

PELATIHAN INOVASI MODEL BISNIS DALAM MENINGKATKAN KINERJA UKM

Rodhiah^{1*}, Yunia Arinda Jayanti², Nadira Aulia Putri³

^{1,2,3}

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bismis, Universitas Tarumanagara Jakarta

E-mail: ¹⁾ rodhiah@fe.untar.ac.id

Abstract

Business model innovation (BMI) is considered a specialized form of innovation that helps improve business performance. The key to successfully improving business performance and competitiveness lies in the effective implementation of key managerial practices that lead to innovation. Businesses can innovate through products, processes and marketing strategies, and can innovate their business models. The objective of current service activity is to provide training to SMEs on business model innovation. The partner chosen to be the place of activity is engaged in the culinary business located in Jambi. The activity method of conducting online training through zoom meetings, presented in the form of PPT, about innovation, innovation fields, business model innovation, reasons for the importance of business model innovation, and strategies for implementing business model innovation has run smoothly. Training has been carried out according to the needs of partners assisted by two students as hosts. Partners were eager to receive the material presented by the PKM team. During the socialization process, the partners had many discussions and questions and answers with the PKM Team. The results of the activity can increase partner knowledge in an effort to improve business performance.

Keywords: Innovation, Business Model Innovation, Performance, Training, SMEs

Abstrak

Inovasi model bisnis (BMI) adalah dianggap sebagai bentuk inovasi khusus yang membantu meningkatkan kinerja bisnis. Kunci keberhasilan peningkatan kinerja bisnis dan daya saing terletak pada penerapan efektif dari praktik manajerial utama yang mengarah pada inovasi.. Bisnis dapat berinovasi melalui produk, proses dan strategi pemasaran, dan dapat berinovasi model bisnis mereka. Tujuan kegiatan PKM adalah memberikan pelatihan pada UKM tentang inovasi model bisnis. Mitra yang dipilih menjadi tempat kegiatan bergerak dalam usaha kuliner yang berlokasi di Jambi. Metode kegiatan melakukan pelatihan secara online melalui zoom meeting, disajikan dalam bentuk PPT, tentang inovasi, bidang inovasi, inovasi model bisnis, alasan pentingnya inovasi model bisnis, dan strategi menerapkan inovasi model bisnis telah berjalan lancar. Pelatihan telah dilakukan sesuai dengan kebutuhan mitra dibantu oleh dua mahasiswa sebagai host. Mitra bersemangat menerima materi yang disampaikan tim PKM. Selama proses sosialisai berlangsung mitra banyak berdiskusi dan tanya jawab dengan Tim PKM. Hasil kegiatan dapat menambah pengetahuan mitra dalam upaya meningkatkan kinerja usaha.

Kata kunci: Inovasi, Inovasi Model Bisnis, Kinerja, Pelatihan, UKM

1. PENDAHULUAN

Saat ini UKM dihadapkan pada persaingan yang ketat akibat globalisasi dan digitalisasi. Fenomena persaingan global ini menjadi tantangan besar bagi UKM untuk mempertahankan keunggulan dan kinerja kompetitif (Rahman & Hirawati, 2022). Kinerja bisnis yang berkelanjutan digambarkan dengan proses dan praktik manajemen kinerja

yang sehat (Saunila et al., 2014). Kunci keberhasilan peningkatan kinerja bisnis dan daya saing terletak pada penerapan efektif dari praktik manajerial utama yang mengarah pada inovasi. Bisnis dapat berinovasi melalui produk, proses dan strategi pemasaran, dan dapat berinovasi model bisnis mereka.

Sejak munculnya Internet, gagasan model bisnis (BM) dan inovasi model bisnis (BMI) telah mendapat perhatian besar di industri dan akademisi (Aspara et al., 2010). BM menggambarkan logika bagaimana perusahaan menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai (Teece, 2010). Sedangkan BMI mengacu pada perubahan elemen kunci BM perusahaan atau arsitektur yang menghubungkan elemen-elemen ini dengan cara yang terstruktur, baru, dan nontrivial (Hartmann et al., 2013). Sebagai metode berinovasi dan beradaptasi dengan pasar yang terus berubah (Foss & Saebi, 2017), BM yang dirancang dengan baik mampu menciptakan dan memberikan proposisi nilai yang menarik bagi pelanggan. Ini membantu menciptakan aliran pendapatan dan keunggulan kompetitif, dan memungkinkan penangkapan nilai substansial oleh bisnis yang memberikan portofolio produk dan layanan yang inovatif dan berbeda (Teece, 2010)

Inovasi model bisnis (BMI) adalah dianggap sebagai bentuk inovasi khusus yang membantu meningkatkan kinerja bisnis (Bucherer et al., 2012). Karena semua perusahaan ingin meningkatkan kinerjanya, kontribusi BMI terhadap kinerja perusahaan telah menarik banyak perhatian (Karimi & Walter, 2016).

Mitra yang dijadikan tempat kegiatan merupakan usaha kecil bergerak dalam bidang makanan dengan merek cemilan mommy. Nama pemilik usaha Mbak Rina. Lokasi usaha di Kecamatan Jelutung Kota Jambi. Usaha kuliner didirikan dengan tujuan membantu suami memenuhi kebutuhan keluarga. Selain itu juga memiliki hobbys dalam memasak. Berikut ini produk yang dihasilkan mitra adalah:



Gambar 1. Produk Mitra

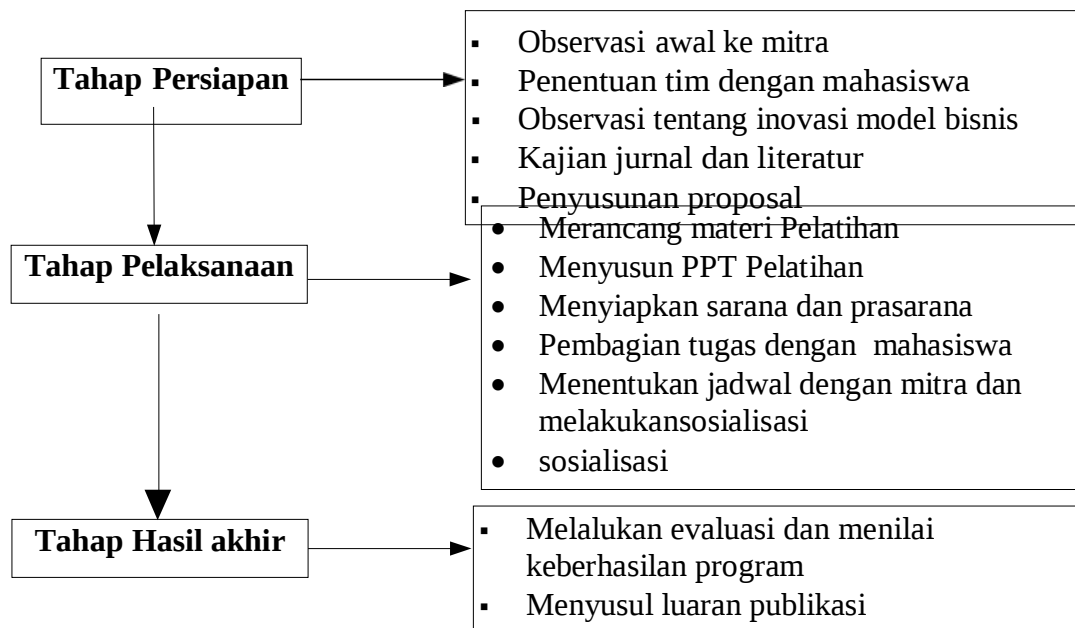
Dari hasil observasi yang dilakukan kepada mitra dan melalui analisis situasi tentang inovasi model bisnis, maka terdapat permasalahan yang dialami mitra, yaitu: (1) Usaha kuliner mitra sangat memerlukan inovasi, (2) Mitra belum optimal dalam mengelola inovasi bisnis sehingga produk inovasi masih jarang dilakukan .

Berdasarkan analisis situasi di atas, prioritas masalah mitra yang ingin diselesaikan adalah bagaimana pembekalan pengetahuan mitra tentang strategi inovasi bisnis yang perlu dilakukan dalam membangun keunggulan bersaing berkelanjutan.

Untuk mengatasi prioritas masalah yang dihadapi mitra, maka solusi yang ditargetkan selesai dari kegiatan pengabdian masyarakat ini terkait dengan tentang model bisnis inovasi. Solusi yang ditawarkan berupa *transfer knowledge* tentang Strategi dalam inovasi model bisnis yang berkontribusi dalam meningkatkan kinerja usaha, mengacu berbagai sumber (Foss & Saebi, 2017; Karimi & Walter, 2016).

2. METODE PENELITIAN

Kegiatan pelatihan dilakukan untuk memberikan pembekalan terhadap pemahaman tentang pengetahuan dalam kecerdasan emosional. Beberapa Langkah kegiatan pelaksanaan PKM , terbagi pada tahap persiapan, pelaksanaan dan tahap hasil akhir. Pelaksanaan kegiatan pada masing masing tahapan disajikan pada diagram flow chart berikut:



Gambar 2. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Deskripsi Kegiatan

Kegiatan Dilakukan pada tanggal 29 Mei 2023 secara daring melalui *Zoom Meeting*. Kegiatan ini melibatkan dua orang mahasiswa yang sekaligus bertindak sebagai pembawa acara dan panitia kegiatan. Langkah pertama kegiatan yaitu menjajaki apa yang menjadi kebutuhan mitra, selanjutnya menyiapkan materi PPT yang ditransfer ke mitra melalui *Zoom Meeting*. Selama kegiatan berlangsung mitra mendengarkan materi yang disampaikan secara antusias dan bersemangat, diskusi dan tanya jawab mitra dengan tim PKM juga dilakukan setelah penyampaian materi. Materi yang disampaikan memberikan manfaat kepada mitra dalam memahami inovasi model bisnis, agar mitra dapat meningkatkan kinerja usaha.

3.2. Model Ipteks yang Ditransfer Ke Mitra

Kegiatan pengabdian masyarakat ini terkait dengan pembekalan pengetahuan tentang hal yang perlu diperhatikan mitra dalam meningkatkan kinerja usaha melalui inovasi model bisnis. Solusi yang ditawarkan berupa transfer knowledge meliputi:

1) Pengertian Inovasi Dan Inovasi Model Bisnis

Inovasi didefinisikan sebagai aplikasi praktis dari ide-ide baru untuk penciptaan produk baru, layanan, proses, atau model bisnis baru. Setiap inovasi dapat meningkatkan, mengganggu, dan menciptakan solusi inovatif. **Inovasi model bisnis** adalah seni meningkatkan keunggulan dan penciptaan nilai dengan secara bersamaan mengubah proposisi nilai organisasi kepada pelanggan dan model operasi yang mendasarinya. Perusahaan harus terus berinovasi agar tetap relevan dan kompetitif dalam lingkungan bisnis yang selalu berubah saat ini. Inovasi model bisnis dapat membantu bisnis dalam mencapai hal ini dengan menghasilkan aliran pendapatan baru, meningkatkan pengalaman pelanggan, dan menurunkan biaya. (Foss & Saebi, 2017) Inovasi model bisnis adalah proses menciptakan cara-cara baru untuk memberikan nilai kepada pelanggan. Ini melibatkan membuat perubahan mendasar pada cara bisnis beroperasi, termasuk aliran pendapatan, struktur biaya, dan saluran distribusinya. Inovasi model bisnis sangat penting bagi perusahaan yang ingin tetap kompetitif dalam lingkungan bisnis yang berubah dengan cepat saat ini. Ini memungkinkan bisnis untuk beradaptasi dengan kondisi pasar baru, merespons perubahan kebutuhan pelanggan, dan memanfaatkan teknologi yang muncul. (Karimi & Walter, 2016)

2) Bentuk – Bentuk Inovasi Model Bisnis

- a. Membuat produk atau layanan baru
- b. Mengembangkan saluran distribusi baru
- c. Mengubah model penetapan harga
- d. Mengadopsi teknologi baru
- e. Memasuki pasar baru

Inovasi model bisnis membutuhkan pemahaman yang mendalam tentang bisnis, pelanggannya, dan pasar. Dibutuhkan kemauan untuk mengambil risiko dan bereksperimen dengan ide-ide baru. Inovasi model bisnis yang sukses membutuhkan komitmen seluruh perusahaan terhadap inovasi dan budaya yang mendukung eksperimen dan pembelajaran.

3) Alasan Pentingnya Inovasi Model Bisnis

Beberapa alasan utama mengapa inovasi model bisnis sangat penting: (Karimi & Walter, 2016)

Proposisi Nilai yang Ditingkatkan: Inovasi model bisnis memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan proposisi nilainya kepada pelanggan. Dengan membuat perubahan pada proposisi nilainya, perusahaan dapat menawarkan produk atau layanan baru dan lebih baik yang lebih memenuhi kebutuhan pelanggan;

- a. Peningkatan Efisiensi: Inovasi model bisnis juga dapat membantu perusahaan meningkatkan efisiensi dan mengurangi biaya. Dengan membuat perubahan pada model operasinya, perusahaan dapat merampingkan operasinya dan mengurangi limbah, yang dapat menghasilkan penghematan biaya yang signifikan;
- b. Keunggulan kompetitif: Inovasi model bisnis dapat memberikan perusahaan keunggulan kompetitif atas para pesaingnya. Dengan menawarkan proposisi nilai dan model operasi yang unik, perusahaan dapat membedakan dirinya dari para pesaingnya dan menarik lebih banyak pelanggan.

Tanpa inovasi model bisnis, perusahaan berisiko menjadi stagnan dan kehilangan daya saingnya. Mungkin juga kehilangan peluang untuk memperluas ke pasar baru atau menawarkan produk atau layanan baru. Oleh karena itu, inovasi model bisnis harus menjadi bagian penting dari strategi perusahaan untuk meningkatkan kinerja dalam jangka panjang.

Penyampaian materi pelatihan dilakukan secara online melalui Zoom meeting. Dokumentasi saat pelaksanaan sosialisasi adalah:



Gambar 3. Dokumentasi pelaksanaan kegiatan

Pada akhir kegiatan dilakukan pretest dan posttest, tentang penyampaian materi kegiatan yang sudah dilakukan. Mitra diminta menjawab kuesioner tentang sudah mengerti tidak nya materi yang telah disampaikan setelah mengikuti kegiatan sosialisasi. Menggunakan skala likert dengan ketentuan: sangat tidak mengerti (5), Sangat mengerti (4) mengerti (3), cukup mengerti (2), tidak mengerti (1). Sangat tidak mengerti Berdasarkan jawaban mitra dari pengisian pre-test dan post-test pada table 1.

Tabel 1. Rekapitulasi Jawaban Mitra

Indikator	Kategori	Jawaban	Persentase (%)
Materi tentang INOVASI pada usaha yang ibu lakukan	Sangat Tidak mengerti	0	0
	Tidak mengerti	0	0
	Cukup mengerti	0	0
	Mengerti	0	0
	Sangat mengerti	100	100%
Materi tentang inovasi model bisnis membuat ibu mengerti	Sangat Tidak mengerti	0	0
	Tidak mengerti	0	0
	Cukup mengerti	0	0
	Mengerti	0	0
	Sangat mengerti	100	100%
Materi tentang alasan dan pentingnya inovasi model bisnis membuat ibu mengerti	Sangat Tidak mengerti	0	0
	Tidak mengerti	0	0
	Cukup mengerti	0	0
	mengerti	0	0
	Sangat mengerti	100	100%

Hasil evaluasi jawaban mitra terhadap pemahaman materi sudah di mengerti dengan baik. Terbukti dari jawaban mitra yang 100 % dapat mengerti materi yang disampaikan

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan yang dilakukan, dapat diambil beberapa simpulan yang signifikan. Pertama, inovasi dalam model bisnis telah terbukti menjadi elemen krusial bagi kelangsungan dan daya saing suatu organisasi di tengah dinamika pasar yang terus berubah. Kemampuan untuk mengidentifikasi pendekatan baru dalam memberikan nilai kepada pelanggan dapat menghasilkan peningkatan pendapatan serta pertumbuhan yang berkelanjutan. Kedua, pelatihan mengenai pengembangan strategi inovasi dalam model bisnis telah sukses dilaksanakan dengan melibatkan sosialisasi kepada mitra. Penyampaian materi yang mencakup konsep inovasi, bidang inovasi, model bisnis inovatif, serta urgensi dari inovasi dalam model bisnis, telah diberikan dengan baik kepada mitra. Partisipasi aktif dua mahasiswa sebagai host dalam pelatihan turut berkontribusi dalam kelancaran kegiatan ini. Respon positif dan antusiasme mitra dalam menerima materi sosialisasi dari tim PKM memberikan indikasi keberhasilan pelaksanaan pelatihan ini. Ketiga, hasil evaluasi menunjukkan pencapaian yang memuaskan, dengan seluruh mitra mampu memahami materi yang telah disampaikan dengan baik. Fakta bahwa 100% dari mitra dapat memahami isi materi menandakan efektivitas dalam penyampaian informasi dan komunikasi antara tim PKM dan mitra. Dengan demikian, pelatihan ini bukan hanya sekadar memenuhi kebutuhan mitra, tetapi juga berhasil memberikan pemahaman yang mendalam tentang konsep dan pentingnya inovasi dalam model bisnis.

Secara keseluruhan, pelaksanaan pelatihan dan respons positif dari mitra membuktikan bahwa pendekatan yang diambil oleh tim PKM dalam sosialisasi mengenai inovasi model bisnis telah berhasil, dengan memberikan pemahaman yang kuat dan

mendorong kesadaran akan pentingnya inovasi dalam menjaga daya saing organisasi di era yang terus berubah.

DAFTAR PUSTAKA

- Aspara, J., Hietanen, J., & Tikkanen, H. (2010). Business model innovation vs replication: financial performance implications of strategic emphases. *Journal of Strategic Marketing*, 18(1), 39–56.
- Bucherer, E., Eisert, U., & Gassmann, O. (2012). Towards systematic business model innovation: lessons from product innovation management. *Creativity and innovation management*, 21(2), 183–198.
- Foss, N. J., & Saebi, T. (2017). Fifteen years of research on business model innovation: How far have we come, and where should we go? *Journal of Management*, 43(1), 200–227.
- Hartmann, M., Oriani, R., & Bateman, H. (2013). Exploring the antecedents to business model innovation: an empirical analysis of pension funds. *Academy of Management Proceedings*, 2013(1), 10986.
- Karimi, J., & Walter, Z. (2016). Corporate entrepreneurship, disruptive business model innovation adoption, and its performance: The case of the newspaper industry. *Long range planning*, 49(3), 342–360.
- Rahman, A. A., & Hirawati, H. (2022). Pengaruh Strategi Bisnis, Kemampuan Manajerial Pelaku UMKM Terhadap Kinerja UMKM Pada Bidang Knalpot di Kabupaten Purbalingga. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Manajemen Bisnis Digital*, 1(2), 312–326.
- Saunila, M., Pekkola, S., & Ukko, J. (2014). The relationship between innovation capability and performance: The moderating effect of measurement. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 63(2), 234–249.
- Teece, D. J. (2010). Business models, business strategy and innovation. *Long range planning*, 43(2–3), 172–194.