



Pembinaan Strategi Perencanaan Usaha UMKM Menuju Bisnis Digital dengan Metode *Business Model Canvas*

**Yudhi Prasetyo^{1*}, Sila Ninin Wisnantiasri², Nindya Farah Dwi Puspitasari³,
Novta Winkey Pradana⁴, Shufia Zuhroh⁵, Nadhira Hardiana⁶,
Krist Setyo Yulianto⁷**

^{1, 2, 3, 4} Program Studi Akuntansi, Universitas Terbuka, Tangerang Selatan, Indonesia

^{5, 6, 7} Program Studi Akuntansi keuangan Publik, Universitas Terbuka, Tangerang Selatan, Indonesia

*Corresponding author: yudhiprasetyo@ecampus.ut.ac.id

Received 21-04-2025

Revised 29-04-2025

Published 02-06-2025

ABSTRAK

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM di Desa Situ Udik dalam merancang kerangka bisnis berbasis digital menggunakan pendekatan Business Model Canvas (BMC). Melalui pelatihan dan pendampingan, peserta dibimbing menyusun model bisnis yang mencakup sembilan elemen utama, mulai dari segmen pelanggan hingga struktur biaya. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa sebagian besar peserta berhasil menyusun kerangka bisnis yang lebih sistematis, mengenali kekuatan dan kelemahan usaha, serta merumuskan strategi pengembangan jangka menengah. Selain itu, peserta mulai mengintegrasikan promosi digital melalui media sosial dan merancang saluran distribusi yang lebih efektif. Beberapa UMKM juga mulai memanfaatkan aplikasi sederhana untuk pencatatan keuangan. Temuan ini menunjukkan bahwa BMC efektif sebagai alat pengembangan model bisnis digital, mendorong UMKM lebih adaptif dan kompetitif dalam menghadapi perubahan pasar serta menyiapkan strategi pertumbuhan usaha yang berkelanjutan.

Kata kunci: Business Model Canvas; UMKM; Desa Situ Udik, Bisnis Digital.

ABSTRACT

This community service aims to increase the capacity of MSMEs in Situ Udik Village in designing a digital-based business framework using the Business Model Canvas (BMC) approach. Through training and mentoring, participants are guided to develop a business model that includes nine main elements, from customer segments to cost structures. The results of the activity showed that most participants succeeded in developing a more systematic business framework, recognizing business strengths and weaknesses, and formulating medium-term development strategies. In addition, participants began to integrate digital promotions through social media and design more effective distribution channels. Several MSMEs have also begun to utilize simple applications for financial recording. These findings indicate that BMC is effective as a tool for developing digital business models, encouraging MSMEs to be more adaptive and competitive in facing market changes and preparing sustainable business growth strategies.

Keywords: Business Model Canvas; MSMEs; Situ Udik Village, Business Digital.

PENDAHULUAN

Keberadaan dan perkembangan bisnis UMKM sangat memiliki kontribusi yang besar untuk meningkatkan perekonomian terutama dalam bidang pasar lokal karena



akan meningkatkan ekonomi, sosial, dan budaya serta ciri khas tertentu untuk komunitas setempat dimana usaha tersebut terjadi. UMKM memberikan kontribusi yang sangat besar pada pertumbuhan ekonomi ditingkat regional dengan peran memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat sekitar untuk menjalankan roda perputaran ekonomi (Nugroho et al., 2024).

Pengusaha dalam sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) telah menghadapi berbagai tantangan yang rumit, terutama setelah melewati masa krisis yang ditimbulkan oleh pandemi Covid-19 (Nalini, 2021). Situasi setelah pandemi telah memaksa para pelaku usaha untuk tidak hanya bertahan, tetapi juga beradaptasi dengan berbagai cara melalui inovasi dan kreativitas. Dalam situasi seperti ini, terus berinovasi, baik dalam hal membuat produk baru, mengembangkan berbagai layanan, maupun menggunakan teknologi digital seperti e-commerce, media sosial, dan sistem pembayaran daring, yang semakin mendominasi perilaku konsumen modern (Agung Ngurah Wisnawa et al., 2025; Halimah, 2025; Solehudin et al., 2023). Selain itu, peningkatan kapasitas manajemen dan adaptasi terhadap regulasi pemerintah yang terus berubah merupakan bagian penting dari meningkatkan daya saing UMKM di lingkungan bisnis yang semakin kompetitif. Keberlanjutan bisnis juga bergantung pada kemampuan untuk bekerja sama lintas sektor, membangun jaringan kemitraan strategis, dan mendapatkan akses ke sumber daya dan informasi yang relevan (Endayani et al., 2024). Akibatnya, keberhasilan UMKM dalam menghadapi tantangan pasca pandemi sangat bergantung pada kemampuan mereka untuk terus menerapkan strategi inovatif, memanfaatkan peluang digitalisasi, dan membangun ketahanan usaha yang fleksibel dan responsif terhadap perubahan dalam lingkungan bisnis mereka (Putri & Widadi, 2024).

Berbagai aspek kehidupan manusia telah mengalami perubahan besar selama era digital, termasuk dalam dunia bisnis yang semakin bergantung pada teknologi (Br.Sinulingga & Nasution, 2024). Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dapat meningkatkan efisiensi dan daya saing mereka berkat kemajuan Teknologi, informasi dan komunikasi (Saptariantanto et al., 2024). UMKM sangat bergantung pada inovasi untuk menghadapi tantangan global, terutama dalam hal teknologi digital. Inovasi ini mencakup berbagai hal, mulai dari membuat produk yang lebih sesuai dengan pasar hingga meningkatkan efisiensi proses bisnis. Selain itu, UMKM semakin banyak menggunakan transformasi model bisnis melalui platform digital (Aditya, 2024). Ini memungkinkan mereka untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan, menjangkau pasar yang lebih luas, dan memenuhi kebutuhan konsumen dengan lebih cepat (Herdiyani et al., 2022).

Untuk menemukan masalah yang perlu diperhatikan, strategi yang telah diterapkan harus dievaluasi melalui evaluasi model bisnis yang sedang dijalankan (Permatasari et al., 2024). Untuk mengevaluasi model bisnis yang sedang dijalankan, salah satunya dapat menggunakan Business Model Canvas (BMC) (Osterwalder, 2017). Selain itu, BMC ini memberikan pemilik usaha kemampuan untuk menyederhanakan konsep bisnis yang rumit menjadi rencana bisnis yang terdiri dari sembilan elemen utama yang terintegrasi dengan baik, yang mencakup analisis strategi internal dan

eksternal Perusahaan (Candraningrat et al., 2021). Selain itu salah satu strategi yang dapat digunakan untuk menentukan bentuk bisnis yang sedang atau akan dijalani juga dikenal sebagai Business Model Generation. Sembilan elemen dasar yang membentuk model bisnis terdiri dari dua balok bangun dasar, value propositions (proposisi nilai), channel (saluran), customer relationships (hubungan pelanggan), revenue streams (arus pendapatan), key resources (sumber daya utama), key activities (aktivitas kunci), key partnerships (kemitran kunci), dan cost structure (Osterwalder, 2017). Baik untuk bisnis baru maupun yang sudah ada, kanvas ini adalah alat manajemen strategis yang bagus (Muktarom et al., 2022).

Kegiatan ini sangat penting karena pelaku UMKM membutuhkan alat strategis yang dapat membantu mereka merancang, mengevaluasi, dan mengoptimalkan model bisnis yang sesuai dengan kebutuhan pasar terutama dalam perkembangan bisnis UMKM (Mavilinda et al., 2021). Salah satu pendekatan yang paling tepat adalah *Business Model Canvas* (BMC), yang membantu pelaku UMKM memahami elemen penting dalam bisnis mereka secara visual dan terstruktur (Priadi et al., 2023). Dengan memahami BMC, pelaku UMKM dapat lebih mudah menemukan peluang, membuat strategi, dan meningkatkan efektivitas dan efisiensi operasional bisnis mereka (Yohanna & Sondari, 2019). Hal ini menjadi sangat penting untuk kelangsungan bisnis dan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi lokal yang inklusif dan berkelanjutan. Selain itu juga BMC memberikan penjelasan dasar tentang proses pembentukan, pemasaran, dan evaluasi operasi bisnis. Dengan waktu, banyak bisnis start-up telah menggunakan metode BMC karena lebih mudah dan cepat untuk menyampaikan ide bisnis daripada metode lain seperti business plan (Noventa et al., 2023).

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) Pembinaan Strategi Perencanaan Usaha UMKM Menuju Bisnis Digital Dengan *Metode Business Model Canvas* sangat penting untuk meningkatkan kapasitas pelaku usaha lokal di era digital yang semakin kompetitif. Sebagai bagian dari sektor ekonomi masyarakat lokal sekitar, UMKM Desa Situ Udik menghadapi tantangan besar dalam mengelola usaha secara berkelanjutan, terutama di tengah arus digitalisasi dan perilaku konsumen yang semakin berubah. Dalam kegiatan ini, tim dosen dari Program Studi Akuntansi dan Akuntansi Keuangan Publik Universitas Terbuka akan membantu UMKM dengan membangun dan memahami *Business Model Canvas* (BMC) sebagai alat perencanaan bisnis yang terstruktur untuk berbisnis di era digital, sederhana, dan berguna untuk memperluas dan memetakan bisnis yang sudah di jalankan sesuai dan tepat sehingga permasalahan dapat di tanggulasi. Pendekatan pelatihan dan pendampingan melalui metode BMC membantu UMKM untuk menemukan segmen pelanggan, nilai yang ditawarkan, saluran distribusi, hubungan pelanggan, sumber pendapatan, sumber daya utama, aktivitas utama, mitra utama, dan struktur biaya. Ini membuat strategi bisnis mereka lebih fokus dan siap untuk bersaing di era digital dan meningkatkan digitalisasi bisnis sesuai dengan perkembangan zaman. Selain meningkatkan pemahaman teoritis, pendampingan ini juga memberikan keterampilan praktis yang dapat diterapkan dalam pengelolaan usaha sehari-hari. Akibatnya, inisiatif PKM ini

menjadi sangat penting sebagai langkah strategis untuk mendorong kemandirian ekonomi desa, mempercepat adaptasi digital usaha mikro dan kecil, dan meningkatkan kontribusi akademik Universitas Terbuka dalam membangun masyarakat yang produktif dan berdaya saing.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilakukan melalui beberapa tahapan. Tahapan ini dirancang secara sistematis dan terstruktur seperti ditunjukkan pada Gambar 1 di bawah. Untuk memastikan bahwa peserta memahami dan menerapkan setiap materi pelatihan secara langsung, pendekatan yang digunakan bersifat partisipatif dan aplikatif (Zakaria et al., 2024).

DIAGRAM ALIR PELAKSANAAN



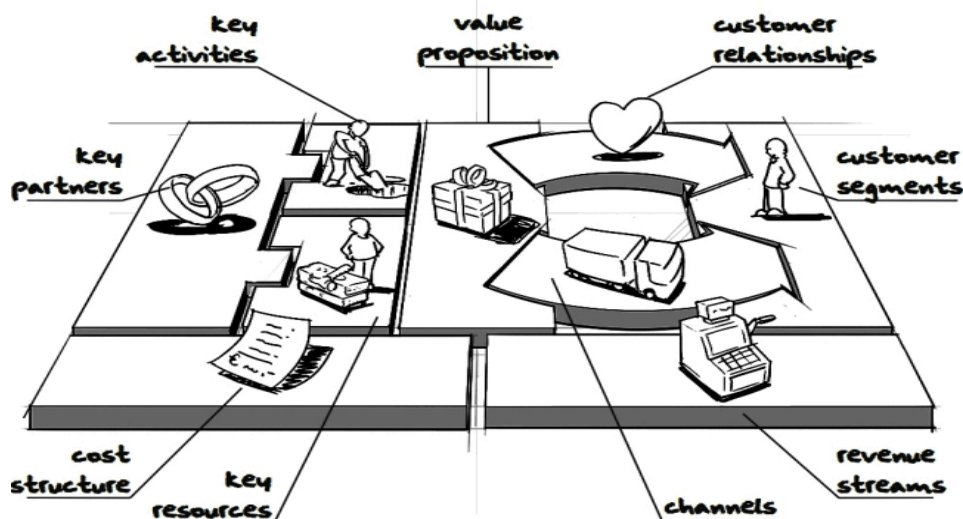
Gambar 1. Diagram Alir Kegiatan Pelaksanaan

Kegiatan dimulai dengan mengidentifikasi kebutuhan melalui observasi lapangan dan wawancara awal dengan mitra UMKM untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang profil bisnis, masalah yang dihadapi, dan seberapa siap mereka untuk menerima intervensi pelatihan. Hasil dalam asesment yang dilakukan awal menunjukkan bahwa tim dosen dari Program Studi Akuntansi dan Akuntansi Keuangan Publik Universitas Terbuka akan membuat modul pelatihan berupa bookley yang berfokus pada pemahaman konsep dan implementasi *Business Model Canvas* (BMC) dengan aplikatif pengembangan untuk pembuatan model bisnis menuju digitalisasi, serta cara mengadaptasinya untuk digitalisasi bisnis UMKM yang berkelanjutan.

Selanjutnya, bagian pelatihan dilakukan dalam bentuk workshop interaktif. Workshop ini menggabungkan penyampaian materi secara teoritis dengan praktik penyusunan BMC secara langsung oleh masing-masing peserta. Materi pelatihan mencakup pemahaman tentang sembilan komponen utama BMC. Ini termasuk segmen pelanggan, proposal nilai, jalur, hubungan pelanggan, sumber daya penting, kegiatan penting, kolaborasi penting, dan struktur biaya (Sulastri et al., 2022). Disertai dengan contoh-contoh aplikatif, setiap komponen dijelaskan secara rinci dan disesuaikan dengan karakteristik bisnis UMKM Desa Situ Udik. Peserta diberi lembar kerja untuk mengisi setiap blok BMC berdasarkan kondisi aktual usaha mereka. Selama proses ini, tim dosen bertindak sebagai pendamping dan fasilitator aktif. Selain itu para dosen juga membantu mengarahkan diskusi, memfasilitasi pertukaran pengalaman, dan

memberikan umpan balik yang bermanfaat untuk meningkatkan pemahaman peserta tentang kerangka berpikir strategis yang disediakan oleh BMC.

Akhir dari pendekatan ini adalah pendampingan dan evaluasi hasil penerapan BMC oleh UMKM. Tim dosen membantu memperbaiki dan menyesuaikan model bisnis pada tahap ini, terutama berkaitan dengan masalah digitalisasi seperti penggunaan media sosial, penggunaan aplikasi pencatatan keuangan digital, dan strategi pemasaran berbasis internet (Diatmika & Yahya, 2021). Untuk mengevaluasi keberhasilan pelatihan, metode kuantitatif dan kualitatif digunakan, termasuk kuesioner dan pemberian testimoni secara langsung dengan peserta. Kegiatan PKM ini diharapkan mampu meningkatkan kapasitas strategis UMKM Situ Udik dan meningkatkan kontribusi akademik Universitas Terbuka. Berikut bentuk model BMC yang digunakan dalam pelatihan yang dilakukan dalam pengabdian kepada Masyarakat di UMKM Desa Situ Udik Kabupaten Bogor.



Gambar 2. Business Model Canvas (Osterwaldr, Pigneur, 2010)

HASIL KEGIATAN

Hasil dari Pembinaan Strategi Perencanaan Usaha UMKM Menuju Bisnis Digital Dengan *Metode Business Model Canvas* menunjukkan bahwa pemahaman dan kemampuan strategis para pelaku UMKM dalam mengelola usaha mereka diperkuat dengan metode yang dirancang secara partisipatif dan aplikatif. Di awal kegiatan, ditemukan bahwa sebagian besar pelaku UMKM menjalankan usahanya secara konvensional tanpa pemetaan model bisnis yang jelas dan tidak memahami konsep perencanaan bisnis berbasis digital secara terstruktur. Tim dosen mendapatkan data penting tentang kondisi riil lapangan melalui observasi awal dan wawancara langsung dengan mitra. Kondisi ini menunjukkan keterbatasan dalam perencanaan, pemasaran, pencatatan keuangan, dan pemanfaatan teknologi digital. Oleh karena itu, untuk mengisi celah tersebut, intervensi pelatihan berbasis *Business Model Canvas* adalah pilihan yang tepat; pendekatan BMC memungkinkan peserta untuk memahami elemen penting yang membentuk fondasi bisnis secara sistematis dan mudah diterapkan.



Gambar 3. Diskusi Perencanaan Kegiatan Dengan Para UMKM Desa Situ Udik

Selama pelatihan, peserta menunjukkan keterlibatan aktif dan antusiasme dalam setiap sesi. Peserta dapat langsung menggunakan materi yang diberikan dalam proyek mereka masing-masing melalui metode workshop dan diskusi kelompok. Kemampuan peserta untuk mengidentifikasi segmen pelanggan, menciptakan nilai tawar yang unik, dan menemukan saluran distribusi yang efektif untuk produk lokal menunjukkan peningkatan yang signifikan. Peserta tidak hanya belajar tentang pentingnya membangun hubungan pelanggan yang berkelanjutan, tetapi mereka juga mulai memahami sumber pendapatan yang potensial dari inovasi produk dan jasa tambahan. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan untuk menganalisis strategis bisnis kecil dan menengah (UMKM) secara efektif dapat ditingkatkan melalui metode pelatihan yang praktis dan interaktif.



Gambar 4. Pelaksanaan Workshop Kepada UMKM

Pada tahap pendampingan lanjutan, peserta mencoba menggunakan BMC untuk mengelola usaha mereka sehari-hari. Ini meningkatkan proses pembelajaran. Selain membantu peserta menyempurnakan rancangan strategi bisnis umkm secara digitalisasi dengan pemetaan BMC yang telah dibuat, tim dosen juga membantu dalam implementasi masalah di lapangan seperti keterbatasan teknologi, kurangnya pengetahuan tentang pemasaran digital, dan masalah pencatatan keuangan secara digital. Selain itu, peserta difasilitasi untuk saling bertukar pengalaman dan solusi antar pelaku usaha selama sesi ini, sehingga memperkaya pengetahuan kolektif

mereka. Hasilnya, beberapa UMKM mulai melakukan perubahan nyata, seperti menciptakan akun media sosial untuk mempromosikan produk, menggunakan aplikasi keuangan sederhana untuk mencatat transaksi harian, dan mengubah harga dan taktik penjualan untuk memenuhi permintaan pasar.



Gambar 5. Pendampiangan Lanjutan Kepada UMKM

Sebagian besar peserta merasa terbantu dan lebih percaya diri dalam merencanakan dan menjalankan usaha mereka secara strategis untuk menuju usaha yang berbasis digitalisasi, seperti yang ditunjukkan oleh instrumen kuesioner dan testimoni yang digunakan untuk menilai kegiatan. Sekarang, pengetahuan tentang Business Model Canvas, yang dulunya belum mengetahui, saat ini dapat digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan bisnis mereka dan merencanakan strategi untuk perbaikan. Selama pelatihan, beberapa peserta bahkan merencanakan untuk membuat model bisnis baru berdasarkan peluang yang ditemukan dengan konsep digitalisasi untuk meningkatkan penjualan secara masif. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan PKM tidak hanya menghasilkan peningkatan pengetahuan dalam jangka pendek, tetapi juga mendorong perubahan pola pikir dan perilaku kewirausahaan menjadi lebih inovatif dan adaptif dalam peningkatan digitalisasi.





Gambar 6. Pelaksanaan Monitoring dan Evaluasi Pendampingan UMKM

Secara keseluruhan, pelatihan dan pendampingan ini sangat membantu usaha kecil dan menengah (UMKM) Desa Situ Udik menjadi lebih siap untuk menghadapi tantangan zaman modern. Kegiatan ini membantu menjembatani perbedaan antara teori akademik dan praktik di lapangan dengan menggunakan metode yang berfokus pada kebutuhan nyata mitra dan berfokus pada solusi aplikatif tentang bisnis yang sustainable dan mengikuti perkembangan dunia teknologi yang berkembang massif dan cepat. Kegiatan ini juga menunjukkan betapa pentingnya bekerja sama dengan institusi pendidikan tinggi, khususnya Universitas Terbuka, dengan masyarakat sebagai bentuk pengabdian yang berfokus pada pemberdayaan. Selain itu, diharapkan untuk dikembangkan lebih lanjut melalui penggabungan teknologi digital secara intensif untuk mendukung hasil pemetaan strategi bisnis baru dan pelatihan lanjutan yang akan mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan UMKM secara inklusif dan berkelanjutan.

Tabel 1. Hasil Kuesioner umpan balik dalam hal pelaksanaan kegiatan PKM

No	Pernyataan	Hasil
1	Sosialisasi Kegiatan membantu mitra memahami Program PkM	Sangat Puas
2	Materi Sosialisasi Kegiatan yang disajikan jelas dan mudah dipahami	Puas
3	Penjajakan & identifikasi masalah telah sesuai dengan kebutuhan mitra	Sangat Puas
4	Tim Pelaksana memberikan pelayanan atau program sesuai dengan kebutuhan mitra	Sangat Puas
5	Keluhan/pertanyaan/permasalahan ditindaklanjuti dengan baik oleh Tim Pelaksana	Puas
6	Aspek Pembelajaran Akuntansi meningkatkan produktivitas dan pemasaran produk mitra	Sangat Puas
7	Pelaksanaan pengabdian sesuai standar Kesehatan dan Keselamatan Kerja (K3)	Puas
8	Materi Pengabdian/Pelatihan disampaikan jelas dan mudah dipahami	Sangat Puas
9	Tim Pelaksana melakukan kunjungan lapangan bertahap dan berkesinambungan	Puas

No	Pernyataan	Hasil
10	Rencana dan penyampaian oleh Tim Pelaksana dilaksanakan secara keseluruhan	Sangat Puas
11	Hasil pengabdian sesuai dengan solusi yang diharapkan oleh mitra/peserta	Puas
12	Kegiatan PkM berhasil meningkatkan kesejahteraan/kecerdasan mitra/peserta	Sangat Puas
13	Bersedia berpartisipasi lagi jika kegiatan diselenggarakan kembali	Sangat Puas
14	Evaluasi Program PkM setelah kegiatan dilaksanakan	Puas
15	Keberlanjutan program tetap digunakan setelah pengabdian selesai	Sangat Puas

Hasil dari pemberian *feedback* kepada 30 UMKM melalui kuesioner kepuasan peserta kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) menunjukkan bahwa peserta secara umum menilai semua aspek kegiatan dengan sangat baik. Pada sembilan indikator, sebagian besar responden menyatakan Sangat Puas (SP) dengan pelaksanaan PkM. Ini termasuk sosialisasi kegiatan, kesesuaian layanan dengan kebutuhan mitra, kejelasan materi, tindak lanjut terhadap masalah, dan hasil yang meningkatkan kesejahteraan mitra. Pada enam indikator lainnya, responden menyatakan Puas (P). Ini termasuk penerapan standar kesehatan dan keselamatan kerja, dan kejelasan materi sosialisasi. Hasil ini menunjukkan bahwa program PkM telah berhasil memenuhi harapan peserta dan membuat mereka sangat puas.

KESIMPULAN DAN SARAN

Meningkatkan pemahaman strategis pelaku UMKM tentang perencanaan dan pengelolaan usaha mereka telah dicapai melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang bertemakan Pembinaan Strategi Perencanaan Usaha UMKM Menuju Bisnis Digital Dengan *Metode Business Model Canvas*. Dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC), peserta memiliki kemampuan untuk membuat kerangka bisnis yang sistematis dan terintegrasi yang belum pernah mereka lakukan sebelumnya. Dengan memetakan sembilan elemen utama BMC, para pelaku UMKM dapat menemukan peluang dan masalah internal usaha serta membuat strategi pengembangan yang lebih relevan dan kontekstual. Peserta tidak hanya memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang cara berpikir strategis melalui kegiatan ini, tetapi mereka juga belajar tentang pentingnya transformasi digital bagi bisnis mikro dan kecil.

Selain elemen perencanaan, kegiatan ini mendorong peserta untuk mulai menerapkan digitalisasi dalam berbagai aspek operasi bisnis mereka. Ini termasuk mengenalkan cara menggunakan media sosial untuk promosi, menginformasikan mencatat transaksi dengan aplikasi keuangan, dan menyesuaikan diri dengan perubahan di pasar digital. Dalam pelatihan ini juga dengan membuat akun media sosial menjadi salah satu capaian penting bahwa media sosial menjadi salah satu

Langkah awal para pengusaha UMKM di situ udik melakukan digitalisasi, saat pendampingan dari 30 UMKM yang ada sudah 19 pengusahaan UMKM yang berhasil membuat akun media sosial seperti Instagram, dan toko online Tokopedia dan Shopee.

Pelatihan interaktif dan berbasis praktik secara sederhana, bersama dengan dukungan terus-menerus dari tim dosen, adalah kunci keberhasilan ini. Hasilnya menunjukkan bahwa peserta lebih memahami dan lebih percaya diri dalam menjalankan bisnis dengan cara yang lebih canggih dan efektif. Beberapa UMKM bahkan mulai memperbarui model bisnis mereka dan memperluas target pasar mereka secara digital dengan membuat akun media sosial. Ini menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian ini tidak hanya memberi kita pengetahuan baru, tetapi juga memiliki kemampuan untuk secara signifikan mengubah cara kita berperilaku sebagai pengusaha.

Disarankan jenis kegiatan ini menjadi program berkelanjutan yang mencakup lebih banyak area dan topik yang lebih mendalam, seperti pelatihan dalam marketing digital, manajemen keuangan berbasis aplikasi, dan pengembangan merek lokal. Melalui kerja sama dengan pemerintah daerah, komunitas, dan sektor swasta, perguruan tinggi, khususnya, diharapkan terus mengambil bagian dalam meningkatkan kemampuan usaha kecil dan menengah (UMKM). Sudah terbukti bahwa model pelatihan seperti ini, yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan lokal dan responsif, memiliki kemampuan untuk menjembatani perbedaan antara teori akademik dan praktik lapangan. Jika semua pihak bekerja sama, UMKM dapat bertahan dan tumbuh secara berkelanjutan dalam menghadapi tantangan era digital dan perubahan pasar global. Kemudian pelatihan berkelanjutan dan berkesinambungan perlu dilakukan secara konsisten agar penggunaan digitalisasi dalam penerapan bisnis di UMKM dapat dilaksanakan secara *sustainable*, dan memberikan jangka panjang dalam keberlangsungan bisnis UMKM itu sendiri dengan mengikuti perkembangan zaman.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada seluruh pelaku UMKM di Desa Situ Udik, Kecamatan Cibungbulang, Kabupaten Bogor atas partisipasi aktif, semangat, dan antusiasme yang tinggi dalam mengikuti seluruh rangkaian kegiatan pelatihan dan pendampingan ini. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada Universitas Terbuka, khususnya Program Studi Akuntansi dan Akuntansi Keuangan Publik, atas dukungan penuh secara akademik dan kelembagaan dalam mewujudkan kegiatan ini. Tidak lupa, kami juga menyampaikan terima kasih kepada aparatur desa, pihak pendamping lokal, dan seluruh tim pelaksana yang telah berkontribusi besar dalam kelancaran pelaksanaan kegiatan ini. Semoga sinergi antara dunia akademik dan masyarakat ini dapat terus berlanjut dalam bentuk kolaborasi yang lebih luas demi penguatan UMKM dan pemberdayaan masyarakat berbasis pengetahuan dan teknologi.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, R. (2024). Strategi Inovatif dalam Meningkatkan Daya Saing Bisnis di Era Digital. *Nusantara Journal of Multidisciplinary Science*, 2(1), 115–124. <https://doi.org/10.60076/njms.v2i1.255>
- Agung Ngurah Wisnawa, A., Pambudy, R., & Etriya, E. (2025). Pengaruh Resiliensi Kewirausahaan, Pembelajaran Kewirausahaan Dan Inovasi Terhadap Kinerja Usahatani Sayur Di Bali. *Forum Agribisnis*, 15(1), 124–137. <https://doi.org/10.29244/fagb.15.1.124-137>
- Br.Sinulingga, S. P., & Nasution, M. I. P. (2024). Analysis Of Challenges and Opportunities in The Development of Information and Communication Technology in The Digital Era: Future Perspective. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(12), 25–35. <https://doi.org/10.61722/jiem.v2i12.3018>
- Candraningrat, C., Yurisma, D. Y., & Mujanah, S. (2021). Pengembangan strategi bisnis Melalui BMC (Business Model Canvas) dan strategi pemasaran bagi UMKM Sari Delight Surabaya. *TEKMULOGLI: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 11–22. <https://doi.org/10.17509/tmg.v1i1.34295>
- Diatmika, I. A. S. T., & Yahya, A. S. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Usaha Kerajinan Gerabah Pada Masa Pandemi Covid – 19. *Batara Wisnu : Indonesian Journal of Community Services*, 1(2), 234–245. <https://doi.org/10.53363/bw.v1i2.48>
- Fatmasari Endayani, Sudarmiatin, S., & Ludi Wishnu Wardana. (2024). Transformasi UMKM Kajoetangan Heritage: Peran Pelatihan Kewirausahaan Kreativitas dan Motivasi dalam Meningkatkan Pengembangan Usaha. *SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 3(3), 364–376. <https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v3i3.4149>
- Halimah, A. S. (2025). Resiliensi Ekonomi Petani Cengkeh Menghadapi Masalah Gagal Panen (Studi di Desa Malewong Kecamatan Larompong Selatan). *Mimbar Agribisnis : Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 11(1), 1316. <https://doi.org/10.25157/ma.v11i1.16994>
- Harry Saptarianto, Shelvi Deviani, Syamas Isti Anah, & Indah Noviyanti. (2024). Menghadapi Tantangan Era Digital, Strategi Integrasi Media Sosial, Literasi Digital dan Inovasi Bisnis. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 128–139. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i3.955>
- Herdiyani, S., Safa'atul Barkah, C., Auliana, L., & Sukoco, I. (2022). Peranan Media Sosial Dalam Mengembangkan Suatu Bisnis: Literature Review. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 18(2), 103–121. <https://doi.org/10.26593/jab.v18i2.5878.103-121>
- Mavilinda, H. F., Nazaruddin, A., Nofiaty, N., Siregar, L. D., Andriana, I., & Thamrin, K. M. H. (2021). Menjadi "UMKM Unggul" Melalui Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital dalam Menghadapi Tantangan Bisnis di Era New Normal. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 2(1), 17–28. <https://doi.org/10.29259/jsccs.v2i1.29>
- Muktarom, A., Budheci, D. R., Habibah, N., Afriliani, S. D., Wahyudi, P. H., Ningsih, R., & Supandi, A. (2022). Strategi Bisnis Dengan Pendekatan Business Model Canvas (Bmc) Dan Analisis Swot Pada Warung Makan Bebek Nano-Nano. *Jurnal USAHA*, 3(2), 63–78. <https://doi.org/10.30998/juuk.v3i2.1558>

- Nalini, S. N. L. (2021). Dampak Dampak covid-19 terhadap Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 662–669. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.278>
- Nugroho, O. W., Aji, S. N., Pribadi, A. Y., Turseno, A., Tanisri, R. H. A., Apriyani, & Nadia, A. (2024). Pendampingan Pembuatan Business Model Canvas Bagi Pengembangan Bisnis UKM Mart Teluk Pucung. *Jurnal Sains Teknologi Dalam Pemberdayaan Masyarakat*, 5(2), 93–104. <https://doi.org/10.31599/1apnpv76>
- Osterwalder, A. dan P. Y. (2017). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers dan Challengers*. John Wiley & Sons, Inc.
- Permatasari, S. J., Yunfha, T., Fariansyah, A., & Umam, H. R. (2024). Pelatihan BMC (Business Model Canvas) Kepada UMKM Es Teler Sultan. *Jurnal Pengabdian Sosial*, 1(3), 115–119. <https://doi.org/10.59837/kknedx20>
- Pribadi, A. Y., Turseno, A., Nugroho, O. W., Aji, S. N., Saputra, Y., Nadia, A., Apriyani, A., & Tanisri, R. H. A. (2023). Pelatihan Pengembangan Bisnis UKM Kepada Komunitas Gusdurian Karawang Menggunakan Business Model Canvas. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Progresif Humanis Brainstorming*, 6(4), 1124–1131. <https://doi.org/10.30591/japhb.v6i4.5284>
- Putri, P. L., & Widadi, B. (2024). Peran Inovasi dalam Pengembangan Model Bisnis UMKM di Era Digital. *Maeswara: Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(4), 180–189. <https://doi.org/10.61132/maeswara.v2i4.1113>
- Solehudin, Rd. H., Gunawan, R., Ulumuddin, Kodir, A., Muttaqin, A., Tolkhah, L. M., & Mahfuddin, C. (2023). Edukasi Inovasi Bisnis untuk Pelaku UMKM di Masa Post Pandemi Covid-19. *Jurnal SOLMA*, 12(2), 459–467. <https://doi.org/10.22236/solma.v12i2.12049>
- Sulastri, S., Adam, M., Saftiana, Y., Nailis, W., & Putri, Y. H. (2022). Pelatihan Dan Pendampingan Penyusunan Rencana Bisnis Model Kanvas Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(1), 121. <https://doi.org/10.31764/jmm.v6i1.6120>
- Yohanna, L., & Sondari, E. (2019). Menumbuhkan Minat Berwirausaha melalui Pelatihan Perancangan Model Bisnis Kanvas. *Jurnal PkM Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(01), 19. <https://doi.org/10.30998/jurnalpkm.v2i01.2961>
- Zakaria, F. A., Tursini, U., Gultom, A. F., Indiraswari, S. D., & Anas, D. E. A. F. (2024). Efektivitas Sosialisasi Hak Kekayaan Intelektual dalam Meningkatkan Kesadaran dan Daya Saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Desa Tajinan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 184–193. <https://doi.org/10.56393/jpkm.v4i2.2698>