

Socialization of Applied Business Models at Catering Hangout Depok

Sosialisasi Terapan *Business Model* Di Catering Hangout Depok

Masri Pradipto, Mohammad Riski Borman, Sri Hartini, Tri Novita Sari, Adinda Farhana, Uki Aulia Rosalina

**Teknik Industri, Fakultas Teknik & Ilmu Komputer
Universitas Indraprasta PGRI, Jakarta**

Email : tri.novitasari@unindra.ac.id

Abstract - Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) Catering Hangout is a culinary business engaged in catering services and is located in Tanah Baru Village, Beji District, Depok City, West Java. This business began operating in 2018. The main activities carried out include processing food ingredients from raw to ready-to-eat dishes. Increasingly intense competitive conditions require every business actor to be more active in attracting customers in order to expand the market. One of the challenges faced by Catering Hangout is the limited understanding of innovation in business development. Therefore, this community service activity raised the theme of socializing business concepts and strategies using the Business Model Canvas (BMC) approach as an effort to overcome this problem. BMC itself is a management framework used to design business strategies by mapping nine main elements, namely value, distribution, relationships, revenue streams, resources, activities, key partners, and cost structures. In its application to the SME Catering Hangout, the BMC approach is supported by qualitative methods through Focus Group Discussions (FGDs) and problem-solving to produce a business model design that suits the business conditions. With the socialization of BMC, it is hoped that Catering Hangout can begin to implement the 9 BMC blocks to increase sales and distribution of its products, which will have a significant impact on the company's overall turnover.

Keywords: Business Concept and Strategy, Business Marketing, BMC, Business Model Canvas

Abstrak - Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Catering Hangout adalah bisnis kuliner yang bergerak di bidang layanan katering dan berlokasi di Kelurahan Tanah Baru, Kecamatan Beji, Kota Depok, Jawa Barat. Usaha ini mulai beroperasi pada tahun 2018. Aktivitas utama yang dijalankan meliputi proses pengolahan bahan makanan dari kondisi mentah hingga menjadi hidangan siap konsumsi. Kondisi persaingan yang semakin intens menuntut setiap pelaku usaha untuk lebih aktif menarik pelanggan agar mampu memperluas pasar. Salah satu tantangan yang dihadapi Catering Hangout adalah keterbatasan pemahaman mengenai inovasi dalam pengembangan bisnis. Oleh sebab itu, kegiatan pengabdian masyarakat ini mengangkat tema sosialisasi konsep dan strategi bisnis dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) sebagai upaya mengatasi permasalahan tersebut. BMC sendiri merupakan kerangka manajemen yang digunakan untuk merancang strategi bisnis melalui pemetaan sembilan elemen utama, yaitu *value, distribution, relationship, revenue stream, resources, activity, key partner*, dan *cost structure*. Dalam penerapannya pada UMKM Catering Hangout, pendekatan BMC didukung oleh metode kualitatif melalui *Focus Group Discussion* (FGD) dan *problem solving* untuk menghasilkan rancangan model bisnis yang sesuai dengan kondisi usaha. Dengan adanya sosialisasi BMC diharapkan Catering Hangout mulai dapat menerapkan 9 blok BMC untuk meningkatkan penjualan dan distribusi produknya, yang kelak akan berdampak signifikan terhadap omset perusahaan secara keseluruhan.

Kata Kunci: Konsep dan Strategi Bisnis, *Marketing* Bisnis. BMC, Bisnis Model Kanvas

1. PENDAHULUAN

Bisnis dipandang sebagai kegiatan yang cukup menjanjikan bagi banyak orang. Selain memberikan kebebasan dalam mengatur jalannya usaha, pelaku bisnis juga dapat menentukan besar keuntungan yang ingin dicapai. Dalam menjalankan usahanya, para pelaku bisnis berupaya menghadirkan gagasan baru, melakukan inovasi secara berkelanjutan, serta merancang strategi yang mendukung

perkembangan bisnis melalui pengembangan produk yang ditawarkan. Strategi sendiri dapat dimaknai sebagai cara perusahaan menciptakan inovasi yang membedakannya dari para pesaing, sekaligus mengoptimalkan peran karyawan untuk mampu memenuhi berbagai kebutuhan pelanggan [1].

Revolusi Industri 4.0 telah mendorong perkembangan serta meningkatkan tingkat persaingan pada berbagai sektor, baik industri manufaktur maupun jasa, termasuk UMKM yang

bergerak di bidang catering. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, UMKM merupakan kelompok usaha yang dijalankan oleh perorangan maupun badan usaha, yang bergerak dalam kegiatan ekonomi produktif dan memenuhi kriteria tertentu sesuai ketentuan yang tercantum dalam regulasi tersebut [1]. UMKM adalah kegiatan usaha yang mampu menciptakan lapangan pekerjaan dan berkontribusi penting dalam pemerataan dan peningkatan penghasilan masyarakat. Selain itu, UMKM juga dapat meningkatkan pertumbuhan serta menjaga stabilitas ekonomi nasional [2]. Meski demikian, gejolak ekonomi global tetap memberikan dampak terhadap keberlangsungan usaha UMKM.

Usaha catering merupakan jenis usaha mikro yang banyak dikelola sebagai bisnis rumahan. Usaha ini membantu menyiapkan masakan untuk acara di rumah, kantor atau tempat-tempat lainnya. Usaha catering adalah solusi praktis dan efisien bagi konsumen yang membutuhkan masakan tanpa menyiapkannya sendiri, sehingga bisa menghemat tenaga, waktu, dan uang [3]. Catering Hangout merupakan UMKM yang bergerak di bidang kuliner yang memproduksi berbagai macam masakan, makanan dan minuman untuk acara keluarga atau instansi. Catering Hangout berlokasi di Gg. H. Saimin, No. 33, Kelurahan Tanah Baru, Kecamatan Beji, Kota Depok, Jawa Barat. Banyaknya pengusaha catering di daerah Depok menyebabkan tingginya persaingan usaha di bidang yang sama, tak terkecuali untuk Catering Hangout [4].

Tingginya tingkat persaingan membuat Catering Hangout menghadapi berbagai hambatan dalam menjalankan usahanya, termasuk belum tersusunnya strategi pemasaran yang memadai. Untuk dapat bertahan dan bersaing, perusahaan membutuhkan model bisnis yang terstruktur dengan jelas serta strategi kompetitif yang tepat. Model bisnis yang efektif dapat membantu perusahaan untuk menghasilkan pendapatan. Bagi pelaku UMKM, terdapat berbagai pendekatan yang bisa digunakan, salah satunya melalui *Business Model Canvas* (BMC).

BMC merupakan kerangka pemetaan bisnis yang membantu merumuskan tujuan, sumber daya, serta langkah-langkah yang diperlukan untuk mencapai sasaran perusahaan [5]. BMC merupakan perangkat yang digunakan untuk merumuskan, mengelompokkan, memahami, meninjau, menilai, serta menyempurnakan model bisnis suatu perusahaan. Alat ini membantu pemetaan bisnis secara jelas dan mudah dipahami, sekaligus dapat disesuaikan

dengan situasi dan kebutuhan perusahaan [6]. BMC memiliki 9 elemen bisnis yang meliputi *Customer Segments, Value Propositions, Channel, Customer Relationships, Revenue Streams, Key Resources, Key Activities, Key Partnerships* dan *Cost Structure* [7]. BMC wajib dimiliki oleh pengusaha karena memudahkan untuk melakukan pemetaan dan analisis terhadap suatu model bisnis. BMC memiliki keuntungan yaitu keseluruhan kekuatan maupun kelemahan bisnis dapat diketahui dengan cepat. Pengambilan data dengan metode ini biasanya dilakukan secara kualitatif berdasarkan hasil observasi, wawancara, grup diskusi (FGD), dan kuesioner. Pemilihan narasumber dilakukan secara *purposive sampling*, yaitu narasumber dipilih berdasarkan pengetahuan, keahlian dan kompetensi dalam bidang yang ditekuni. BMC mampu menyederhanakan kondisi suatu perusahaan secara keseluruhan berdasarkan 9 elemen bisnisnya, selain itu BMC juga memiliki kelebihan karena kemudahannya mengubah model bisnis dengan cepat dengan melihat implikasi perubahan suatu elemen bisnis pada elemen bisnis yang lain [8].

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) di Catering Hangout melalui serangkaian tahapan sebagai berikut:

a. Observasi Langsung

Tim PkM datang ke Catering Hangout untuk mengumpulkan data. Tahap ini dilakukan sebelum kegiatan PkM dilakukan. Kegiatan ini bertujuan untuk mengetahui kondisi perusahaan secara nyata.

b. Wawancara

Tim PkM mewawancarai pemilik dan karyawan perusahaan mengenai profil perusahaan, masalah dan/atau kendala yang terjadi selama bisnis berlangsung.

c. Studi Literatur

Studi dilakukan untuk mengetahui tentang jenis usaha catering, kendala pada usaha catering, dan strategi bisnis dengan *Business Model Canvas* (BMC) untuk usaha catering.

d. Sosialisasi

Tim PkM melakukan penyampaian materi dan pengenalan konsep *Business Model Canvas* kepada pelaku usaha terkait konsep dan strategi bisnis kepada pemilik bisnis dan pekerja, serta membuka ruang tanya jawab berdasarkan masalah yang ada dengan menggunakan media *Zoom Meeting*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Daftar pertanyaan yang digunakan untuk melakukan observasi dan wawancara dengan pihak Catering Hangout, tampak pada Tabel 1.

Tabel 1. Daftar Pertanyaan Wawancara	
No	Pertanyaan
1	Siapa yang menjadi konsumen Catering Hangout?
2	Siapa yang menjadi target konsumen Catering Hangout?
3	Apa yang membuat Catering Hangout unik dan relevan bagi konsumen?
4	Melalui <i>channel</i> apa saja Catering Hangout melakukan saluran distribusi?
5	Bagaimana hubungan dengan konsumen?
6	Apa saja sumberdaya yang digunakan?
7	Apa saja aktivitas yang dijalankan di Catering Hangout?
8	Siapa saja <i>key partner</i> ?
9	Darimana sumber pendapatan Catering Hangout?
10	Apa saja struktur biaya pada Catering Hangout?

Sesuai kesepakatan bersama dengan pihak Catering Hangout dan Tim PkM, sosialisasi dilakukan secara *online* dengan aplikasi *zoom* pada hari Rabu, 25 Desember 2024. Pelatihan dilaksanakan secara *online* pada pukul 08.00 WIB sampai dengan pukul 09.00 WIB. Kegiatan dimulai dengan pembukaan oleh moderator (Gambar 1) dan sambutan mitra (Gambar 2).



Gambar 1. Pembukaan oleh Moderator



Gambar 2. Sambutan Pemilik Catering Hangout

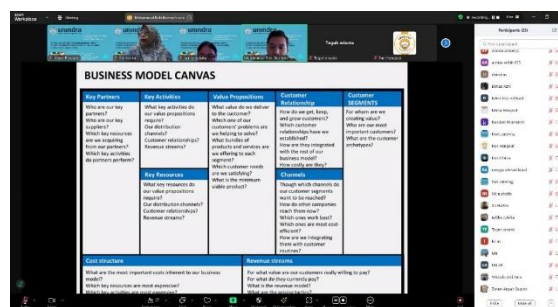
Pemilik Catering Hangout menyampaikan pentingnya materi yang akan diberikan dalam kegiatan ini. Hal tersebut didasari oleh permasalahan yang dihadapi oleh Catering

Hangout mengenai cara pemasaran produk agar dapat merambah bisnis yang lebih luas. Jika pemasaran berjalan dengan baik, maka penjualan pun akan meningkat.

Pemberian materi dilakukan oleh Bapak Riski Borman, ST.,MT. Materi yang disampaikan berjudul *Sosialisasi Strategi Perencanaan Model Bisnis Dengan Pendekatan Bisnis Model Canvas (BMC) di Catering Hangout Depok* (Gambar 3). Materi yang dibahas menitikberatkan pada strategi penyusunan perencanaan bisnis dengan memanfaatkan pendekatan BMC pada Catering Hangout (Gambar 4). Tujuan pemberian materi ini agar karyawan dan pemilik perusahaan memiliki pengetahuan mengenai sembilan Blok *Business Model Canvas* (BMC, proses pembuatan konsep perkembangan bisnis, dan mengetahui gambaran besar operasional bisnis hingga ekspansinya. Pengetahuan ini diharapkan dapat meningkatkan potensi perusahaan bisa lebih maju dan meningkatkan penjualan. Penyampaian materi disertai contoh BMC pada jenis usaha yang sama (Gambar 5 dan 6).



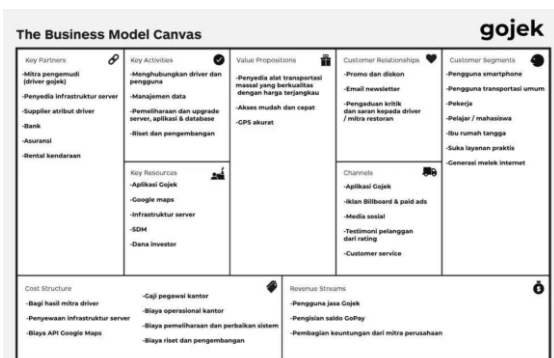
Gambar 3. Penyampaian Materi Melalui Aplikasi Zoom



Gambar 4. Penjelasan Tentang 9 Konsep BMC

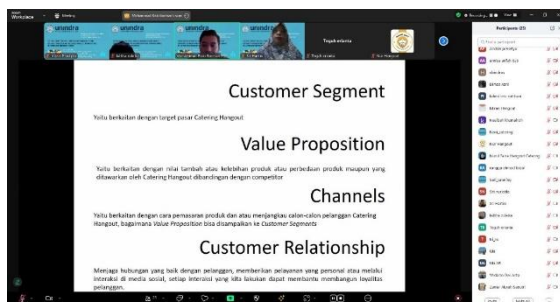


Gambar 5. Contoh *Business Model Canvas* (BMC) pada Dapur Cokelat

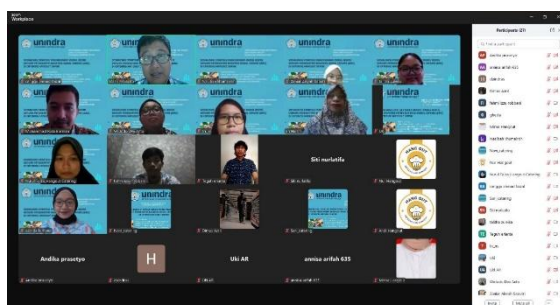


Gambar 6. Contoh Business Model Canvas (BMC) pada Gojek

Setelah semua materi disampaikan selanjutnya diberi kesempatan kepada pihak Catering Hangout untuk memberikan pertanyaan (Gambar 7). Dari pertanyaan yang disampaikan diketahui bahwa para peserta sudah mulai memahami betapa pentingnya memetakan 9 blok konsep model canvas ini. Berdasarkan pertanyaan tersebut diketahui juga bahwa kendala berikutnya yang dihadapi adalah terkait cara implementasi atau penerapan 9 blok model canvas di Catering Hangout. Acara terakhir adalah dokumentasi, peserta diminta untuk menghidupkan kamera (Gambar 8).



Gambar 7. Penyampaian Pertanyaan dari peserta



Gambar 8. Foto Peserta dan Tim Pengabdian kepada Masyarakat

Kegiatan Sosialisasi Strategi Perencanaan Model Bisnis dengan Pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) di Catering Hangout yang dilaksanakan dirasa sangat bermanfaat bagi para peserta, terlihat dari jumlah peserta yang mengikuti sosialisasi serta respon peserta saat

sesi tanya jawab yang baik. Dengan pelatihan ini diharapkan permasalahan yang dihadapi yaitu konsep dan strategi pemasaran pada usaha catering, bisa teratasi. Dukungan dari pemilik Catering Hangout dalam kegiatan ini sangat baik, kontribusi dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat tampak dari tahap observasi, membantu dalam pengumpulan data yang dibutuhkan, hingga sampai pelaksanaan pelatihan ini selesai.

Tim berhasil memberikan luaran dalam bentuk konsep BMC untuk mitra (Gambar 9). Konsep BMC belum disusun berdasarkan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) sebagaimana ditunjukkan Raesalat et al. [9] atau Sukarno dan Ahsan [10]. Namun demikian, berdasarkan hasil pemetaan bisnis Catering Hangout pada BMC, ada *improvement* yang dapat dilakukan oleh Catering Hangout seperti pada bagian *Channels*.

BUSINESS MODEL CANVAS "CATERING HANGOUT"

8. SUPPLIERS & PARTNERS - pedagang sayur - pedagang daging-dagingan - toko plastik dan kemasan dos - percetakan - toko isi ulang air mineral - promosi media sosial	7. KEGIATAN UTAMA - Tampilan makanan menarik - tata makanan di buat bersih dan kreatif 6. ASET - Pegawai - Peralatan masak - Perlengkapan menata makanan di atas meja	2. SOLUSI - Rasa Enak - Harga Terjangkau - Menu Bervariasi - solusi bagi orang yang ingin praktis	4. TIPE RELASI DENGAN KONSUMEN - Memanfaatkan media sosial instagram, facebook dan whatsapp 3. KOMUNIKASI & DISTRIBUSI - Instagram, facebook : mempromosikan jasa catering - whatsapp : broadcast ke grup sasaran - memasang poster iklan di beberapa perkantoran dan tempat umum.	1. TARGET PASAR Semua umur kalangan 21 – 27 baik wanita maupun pria yang membutuhkan jasa boga
9. METODE PENGELUARAN - biaya produksi - biaya distribusi - biaya transportasi - biaya promosi - gaji karyawan			5. METODE PEMASUKAN Pendapatan : dari setiap jasa catering dan tiap pemesanan nasi dos	

Gambar 9. Business Model Canvas pada Catering Hangout

Setelah sosialisasi selesai, Tim PkM melakukan evaluasi. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa ada perbedaan yang cukup signifikan antara sebelum dan setelah kegiatan sosialisasi dilakukan (Tabel 2).

Tabel 2. Perbandingan Sebelum dan Setelah Sosialisasi

No	Sebelum Sosialisasi	Setelah Sosialisasi
1	Belum memiliki pemahaman terkait BMC	Perusahaan memiliki pemahaman terkait pengertian BMC serta masing-masing elemen dalam BMC
2	Kesulitan dalam menggambarkan atau memetakan elemen-elemen penting dari bisnis	Dapat melakukan identifikasi elemen-elemen kunci dalam BMC sesuai dengan keadaan Perusahaan

4. PENUTUP

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat di Catering Hangout memberikan dampak positif kepada mitra khususnya pekerja dan pemilik perusahaan, karena kegiatan sosialisasi ini memberikan pemecahan masalah yang dihadapi oleh Catering Hangout. Setelah dilakukan kegiatan ini mitra menjadi lebih paham tentang konsep bisnis BMC, mulai dari pengertiannya hingga elemen-elemen kunci dalam BMC. Dengan adanya sosialisasi BMC diharapkan mitra atau Catering Hangout dapat menerapkan 9 blok BMC untuk meningkatkan penjualan dan distribusi produknya, yang kelak akan berdampak signifikan terhadap omset perusahaan secara keseluruhan.

PENGHARGAAN

Penulis menyampaikan apresiasi yang sebesar-besarnya kepada Universitas Indra-prasta PGRI atas dukungan pendanaan yang diberikan melalui program Pengabdian kepada Masyarakat Hibah Unindra dengan Nomor Kontrak 1928/SP3M/KPM/LPPM/UNINDRA/XI/2024. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Lembaga Riset dan Pengabdian kepada Masyarakat (LrPM) Universitas Indraprasta PGRI atas berbagai bentuk dukungan dan fasilitas yang membantu terselenggaranya kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] E. Rosalina, A. L. Hananto, A. Hananto, and B. Huda, "Analisis dan Pemodelan Proses Bisnis Katering pada UMKM Menggunakan BPMN," *INTERNAL (Information System Journal)*, vol. 7, no. 1, pp. 8–17, 2024, doi: 10.32627.
- [2] A. G. Tangkudung, P. L. Sompie, and U. Mahdi, "Strategi dan Inovasi Model Bisnis Katering dalam Meningkatkan Daya Saing di Era Pasar Digital," 2024.
- [3] J. E. O. Rawis *et al.*, "Strategi Bauran Pemasaran Usaha Catering Miracle di Kecamatan Ranotana Weru Kota Manado," *JIMPS: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, vol. 8, no. 4, pp. 3672–3679, doi: 10.24815/jimps.v8i4.26446.
- [4] Masri Pradipto, T. N. Sari, Sri Hartini, Fatoni Fatoni, and Mohammad Riski Borman, "Sosialisasi Prinsip 5S di Dapur UMKM Katering Depok," *KREATIF: Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, vol. 4, no. 2, pp. 09–24, May 2024, doi: 10.55606/kreatif.v4i2.3112.
- [5] I. Guntarayana, F. Asih Wiludjeng, I. Tiara Mita, and U. Islam Balitar Blitar, "PENDAMPINGAN STRATEGI BISNIS BAGI PELAKU USAHA CATERING DI NGLEGOK BLITAR," *Jurnal PEDAMAS (Pengabdian Kepada Masyarakat)*, vol. 2, no. 1, 2024.
- [6] S. Hartini, T. N. Sari, M. Pradipto, and S. Nuryati, "Sosialisasi Strategi Peningkatan Bisnis Konstruksi dengan metode Model business Canvas (BMC)," Nov. 2022.
- [7] A. Farhana, T. N. Sari, U. A. Rosalina, M. Pradipto, M. R. Borman, and S. Hartini, "Edukasi Business Model Canvas (BMC) pada Perusahaan UMKM Supplier Unggas," 2025.
- [8] M. Izwan Sepriyadi *et al.*, "Analisis Business Model Canvas (BMC) Pada UMKM Cimol Aa di Kota Tanjungpinang," *Journal Of Social Science Research*, vol. 3, pp. 2270–2281, [Online]. Available: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>
- [9] R. Raesalat, H. S. Fauzan, and L. Agustin, "SWOT Analysis Business Model Canvas Dalam Strategi Pengembangan Desa Wisata Tepas Papandayan," *JURNAL PARADIGMA*, 13(2), pp. 37–52, 2023.
- [10] Sukarno, B.R., & Ahsan, M., "Implementasi Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Business Model Canvas," *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, vol. 4, no. 2, pp. 51–61, 2021, [Online]. Available: <https://doi.org/10.15642/manova.v4i2.456>

Ruang kosong ini untuk menggenapi jumlah halaman sehingga jika dicetak dalam bentuk buku, setiap judul baru akan menempati halaman sisi kanan buku.