



Pelatihan Pemetaan Bisnis dengan Tools Online sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Produk Fashion Muslim

Novi Yanti Sandra Dewi^{1*}, Muhammad Zaki Abdillah², Muhammad Haikal³, Rema Supiana⁴, Nurlaili⁵

^{1,2,3,4,5}Ekonomi Syariah, Universitas Muhammadiyah Mataram, Mataram, Indonesia

Email: ^{1*}noviyanti.sandradewi@gmail.com, ²zaki.abdillah@gmail.com, ³efendihaikal435@gmail.com, ⁴remasupiana@gmail.com, ⁵nurlailianggriyani004@gmail.com

Abstract

In the digital era, effective business mapping is crucial for driving growth and increasing sales, particularly in the competitive fashion industry. Gumi store, as a Muslim fashion business, has experienced stagnation in sales and has yet to implement comprehensive business mapping to formulate the right strategy. This community service initiative aims to address this issue through intensive training focused on utilizing the Business Model Canvas (BMC) as an online strategic tool. The method employed in this activity involves training on the use of BMC for the owner and three employees of gumi store. This training includes interactive sessions that provide a fundamental understanding of the key elements in the BMC and how to integrate them into business strategy. The training evaluation was conducted through a practical project, where participants were required to create a customized BMC for gumi store. The results of this activity show that participants followed the training with high enthusiasm and were able to apply the knowledge gained in their business mapping. By using BMC, gumi store is expected to design a more effective and focused business strategy, which will have a direct impact on increasing sales and competitiveness in the Muslim fashion market. This community service program not only enhances gumi store's internal capacity but also demonstrates the importance of utilizing digital tools in modern business development.

Keywords: Business Mapping, Online Tools, Sales Improvement, Muslim Fashion Products.

Abstrak

Pada era digital, pemetaan bisnis yang efektif sangat penting untuk mendorong pertumbuhan dan peningkatan penjualan, terutama dalam industri fashion yang kompetitif. Gumi store, sebagai bisnis fashion muslim, mengalami stagnasi dalam penjualan dan belum mengimplementasikan pemetaan bisnis yang komprehensif untuk merumuskan strategi yang tepat. Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memperbaiki kondisi tersebut melalui pelatihan intensif yang berfokus pada pemanfaatan *Business Model Canvas* (BMC) sebagai alat strategis online. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah pelatihan tentang penggunaan BMC kepada pemilik dan tiga karyawan gumi store. Pelatihan ini mencakup sesi interaktif yang memberikan pemahaman mendasar tentang elemen-elemen penting dalam BMC serta cara mengintegrasikannya ke dalam strategi bisnis. Evaluasi dari pelatihan dilakukan melalui proyek praktik, dimana peserta diharuskan membuat BMC yang disesuaikan untuk gumi store. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa peserta mengikuti pelatihan dengan antusiasme tinggi dan mampu mengaplikasikan ilmu yang diperoleh dalam pemetaan bisnis mereka. Dengan menggunakan BMC, gumi store diharapkan dapat merancang strategi bisnis yang lebih efektif dan terarah, yang akan berdampak langsung pada peningkatan penjualan dan daya saing di pasar fashion muslim. Program pengabdian ini tidak hanya meningkatkan kapasitas internal gumi store tetapi juga menunjukkan pentingnya pemanfaatan alat digital dalam pengembangan bisnis modern.

Kata Kunci: Pemetaan Bisnis, Tools Online, Peningkatan Penjualan, Produk Fashion Muslim.

A. PENDAHULUAN

Fashion muslim sebagai salah satu industri halal saat ini sedang mengalami perkembangan. Masyarakat Islam merupakan konsumen fashion muslim yang terus mengikuti perubahan tren fashion muslim yang ada, terkhusus bagi kaum perempuan yang sering mengaksesnya secara online dan tak jarang pula secara offline (Ayunda et al., 2019; Luckyardi et al., 2021). Life style halal dalam berbusana telah merambah ke berbagai lapisan masyarakat (Dalam et al., 2023; Yanti Sandra Dewi et al., n.d.) baik kelas bawah, menengah maupun kelas atas. Dalam beberapa tahun terakhir, pasar fashion muslim di Indonesia tumbuh pesat. Menurut data dari Asosiasi Pengusaha Busana Muslim Indonesia (APBMI), kontribusi industri fashion muslim terhadap ekonomi kreatif mencapai 18% pada 2020, dengan pertumbuhan tahunan rata-rata 6%. Namun, banyak UMKM di sektor ini menghadapi kendala, termasuk terbatasnya akses pasar, inovasi produk, dan keterbatasan penggunaan teknologi digital untuk pemasaran.

Kebutuhan akan produk muslim seperti pakaian semakin meningkat, terlebih lagi dengan adanya perayaan keagamaan seperti idul fitri. Keadaan tersebut menjadi peluang bisnis yang dapat dimanfaatkan, tak terkecuali oleh gumi store yang menjual berbagai pakaian muslim seperti gamis, jilbab, mukena, baju koko dan sebagainya. Gumi store terletak di lingkungan Karang Buaya Kelurahan Pagutan Timur Kecamatan Mataram Kota Mataram melakukan pemasaran barang dagangan secara offline dan online melalui aplikasi facebook. Pemasaran secara online dengan memanfaatkan aplikasi digital merupakan suatu strategi untuk memperluas jaringan pasar, yang sangat cocok dengan kebiasaan calon konsumen saat ini (Yanti & Dewi, 2023). Meskipun bisnis gumi store ini telah berjalan, tapi keuntungan yang diperoleh belum maksimal. Selama ini bisnis fashion muslim gumi store berjalan stagnan dan belum dilakukan pemetaan bisnis.

Pemetaan bisnis dapat dilakukan dengan memanfaatkan tools online business model canvas. Tools ini dapat menentukan strategi pengembangan usaha secara efektif dan efisien (Hartatik & Baroto, 2017; Hutamy et al., 2021; Susilowati, 2021). Inovasi business model canvas pada bisnis fashion menghasilkan sembilan blok model yang terdiri dari customer segment, value proposition value, channel, customer relationship elemen, revenue stream, key resources, key activities, key partnership, dan cost structure (Susilowati, 2021; Warnaningtyas, 2020).

Business model canvas dapat menemukan kelemahan pada usaha bisnis fashion muslim

sehingga diperoleh solusi yang tepat atas kelemahan tersebut, seperti kelemahan yang berkaitan dengan promosi produk fashion muslim maka solusi yang tepat atas kelemahan tersebut adalah melakukan perluasan media promosi melalui media sosial dan e-commerce (Rahayu et al., 2022; Ramadhani et al., 2022). Selain itu, kegiatan pelatihan bisnis model canvas juga terbukti memberikan tambahan wawasan dan pengetahuan pada pelaku usaha tentang pembuatan dan penyusunan bisnis model (Akbar et al., 2022; Haanurat et al., 2022). Strategi yang tepat seperti pemasaran secara online dapat meningkatkan penjualan produk (Dewi et al., 2022).

Kondisi gumi store sebagaimana dipaparkan di atas menunjukkan perlu adanya kegiatan yang dapat memberikan peningkatan penjualan produk fashion muslim gumi store. Kegiatan pengabdian ini menjadi relevan karena UMKM, termasuk Gumi Store, menghadapi stagnasi dalam penjualan produk. Pemanfaatan alat strategis seperti Business Model Canvas (BMC) menjadi solusi yang dapat membantu mereka dalam memetakan strategi bisnis yang lebih efektif, sehingga mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Oleh karena itu, tim selaku akademisi telah memberikan bentuk pengabdian yang nyata kepada masyarakat melalui kegiatan pelatihan pemetaan bisnis dengan memanfaatkan tools online business model canvas agar gumi store dapat melakukan strategi bisnis yang dapat menjadikan penjualan barang dagangan gumi store meningkat.

B. PELAKSAAAN DAN METODE

Metode pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini mencakup beberapa tahapan berikut ini:

1. Koordinasi dan Sosialisasi

Metode yang digunakan pada tahap koordinasi dan sosialisasi adalah wawancara mendalam dan diskusi. Tim pengabdian memulai kegiatan dengan melakukan koordinasi awal bersama pemilik gumi store. Pertemuan ini bertujuan untuk memahami kebutuhan spesifik dan tantangan yang dihadapi oleh gumi store dalam menjalankan bisnisnya. Adapun sosialisasi dilakukan untuk memberikan pemahaman kepada mitra mengenai latar belakang, tujuan, dan manfaat program pelatihan yang akan dilaksanakan. Dalam sosialisasi ini, dijelaskan pula tahapan-tahapan kegiatan yang akan dilakukan serta hasil yang ingin dicapai.

2. Pelatihan Pemetaan Bisnis

Pelatihan ini menggunakan pendekatan partisipatif dan blended learning. Sesi tatap muka digunakan untuk memberikan dasar-dasar konsep BMC, sementara praktik langsung dilakukan

menggunakan platform Canvanizer, yang memungkinkan mitra untuk mengisi elemen-elemen penting dalam BMC secara digital. Selain itu, metode ini didukung dengan penggunaan video tutorial dan diskusi kelompok untuk memastikan pemahaman yang baik dari setiap peserta.

Pendekatan partisipatif, dimana mitra dilibatkan sejak awal, mulai dari perencanaan hingga pelaksanaan. Dalam setiap sesi pelatihan, mitra diminta untuk aktif berkontribusi dalam diskusi dan praktik, dengan tujuan agar mereka memiliki keterampilan yang mumpuni untuk menerapkan BMC secara mandiri. Pendekatan ini memastikan bahwa pelatihan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan spesifik dan kontekstual dari gumi store. Diskusi dua arah digunakan untuk menggali informasi mengenai tantangan dan peluang yang dihadapi oleh gumi store, sehingga solusi yang ditawarkan benar-benar aplikatif dan relevan.

Pelatihan ini difokuskan pada pemetaan bisnis menggunakan Business Model Canvas (BMC), yang dilakukan melalui platform digital Canvanizer. Pelatihan ini dirancang untuk memberikan pemahaman yang mendalam kepada pemilik gumi store mengenai elemen-elemen kunci dalam model bisnisnya. Pelatihan mencakup langkah-langkah praktis yaitu pembuatan akun, navigasi platform, dan pengisian sembilan elemen BMC yang meliputi segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran distribusi, hubungan pelanggan, arus pendapatan, sumber daya utama, aktivitas utama, mitra kunci, dan struktur biaya. Peserta pelatihan ini yaitu pemilik dan manajemen gumi store, yang secara aktif berpartisipasi dalam diskusi dan penerapan langsung BMC pada bisnis mereka.

Pelatihan ini dilakukan dengan metode blended learning, yang menggabungkan sesi tatap muka dan penggunaan platform digital. Sesi tatap muka digunakan untuk penyampaian materi dasar dan diskusi, sedangkan platform digital (Canvanizer) digunakan untuk penerapan langsung BMC. Metode ini dipilih untuk memberikan fleksibilitas dan kemudahan bagi mitra dalam mempelajari dan menerapkan konsep yang diajarkan, serta untuk meningkatkan efektivitas pembelajaran. Adapun metode penyampaian materi melalui kombinasi beberapa metode:

- 1) Ceramah dan presentasi, dimana tim memberikan pemahaman dasar tentang konsep BMC kepada mitra.
- 2) Diskusi kelompok, metode ini bertujuan untuk menggali tantangan bisnis dan berbagi solusi di antara peserta kegiatan.
- 3) Simulasi dan studi kasus, pada sesi ini peserta kegiatan melakukan simulasi pemetaan bisnis menggunakan contoh konkret terkait industri yang relevan, sehingga dapat mengidentifikasi strategi bisnis yang dapat diterapkan.

- 4) Praktik langsung, pendekatan praktis ini bertujuan agar peserta kegiatan dapat menerapkan teori langsung pada bisnis mereka, dimana peserta tidak hanya mendengarkan penjelasan, tetapi juga langsung mempraktikkan apa yang dipelajari. Metode ini memungkinkan peserta untuk mendapatkan pengalaman langsung dalam menggunakan BMC untuk memetakan bisnis gumi store. Setiap elemen BMC dijelaskan secara rinci dengan contoh-contoh konkret yang relevan dengan industri fashion muslim, sehingga memudahkan mitra dalam mengidentifikasi dan menyusun strategi bisnis yang efektif.

Sedangkan alat dan bahan yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan ini mencakup:

- 1) Proyektor dan laptop untuk presentasi.
- 2) Akses internet dan perangkat lunak Canvanizer untuk latihan BMC.
- 3) Checklist dan formulir evaluasi untuk monitoring dan evaluasi.

3. Monitoring dan Evaluasi

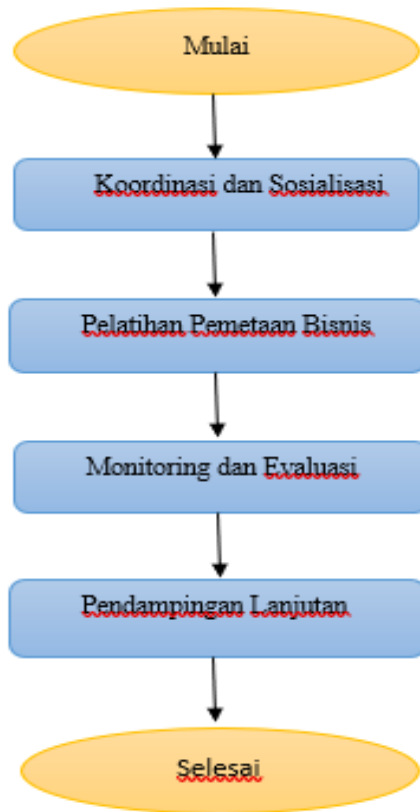
Monitoring dilakukan secara berkala selama pelaksanaan pelatihan, untuk memastikan bahwa materi yang disampaikan dipahami dengan baik oleh peserta dan diterapkan sesuai dengan tujuan. Adapun evaluasi dilakukan dengan meminta mitra untuk membuat dan menyempurnakan Business Model Canvas berdasarkan pemahaman peserta setelah mengikuti pelatihan. Hasil BMC yang dihasilkan menjadi indikator keberhasilan program. Adapun instrumen evaluasi yang digunakan adalah checklist progres, form survei kepuasan peserta, dan hasil BMC yang disusun oleh peserta. Instrumen ini membantu dalam mengukur pemahaman peserta dan perubahan yang dihasilkan dari pelatihan. Evaluasi dilakukan dengan perbandingan kondisi sebelum dan sesudah pelatihan melalui survei kinerja bisnis. Data yang diperoleh dari monitoring dan evaluasi digunakan untuk menilai keberhasilan program dan memberikan rekomendasi untuk perbaikan di masa depan.

4. Pendampingan Lanjutan

Setelah pelatihan selesai, program pendampingan lanjutan diselenggarakan untuk memastikan bahwa gumi store dapat terus mengembangkan dan menyempurnakan model bisnis mereka. Pendampingan ini mencakup sesi konsultasi yang fokus pada inovasi produk, pemasaran digital, dan pengelolaan keuangan. Dengan penerapan metode-metode tersebut, program ini diharapkan dapat memberikan dampak yang signifikan dan berkelanjutan bagi gumi store, membantu mereka untuk tidak hanya bertahan tetapi juga berkembang

di industri fashion muslim yang semakin kompetitif.

Secara ringkas metode pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini dapat dilihat pada gambar 1 di bawah ini.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan Program

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Koordinasi dan Sosialisasi

Koordinasi dan sosialisasi merupakan langkah awal dalam memastikan kesuksesan pelaksanaan program. Dalam tahap ini, tim pengabdian melakukan serangkaian diskusi mendalam dengan pemilik gumi store untuk memahami kebutuhan spesifiknya. Melalui pendekatan partisipatif, tim bersama pemilik gumi store mengidentifikasi masalah utama dalam pengelolaan bisnis, yaitu tantangan dalam pemasaran digital, pengelolaan inventaris, dan strategi pengembangan produk.

Solusi yang diusulkan pada tahap ini adalah pemberian pelatihan khusus yang difokuskan pada pemetaan bisnis menggunakan Business Model Canvas (BMC) untuk meningkatkan pengetahuan dalam strategi bisnis. Koordinasi ini bertujuan untuk memastikan bahwa pelatihan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan mitra dan dapat diterapkan secara efektif.

Indikator keberhasilan dari tahap koordinasi ini adalah keterlibatan aktif pemilik gumi store dalam proses perencanaan pelatihan serta kesepakatan mengenai jadwal, materi, dan tujuan pelatihan. Keberhasilan ditunjukkan melalui kesediaan mitra untuk berpartisipasi penuh dalam setiap tahapan program.

Faktor pendorong dalam tahap ini adalah adanya komunikasi yang terbuka dan kepercayaan yang terjalin antara tim pengabdian dan pemilik gumi store. Adapun faktor penghambat berupa perbedaan persepsi awal mengenai tujuan pelatihan, yang kemudian berhasil diatasi melalui diskusi intensif.

2. Pelatihan Pemetaan Bisnis

Pelatihan ini dirancang untuk membantu gumi store mengatasi tantangan dalam pengembangan strategi bisnis mereka. Tim pengabdian memanfaatkan Business Model Canvas (BMC) sebagai alat untuk membantu pemilik gumi store memetakan elemen-elemen utama bisnis mereka secara sistematis.

Pelatihan mencakup langkah-langkah praktis yaitu sebagai berikut:

- a. pembuatan akun canvanizer
- b. navigasi platform, dan
- c. pengisian sembilan elemen BMC

Adapun materi pelatihan disesuaikan dengan kebutuhan spesifik gumi store, yaitu sebagaimana dalam table di bawah ini:

No.	Materi	Pemateri
1	Penguatan strategi pemasaran digital	Novi Yanti Sandra Dewi
2	Optimasi saluran distribusi	Rema Supiana, Nurlaili
3	Pengelolaan hubungan pelanggan	Muhammad Zaki Abdillah, Muhammad Haikal





Gambar 2. Pelatihan Pemetaan Bisnis

Luaran dari pelatihan ini adalah sebuah Business Model Canvas yang lengkap dan komprehensif, yang disusun oleh pemilik gumi store sendiri. Indikator keberhasilan program ini diukur dari kemampuan mitra untuk memahami dan menerapkan konsep BMC dalam bisnis mereka, serta kesiapan mereka untuk melakukan inovasi dalam model bisnis yang ada.

Faktor pendorong dalam pelatihan ini adalah motivasi tinggi dari pemilik gumi store untuk meningkatkan pengetahuan mereka tentang strategi bisnis modern. Namun, tantangan yang dihadapi adalah keterbatasan teknis dalam penggunaan platform digital yang baru pertama kali digunakan oleh mitra. Tantangan ini diatasi dengan memberikan pendampingan tambahan dan tutorial yang lebih mendetail.

3. Monitoring dan Evaluasi Khusus

Monitoring dilakukan untuk memastikan pelatihan berjalan sesuai rencana dan peserta mampu mengaplikasikan ilmu yang telah dipelajari. Evaluasi dilakukan melalui penugasan praktis dan survei kepuasan untuk mendapatkan umpan balik langsung dari mitra. Tim pengabdian menggunakan instrumen monitoring berupa checklist dan form evaluasi untuk mengevaluasi progres dan hasil akhir pelatihan. Setelah pelatihan, gumi store diminta untuk membuat BMC sebagai bentuk evaluasi keterampilan yang telah diperoleh. Peserta dalam kegiatan pelatihan ini telah dapat membuat sendiri Business Model Canvas untuk gumi store. Peserta juga merasa puas dan sangat antusias dengan kegiatan ini.

Luaran dari evaluasi ini adalah sebuah BMC yang mencerminkan pemahaman mendalam tentang bisnis gumi store. Keberhasilan program diukur melalui peningkatan kualitas dan kelengkapan BMC yang dihasilkan oleh mitra, serta tingkat kepuasan mitra terhadap program pelatihan yang telah diberikan.

Pelaksanaan kegiatan ini tidak terlepas dari faktor pendukung dan penghambat pada setiap tahapan kegiatan. Adapun faktor pendukung dalam kegiatan ini adalah motivasi tinggi peserta untuk mempelajari BMC, serta dukungan aktif dari tim pelatih dalam memberikan panduan dan contoh praktis yang relevan dengan konteks bisnis peserta. Faktor lain yang mendukung adalah pemahaman peserta mengenai pentingnya strategi pemasaran digital. Sedangkan faktor penghambat yang menjadi tantangan meliputi keterbatasan pengetahuan peserta dalam menggunakan platform digital dan resistensi terhadap perubahan dalam cara kerja tradisional. Untuk mengatasi keterbatasan teknis, disediakan tutorial lebih mendalam dan sesi konsultasi tambahan yang membantu peserta merasa lebih nyaman dalam penggunaan BMC. Pendampingan lanjutan juga diterapkan untuk memperkuat penerapan strategi baru, sehingga peserta dapat secara bertahap mengadopsi metode ini dalam pengelolaan bisnis sehari-hari.

4. Dampak dan Keberlanjutan

Pelatihan ini diharapkan memberikan dampak jangka panjang dalam peningkatan kapasitas bisnis gumi store. Dengan menggunakan BMC, mitra dapat memetakan strategi bisnis yang lebih adaptif dan inovatif, yang pada akhirnya dapat meningkatkan daya saing dan pertumbuhan bisnis gumi store. Dampak jangka panjang dari pelatihan ini diukur dari peningkatan penjualan, jumlah pelanggan baru, serta penguatan brand identity gumi store. Indikator keberhasilan lainnya termasuk peningkatan engagement pelanggan dan diversifikasi produk.

Kegiatan ini memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan pemahaman peserta atas elemen-elemen BMC. Berdasarkan hasil pre-test dan post-test yang diberikan kepada peserta pelatihan menunjukkan bahwa pemahaman peserta terhadap elemen-elemen BMC meningkat signifikan, dari nilai rata-rata awal 45% sebelum pelatihan menjadi 83% setelah pelatihan. Selain itu, setelah pelatihan dan penerapan BMC, terdapat peningkatan dalam jumlah saluran distribusi, dan penjualan meningkat sebesar 25% dalam tiga bulan pertama. Dimana sebelum pelatihan gumi store hanya memasarkan produknya melalui satu saluran, yaitu facebook, dengan rata-rata penjualan stagnan.

Data kuantitatif ini mendukung teori bahwa implementasi BMC dapat membantu UMKM dalam meningkatkan efektivitas strategi bisnis mereka (Kuncoro & Saptaningtyas, 2021). Peningkatan signifikan dalam pemahaman dan penerapan BMC oleh peserta menunjukkan bahwa pelatihan ini memberikan dampak positif, sejalan dengan penelitian yang menunjukkan pentingnya

pemetaan bisnis dalam meningkatkan daya saing (Refachlis, 2022). Peningkatan yang dicapai oleh gumi store sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa UMKM yang mengadopsi strategi berbasis teknologi digital lebih mungkin untuk beradaptasi dan bersaing dalam pasar modern (Zaenal Asikin & Fadilah, 2024). Hasil ini menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan yang berfokus pada pemetaan bisnis dan penggunaan platform digital memiliki relevansi tinggi dalam konteks peningkatan kapasitas UMKM. Peningkatan ini dikaitkan dengan penguatan strategi pemasaran digital dan pemetaan bisnis yang lebih terstruktur, seperti yang direkomendasikan dalam BMC. Sehingga outcome dari pelatihan ini adalah peningkatan pengetahuan dan perubahan perilaku bisnis gumi store yang lebih adaptif terhadap tren pasar.

Keberhasilan keberlanjutan program didorong oleh keterbukaan gumi store terhadap inovasi dan perubahan. Namun, faktor penghambat muncul dalam bentuk keterbatasan sumber daya atau pengetahuan lanjutan. Untuk itu, tim pengabdian merancang program pendampingan lanjutan untuk memastikan keberlanjutan manfaat dari pelatihan ini. Keberlanjutan dari program ini yang diupayakan melalui pendampingan lanjutan dan rekomendasi yang diberikan kepada peserta, yaitu kolaborasi dengan influencer dan diversifikasi produk untuk memperluas pangsa pasar. Program ini telah terbukti memberikan dampak positif yang dapat diterapkan secara berkelanjutan pada UMKM lain.

5. Implikasi dan Rekomendasi

Pelatihan ini memberikan implikasi signifikan bagi gumi store dan dapat menjadi model yang efektif bagi UMKM lain dalam industri fashion muslim. Dengan adanya pendekatan yang terstruktur dan adaptif seperti BMC, UMKM dapat lebih siap menghadapi dinamika pasar yang terus berubah.

Rekomendasi yang dihasilkan dari program ini adalah penerapan analitik data, kolaborasi dengan influencer muslim, diversifikasi produk, dan penguatan brand identity. Keberhasilan ini dapat diukur melalui pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan dan peningkatan brand awareness di kalangan konsumen muslim. Rekomendasi ini dapat diimplementasikan dengan kemampuan gumi store untuk berinovasi dan beradaptasi. Tantangan yang mungkin dihadapi termasuk keterbatasan dalam akses ke sumber daya dan teknologi yang lebih maju. Oleh karena itu, kolaborasi dengan pihak eksternal dan pemangku kepentingan lain menjadi penting untuk mendukung keberhasilan jangka panjang.

D. PENUTUP

Simpulan

Pelaksanaan program pelatihan pemetaan bisnis menggunakan Business Model Canvas (BMC) pada gumi store telah berhasil mencapai tujuan utama, yaitu membantu mitra untuk mengatasi tantangan bisnis dan meningkatkan penjualan produk fashion muslim. Melalui pendekatan yang komprehensif, mulai dari koordinasi dan sosialisasi, pelatihan intensif, hingga monitoring dan evaluasi, program ini memberikan dampak positif yang nyata bagi mitra. Gumi store kini memiliki pemahaman yang lebih baik tentang elemen-elemen kunci dalam model bisnis, serta mampu merencanakan strategi yang lebih efektif dan adaptif terhadap perubahan pasar.

Manfaat kegiatan ini tidak hanya dirasakan dalam jangka pendek, tetapi juga memiliki potensi untuk memberikan dampak jangka panjang dalam pengembangan bisnis gumi store. Dengan kemampuan yang diperoleh dari pelatihan, gumi store dapat memanfaatkan peluang pasar dengan lebih baik, memperkuat identitas merek, dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Program ini juga memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan daya saing UMKM di sektor fashion muslim, yang merupakan salah satu industri kreatif yang berkembang pesat di Indonesia.

Saran

Beberapa saran untuk pengembangan lebih lanjut yaitu sebagai berikut:

1. Gumi store diharapkan untuk terus mengembangkan kapasitas mereka dalam memanfaatkan teknologi digital, terutama dalam pemasaran online dan analisis data pelanggan. Hal ini akan membantu mereka untuk lebih responsif terhadap tren pasar dan kebutuhan konsumen.
2. Untuk memperkuat posisi di pasar, gumi store disarankan untuk menjalin kolaborasi dengan influencer muslim, komunitas fashion, serta platform e-commerce terkemuka. Kolaborasi ini dapat membantu memperluas jangkauan pasar dan memperkuat brand identity mereka.
3. Untuk memastikan keberlanjutan manfaat dari pelatihan ini, disarankan agar program pendampingan lanjutan diselenggarakan. Program ini bisa berupa sesi konsultasi berkala atau workshop tambahan yang fokus pada inovasi produk, manajemen rantai pasokan, dan pengelolaan keuangan.

4. Gumi store juga disarankan untuk terus melakukan inovasi dalam produk mereka, baik dari segi desain, material, maupun variasi produk yang ditawarkan. Diversifikasi ini penting untuk menjangkau berbagai segmen pasar dan menjaga daya saing di industri fashion muslim.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Muhammadiyah Mataram, atas dukungan pendanaan hibah program pengabdian kepada masyarakat kompetitif internal kampus tahun anggaran 2024 sehingga kegiatan ini terlaksana dengan baik. Selain itu, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada gumi store karena telah mengikuti kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dengan penuh antusias.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, R. R. N., Endayani, F., Salsabila, S., & ... (2022). Pengembangan Proposisi Nilai Bisnis Melalui Pelatihan Business Model Canvas Pada Godress Koffie Malang. *Jurnal Pengabdian ...*, 3(2), 555–562. <http://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/364>
- Ayunda, A., Mutmainah, L., & Huda, N. (2019). Analisis Terhadap Perilaku Konsumen Produk Fashion Muslim. *JEBA (Journal of Economics and Business Aseanomics)*, 3(2), 243–270. <https://doi.org/10.33476/jeba.v3i2.962>
- Dalam, M., Halal, M., Muslim, K. M., & Medan, D. I. K. (2023). Analisis Trend Fashion Muslim Dalam Meningkatkan Halal Lifestyle Di Kalangan Mahasiswa Muslim. *Jurnal Masharif Al-Syariah*, 8(30), 457–470.
- Dewi, N. Y. S., Muanah, M., Ghazali, M., & Nurhayati, N. (2022). PELATIHAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN PRODUKTIVITAS INDUSTRI MINYAK KELAPA. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(5). <https://doi.org/10.31764/jmm.v6i5.10810>
- Haanurat, A. I., Jaya, A., & Nurlina, N. (2022). Pemetaan Potensi Desa Melalui Business Model Canvas Untuk Pengelolaan Bumdes. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(2), 1570. <https://doi.org/10.31764/jmm.v6i2.7455>
- Hartatik, H., & Baroto, T. (2017). Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Metode Business Model Canvas. *Jurnal Teknik Industri*, 18(2), 113–120. <https://doi.org/10.22219/jtiumm.vol18.no2.113-120>
- Hutamy, E. T., Marham, A., Alisyahbana, A. N. Q. A., Arisah, N., & Hasan, M. (2021). Analisis Penerapan Bisnis Model Canvas pada Usaha Mikro Wirausaha Generasi Z. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran Digital*, 1(1), 1–11. <https://doi.org/10.35912/jbpd.v1i1.453>
- Kuncoro, D. K. R., & Saptaningtyas, W. W. E. (2021). Business Model Canvas (BMC) Sebagai Strategi Penguatan Kompetensi Industri dan Usaha Amplang Pasca Pandemi. *Jurnal Riset Teknologi Industri*, 15(2), 231. <https://doi.org/10.26578/jrti.v15i2.6920>
- Luckyardi, S., Saputra, H., Safitri, N., Cahyaningrum, A., Septiani, D., & Hidayat, R. (2021). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Busana Muslim Berbasis Web. *IJIS - Indonesian Journal On Information System*, 6(2), 156–168. <https://doi.org/10.36549/ijis.v6i2.165>
- Rahayu, V. P., Astuti, R. F., Mustangin, & Sandy, A. T. (2022). SWOT Analysis And Business Model Canvas (BMC) As A Solution In Determining A Culinary Business Development Strategy. *Internatinal Journal Of Community Service Learning*, 6(1), 112–121.
- Ramadhani, R. A., Muwafaq, B. S., Jannah, M. M., & Taryana, A. (2022). Rancangan Model Bisnis Produk Berbahan Dasar Bioplastik Menggunakan Business Model Canvas dan Peta Empati. *Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review*, 3(2), 97–109. <https://doi.org/10.37195/jtebr.v3i2.81>
- Refachlis, M. I. (2022). Analisis Strategi Bisnis Model Canvas Dan Corporate Lifecycles (Studi Kasus: Umkm “Rahabakti”, Kabupaten Lamongan). *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 5(2), 1. <https://doi.org/10.30587/jre.v5i2.4141>
- Susilowati, I. H. (2021). Pengembangan Bisnis Fashion Muslim Dengan Pendekatan Business Model Canvas (BMC). *Jurnal Perspektif*, 19(2), 113–121. <https://doi.org/10.31294/jp.v19i2.11183>

- Warnaningtyas, H. (2020). Desain Bisnis Model Canvas (BMC) Pada Usaha Batik Kota Madiun. *EKOMAKS: Jurnal Manajemen, Ilmu Ekonomi Kreatif Dan Bisnis*, 9(79), 52–65.
<http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/2708>
- Yanti, N., & Dewi, S. (2023). *Manajemen Keuangan dan Pemasaran UMKM Dalam Perspektif Islam Sebagai Upaya Menekan Angka Kemiskinan di Kabupaten Lombok Barat*. 9(02), 2504–2509.
- Yanti Sandra Dewi, N., Hulaimi, A., Wahab Universitas Muhammadiyah Mataram Jl Ahmad Dahlan No, A. K., Mataram, K., & Tenggara Barat, N. (n.d.). *MANAJEMEN HOMESTAY BERBASIS SYARIAH SEBAGAI UPAYA PENGEMBANGAN PARIWISATA HALAL DAN EKONOMI KREATIF*.
- Zaenal Asikin, M., & Fadilah, M. O. (2024). Masa Depan Kewirausahaan dan Inovasi: Tantangan dan Dinamika dalam Era Digital. *Jurnal Syntax Admiration*, 5(1), 303–310.
<https://doi.org/10.46799/jsa.v5i1.1023>