentuknya ringkas, visual, dan mudah digunakan sebagai titik awal sebelum pelaku usaha menyusun uraian bisnis yang lebih lengkap. Pentingnya model bisnis yang mampu menghubungkan inovasi nilai dengan proses operasional dan keberlanjutan usaha (Mello & Ressurreicao, 2023), sedangkan Chen & Biswas (2021) menunjukkan bahwa pengambilan keputusan bisnis semakin memerlukan pemanfaatan informasi, data, dan kemampuan merespons perubahan lingkungan secara adaptif. Dalam konteks pemberdayaan UMKM, kemampuan merancang model bisnis dan menerjemahkannya menjadi proposal yang logis menjadi semakin penting karena pihak pembiayaan dan mitra usaha membutuhkan informasi yang jelas mengenai arah usaha, pasar, kapasitas produksi, penggunaan dana, dan prospek pengembalian.

Peningkatan kapasitas penyusunan proposal bisnis perlu ditempatkan sebagai bagian dari penguatan kemampuan manajerial UMKM, bukan sekadar pelatihan menulis dokumen. Pendekatan pelatihan yang berbasis kebutuhan, praktik, dan konteks usaha peserta dinilai lebih

sesuai karena memungkinkan peserta memahami hubungan antara konsep yang dipelajari dengan kondisi usahanya masing-masing. Berbagai program pemberdayaan menunjukkan bahwa kombinasi pelatihan, penyusunan rencana bisnis, pemasaran, *branding*, dan manajemen keuangan dapat memperkuat kesiapan pelaku usaha dalam menghadapi persaingan dan memperluas pasar (Saputra & Murhadi, 2023; Satria et al., 2023; Triono et al., 2023). *Workshop* penyusunan proposal bisnis menjadi intervensi yang relevan untuk membantu pelaku UMKM mengubah pengetahuan dan pengalaman usaha yang sebelumnya tersebar menjadi rencana bisnis yang terstruktur, dapat dikomunikasikan, dan berorientasi pada pengembangan.

Mitra dalam kegiatan pengabdian ini adalah 75 pelaku UMKM binaan Bank Indonesia Provinsi Gorontalo yang berasal dari beragam bidang usaha. Para peserta telah memiliki pengalaman menjalankan usaha dan berinteraksi dengan konsumen, pemasok, serta program pembinaan. Akan tetapi, hasil identifikasi awal menunjukkan bahwa pengalaman praktis tersebut belum sepenuhnya diikuti oleh kemampuan mendokumentasikan model usaha dalam bentuk proposal bisnis yang sistematis. Sebagian peserta telah mengenal istilah proposal bisnis, tetapi belum memahami perbedaan antara Business Model Canvas sebagai peta ringkas usaha dan proposal bisnis sebagai penjelasan lengkap yang berisi narasi, tabel, analisis, serta perhitungan keuangan. Peserta juga masih mengalami kesulitan mengidentifikasi sembilan blok BMC, menyusun ringkasan eksekutif, menentukan sumber informasi untuk latar belakang usaha, memetakan urutan proses produksi, serta menerapkan analisis SWOT ke dalam strategi pengembangan.

Permasalahan tersebut penting karena keterbatasan dalam merumuskan proposisi nilai, pelanggan sasaran, saluran pemasaran, aktivitas utama, sumber daya, kemitraan, struktur biaya, dan sumber pendapatan dapat menyebabkan rencana usaha disusun berdasarkan asumsi yang tidak teruji. Materi *workshop* yang digunakan memperlihatkan bahwa setiap blok BMC sebenarnya dapat dipetakan langsung ke dalam struktur proposal. Kerangka BMC juga menekankan bahwa penyusunan proposal sebaiknya dimulai dari pemetaan model usaha, bukan langsung menulis dokumen dari halaman pertama.

Berdasarkan data evaluasi sementara yang telah disusun untuk 75 peserta, rata-rata hasil pretest berada pada 34,9%. Indikator dengan tingkat penguasaan rendah terutama berkaitan dengan struktur proposal bisnis, penyusunan ringkasan eksekutif, pemahaman BMC, pemanfaatan informasi dalam latar belakang, dan penerapan strategi SWOT. Data ini menunjukkan adanya kesenjangan antara kemampuan menjalankan usaha secara praktis dengan kemampuan merencanakan dan mempresentasikan usaha dalam format yang dapat

dipahami oleh lembaga pembiayaan atau mitra.

Temuan awal tersebut sejalan dengan berbagai kegiatan pengabdian yang menunjukkan bahwa pelaku UMKM sering membutuhkan penguatan pada aspek perencanaan usaha, pemasaran, *branding*, dan pengelolaan keuangan sebelum mampu mengembangkan usaha secara lebih terarah (Ismawati et al., 2023; Permatasari et al., 2023; Usman et al., 2024; Yunas et al., 2022). Permasalahan mitra tidak semata-mata terletak pada kurangnya pengetahuan mengenai format proposal, tetapi juga pada belum terintegrasinya pemahaman tentang pelanggan, nilai produk, proses operasional, strategi pemasaran, analisis risiko, dan kebutuhan pembiayaan. Kondisi tersebut menjadi alasan utama pemilihan UMKM binaan Bank Indonesia Provinsi Gorontalo sebagai peserta dalam pengabdian. Mereka memiliki produk dan pengalaman usaha yang dapat dikembangkan, tetapi membutuhkan fasilitasi agar informasi mengenai usaha tersebut dapat disusun dalam format yang lebih terukur, logis, dan meyakinkan. Melalui *workshop*, peserta diarahkan untuk tidak hanya memahami definisi proposal, tetapi juga menggunakan data usahanya sendiri sebagai bahan untuk mengisi BMC, menjelaskan proses produksi, merumuskan SWOT, serta menyusun struktur proposal. Pendekatan ini relevan dengan kebutuhan mitra karena proposal yang baik harus mencerminkan kondisi faktual usaha, bukan sekadar mengikuti contoh dokumen yang bersifat umum.

Karakteristik UMKM yang beragam menuntut pendekatan pendampingan yang lebih personal karena setiap usaha memiliki pelanggan, proses produksi, biaya, saluran pemasaran, risiko, dan kebutuhan pembiayaan yang berbeda. Kebaruan kegiatan pengabdian ini terletak pada integrasi antara pemetaan BMC, penyusunan struktur proposal bisnis, ringkasan eksekutif, analisis proses produksi, analisis SWOT, evaluasi pre-test dan post-test, serta konsultasi individual dalam satu rangkaian program. *Workshop* tidak berhenti pada pengisian sembilan blok BMC, tetapi mengarahkan peserta menerjemahkan setiap blok menjadi bagian proposal yang lebih lengkap. Integrasi ini juga membedakan kegiatan dari pelatihan yang hanya berfokus pada pemasaran digital atau pembukuan. Model ini sejalan dengan pendekatan pemberdayaan berbasis kebutuhan dan pendampingan yang dikembangkan dalam kegiatan sejenis (Alfarizi et al., 2024; Yuzaria et al., 2022).

Berdasarkan analisis situasi, permasalahan mitra, dan kesenjangan kegiatan terdahulu, program pengabdian ini bertujuan meningkatkan kapasitas 75 pelaku UMKM binaan Bank Indonesia Provinsi Gorontalo dalam menyusun proposal bisnis berbasis *Business Model Canvas* (BMC). Kegiatan ini diarahkan agar peserta mampu membedakan fungsi Business Model Canvas dan proposal bisnis, mengidentifikasi sembilan blok model bisnis, merumuskan

proposisi nilai (*value proposition*), menentukan pelanggan utama, memilih saluran pemasaran yang tepat, menyusun strategi hubungan pelanggan, memetakan sumber pendapatan, mengenali sumber daya dan aktivitas utama, mengidentifikasi mitra bisnis, serta menyusun struktur biaya secara sistematis sebagai dasar perencanaan dan pengembangan usaha.

Kontribusi praktis kegiatan ini pada tersedianya rancangan BMC dan draft proposal bisnis yang dapat dikembangkan peserta untuk kebutuhan pembiayaan, kemitraan, atau ekspansi usaha. Kontribusi metodologisnya berupa model *workshop* yang menggabungkan pembelajaran kelompok dan konsultasi individual, sehingga materi umum dapat disesuaikan dengan masalah spesifik setiap UMKM. Sementara itu, kontribusi kelembagaan terletak pada penguatan hubungan antara UMKM binaan, Bank Indonesia, fasilitator, dan calon lembaga pembiayaan melalui penyediaan dokumen usaha yang lebih sistematis. Oleh karena itu, program ini diharapkan menjadi model pemberdayaan yang dapat direplikasi dalam pembinaan UMKM di daerah lain, khususnya untuk meningkatkan kapasitas perencanaan, kualitas komunikasi bisnis, dan kesiapan pelaku usaha dalam memperoleh dukungan pengembangan usaha.

2. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif. Mitra tidak hanya menjadi penerima materi, tetapi dilibatkan dalam proses identifikasi kebutuhan, pelaksanaan kegiatan, diskusi, praktik, dan evaluasi. Metode pelaksanaan kegiatan dijabarkan dalam beberapa poin berikut.

Peserta Pengabdian

Peserta dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) binaan Bank Indonesia Kantor Perwakilan Provinsi Gorontalo. Peserta kegiatan berjumlah 75 orang pelaku UMKM yang berasal dari berbagai bidang usaha, seperti makanan dan minuman olahan; kerajinan; fesyen; perdagangan; dan sektor ekonomi kreatif lainnya. Pemilihan peserta pengabdian didasarkan pada kebutuhan peserta dalam memahami konsep proposal bisnis, menyusun *Business Model Canvas*, menentukan segmen pelanggan, merumuskan keunggulan produk, menyusun strategi pemasaran, mengidentifikasi sumber daya dan aktivitas utama, menentukan struktur biaya dan sumber pendapatan, serta meningkatkan kesiapan dalam mengakses pembiayaan usaha. Bank Indonesia Kantor Perwakilan Provinsi Gorontalo bertindak sebagai mitra kelembagaan yang membantu proses pendataan, koordinasi, pengorganisasian, dan pendampingan peserta.

Tempat dan Waktu Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian dilaksanakan pada tanggal 1 - 2 Juli 2026 di OLAKU Galeri UMKM Gorontalo yang beraalamat di Kompleks eks Kantor Bank Indonesia, Jalan Nani Wartabone Nomor 35, Kelurahan Limba U I, Kecamatan Kota Selatan, Kota Gorontalo (<https://maps.app.goo.gl/rvuBfyYTxEgRNPqbA>). Lokasi ini dipilih karena menjadi ruang pembinaan dan promosi produk UMKM, mudah dijangkau oleh peserta, memiliki fasilitas yang mendukung kegiatan pelatihan, memungkinkan pelaksanaan diskusi dan praktik secara berkelompok dan mendukung proses presentasi serta evaluasi hasil kerja peserta.

Keterlibatan Peserta Dampingan

Keterlibatan peserta dalam proses perencanaan dan pengorganisasian kegiatan dilakukan melalui beberapa bentuk berikut:

Tabel 1. Keterlibatan Peserta *Workshop*.

Tahapan	Bentuk Keterlibatan Peserta
Identifikasi kebutuhan	Menyampaikan kendala yang dihadapi dalam pengembangan usaha, meliputi penyusunan proposal bisnis, pemetaan model usaha, penentuan target konsumen, perumusan proposisi nilai, strategi pemasaran, perencanaan pembiayaan, dan penyusunan rencana pengembangan usaha.
Perencanaan kegiatan	Memberikan informasi sebagai dasar penyusunan materi <i>workshop</i> , pemilihan studi kasus, penyusunan lembar kerja, penentuan metode pembelajaran, pembentukan kelompok diskusi, dan penyusunan mekanisme evaluasi.
Pelaksanaan kegiatan	Berpartisipasi aktif dalam pemaparan materi, sesi tanya jawab, berbagi pengalaman usaha, analisis studi kasus, penyusunan <i>Business Model Canvas</i> , diskusi kelompok, presentasi hasil, dan pemberian tanggapan.
Evaluasi dan refleksi	Menilai hasil kerja kelompok, menerima umpan balik dari fasilitator, memberikan masukan kepada kelompok lain, merevisi <i>Business Model Canvas</i> , serta merefleksikan penerapan hasil pembelajaran pada usaha masing-masing.

Metode dan Strategi Pelaksanaan

Metode yang digunakan untuk mencapai tujuan kegiatan terdiri atas beberapa strategi berikut:

Tabel 2. Metode dan Strategi Pelaksanaan Kegiatan.

Metode	Bentuk Pelaksanaan	Tujuan/Aspek yang Dikembangkan
Pemaparan materi	Penyampaian materi menggunakan contoh yang sesuai dengan karakteristik usaha peserta. Materi mencakup pengertian dan fungsi proposal bisnis, hubungan proposal bisnis dengan <i>Business Model Canvas</i> , Sembilan elemen BMC, proses produksi, analisis SWOT, dan komponen dasar proposal bisnis.	Meningkatkan pemahaman konseptual peserta mengenai penyusunan proposal bisnis, penentuan segmen pelanggan, proposisi nilai, strategi pemasaran, sumber daya, aktivitas utama, mitra, pendapatan, dan struktur biaya.
Praktik penyusunan BMC	Peserta dibagi dalam kelompok dan diberikan ilustrasi usaha dan analisisnya. Setiap kelompok menyusun sembilan elemen BMC, yaitu <i>Customer Segments, Value Propositions, Channels, Customer Relationships, Revenue Streams, Key Resources, Key Activities, Key Partnerships</i> , dan <i>Cost Structure</i> berdasarkan usaha mereka sendiri.	Melatih peserta menghubungkan konsep BMC dengan kondisi usaha yang konkret serta menyusun model bisnis secara sistematis.
Diskusi kelompok	Peserta mendiskusikan hasil analisis kasus, bertukar pengalaman usaha, serta menguji ketepatan dan	Mendorong partisipasi aktif, kerja sama, kemampuan analisis, pertukaran

	keterhubungan setiap elemen BMC. Fasilitator memberikan pertanyaan pemantik dan arahan selama diskusi.	pengalaman, dan penyempurnaan model bisnis kelompok.
Presentasi hasil	Setiap kelompok mempresentasikan hasil penyusunan BMC dan menerima pertanyaan, tanggapan, serta masukan dari fasilitator maupun kelompok lain.	Melatih kemampuan menjelaskan model bisnis, menguji hubungan antar elemen, mengidentifikasi kelemahan, dan memperbaiki hasil kerja.
Evaluasi kelompok	Evaluasi dilakukan berdasarkan hasil analisis ilustrasi dan kasus usaha, kualitas BMC, presentasi, dan kemampuan kelompok menjawab pertanyaan.	Menilai ketepatan segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran pemasaran, hubungan pelanggan, sumber pendapatan, sumber daya, aktivitas utama, mitra, struktur biaya, keterhubungan antar elemen, serta kemampuan presentasi.

Tahapan Kegiatan Pengabdian

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan melalui lima tahap berikut:

Tabel 3. Tahapan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat.

Tahap	Kegiatan Utama	Luaran/Tujuan Tahap
Persiapan dan koordinasi	Koordinasi dengan Bank Indonesia Kantor Perwakilan Provinsi Gorontalo, penentuan peserta, identifikasi karakteristik UMKM binaan, penetapan lokasi dan jadwal, penyusunan materi, penyiapan media presentasi, lembar kerja BMC, ilustrasi kasus, instrumen evaluasi, serta pembagian tugas tim pengabdian.	Tersusunnya rencana pelaksanaan, materi, media, instrumen, dan pembagian tugas yang mendukung kelancaran kegiatan.
Identifikasi kebutuhan peserta	Pengumpulan informasi mengenai karakteristik usaha, kendala yang dihadapi, tingkat pemahaman tentang proposal bisnis, kesulitan menyusun model bisnis, serta kebutuhan pembiayaan.	Diperolehnya gambaran kebutuhan peserta sebagai dasar penyesuaian kedalaman materi, contoh kasus, dan bentuk pendampingan.
Pelaksanaan <i>workshop</i>	Pembukaan dan orientasi, penyampaian tujuan kegiatan, pemaparan materi proposal bisnis dan sembilan elemen BMC, pembagian kelompok, analisis ilustrasi kasus, praktik penyusunan BMC, pendampingan fasilitator, diskusi, presentasi, dan penguatan materi.	Meningkatnya pemahaman dan keterampilan peserta dalam menyusun model bisnis secara sistematis dan kontekstual.
Evaluasi kegiatan	Evaluasi proses meliputi kehadiran, keaktifan, keterlibatan dalam diskusi, kerja sama kelompok, kemampuan menyampaikan pendapat, dan ketepatan penyelesaian tugas. Evaluasi hasil meliputi kelengkapan dan ketepatan elemen BMC, keterhubungan antar elemen, kemampuan menganalisis kasus, mempresentasikan hasil, dan memperbaiki model bisnis.	Diperolehnya informasi mengenai tingkat partisipasi, pemahaman, keterampilan, dan pencapaian hasil belajar peserta.
Refleksi dan tindak lanjut	Pemberian umpan balik, perbaikan hasil kerja kelompok, refleksi atas kesulitan peserta, pembahasan penerapan BMC pada usaha masing-masing, pengarahan pengembangan BMC menjadi proposal bisnis, konsultasi usaha, dan pendampingan lanjutan.	Terbentuknya rencana perbaikan dan tindak lanjut agar hasil <i>workshop</i> dapat diterapkan dalam pengembangan usaha peserta.

Indikator Keberhasilan

Indikator keberhasilan kegiatan pengabdian kepada masyarakat disajikan pada Tabel berikut:

Tabel 4. Indikator Keberhasilan Kegiatan Pengabdian.

Indikator Keberhasilan	Target Capaian
Peserta mampu menjelaskan fungsi proposal bisnis.	Peserta memahami manfaat proposal bisnis sebagai alat perencanaan dan pengembangan usaha.
Peserta mampu membedakan proposal bisnis dengan <i>Business Model Canvas</i> (BMC).	Peserta memahami fungsi dan keterkaitan antara proposal bisnis dan BMC.
Peserta mampu mengidentifikasi sembilan elemen <i>Business Model Canvas</i> .	Peserta mengenali dan menjelaskan setiap elemen BMC secara benar.
Peserta mampu menyusun <i>Business Model Canvas</i> berdasarkan studi kasus dan karakteristik usahanya.	Setiap kelompok menghasilkan satu rancangan BMC yang lengkap dan sesuai dengan kasus yang diberikan.
Peserta mampu menjelaskan keterkaitan antar elemen model bisnis.	Peserta mampu menghubungkan setiap elemen BMC menjadi satu model bisnis yang logis.
Peserta berpartisipasi aktif dalam diskusi dan presentasi.	Seluruh kelompok terlibat dalam diskusi, presentasi, dan sesi tanya jawab.
Peserta mampu memperbaiki hasil berdasarkan masukan fasilitator.	Terjadi penyempurnaan rancangan BMC setelah memperoleh umpan balik.
Peserta mampu menggunakan hasil BMC sebagai dasar penyusunan proposal bisnis.	Peserta memiliki rancangan awal yang siap dikembangkan menjadi proposal bisnis sesuai karakteristik usahanya.

3. HASIL

Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Workshop Penyusunan Proposal Bisnis dilaksanakan kepada 75 pelaku UMKM binaan Bank Indonesia Kantor Perwakilan Provinsi Gorontalo dengan pendekatan partisipatif. Kegiatan dirancang untuk meningkatkan kemampuan peserta dalam memahami konsep proposal bisnis, menyusun *Business Model Canvas* (BMC), serta menghubungkan model bisnis dengan rencana pengembangan usaha. Pelaksanaan *workshop* terdiri atas empat sesi utama, yaitu penyampaian materi, praktik penyusunan BMC, diskusi kelompok, dan evaluasi hasil kerja kelompok.

**Gambar 1.** Penyampaian materi *Workshop* Penyusunan Proposal BMC

Sebelum kegiatan dimulai, peserta diberikan orientasi mengenai tujuan *Workshop* serta luaran yang diharapkan. Selanjutnya narasumber menyampaikan materi mengenai konsep proposal bisnis, fungsi proposal sebagai alat perencanaan usaha, serta hubungan antara proposal bisnis dengan *Business Model Canvas*. Setelah memperoleh pemahaman konseptual, peserta dibagi ke dalam beberapa kelompok untuk menyelesaikan studi kasus yang diberikan.

Tabel 5. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan.

Tahap	Aktivitas	Luaran
Pembukaan	Registrasi, orientasi, penyampaian tujuan	Peserta memahami tujuan <i>Workshop</i>
Penyampaian Materi	Proposal Bisnis dan <i>Business Model Canvas</i>	Pemahaman konseptual peserta meningkat
Praktik	Penyusunan BMC berdasarkan gambar studi kasus	<i>Draft Business Model Canvas</i> kelompok
Diskusi	Diskusi kelompok dan pendampingan fasilitator	Penyempurnaan hasil analisis
Presentasi	Presentasi hasil setiap kelompok	Umpan balik antar peserta
Evaluasi	Penilaian hasil kelompok	Perbaikan <i>Business Model Canvas</i>

Hasil Pendampingan Penyusunan *Business Model Canvas*

Tahap praktik menjadi inti kegiatan pengabdian karena peserta secara langsung menerapkan materi yang telah dipelajari. Setiap kelompok memperoleh satu gambaran kasus usaha yang harus dianalisis menggunakan sembilan elemen *Business Model Canvas*. Pendekatan tersebut bertujuan agar peserta tidak hanya memahami teori, tetapi juga mampu mengidentifikasi hubungan antara pelanggan, nilai produk, aktivitas usaha, sumber daya, kemitraan, pendapatan, dan struktur biaya.



Gambar 2. Peserta menyusun *Business Model Canvas*.

Selama proses pendampingan terlihat bahwa sebagian besar peserta pada awalnya lebih mudah menjelaskan produk dibandingkan menjelaskan pelanggan dan proposisi nilai. Setelah memperoleh arahan dari fasilitator, peserta mulai mampu menghubungkan karakteristik produk dengan kebutuhan konsumen sehingga penyusunan BMC menjadi lebih sistematis.

Tabel 6. Hasil Pendampingan Setiap Elemen *Business Model Canvas*.

Elemen BMC	Kondisi Awal	Hasil Setelah Pendampingan
<i>Customer Segments</i>	Menentukan pelanggan secara umum	Mampu mengidentifikasi target pelanggan yang lebih spesifik
<i>Value Proposition</i>	Fokus pada produk	Mampu menjelaskan keunggulan produk sesuai kebutuhan pelanggan
<i>Channels</i>	Terbatas pada penjualan langsung	Mengidentifikasi berbagai saluran pemasaran
<i>Customer Relationship</i>	Belum teridentifikasi	Mampu merancang strategi mempertahankan pelanggan
<i>Revenue Streams</i>	Hanya berasal dari penjualan	Mulai mengenali peluang sumber pendapatan lainnya
<i>Key Resources</i>	Hanya menyebut bahan baku	Mampu mengidentifikasi seluruh sumber daya usaha
<i>Key Activities</i>	Fokus produksi	Memahami aktivitas utama dari hulu hingga hilir
<i>Key Partnerships</i>	Belum mempertimbangkan mitra	Mampu mengidentifikasi pemasok dan mitra strategis
<i>Cost Structure</i>	Belum mengelompokkan biaya	Mampu membedakan biaya tetap dan biaya variabel

Hasil Diskusi Kelompok

Diskusi kelompok menjadi media pembelajaran kolaboratif yang mempertemukan berbagai pengalaman peserta. Selama diskusi, peserta saling bertukar informasi mengenai strategi pemasaran, pengalaman memperoleh pelanggan, pengelolaan biaya, hingga kendala produksi. Proses ini memperlihatkan bahwa pengetahuan peserta tidak hanya berkembang melalui penyampaian materi, tetapi juga melalui pembelajaran antar sesama pelaku UMKM. Presentasi hasil kelompok menunjukkan bahwa sebagian besar peserta telah mampu menjelaskan hubungan antar elemen *Business Model Canvas*. Beberapa kelompok memperoleh masukan mengenai ketepatan penentuan segmen pelanggan dan perumusan *value proposition*, kemudian melakukan revisi terhadap hasil kerja sebelum evaluasi akhir

Tabel 7. Bentuk Partisipasi Peserta Selama *Workshop*.

Aktivitas	Bentuk Partisipasi
Penyampaian materi	Mengajukan pertanyaan dan berdiskusi
Praktik BMC	Menyusun <i>Business Model Canvas</i> secara berkelompok
Presentasi	Menjelaskan hasil analisis kelompok
Diskusi	Memberikan tanggapan terhadap kelompok lain
Evaluasi	Memperbaiki hasil berdasarkan umpan balik fasilitator

Perubahan Pengetahuan Peserta

Evaluasi pembelajaran dilakukan melalui pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta mengenai proposal bisnis dan *Business Model Canvas*. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan penguasaan materi setelah peserta mengikuti seluruh rangkaian *Workshop*.

Tabel 8. Hasil Evaluasi Pembelajaran.

Indikator	Pre-test	Post-test
Rata-rata nilai peserta	34,9	88,8
Peningkatan	53,9 poin	

Peningkatan nilai tersebut menunjukkan bahwa metode pembelajaran yang mengombinasikan ceramah, praktik, diskusi, dan evaluasi mampu meningkatkan pemahaman

peserta mengenai penyusunan model bisnis. Nilai tersebut diperoleh dari setiap jawaban benar diberi skor 1, sedangkan jawaban salah atau tidak lengkap diberi skor 0 yang terdiri dari 10 pertanyaan, skor maksimum setiap peserta adalah 10 atau setara dengan 100.

Tabel 9. Hasil Evaluasi Pembelajaran per Indikator Pertanyaan.

No.	Indikator yang diukur	Pretest benar	Pretest (%)	Post-test benar	Post-test (%)	Peningkatan
1	Pengetahuan awal tentang proposal bisnis	49	65,3%	75	100,0%	34,7 poin
2	Pengetahuan jumlah blok BMC	28	37,3%	70	93,3%	56,0 poin
3	Pemahaman pengertian proposal bisnis	30	40,0%	69	92,0%	52,0 poin
4	Pemahaman pengertian BMC	25	33,3%	68	90,7%	57,4 poin
5	Pengetahuan struktur proposal bisnis	18	24,0%	64	85,3%	61,3 poin
6	Kemampuan menyusun ringkasan eksekutif	20	26,7%	63	84,0%	57,3 poin
7	Pemilihan informasi untuk latar belakang	22	29,3%	61	81,3%	52,0 poin
8	Pemahaman urutan proses produksi	34	45,3%	71	94,7%	49,4 poin
9	Pemahaman strategi <i>Strengths-Opportunities</i>	17	22,7%	60	80,0%	57,3 poin
10	Pemahaman strategi <i>Strengths-Threats</i>	19	25,3%	65	86,7%	61,4 poin
	Rata-rata	26,2	34,9%	66,6	88,8%	53,9 poin

Perubahan Sosial yang Terjadi

Selain peningkatan pengetahuan, kegiatan pengabdian juga menghasilkan perubahan perilaku belajar peserta. Sebelum *Workshop*, sebagian besar peserta memandang proposal bisnis hanya sebagai dokumen administratif untuk memperoleh bantuan atau pembiayaan. Setelah mengikuti kegiatan, peserta mulai memahami proposal bisnis sebagai alat perencanaan usaha yang mengintegrasikan pelanggan, nilai produk, pemasaran, operasional, kemitraan, dan keuangan. Perubahan lain yang muncul adalah meningkatnya budaya belajar kolaboratif. Selama diskusi, peserta aktif berbagi pengalaman mengenai strategi pemasaran, pengelolaan usaha, dan akses pembiayaan. Kondisi tersebut membentuk jejaring belajar antar UMKM yang berpotensi menjadi wadah berbagi informasi setelah kegiatan selesai. Beberapa peserta juga menunjukkan kemampuan memimpin diskusi kelompok, mengoordinasikan pembagian tugas, serta mempresentasikan hasil analisis, yang mengindikasikan munculnya calon *local leader* dalam komunitas UMKM binaan Bank Indonesia.

Tabel 10. Perubahan yang Dihasilkan Program.

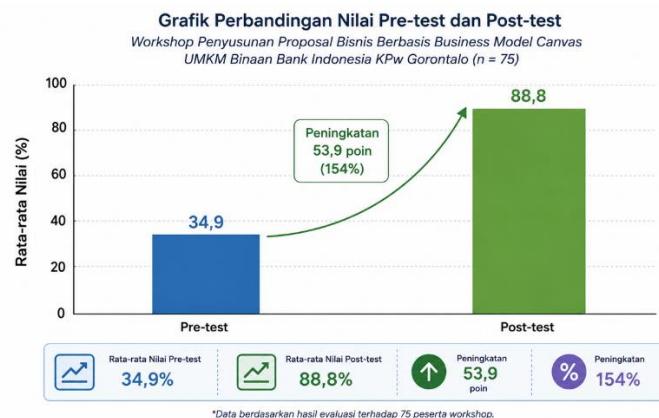
Aspek	Sebelum Kegiatan	Setelah Kegiatan
Pengetahuan	Belum memahami proposal bisnis secara utuh	Memahami fungsi proposal bisnis dan BMC
Keterampilan	Belum mampu menyusun BMC	Mampu menyusun <i>Business Model Canvas</i>
Kolaborasi	Diskusi terbatas	Terbentuk pembelajaran kolaboratif
Kepercayaan diri	Ragu menjelaskan model bisnis	Mampu mempresentasikan model bisnis
Jejaring	Interaksi terbatas	Terbangun jejaring antar pelaku UMKM

Luaran Pengabdian

Sebagai hasil akhir kegiatan, setiap kelompok berhasil menghasilkan satu rancangan *Business Model Canvas* berdasarkan studi kasus yang diberikan. Luaran tersebut menjadi dasar bagi peserta untuk mengembangkan proposal bisnis sesuai dengan karakteristik usaha masing-masing. Selain itu, kegiatan menghasilkan peningkatan kapasitas peserta dalam menganalisis model bisnis, memperkuat jejaring antar pelaku UMKM, serta meningkatkan kesiapan dalam menyusun proposal bisnis sebagai pendukung pengembangan usaha dan akses pembiayaan.

4. DISKUSI

Hasil kegiatan pengabdian menunjukkan bahwa pendekatan *Workshop* partisipatif yang mengombinasikan pemaparan materi, praktik penyusunan *Business Model Canvas* (BMC), diskusi kelompok, presentasi, dan evaluasi mampu meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam memahami konsep model bisnis dan penyusunan proposal bisnis. Peningkatan rata-rata hasil evaluasi dari 34,9% pada pre-test menjadi 88,8% pada post-test menunjukkan bahwa proses pembelajaran yang berorientasi pada pengalaman (*experiential learning*) memberikan dampak positif terhadap penguasaan materi peserta. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kompetensi tidak hanya dipengaruhi oleh penyampaian informasi, tetapi juga oleh keterlibatan aktif peserta dalam mengonstruksi pengetahuan melalui praktik dan refleksi terhadap permasalahan usaha yang mereka hadapi.



Gambar 3. Peningkatan Hasil Belajar Peserta Berdasarkan Nilai *Pre-test* dan *Post-test*.

Keberhasilan kegiatan tidak terlepas dari penggunaan *Business Model Canvas* sebagai media pembelajaran utama. Sebagian besar peserta sebenarnya telah memiliki pengalaman menjalankan usaha, tetapi pengetahuan tersebut belum dituangkan ke dalam kerangka model bisnis yang sistematis. Melalui *Business Model Canvas*, peserta diarahkan untuk mengidentifikasi keterkaitan antara segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran distribusi,

hubungan pelanggan, sumber pendapatan, sumber daya utama, aktivitas utama, mitra utama, dan struktur biaya. Pemetaan tersebut membantu peserta memahami usaha secara menyeluruh, terutama dalam menyesuaikan nilai produk dengan karakteristik pelanggan dan dinamika pasar. Pengambilan keputusan tidak lagi hanya didasarkan pada pengalaman, tetapi mulai ditopang oleh analisis pelanggan, nilai produk, dan pilihan saluran pemasaran yang lebih terstruktur. Hal ini menekankan pentingnya konsistensi nilai, identitas, dan orientasi pelanggan dalam pengembangan produk (Frota et al., 2023), selain itu pemahaman terhadap perilaku dan preferensi konsumen diperlukan dalam menentukan strategi pasar (Yamada, 2022).

Pendekatan pembelajaran berbasis praktik menjadi faktor penting dalam peningkatan kompetensi peserta. Pada tahap praktik, peserta tidak hanya diminta mengisi sembilan elemen BMC, tetapi juga menganalisis gambar atau ilustrasi kasus dan menghubungkannya dengan kondisi usaha yang dijalankan. Kegiatan tersebut mendorong peserta untuk mengidentifikasi masalah, membandingkan pengalaman usaha dengan materi yang diperoleh, dan menyusun alternatif penyelesaian secara berkelompok. Proses ini menunjukkan bahwa pembelajaran orang dewasa lebih efektif ketika materi disampaikan melalui pengalaman konkret, latihan langsung, dan pemecahan masalah yang dekat dengan kebutuhan peserta. Temuan tersebut menempatkan pelatihan berbasis kebutuhan dan praktik sebagai bagian penting dalam peningkatan kapasitas usaha (Ismawati et al., 2023), serta menekankan perlunya desain *Workshop* yang adaptif terhadap karakteristik dan persoalan aktual peserta (Triono et al., 2023).



Gambar 4. Perwakilan kelompok Mempresentasikan Hasil Penyusunan BMC.

Selain meningkatkan pengetahuan, kegiatan ini menghasilkan perubahan cara pandang peserta terhadap fungsi proposal bisnis. Sebelum mengikuti *Workshop*, sebagian peserta memandang proposal bisnis terutama sebagai dokumen administratif untuk mengajukan bantuan atau pembiayaan. Setelah mengikuti pendampingan, peserta mulai memahami bahwa proposal bisnis merupakan instrumen perencanaan yang menghubungkan aspek pelanggan, pemasaran, operasional, keuangan, dan strategi pengembangan usaha. Perubahan tersebut menunjukkan pergeseran dari orientasi yang hanya berfokus pada produksi menuju pola pikir

yang lebih strategis dan berorientasi pada keberlanjutan usaha. Temuan ini sejalan dengan Faidati & Khozin (2021) yang mengaitkan penguatan kapasitas kewirausahaan dengan kemampuan mengelola keuangan dan mengambil keputusan usaha secara lebih terencana, serta Yuda et al. (2021) yang menekankan pentingnya pemahaman aspek keuangan sebagai bagian dari perencanaan dan pengembangan UMKM.

Perubahan sosial selama kegiatan terlihat dari meningkatnya interaksi antar pelaku UMKM yang sebelumnya cenderung mengelola usaha secara individual. Peserta mulai berbagi informasi mengenai pemasok, strategi promosi, penggunaan media digital, pengalaman melayani pelanggan, dan akses terhadap pembiayaan. Beberapa peserta juga mulai berperan sebagai penggerak kelompok dengan membantu anggota lain memahami konsep BMC, mengoordinasikan pembagian tugas, dan mempresentasikan hasil diskusi. Kondisi tersebut menunjukkan munculnya pembelajaran kolektif, penguatan jejaring, dan potensi kepemimpinan lokal sebagai modal sosial bagi keberlanjutan pemberdayaan. Temuan ini menekankan pentingnya peningkatan kapasitas digital dan pertukaran pengetahuan dalam memperluas jejaring UMKM (Sahputra et al., 2023), serta kegiatan branding dan pemasaran berbasis komunitas dapat mendorong kolaborasi dan partisipasi pelaku usaha (Saputra & Murhadi, 2023).



Gambar 5. Pelaksanaan Pelatihan Penyusunan Proposal Bisnis BMC.

TEMPLATE BUSINESS MODEL CANVAS (BMC)
← Untuk UMKM →

Nama Usaha : _____ Produk / Jasa : _____		Tanggal : _____ Disusun oleh : _____	
1 CUSTOMER SEGMENTS Pertanyaan: • Siapa yang membeli produk/jasa? • Bagaimana perilaku mereka? • Bagaimana pengalaman mereka? • Bagaimana kebutuhan mereka? • Bagaimana saluran distribusi? • Bagaimana saluran pemasaran? • Bagaimana saluran distribusi? • Bagaimana saluran pemasaran?	2 VALUE PROPOSITION Pertanyaan: • Bagaimana nilai yang ditawarkan? • Bagaimana manfaat yang dirasakan? • Bagaimana pengalaman yang dirasakan? • Bagaimana saluran distribusi? • Bagaimana saluran pemasaran? • Bagaimana saluran distribusi? • Bagaimana saluran pemasaran?	CHANNELS Pertanyaan: • Bagaimana saluran distribusi? • Bagaimana saluran pemasaran? • Bagaimana saluran distribusi? • Bagaimana saluran pemasaran?	
4 CUSTOMER RELATIONSHIP Pertanyaan: • Bagaimana hubungan dengan pelanggan? • Bagaimana saluran distribusi? • Bagaimana saluran pemasaran? • Bagaimana saluran distribusi? • Bagaimana saluran pemasaran?	5 REVENUE STREAMS Pertanyaan: • Bagaimana aliran pendapatan? • Bagaimana saluran distribusi? • Bagaimana saluran pemasaran? • Bagaimana saluran distribusi? • Bagaimana saluran pemasaran?	6 KEY RESOURCES Pertanyaan: • Apa saja sumber daya yang dibutuhkan? • Bagaimana saluran distribusi? • Bagaimana saluran pemasaran? • Bagaimana saluran distribusi? • Bagaimana saluran pemasaran?	
7 KEY ACTIVITIES Pertanyaan: • Apa saja aktivitas utama usaha? • Bagaimana saluran distribusi? • Bagaimana saluran pemasaran? • Bagaimana saluran distribusi? • Bagaimana saluran pemasaran?	8 KEY PARTNERS Pertanyaan: • Siapa mitra usaha? • Bagaimana saluran distribusi? • Bagaimana saluran pemasaran? • Bagaimana saluran distribusi? • Bagaimana saluran pemasaran?	9 COST STRUCTURE Pertanyaan: • Bagaimana struktur biaya? • Bagaimana saluran distribusi? • Bagaimana saluran pemasaran? • Bagaimana saluran distribusi? • Bagaimana saluran pemasaran?	

TIPS: Isi setiap blok dengan informasi yang paling relevan untuk usaha Anda. Sertakan detail dan spesifikasi lainnya, sertakan juga model bisnis Anda!

Gambar 6. Presentasi Peserta sebagai Bagian dari Evaluasi.

Dari perspektif pengembangan kapasitas, peningkatan kemampuan peserta tidak terjadi secara instan, tetapi melalui tahapan yang saling berkaitan, mulai dari identifikasi kebutuhan, pemberian pengetahuan dasar, praktik, diskusi, presentasi, refleksi, hingga evaluasi. Tahapan tersebut menghasilkan perubahan bertingkat, yaitu bertambahnya pengetahuan, meningkatnya keterampilan menyusun model bisnis, dan berkembangnya kemampuan untuk menilai kembali kondisi usaha. Pendekatan partisipatif memberi ruang kepada peserta untuk membangun pengetahuan berdasarkan pengalaman sendiri sehingga hasil pembelajaran menjadi lebih kontekstual dan mudah diterapkan. Pola ini menempatkan pelatihan dan pendampingan penyusunan rencana bisnis sebagai proses bertahap (Yuzaria et al., 2021), serta peningkatan kapasitas UMKM perlu disesuaikan dengan kebutuhan, karakteristik usaha, dan kemampuan peserta dalam mengadopsi strategi baru (Widodo et al., 2022).

Kegiatan ini juga menghasilkan temuan teoritis bahwa *Business Model Canvas* tidak hanya berfungsi sebagai alat pemetaan model bisnis, tetapi dapat dimanfaatkan sebagai media transformasi pengetahuan dalam proses pemberdayaan masyarakat. BMC membantu peserta mengubah pengalaman usaha yang sebelumnya bersifat implisit menjadi pengetahuan yang lebih terstruktur, dapat didiskusikan, dievaluasi, dan dikomunikasikan. Melalui proses analisis kasus, penyusunan kanvas, presentasi, dan umpan balik, peserta belajar menghubungkan data pelanggan, kegiatan operasional, sumber daya, biaya, dan pendapatan dalam satu kerangka pengambilan keputusan. Hal ini menunjukkan pentingnya pemanfaatan informasi dan analisis dalam merespons permasalahan bisnis (Chen & Biswas, 2021), serta menekankan perlunya kerangka sistematis untuk menghubungkan penciptaan nilai, strategi pemasaran, dan keberlanjutan keputusan usaha (Kelleci & Yıldız, 2021).

Di sisi lain, kegiatan ini masih memiliki keterbatasan karena pendampingan dilaksanakan dalam waktu relatif singkat. Tidak seluruh peserta dapat menyusun proposal bisnis lengkap berdasarkan karakteristik usahanya, sedangkan evaluasi masih berfokus pada peningkatan pengetahuan dan kemampuan menyusun *Business Model Canvas*. Oleh karena itu, diperlukan tindak lanjut berupa konsultasi individual, penyempurnaan proposal, penguatan pencatatan keuangan, monitoring implementasi model bisnis, dan fasilitasi kemitraan. Kebutuhan terhadap pendampingan berkelanjutan tersebut sejalan dengan (Karta et al., 2022), yang menekankan bahwa program penguatan usaha perlu dilanjutkan melalui pembinaan sesuai kebutuhan dan perkembangan peserta.

Secara keseluruhan, pendekatan pembelajaran partisipatif berbasis *Business Model Canvas* mampu meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam memahami model usaha dan menyusun dasar proposal bisnis. Integrasi antara pemaparan materi, praktik, diskusi,

presentasi, evaluasi, dan umpan balik tidak hanya meningkatkan pengetahuan, tetapi juga membangun kesadaran mengenai pentingnya perencanaan usaha, memperkuat interaksi antar pelaku UMKM, dan mendorong terbentuknya jejaring pembelajaran dalam komunitas binaan Bank Indonesia Kantor Perwakilan Provinsi Gorontalo. Pendekatan ini berpotensi direplikasi pada kelompok UMKM lain dengan penyesuaian terhadap jenis usaha, tingkat literasi bisnis, dan kebutuhan pendampingan. Akhmatova et al. (2023) menegaskan pentingnya integrasi antara pengelolaan sumber daya, proses operasional, dan kolaborasi dalam meningkatkan efektivitas organisasi, sedangkan Guido et al. (2022) menunjukkan perlunya perencanaan berbasis informasi untuk mendukung pengambilan keputusan bisnis yang lebih sistematis.

5. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui *Workshop* Penyusunan Proposal Bisnis Berbasis *Business Model Canvas* (BMC) berhasil meningkatkan kapasitas UMKM binaan Bank Indonesia Kantor Perwakilan Provinsi Gorontalo dalam memahami konsep model bisnis dan penyusunan proposal bisnis. Pendekatan partisipatif yang mengombinasikan pemaparan materi, praktik penyusunan BMC, diskusi kelompok, presentasi, dan evaluasi terbukti mampu meningkatkan pemahaman peserta, yang ditunjukkan oleh peningkatan rata-rata nilai dari 34,9 pada *pre-test* menjadi 88,8 pada *post-test*. Selain peningkatan pengetahuan dan keterampilan, kegiatan ini juga mendorong terbentuknya pembelajaran kolaboratif, meningkatnya kepercayaan diri peserta dalam mempresentasikan model bisnis, serta tumbuhnya kesadaran bahwa proposal bisnis merupakan instrumen penting dalam perencanaan dan pengembangan usaha. Berdasarkan hasil tersebut, model pendampingan berbasis *Business Model Canvas* dapat dijadikan sebagai salah satu alternatif strategi pemberdayaan UMKM karena tidak hanya memperkuat kompetensi teknis, tetapi juga mendorong perubahan cara berpikir dalam mengelola usaha secara lebih sistematis. Untuk menjaga keberlanjutan dampak program, diperlukan pendampingan lanjutan dalam penyempurnaan proposal bisnis, konsultasi pengembangan usaha, serta fasilitasi akses pembiayaan sehingga kemampuan yang telah diperoleh peserta dapat diimplementasikan secara optimal dalam pengembangan usaha masing-masing.

PENGAKUAN

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Bank Indonesia Kantor Perwakilan Provinsi Gorontalo atas dukungan, fasilitasi, dan kerja sama dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini. Apresiasi juga disampaikan kepada seluruh UMKM binaan yang telah

berpartisipasi aktif dalam pelatihan, praktik, diskusi, dan evaluasi. Ucapan terima kasih diberikan kepada panitia penyelenggara yang telah membantu persiapan dan pelaksanaan kegiatan, serta kepada seluruh pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung.

DAFTAR REFERENSI

- Akhmatova, M.-S., Deniskina, A., Akhmatova, D.-M., Cepreeba, C. A., & Orlov, A. K. (2023). Applying Lean Manufacturing, Corporate Social Responsibility and the Hungarian Method for Supply Chain Project Management. *E3s Web of Conferences*, 376, 01097. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202337601097>
- Albăstroi, I., Negruțiu, C., Felea, M., Acatrinei, C., Cepoi, A., & Istrate, A. (2021). Toward a Circular Economy in the Toy Industry: The Business Model of a Romanian Company. *Sustainability*, 14(1), 22. <https://doi.org/10.3390/su14010022>
- Alfarizi, M. Z., Salsabila, S. N., Rozaan, F. F. J., Rafeinia, D. C., & Yeza, A. (2024). Oemah Oeyah: Rumah Inovasi Garam Sebagai Bentuk Community Based Resources Management Di Kalurahan Purwodadi, Gunungkidul. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 4(1), 77-84. <https://doi.org/10.52436/1.jpmi.1978>
- Chen, Y., & Biswas, M. I. (2021). Turning Crisis Into Opportunities: How a Firm Can Enrich Its Business Operations Using Artificial Intelligence and Big Data During COVID-19. *Sustainability*, 13(22), 12656. <https://doi.org/10.3390/su132212656>
- Faidati, N., & Khozin, M. (2021). Pemberdayaan Komunitas UMKM Buka Lapak UNISA (Bu-Lisa) Di Era Pandemi Covid-19. *Masyarakat Berdaya Dan Inovasi*, 2(1), 23-31. <https://doi.org/10.33292/mayadani.v2i1.38>
- Frota, R., Deus, E. P. d., Victor Manoel Cunha de Almeida, & Casotti, L. M. (2023). Clubinho Preto: Children Growing Up With Racial Diversity. *Revista De Administração Contemporânea*, 27(6). <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac2023220269.en>
- Guido, G., Ugolini, M. M., & Sestino, A. (2022). Active Ageing of Elderly Consumers: Insights and Opportunities for Future Business Strategies. *Sn Business & Economics*, 2(1). <https://doi.org/10.1007/s43546-021-00180-4>
- Ismawati, L., Rukhviyanti, N., Putra, K., & Sasmita, B. C. (2023). Workshop Penyusunan Business Plan Pada Pondok Pesantren Rojaul Huda Ypi Darun Nasya Bandung Barat. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (Adi Dharma)*, 1(2), 62-68. <https://doi.org/10.58268/adidharma.v2i1.35>

- Karta, I. W., Burhannuddin, B., & Suiroaka, I. P. (2022). Entrepreneur Salak Sukses: Pengembangan Kewirausahaan Berbasis Produk Salak Pada Mahasiswa Dan Alumni. *Jurnal Abdimas Ilmiah Citra Bakti*, 3(2), 114-128. <https://doi.org/10.38048/jailcb.v3i2.964>
- Kelleci, A., & Yıldız, O. (2021). A Guiding Framework for Levels of Sustainability in Marketing. *Sustainability*, 13(4), 1644. <https://doi.org/10.3390/su13041644>
- Mello, A. M. de, & Ressurreicao, M. de J. da. (2023). Circular Business Models in Automotive Industry. *New Business Models Conference Proceedings*. <https://doi.org/https://doi.org/10.26481/mup.2302.02>
- Permatasari, A., Retnowati, R., & Witono, A. B. M. (2023). Pemberdayaan Kewirausahaan Yang Berkelanjutan Pada Usaha Komunitas Di Desa Sruweng-Kebumen, Provinsi Jawa Tengah. *Jurnal Abdi Insani*, 10(3), 1972-1982. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v10i3.1024>
- Sahputra, I., Fakhurrazi, F., Irwansyah, D., Angelina, D., & Zohra, S. F. A. (2023). Pelatihan Dan Pendampingan Pemanfaatan Media Digital Untuk Medukung Peningkatan Pemasaran Produk UKM Di Desa Uteunkot Kota Lhokseumawe. *Ajad Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(3). <https://doi.org/10.59431/ajad.v3i3.197>
- Saputra, M. H., & Murhadi, M. (2023). Akselerasi Peningkatkan Kinerja UMKM Pengerajin Bambu Melalui Digital Marketing. *Surya Abdimas*, 7(3), 401-413. <https://doi.org/10.37729/abdimas.v7i3.3110>
- Satria, H., Sari, D. M., Budiwirman, B., & Purnomo, E. P. (2023). Pengembangan Kapasitas Kepemudaan Di Sumatera Barat Melalui Workshop Branding Dan Digital Marketing. *Swarna Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(11), 1125-1132. <https://doi.org/10.55681/swarna.v2i11.992>
- Triono, S. P. H., Kristanti, F. T., & Salim, D. F. (2023). Pelatihan Kewirausahaan Untuk Mendukung Kapasitas Kewirausahaan Bagi SMK YPPS Sumedang. *Inovasi Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 63-72. <https://doi.org/10.54082/ijpm.120>
- Usman, A., Sobarsyah, M., & Mustari, B. (2024). Peningkatan Kapasitas Pengelolaan Keuangan UMKM Di Majelis Taklim Mesjid Al-Muhajirat Kelurahan Biring Romang Kota Makassar. *Swarna Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(4), 340-345. <https://doi.org/10.55681/swarna.v3i4.1277>
- Widodo, E. M., Avizenna, M. H., & Purnomo, T. A. (2022). Digital Marketing for Ring Craftsmen in Basen Village, Kotagede, Yogyakarta. *Community Empowerment*, 7(11), 1967-1972. <https://doi.org/10.31603/ce.7936>

- Yamada, H. (2022). Japanese Industrial Technological Structure Based on the Number of Patent Applications by Technical Field. *Library Hi Tech*, 42(3), 925-946. <https://doi.org/10.1108/lht-04-2022-0188>
- Yuda, A. E., Prastyabudi, S. K. W. A., Fauzi, S. Kom. M. D., & Nurdin, S. (2021). Penerapan System Thinking Untuk Peningkatan Branding Dan Optimalisasi Manajemen Usaha Pada UKM Handy Craft Az-Zahra. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Corporate Social Responsibility (Pkm-Csr)*, 4, 1191-1201. <https://doi.org/10.37695/pkmcsr.v4i0.1246>
- Yunas, N. S., Hakim, A. I., & Alisa, A. N. (2022). Penguatan Kapasitas Perempuan Dan Generasi Muda Dalam Pengembangan Industri Kreatif Desa Melalui Komunitas Ruang Inovasi Kabupaten Jombang. *Surya Abdimas*, 6(3), 471-480. <https://doi.org/10.37729/abdimas.v6i3.1772>
- Yuzaria, D., Khairati, M., Rastosari, A., Rias, A. I., & Edwiza, D. (2022). Program Berkelanjutan Membantu Nagari Membangun Di Nagari Sungai Kamuyang Kecamatan Luak Kabupaten Lima Puluh Kota. *Logista - Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 383. <https://doi.org/10.25077/logista.5.2.383-390.2021>
- Yuzaria, D., Khairati, R., Rastosari, A., Rias, A. I., & Edwiza, D. (2021). Program Penguatan Bisnis BUMNag Sungai Kamuyang Kenagarian Sungai Kamuyang Kabupaten Lima Puluh Kota. *Warta Pengabdian Andalas*, 28(4), 377-385. <https://doi.org/10.25077/jwa.28.4.377-385.2021>