

Pendampingan Business Model Canvas dan Google My Business Kepada Malijo Coffee Shop

William Wendy Ary¹

¹ Institut Shanti Bhuna

*Corresponding author, e-mail: william.wendy@shantibhuana.ac.id

Abstract

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are activities that are closely related to today's daily life, especially in the all-digital era. Based on data from the Indonesian Central Statistics Agency (BPS), Indonesian MSMEs have contributed 60.3% of Indonesia's total Gross Domestic Product (GDP). However, only 13% of the total MSMEs make good use of technological advances. One of the MSMEs that have not used the digital era as an opportunity is the Malijo Coffee Shop (MCS). The purpose of this community service activity for MCS is to provide knowledge and maximize the potential of the coffee shop business by using the Business Model Canvas approach and the internet-based supporting application Google My Business. The methods applied in the service to MCS are lectures, tutorials, and practices. The result of this service is an increase in the understanding of MCS owners on the implementation of business strategies through BMC and Google My Business assistance and an increase in the number of visitors compared to before and after the implementation of this assistance.

Keywords: Business Model Canvas; Google My Business; Micro Business.

How to Cite: Ary, W.W. (2022). Pendampingan Business Model Canvas dan Google My Business Kepada Malijo Coffee Shop. *Abdi: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(1), 97-105.



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited under the same license as the original. ©2022 by author.

Pendahuluan

Usaha Kecil Mikro dan Menengah atau yang disingkat dengan UMKM. UMKM sendiri merupakan salah satu sektor penggerak sektor ekonomi Indonesia yang mampu bertahan dalam menghadapi ketatnya persaingan usaha atau bisnis secara global saat ini. Jumlah pekerja di sektor UMKM awal tahun 2012 hampir mencapai 80 juta orang, yang mana hal ini memerlukan perhatian lebih untuk mendorong pengelola UMKM dalam meningkatkan pemberdayaan usahanya (Kecil et al., 2020). Pada tahun 2017, tercatat sebesar 62,9 juta UMKM yang terdaftar di Indonesia dan diperkirakan akan terus meningkat seiring bertambahnya permintaan konsumen. Banyaknya UMKM yang tersebar di Indonesia, berhasil mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia. Dalam kurun waktu 5 tahun, UMKM berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dari 57,8% menjadi 61%. Selain itu, UMKM juga berhasil menyerap sekitar 97% tenaga kerja dan memberikan 99% lapangan pekerjaan baru masyarakat Indonesia. Potensi yang dihasilkan UMKM merupakan salah satu asset yang perlu dikelola dengan baik terutama dalam melihat tantangan yang dihadapi untuk mewujudkan digitalisasi UMKM.

Pada masa-masa saat ini Indonesia telah memasuki era digitalisasi yang sangat pesat. Era digitalisasi memberikan banyak kemudahan bagi semua lapisan, terutama di sektor perekonomian (Sunarsi et al., 2019). Perkembangan era digitalisasi dapat dilihat dari berkembangnya kemajuan teknologi, informasi dan komunikasi yang dapat dijangkau oleh banyak orang. Salah satu contoh kemudahan dari era digitalisasi adalah kemudahan dalam memberikan informasi (Husaini, 2017). Banyak informasi yang dapat kita peroleh dengan mudah hanya dengan menggunakan *handphone*. Informasi yang diberikan pun tidak hanya berfokus di satu tempat, melainkan dapat menjangkau lebih dari satu tempat sekaligus. Dengan berkembangnya era digitalisasi pada saat ini, maka terdapat banyak kemudahan yang diberikan juga dari era digitalisasi. Bagi pelaku usaha atau bisnismaupun UMKM sendiri, era digitalisasi menjadi peluang besar dalam memasarkan produknya. Namun, ada beberapa kendala yang menjadi permasalahan utama bagi UMKM yaitu kurangnya penggunaan dan pemanfaatan teknologi dalam memasarkan produk UMKM. Bahkan, tercatat hanya 13% dari total UMKM yang benar-benar menggunakan teknologi dalam mengelola usaha mereka. Padahal, ada

banyak sekali manfaat yang dapat diterima pelaku UMKM jika memanfaatkan teknologi dengan baik, misalnya saja produk semakin banyak dikenal oleh konsumen dari berbagai daerah atau wilayah, kemudahan dalam manajemen usaha, mengetahui minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan, dan semakin memudahkan pelaku UMKM untuk melakukan pemasaran produk (Anshori et al., 2016).

Malijo Coffee Shop (MCS) merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang kuliner terutama minuman berbahan dasar kopi. Malijo Coffee Shop (MCS) sendiri merupakan UMKM yang terletak di Bengkayang, Kalimantan Barat. Pemilik Malijo Coffee Shop sendiri, Jimmi merupakan salah satu alumni Institut Shanti Bhuana Bengkayang, Kalimantan Barat yang berhasil membuka usaha sendiri. Malijo Coffee Shop (MCS) menawarkan lebih dari 20 item minuman kopi, yang dimana kopi tersebut terdiri bahan dasar kopi robica dan kopi robusta yang digiling sendiri. Namun, Malijo Coffee Shop (MCS) masih belum terlalu memanfaatkan teknologi yang saat ini berkembang dengan pesat, sehingga keberadaan produk MCS hanya diketahui oleh masyarakat setempat. Padahal, ada banyak perangkat lunak yang dapat memudahkan UMKM untuk memasarkan produk secara luas hanya dengan memanfaatkan teknologi, misalnya saja penggunaan *Business Model Canvas* (BMC) dan *Google My Business*.

MCS pada saat ini menghadapi beberapa permasalahan yang membutuhkan pendampingan dan pelatihan untuk meningkatkan skala bisnisnya. Pertama, Jimmi selaku pemilik usaha MCS masih belum mendapatkan gambaran yang jelas untuk konsep bisnisnya serta business model yang sesuai dengan kebutuhan pelanggannya. Kedua, Jimmi juga mengetahui bagaimana memanfaatkan platform yang tepat untuk mendekati usaha atau bisnis mereka kepada pelanggan yang ada di Bengkayang secara khususnya. Ketiga, Jimmi belum menemukan mentor usaha atau bisnis yang tepat yang dapat membantunya untuk meningkatkan bisnisnya. Sebagai identifikasi dari permasalahan yang dihadapi oleh Jimmi, maka penulis mengadakan kegiatan pengabdian masyarakat kepada usaha MCS ini dengan cara memberikan pelatihan dan pendampingan yang berbasis pelatihan dan pendampingan yang holistik untuk peningkatan skala bisnis. Kegiatan pendampingan ini pada dasarnya memberikan pelatihan dan pendampingan terkait materi BMC dan Digital Platform yaitu Google My Business.

Metode Pelaksanaan

Pengabdian Masyarakat dilakukan di Malijo Coffee Shop (MCS) kepada pemilik usaha MCS yaitu Jimmi dan Dewi. Tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah untuk memberikan pelatihan dan pengelolaan *Business Model Canvas* (BMC) dan *Google My Business* terhadap Malijo Coffee Shop (MCS). Masa pelaksanaan dilakukan selama sepuluh bulan, yaitu dari bulan Januari 2021 sampai November 2021. Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah dengan teknik literatur dan observasi lapangan secara langsung di MCS. Metode yang digunakan ada 3 metode yaitu 1) metode ceramah, 2) tutorial, dan 3) praktik. Metode ceramah adalah metode pelatihan yang menempatkan pemateri memberikan pemaparan materi kepada peserta dan pada metode ini penulis berperan sebagai pemateri dan memberikan materi-materi yang menjadi kebutuhan Jimmi sebagai pelaku usaha dan sesi ceramah ini tidak berbentuk satu arah namun berbentuk diskusi dua arah dengan harapan bisa menciptakan suasana pelatihan yang interaktif dan menyenangkan. Metode tutorial adalah metode yang digunakan oleh penulis untuk mengajak peserta dapat melihat dan mempelajari langsung cara menggunakan alat-alat manajemen bisnis yang sudah dipersiapkan seperti BMC dan *Google My Business* dengan harapan peserta dapat dengan mudah mempraktikkan alat-alat tersebut dengan mudah. Metode praktik adalah metode yang membuat peserta pelatihan dapat langsung mempraktikkan sendiri materi – materi yang sudah didapatkan supaya dapat mengimplementasikannya secara langsung dalam bisnis yang dijalankan.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil audiensi bersama dengan pemilik usaha, maka untuk menjawab kebutuhan dan permasalahan yang dihadapi oleh pemilik usaha diperlukannya sebuah kegiatan pendampingan dan pelatihan yang membekali *soft-skill* seperti pelatihan dan pendampingan pentingnya *Business Model Canvas* (BMC) dan pemanfaatan platform *Google My Business*. Setelah melakukan pendampingan secara intens dengan pemilik usaha MCS, Jimmi, yang mengakui jika menggunakan teknologi dapat semakin membuat produk semakin banyak dikenal oleh masyarakat luar (Lihat Gambar. 1). Selama melakukan pendampingan di MCS, maka metode yang berhasil dilakukan adalah metode ceramah, metode tutorial, dan metode praktik selama 10 bulan (dari bulan Januari 2021 sampai dengan bulan November 2021).

Dari program pengabdian ini berhasil menerima umpan-balik yang positif dari MCS. Dimana, Jimmi telah berhasil membuat strategi pemasaran produk menggunakan BMC dan berhasil mendaftarkan usahanya di *Google My Business*, sehingga konsumen dapat mencari letak dan keberadaan MCS di *Google Maps* serta konsumen dapat memberikan rating terhadap MCS. Bahkan untuk saat ini, pengunjung MCS telah mengalami peningkatan jumlah pengunjung dan konsumen yang tidak hanya datang dari masyarakat setempat melainkan dari berbagai kalangan masyarakat yang datang.

Setelah melakukan pendampingan dan pengelolaan kepada MCS menggunakan *Google My Business*, maka lokasi MCS sudah terdaftar di *Google Maps*. Bagi MCS ini sangat penting, dikarenakan dengan adanya lokasi MCS di *Google Maps*, maka konsumen atau customer dapat mengetahui letak dan keberadaan MCS melalui *Google Maps*, terutama untuk konsumen atau *customer* dari luar wilayah Bengkayang. Kemudian, keuntungan dengan mendaftarkan MCS di *Google My Business* adalah konsumen dapat memberikan rating terhadap pelayanan MCS. Memanfaatkan teknologi, informasi dan komunikasi dalam mengembangkan usaha atau bisnis maupun usaha dapat menggunakan *Google My Business*. Dengan *Google My Business* dapat mempermudah dan mempercepat pencarian informasi hanya dengan melalui aplikasi maupun website *Google*. Berdasarkan data yang diampirkan oleh www.fivestarreviewssite.com terdapat lebih dari 77% trafik pencarian di internet yang ditangani oleh *Google*, dimana hampir setiap harinya pencarian melalui *Google* melebihi 3,5 Milyar/hari dari seluruh dunia (Manu & Fallo, 2019). *Google* menggunakan informasi yang bersumber dari *Google My Business* berupa basis data usaha atau bisnis dan hal lain yang berkaitan dengan usaha atau bisnis untuk ditampilkan dalam suatu hasil pencarian tertentu. Apabila usaha atau bisnis atau usaha terdaftar di *Google My Business* maka secara terintegrasi label lokasi suatu usaha atau usaha atau bisnis akan tertera di dalam *Google Maps*.



Gambar 1. Lokasi Malijo Coffee Shop yang berhasil terdaftar di Google Maps



Gambar 2. Pendampingan dan Pengelolaan

Berdasarkan gambar 2, telah dilakukan proses pendampingan dan pengelolaan secara intensif terhadap pemilik MCS, Jimmi dan Dewi. Proses pendampingan dilakukan selama 10 bulan, sehingga dari proses pendampingan dan pengelolaan tersebut, maka dinyatakan berhasil setelah pendampingan dan pengelolaan selesai dilakukan. Dalam proses pendampingan tersebut, dilakukan pembuatan Business Model

Canvas (BMC) di kertas warna-warni, guna untuk membedakan prospek dan tujuan usaha atau bisnis di masa yang akan datang.

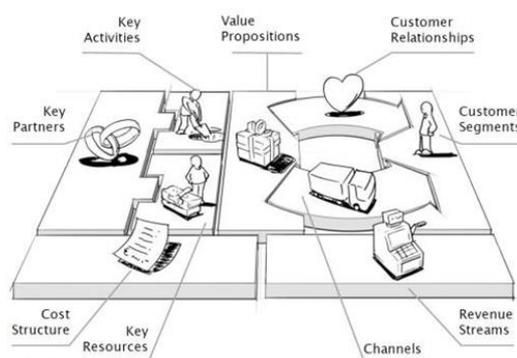


Gambar 3. Laporan Perkembangan MCS Setelah Selesai Pendampingan dan Pengelolaan

Berdasarkan Gambar 3, dapat dilihat jika MCS tetap mengalami perkembangan meskipun tidak dilakukan pendampingan dan pengelolaan Business Model Canvas (BMC) dan *Google My Business*. Dari laporan kabar terkini terkait kondisi MCS, maka dapat kita lihat pula jika usaha yang didaftarkan di *Google My Business* dapat mengalami suatu perkembangan yang cukup pesat dengan memanfaatkan teknologi pada saat ini.

Business Model Canvas (BMC)

BMC adalah sebuah “kanvas” yang disusun untuk menjelaskan, memvisualisasikan, menilai, dan mengubah model usaha atau bisnis agar menghasilkan kinerja yang lebih optimal untuk usaha atau bisnisterutama yang baru dan akan berdiri. Kanvas ini dapat digunakan untuk semua jenis bentuk usaha, tanpa terbatas sektor usahanya (Dudin et al., 2015). Bagi founder dan/atau mentor usaha atau bisnis rintisan, BMC digunakan untuk menganalisis kekuatan dan kekurangan proses usaha atau bisnis (Murray & Scuotto, 2015).



Gambar 4. Layout Business Model Canvas

Business Model Canvas (BMC) banyak diterapkan oleh para pelaku usaha tanpa memandang sektor usaha. *Business Model Canvas* (BMC) pada umumnya dilakukan untuk menganalisis kerangka kerja (Murray & Scuotto, 2015). Di dalam kerangka kerja itu sendiri menjelaskan mengenai nilai, visualisasi, dan upaya untuk mengubah model usaha atau bisnisehingga kinerja yang dilakukan dapat semakin maksimal. *Business Model Canvas* (BMC) juga menjelaskan mengenai strategi dalam manajemen usaha yang terdiri dari visual chart atau terdiri dari 9 elemen (lihat gambar 4). Model usaha atau bisnis ini pertama kali diperkenalkan oleh Alexander Osterwalder dalam bukunya yang berjudul *Business Model Generation* (Meethavornkul & Jituea, 2018). Di dalam buku tersebut, dijelaskan bagaimana caranya membuat *framework* yang sederhana untuk mempresentasikan setiap elemen-elemen penting yang terdapat di dalam sebuah model usaha atau bisnis (Austin, 2020).

Berikut adalah sembilan elemen yang terdapat dalam usaha atau bisnis model kanvas.

Customer Segments (Segmentasi Konsumen)

Elemen yang pertama adalah penentuan segmen pelanggan yang hendak akan dijadikan sebagai target usaha atau bisnis (Austin, 2020). Dalam hal ini, Malijo Coffee Shop (MCS) menentukan pelanggan berdasarkan produk yang akan dijual, yaitu makanan dan minuman, namun yang terutama adalah minuman berbahan dasar kopi arabica dan kopi espresso. Sehingga, target dari konsumen atau pelanggan dari MCS adalah kalangan anak muda yang sering kali tertarik dengan minuman berbahan dasar kopi. Di dalam elemen ini, perlu diperhatikan pula minat dan ketertarikan konsumen atau pelanggan terhadap produk yang hendak dijual. MCS sendiri berusaha untuk memenuhi permintaan konsumen dengan memberikan produk yang berkualitas namun dengan harga yang tetap bersahabat.

Value Proposition (Proposisi Nilai Konsumen)

Pada elemen ini menjelaskan mengenai keunggulan dari produk (Austin, 2020). Produk yang berkualitas maka memiliki nilai representatif yang sangat menguntungkan bagi pemilik usaha atau bisnis. Hal ini dikarenakan, ketika konsumen mengetahui keunggulan dari produk, maka dapat dipastikan konsumen akan semakin tertarik terhadap produk. MCS sendiri memiliki keunggulan dari produk yang ditawarkan, misalnya saja kopi yang digunakan kopi yang berkualitas dan digiling sendiri. Minuman berbahan dasar kopi juga memiliki banyak varian rasa dan olahan yang tentunya akan membuat konsumen semakin tertarik terhadap produk MCS.

Channels (Saluran)

Saluran yang dimaksud adalah media atau sarana apa saja yang bisa digunakan untuk menyampaikan produk atau jasa yang hendak dijual kepada konsumen atau customer (Austin, 2020). Saluran sendiri berisi bagaimana pemilik usaha dalam mempresentasikan produk yang hendak dijual, seperti produk apa yang akan dijual, berapa harga produk, dan di mana bisa mendapatkan produk tersebut. Channels atau saluran adalah elemen yang sangat penting untuk dilakukan. Hal ini dikarenakan banyak sekali orang-orang dari berbagai lapisan yang menggunakan media sosial untuk berkomunikasi atau mencari informasi. Sehingga, penting sekali bagi setiap usaha untuk memiliki media sosial sendiri atau saluran sendiri dalam mempromosikan produk yang hendak dijual. Malijo Coffee Shop sendiri telah memiliki saluran usaha pribadi di media sosial, seperti official account Instagram, Facebook, dan lain-lain. Akan sangat mudah bagi konsumen untuk melihat produk apa saja yang dijual ketika setiap usaha memiliki saluran sendiri.

Revenue Streams (Sumber Pendapatan)

Sumber pendapatan merupakan bagian yang paling penting, hal ini dimaksudkan ketika usaha atau bisnis atau usaha mendapatkan pendapatan yang bersumber dari konsumen (Austin, 2020). Tentunya dalam elemen ini perlu pengelolaan yang sangat maksimal. Maksimal yang memiliki arti semaksimal mungkin untuk mendapatkan pendapatan bisnis, maksimal dalam memperhitungkan anggaran yang hendak digunakan, dan maksimal dalam memanfaatkan menggunakan anggaran. Pada elemen ini pula, kita perlu menentukan harga dari setiap satuan produk yang akan dijual. Sehingga, diperlukan perhitungan yang maksimal dalam menentukan harga sebuah produk, hal ini dikarenakan kebanyakan konsumen akan menghabiskan uang mereka untuk produk yang low budget atau low price (harga rendah). Malijo Coffee Shop sendiri menerapkan harga yang sesuai dengan harga pasaran pada umumnya namun tetap dapat dijangkau oleh semua lapisan terutama anak muda.

Key Resource (Sumber Daya)

Key resource adalah sekat dalam usaha atau bisnis model kanvas yang berisikan daftar sumber daya yang sebaiknya direncanakan dan dimiliki perusahaan untuk mewujudkan value proposition mereka (Austin, 2020). Dalam elemen ini pula dapat dianalisis setiap sumber daya yang dapat membantu kelancaran bisnis. Misalnya saja pengelolaan bahan baku, agen untuk menyetok bahan baku, pekerja yang dapat membantu pada bidang pelayanan terhadap konsumen, dan lain-lain.

Customer Relationship (Hubungan Konsumen)

Pada elemen ini, setiap pemilik usaha atau bisnis maupun sumber daya manusia yang bekerja di suatu usaha atau bisnis dapat membangun relasi yang baik dengan konsumen (Austin, 2020). Hal ini dikarenakan, konsumen yang merasa mendapatkan pelayanan yang baik maka akan menjadi konsumen yang loyal bahkan akan membantu dalam promosi produk yang dijual kepada orang lain. Adanya hubungan antara konsumen dengan sumber daya usaha, maka akan menumbuhkan suatu kepercayaan atau trust dari konsumen untuk produk tersebut. Namun, perlu diperhatikan bahwa setiap konsumen memiliki karakteristik yang berbeda-beda, sehingga cara menghadapi setiap konsumen juga akan sangat berbeda. Ada 3 jenis konsumen, yaitu

konsumen yang arogan, konsumen netral, dan konsumen pemalu. Sehingga, dalam menghadapi ketiga karakteristik konsumen diperlukan cara yang berbeda dan tidak menyinggung konsumen. Konsumen yang merasa mendapatkan pelayanan yang baik, maka akan memunculkan kepuasan konsumen terhadap produk.

Key Activities (Aktivitas yang Dijalankan)

Key activities adalah semua aktivitas yang berhubungan dengan produktivitas usaha atau bisnis yang berkaitan dengan sebuah produk di mana kegiatan utamanya adalah menghasilkan proposisi nilai (Austin, 2020). Pada elemen ini sangat penting untuk dilakukan membuat semua elemen canvas berfungsi dengan baik. Ada 3 kategori dalam biasanya dapat digunakan untuk melakukan pemecahan jika terjadi kesalahan yang tidak direncanakan ketika *key activities* tidak terkait dengan proposisi nilai, yaitu sebagai berikut:

1. Produksi: mengacu pada penyampaian produk atau jasa kepada konsumen.
2. Pemecahan masalah: menemukan solusi baru untuk menghadapi masing-masing konsumen.
3. Platform atau jaringan: platform akan sangat membantu dalam membentuk inovasi terbaru pada produk.

Key Partnership (Kerjasama)

Elemen ini berfungsi untuk melakukan pengorganisasian dengan sumber daya manusia yang ada untuk menjalin kerjasama atau *teamwork* yang baik (Austin, 2020). Jika suatu tempat kerja memiliki *teamwork* yang baik, maka akan adanya suatu keselarasan dalam bekerja untuk mencapai suatu target kerja.

Cost Structure (Struktur Biaya)

Pada elemen ini, seorang peusaha atau bisnisha harus bisa memetakan biaya dan memastikan bahwa biaya sesuai dengan proposisi nilai usaha atau bisnis (Austin, 2020). Konsep pada elemen ini mengacu pada biaya yang paling mahal sampai pada biaya yang paling murah. Mengelola biaya secara efisien akan membuat usaha atau bisnis yang dijalani menjadi lebih hemat dan bisa meminimalkan resiko kerugian. Pada elemen ini pula mengacu pada laporan keuangan yang baik serta pembukuan yang tepat. Sehingga pada peusaha atau bisnisha perlu melakukan analisis pembiayaan untuk membuat suatu kebijakan pada biaya yang akan digunakan.

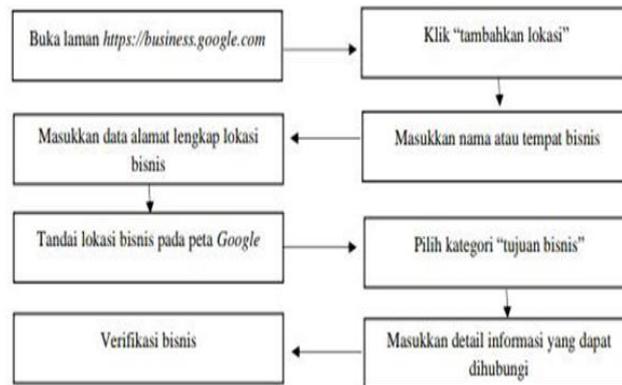
Google My Business

Google My Business adalah sebuah tool yang disediakan oleh Google untuk membantu usaha atau bisnisha mendapat tampilan profil secara gratis pada halaman hasil pencarian (SERP). *Google My Business* memiliki beberapa manfaat yang sangat membantu pemilik usaha untuk dekat dengan konsumennya seperti mengembangkan usaha atau bisnisha secara online dengan gratis, membantu pelanggan menemukan bisnisha, meningkatkan visibilitas di mesin pencari, memberikan informasi penting mengenai bisnisha, mendapat insight tentang pelanggan, dan manfaat lainnya (Meethavornkul & Jituea, 2018).



Gambar 5. Fitur-fitur dalam Google My Business

Untuk mendaftarkan usaha atau bisnisha di *Google My Business* diperlukan langkah-langkah yang tepat untuk mendaftarkan bisnisha. Berikut adalah langkah-langkah mendaftarkan usaha atau bisnisha di *Google My Business* (lihat pada Gambar 6).



Gambar 6. Flowchart langkah-langkah mendaftarkan usaha atau bisnis di Google My Business

Setelah usaha atau bisnis berhasil di daftarkan di *Google My Business*, maka lokasi dan keberadaan usaha atau bisnis akan langsung terdaftar di *Google Maps*. Malijo Coffee Shop sendiri telah berhasil mendaftarkan bisnisnya di *Google My Business* (lihat gambar 6).

Manfaat yang akan diterima ketika mendaftarkan usaha atau bisnis di *Google My Business* adalah sebagai berikut:

Usaha atau bisnis akan secara otomatis didaftarkan di Google Maps

Usaha atau bisnis yang terdaftar di *Google My Business* akan secara langsung ikut dipromosikan secara global. Berdasarkan data yang pernah ditayangkan *The Telegraph*, setidaknya ada lebih dari satu miliar populasi di dunia yang telah menggunakan *Google Maps*. Kebanyakan dari populasi manusia mengakses *Google Maps* dengan frekuensi yang cukup tinggi hampir setiap bulannya. Hal ini pula yang melatarbelakangi *Google Maps* berhasil dinobatkan sebagai aplikasi pemetaan digital paling populer saat ini.

Kesempatan mendapatkan review tentang bisnis

Selain mendapatkan kesempatan dipromosikan oleh *Google Maps*, dengan menggunakan *Google My Business* maka setiap peusaha atau bisnis berhak mendapatkan kesempatan untuk di-review oleh konsumen mengenai pelayanan yang diberikan. Review yang diberikan oleh konsumen akan sangat berguna untuk meningkatkan *brand awareness* maupun untuk meningkatkan kredibilitas bisnis. Kemudian, usaha atau bisnis yang didaftarkan di *Google My Business*, pemilik usaha atau bisnis dapat berkontak langsung dengan konsumen melalui ulasan yang diberikan oleh konsumen.

Meningkatkan Pengunjung

Usaha atau bisnis yang didaftarkan di *Google My Business* juga akan mendapatkan manfaat yaitu banyaknya pengunjung atau meningkatnya konsumen. Hal ini dikarenakan usaha atau bisnis yang didaftarkan di *Google My Business* akan terdaftar secara otomatis di *Google Maps*, sehingga konsumen atau pengunjung dapat melihat letak dan keberadaan toko dalam radius tertentu atau menggunakan kata kunci tertentu.

Pelaksanaan kegiatan Program Pengabdian pada masyarakat ini dilakukan dengan menggunakan 3 metode. Metode yang digunakan merupakan metode ceramah, metode tutorial, dan metode praktik, dimana ketiga metode tersebut akan saling berhubungan satu sama lain. Metode ceramah merupakan Langkah pertama yang ditempuh dalam program pengabdian masyarakat ini, dimana peserta akan diberikan wawasan mengenai pemanfaatan *Business Model Canvas* (BMC) dan *Google My Business*. Peserta yang dibimbing selama pelatihan dan pengelolaan akan diberitahu apa saja manfaat dan keunggulan ketika menggunakan BMC dan *Google My Business* pada usaha atau bisnis. Setelah metode ceramah selesai dilakukan, maka akan dilanjutkan dengan metode tutorial, dimana metode ini peserta pelatihan akan diberikan materi mengenai tahapan-tahapan mengidentifikasi sembilan komponen *Business Model Canvas* (BMC) dan tutorial bagaimana mendaftarkan usaha atau bisnis di *Google My Business* sampai pada tahapan usaha terverifikasi oleh pihak Google. Selain bentuk tutorial yang diberikan kepada pemilik MCS, disertai juga dengan latihan maupun studi kasus untuk memperdalam kemampuan pemilik MCS dalam mengembangkan usaha berbasis teknologi. Metode ketiga adalah metode praktik, dimana peserta akan diberikan pelatihan dan diberikan kesempatan untuk mempraktikkan hasil yang sudah disampaikan yang berkaitan dengan pengelolaan dan pengaturan keuangan keluarga sederhana.

Disamping langkah 1, 2, dan 3 di atas, akan dilakukan kegiatan mentoring secara fleksibel melalui komunikasi dua arah baik secara luring atau daring. Berikut adalah pemetaan jadwal untuk pelatihan dan pengabdian tersebut:

Tabel 1. Jadwal Pendampingan Secara Intensif Selama 10 Bulan

Tanggal	Materi	Alokasi Waktu Kegiatan	Keterangan
2 Februari 2021	Pelatihan BMC (Teori dan Praktik)	1 kali @ 2 jam	
3 Februari 2021	Pelatihan <i>Google My Business</i> (Teori dan Praktik)	1 kali @ 1 jam	
Maret - Oktober	Monitoring dan Mentoring	6 kali	
30 Oktober 2021	Evaluasi	1 kali @ 45 menit	

Selama masa pendampingan dan pengelolaan yang dilakukan di Malijo Coffee Shop (MCS), peneliti melakukan pendampingan secara intensif dan terpadu selama 10 bulan (lihat tabel 1). Pada tanggal 2 Februari, pendampingan mulai dilakukan dengan memberikan pelatihan BMC secara teori dan praktik. Pertemuan dilakukan 1 kali dengan durasi pertemuan yaitu 2 jam. Kemudian, pada tanggal 3 Februari, dilakukan pelatihan *Google My Business* berupa teori dan praktik. Pertemuan dilakukan 1 kali dengan durasi pertemuan 1 jam. Pada bulan Maret sampai bulan Oktober dilakukan monitoring sekaligus mentoring. Hal ini dilakukan untuk terus memberikan pendampingan kepada pemilik MCS dan terus mengontrol perkembangan dari pengelolaan Business Model Canvas (BMC) serta *Google My Business*. Pada tanggal 31 Oktober, dilakukan evaluasi perkembangan selama proses pendampingan dan pengelolaan pengelolaan Business Model Canvas (BMC) serta *Google My Business* berlangsung. Pertemuan dilakukan 1 kali dengan durasi pertemuan 45 menit.

<https://www.google.com/maps/place/Malijo+Coffee+Shop/@0.8364001,109.4924872,15z/data=!4m5!3m4!1s0x0:0x73d748fa1e3d4c66!8m2!3d0.8364001!4d109.4924872>

Gambar 7. Link Google Maps Malijo Coffee Shop (MCS)

Letak dan keberadaan Malijo Coffee Shop yang telah terdaftar di Google My Business sendiri memberikan hasil yang positif, dimana Malijo Coffee Shop telah terdaftar di Google Maps sebagai keunggulan mendaftarkan UMKM di Google My Business. Selain letak dan keberadaan yang jelas, Google Maps juga memberikan kesempatan bagi konsumen atau customer untuk memberikan rating di Google Maps terhadap Malijo Coffee Shop, sehingga orang-orang akan mengetahui bagaimana kualitas pelayanan Malijo Coffee Shop (MCS).

Kesimpulan

Selama masa pendampingan dan pengelolaan pengelolaan Business Model Canvas (BMC) serta Google My Business terhadap Malijo Coffee Shop, diharapkan ke depannya ada banyak UMKM yang memanfaatkan era digital sebagai peluang dalam berwirausaha. Diharapkan pula kepada setiap pelaku UMKM untuk memiliki perencanaan usaha atau bisnis yang dianalisis secara jelas, supaya ke depannya dapat dilakukan perbaikan yang dapat menguntungkan UMKM. Hasil dari pengabdian masyarakat yang dilakukan di Malijo Coffee Shop (MCS) adalah dimana program pendampingan dan pengelolaan Business Model Canvas (BMC) serta Google My Business berjalan selama 10 bulan. Selama masa pendampingan 10 bulan tersebut memberikan umpan balik yang positif atau dengan kata lain program pengabdian yang dilakukan di Malijo Coffee Shop (MCS) berhasil dengan baik. Hal ini dapat dilihat dari hasil pendampingan, dimana letak dan keberadaan telah terdaftar di Google Maps, sehingga banyak orang akan mengetahui letak keberadaan Malijo Coffee Shop. Konsumen atau customer pun dapat melihat atau memberikan rating kepada pelayanan

Maliyo Coffee Shop. Kemudian dari pada itu, Maliyo Coffee Shop juga memiliki Business Model Canvas sehingga Maliyo Coffee Shop dapat mengetahui dengan jelas kelebihan dan kekurangan dari usaha yang sedang dijalani. Rencana pengembangan pengabdian masyarakat ke depannya adalah adanya kesempatan untuk terus melakukan pendampingan dan pengelolaan kepada setiap UMKM yang memerlukan *Business Model Canvas* (BMC) serta Google My Business. Hal ini dilakukan dalam upaya membantu dan mengabdikan diri untuk kemajuan UMKM Indonesia dalam memanfaatkan peluang berwirausaha di era digital. Kemudian, ada beberapa prospek rencana yang hendak dilakukan ke depannya, yaitu: (1) Pelatihan dan Pendampingan Manajemen Referensi Kepada Mahasiswa dan Dosen STT Berea Ngabang, (2) Kursus Bahasa Inggris gratis kepada jemaat kurang mampu di GSRI Bengkayang.

Daftar Pustaka

- Akbar, A., & Noviani, N. (2019). Tantangan dan solusi dalam perkembangan teknologi pendidikan di Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Program Pascasarjana Universitas PGRI Palembang*.
- Anshori, M., Agustawan, Y., Fibrian, I. D., & Muttaqin, Z. (2016). Upaya peningkatan pelayanan administrasi kependudukan menggunakan teknologi informasi: Rancang bangun sistem informasi di desa sumbermulyo Kecamatan Jogoroto Kabupaten Jombang. *Register: Jurnal Ilmiah Teknologi Sistem Informasi*, 2(2), 51–59. <https://doi.org/10.26594/register.v2i2.547>
- Austin, E. C. (2020). Business Survival Growth Model (BSGM) Canvas VS Business Model Canvas (BMC). *European Journal of Business and Innovation Research*, 8(1), 52–68. <https://doi.org/10.37745/ejbir/vol8.no1.pp52-68.2020>
- Dudin, M. N., Kutsuri, G. N., Fedorova, I. J. evna, Dzusova, S. S., & Namitulina, A. Z. (2015). The innovative business model canvas in the system of effective budgeting. *Asian Social Science*, 11(7), 290–296. <https://doi.org/10.5539/ass.v11n7p290>
- Husaini, M. (2017). Pemanfaatan teknologi informasi dalam bidang pendidikan (e-education). *Mikrotik: Jurnal Manajemen Informatika*, 2(1).
- Kecil, M. D., Herawati, N. T., Kurniawan, P. S., Sujana, E., & Dianita, P. E. (2020). Pemanfaatan Financial Technology Dalam Pengelolaan Keuangan Usaha Pendahuluan.
- Lestari, S. (2018). Peran Teknologi Dalam Pendidikan di Era Globalisasi. *Edureligia: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 2(2), 94–100.
- Manu, G. A., & Fallo, D. (2019). Implementasi Google My Business (GMB) Dalam Promosi Pariwisata di Kota Kupang Dan Sekitarnya. *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi (JUKANTI)*, 2(2), 8–15. <https://doi.org/10.37792/jukanti.v2i2.69>
- Meethavornkul, P., & Jituea, N. (2018). The Business Guideline of New Entrepreneur toward Business Model Canvas. *International Journal of Business and Economic Affairs*, 3(1), 40–47. <https://doi.org/10.24088/ijbea-2018-31005>
- Murray, A., & Scuotto, V. (2015). The Business Model Canvas. *Symphony Emerging Issues in Management*, 3(1), 94. <https://doi.org/10.4468/2015.3.13murray.scuotto>
- Pribadi, B. A. (2017). *Media & Teknologi dalam Pembelajaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Riwayadi, P. (2013). Pemanfaatan Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi Untuk Kemajuan Pendidikan di Indonesia. Available at PLS-UM Database.
- Sunarsi, D., Kustini, E., & Lutfi, A. M. (2019). Penyuluhan Wirausaha Home Industry Untuk Meningkatkan Ekonomi Keluarga Dengan Daur Ulang Barang Bekas. 1(4), 188–193.