



Implementasi Lean Canvas sebagai Alat Strategis dalam Pemecahan Masalah pada UMKM Kaamelo

Niken Calista Rahayu

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Hana Safira Hidayat

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Dona Wahyuning Laily

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Alamat: Jl. Rungkut Madya No.1, Gn. Anyar, Kec. Gn. Anyar, Surabaya,
Jawa Timur 60294

Korespondensi penulis: dona.wahyuning.agribis@upnjatim.ac.id

Abstract. *UMKM are an important part of the Indonesian economy because they can absorb large numbers of workers and increase people's income which can have an impact on reducing unemployment and poverty rates. One of the UMKM in Indonesia is Kaamelo, which is a pioneering UMKM with a small scale business located in North Toraja, South Sulawesi. The aim of this research is to determine the right solution to solve problems at Kaamelo UMKM using a Lean Canvas method. The solution to problems resulting from limited capital in Kaamelo UMKM can be overcome by developing educational tourism through increasing human resources.*

Keywords: *UMKM, HR, Lean Canvas*

Abstrak. UMKM yang merupakan bagian penting dalam perekonomian Indonesia dikarenakan dapat menyerap tenaga kerja dalam jumlah banyak dan meningkatkan pendapatan masyarakat yang dapat berdampak pada menurunnya angka pengangguran dan kemiskinan. Salah satu UMKM di Indonesia yaitu Kaamelo yang merupakan UMKM rintisan dengan skala usaha yang masih kecil yang terletak di Toraja Utara, Sulawesi Selatan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan solusi yang tepat dalam menyelesaikan masalah pada UMKM Kaamelo menggunakan metode berbentuk *Lean Canvas*. Adapun Solusi dari permasalahan akibat keterbatasan modal UMKM Kaamelo yang dapat diatasi dengan mengembangkan wisata edukasi melalui peningkatan sumber daya manusia.

Kata kunci: *UMKM, SDM, Lean Canvas*

LATAR BELAKANG

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha yang memiliki skala kecil hingga menengah, baik dari segi jumlah karyawan, omset penjualan, maupun aset. Menurut UU Nomor 20 Tahun 2008 UMKM merupakan usaha produktif milik perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sesuai yang diatur dalam UU. UMKM ini merupakan bagian penting dalam perekonomian Indonesia karena mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah banyak dan meningkatkan pendapatan masyarakat yang dapat berdampak pada menurunnya angka pengangguran dan kemiskinan (Salim, 2018). Pada tahun 2018 UMKM mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 117 juta pekerja atau setara dengan 96,67% dan berkontribusi sebesar 57,55% pada Produk Domestik Bruto (PDB) (Dahiri, 2020).

Jumlah UMKM pada tahun 2018 sebesar 64,2 juta atau setara dengan 99,99% dari jumlah pelaku usaha di Indonesia (Sasongko, 2020). Jumlah tersebut akan terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun yang terbukti adanya peningkatan jumlah UMKM pada tahun 2023 menjadi 64 juta UMKM (Badan Pusat Statistik (BPS), 2023). Namun UMKM di Indonesia masih memiliki banyak permasalahan mendasar seperti masalah pemasaran, *product development quality*, dan permodalan (Septiana et al., 2019). Selain itu juga terdapat permasalahan lain yang serung dihadapi oleh UMKM diantaranya adalah akses terbatas ke pasar, ketidakmampuan untuk bersaing secara besar-besaran, keterbatasan SDM, kurangnya bimbingan dan pembinaan, keterbatasan pengetahuan terhadap teknologi, infrastruktur yang belum memadai, kesulitan dalam memperoleh bahan baku, serta kesulitan dalam memperoleh izin usaha atau badan hukum. Oleh sebab itu, UMKM di Indonesia lebih rentan terhadap fluktuasi ekonomi dan perubahan pasar yang menyebabkan mereka sulit untuk berkembang. Dalam hal ini diperlukannya strategi inovatif dalam menyelesaikan permasalahan yang ada pada UMKM di Indonesia.

UMKM seringkali gagal saat dalam proses berkembang, sehingga dibutuhkan strategi khusus yang dapat dilakukan bagi UMKM agar dapat berkembang dan mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan bisnis yang kuat di era saat ini. *Lean Canvas* adalah alat strategis dalam membantu UMKM untuk menentukan strategi

yang tepat dalam mengatasi permasalahan yang terjadi di UMKM dan dapat membantu UMKM lebih berkembang. *Lean Canvas* ini adalah suatu model bisnis hasil modifikasi dari *Business Model Canvas* (BMC) yang ditemukan oleh Alexander Osterwalder. *Lean Canvas* sangat cocok digunakan pada perusahaan-perusahaan rintisan yang baru memulai usaha, sedangkan pada *Business Model Canvas* (BMC) lebih cocok digunakan untuk perusahaan dengan skala besar (Harianto, 2018).

UMKM Kaamelo adalah salah satu UMKM rintisan dengan skala usaha yang masih kecil yang terletak di Toraja Utara, Sulawesi Selatan. UMKM ini bergerak dalam bidang produksi kopi Arabica khas Toraja, baik dalam bentuk biji maupun bubuk kopi yang telah didirikan sejak tahun 2021 dengan beranggotakan 15 orang. Dalam mendapatkan bahan bakunya, UMKM Kaamelo bekerja sama dengan Gapoktanhut Padamaran yang mengelola perkebunan kopi Arabica di perhutanan sosial yang berada disekitar UMKM Kaamelo.

Meskipun telah berjalan 2 tahun, UMKM Kaamelo belum mencapai perkembangan bisnis yang signifikan. Hal ini dikarenakan berbagai masalah mendasar seperti kurangnya modal. Oleh sebab itu, dibutuhkan strategi khusus yang mampu mengatasi permasalahan tersebut menggunakan *Lean Canvas*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan solusi yang tepat dalam menyelesaikan masalah pada UMKM Kaamelo menggunakan *Lean Canvas*.

KAJIAN TEORITIS

Perkembangan dan pertumbuhan UMKM Indonesia cukup baik dari tahun ke tahun. Hampir setiap pemerintahan menekankan pemberdayaan UMKM. Pemerintah serius memberikan perhatian lebih terhadap sektor usaha ini. Hal ini karena usaha kecil merupakan tulang punggung pasokan tenaga kerja, berbanding terbalik dengan usaha besar yang lebih menekankan penggunaan teknologi dibandingkan tenaga manusia. UMKM dapat menjadi stabilisator dan dinamika perekonomian Indonesia (Sarfiyah et al., 2019). Sebagai negara berkembang, sangat penting bagi Indonesia untuk memberikan perhatian terhadap UMKM, karena UMKM lebih unggul dalam angkatan kerja yang produktif, mempunyai produktivitas yang tinggi dan dapat hidup berdampingan dengan perusahaan besar. UMKM dapat mendukung perusahaan besar, misalnya dengan memasok bahan baku, suku cadang, dan bahan pendukung lainnya.

UMKM juga bisa menjadi ujung tombak perusahaan besar dalam mendistribusikan dan menjual produk dari perusahaan besar ke konsumen (Windusancono, 2021). Selain memiliki tenaga kerja yang banyak, UMKM ini juga fleksibel sehingga mampu bertahan dalam kondisi buruk seperti saat mengalami krisis global. Secara umum strategi UMKM adalah menciptakan produk yang unik dan terspesialisasi agar tidak bersaing dengan produk perusahaan besar.

Indonesia merupakan negara berkembang dengan keunggulan sumber daya alam yang melimpah. Namun, Indonesia masih tertinggal jauh dibandingkan negara lain dalam hal sumber daya manusia. Kondisi ini menyedihkan karena kelimpahan sumber daya alam di Indonesia tidak dapat dikelola dengan baik karena kapasitas dan kemampuan sumber daya manusia yang dimiliki Indonesia. Meskipun UMKM di Indonesia begitu banyak tetapi secara kuantitatif, angka kemiskinan belum mengalami penurunan yang signifikan (Zaenuri *et al.*, 2022). Sangat mudah untuk menemukan orang-orang yang masih hidup di bawah standar layak. Hal tersebut dikarenakan UMKM di daerah masih belum terkelola dengan baik tercermin dari sangat sedikitnya UMKM yang lebih baik dan mampu bersaing di pasar lokal, khususnya di pasar internasional. Hal ini tidak sebanding dengan jumlah UMKM di setiap wilayah Indonesia. Sehingga dapat menunjukkan bahwa dampak UMKM di daerah belum maksimal, namun peningkatan dampak UMKM di daerah harus dilaksanakan secara menyeluruh untuk mengentaskan kemiskinan di daerah (Hendrawan *et al.*, 2019).

Dalam meningkatkan kualitas UMKM atau usaha rintisan dapat dilakukan dengan menggunakan *Lean Canvas* agar masalah ataupun gagasan ide dapat terancang secara terstruktur sehingga menciptakan solusi yang tepat. Hal itu dapat dilihat pada penelitian dengan judul “Usulan Model Bisnis Brand Kue kering Online Cascade dengan Menggunakan *Lean Canvas*” dilakukan oleh (Akbar, 2019) menjelaskan manfaat *Lean Canvas* untuk mengetahui pemerataan model bisnis dalam mengambil strategi dan mendapatkan gambaran kondisi persaingan dengan kompetitor.

Selanjutnya penelitian yang berjudul “Penerapan *Lean Canvas* Pada Startup Pembelajaran Bahasa Inggris Lunchat” yang dilakukan oleh (Ardi *et al.*, 2021) menjelaskan bahwa dengan *Lean Canvas startup* dengan mudah menganalisa masalah

dan menentukan solusi sehingga mampu membuat inovasi agar mampu bersaing di dunia bisnis.

Kemudian penelitian lainnya dengan judul “Implementasi *Lean Canvas* Sebagai Upaya Meningkatkan *Skill Entrepreneurship* Mahasiswa di Perguruan Tinggi” oleh (Suharto, 2022) berisi tentang model *Lean Canvas* mampu membuat *startup* yang dibuat mahasiswa menjadi lebih mudah dalam memulai dan mengembangkan bisnis mulai dari tahap penentuan masalah, solusi dan strategi penyelesaian, inovasi produk dan marketing, hingga mampu bersaing dengan kompetitor bisnis lainnya.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Alur penelitian yang dilakukan untuk melaksanakan **Implementasi Lean Canvas sebagai Alat Strategis dalam Pemecahan Masalah pada UMKM Kaameelo** yaitu dengan cara melakukan identifikasi dan mencari informasi seputar UMKM Kameelo untuk memunculkan hipotesis. Hipotesis awal berupa permasalahan-permasalahan yang mungkin dialami oleh UMKM dan nantinya dapat dilanjut untuk mengisi komponen-komponen lain pada *Lean Canvas* UMKM Kaameelo. Komponen-komponen pada *Lean Canvas* saling berkaitan sehingga perlu mengisi komponen secara berurutan sesuai ketentuan untuk mengerjakannya agar proses pemecahan masalah dilakukan secara sistematis dan diperoleh hasil yang *valid*. Ketika komponen pada *Lean Canvas* telah terisi semua akan diuji kesesuaian dari pemecahan masalah yang telah dibuat sehingga diperoleh jawaban apakah pemecahan masalah sesuai untuk melakukan perbaikan komponen *Lean Canvas* berdasarkan masukan yang ada.

Metode Pengolahan Data

Pada penelitian ini metode yang dilakukan merupakan metode deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Metode deskriptif adalah suatu pendekatan penelitian yang digunakan untuk memperoleh deskripsi atau gambaran karakteristik data melalui hasil analisis data, tanpa melakukan kesimpulan secara umum.(Sugiyono, 2014). Sedangkan pendekatan studi kasus adalah suatu bentuk pendekatan deskriptif di mana penelitian dilakukan secara mendalam, terperinci, dan intensif terhadap suatu organisme (individu), lembaga, atau gejala tertentu dengan fokus pada daerah atau subyek yang

sempit atau terbatas (Iman Gunawan, 2013). Metode yang dilakukan yaitu dengan menggunakan *Lean Canvas* yang merupakan pendekatan dari *Business Model Canvas* melalui wawancara yang dilakukan terhadap informan. Langkah pertama yang dilakukan dalam merancang *Lean Canvas* yaitu membuat hipotesis awal kemudian akan divalidasi kepada konsumen secara tidak langsung (*online*). Konfirmasi dilakukan dengan menanyakan hipotesis yang dibuat dirasakan oleh konsumen atau tidak dan menanyakan permasalahan yang dialami konsumen. *Lean Canvas* memiliki sembilan komponen yang terdiri dari (1) *Customer Segment*, yaitu target atau sasaran yang akan dibantu; (2) *Problem*, merupakan masalah yang dirasakan oleh early adopter; (3) *Solution*, berupa solusi yang diajukan untuk dapat menyelesaikan permasalahan; (4) *Unique Value Proposition*, pembeda antara solusi yang diajukan dengan existing alternatives yang sudah ada; (5) *Channels*, media yang digunakan untuk dapat menjangkau user segment; (6) *Revenue Stream*, sumber-sumber pendapatan atau pemasukan yang diperoleh dari penjualan produk atau layanan sebagai realisasi solusi; (7) *Cost Structure*, biaya-biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan produk atau merealisasikan solusi, sehingga dapat menghitung harga jual produk; (8) *Key Metrics*, tolak ukur keberhasilan penerapan solusi; dan (9) *Unfair Advantage*, keunggulan yang dimiliki sehingga sulit ditiru pesaing.

Teknik Penentuan Narasumber

Teknik penentuan narasumber yaitu dengan menggunakan teknis purposive sampling yaitu sebuah teknik sampling yang mempunyai pertimbangan-pertimbangan tertentu di dalam penentuan sampelnya (Santina *et al.*, 2021). Sampel diambil berdasarkan karakteristik tertentu sesuai dengan ciri pokok populasi, sehingga narasumber yang digunakan adalah customer produk Kaamelolo. Pada penelitian ini survey menggunakan 2 informan konsumen potensial untuk menguji permasalahan dan solusi. Informan untuk menguji masalah dan solusi merupakan UMKM kopi yang ada di Toraja Utara, Sulawesi Selatan.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan data yang digunakan dalam rancangan lean canvas UMKM Kaamelolo yaitu studi dokumentasi dan studi lapangan. Studi dokumentasi

IMPLEMENTASI LEAN CANVAS SEBAGAI ALAT STRATEGIS DALAM PEMECAHAN MASALAH PADA UMKM KAAMELO

(*dokumentation research*) dengan maksud untuk mendapatkan data sekunder dari sejumlah instansi terkait dan instansi lainnya yang bersentuhan dengan komoditas kopi di Toraja Utara. Studi lapangan (*field research*) yakni dilakukan untuk mendapatkan data primer dari sejumlah narasumber berkaitan, melalui wawancara mendalam kepada narasumber terpilih atau para stakeholder usaha kopi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Implementasi *Lean Canvas* dalam menentukan solusi yang tepat untuk permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Kaamelo disajikan pada Gambar 1. *Lean Canvas* tersebut terdiri dari 9 komponen diantaranya adalah *customer segment*, *problem*, *solution*, *unique value proposition*, *channel*, *revenue stream*, *cost structure*, *key metric* dan *unfair advantage*.

Problem Keterbatasan modal untuk mengembangkan usaha.	Solution Meningkatkan kualitas dan kapasitas SDM UMKM Kaamelo untuk pengelolaan wisata edukasi sebagai alternatif baru guna meningkatkan permodalan.	Unique Value Propotition Menjadikan SDM UMKM Kaamelo siap menjalankan wisata edukasi dengan mengangkat budaya setempat.	Unfair Advantage Modul wisata edukasi yang sesuai dengan potensi produk, SDM, dan karakteristik UMKM Kaamelo yang mencakup keunikan geografis, kearifan lokal, dan budaya setempat.	Customer Segments UMKM Kaamelo Early Adopters Pengurus UMKM Kaamelo
Existing Alternatives Melakukan iuran antar anggota UMKM Kaamelo sebagai modal awal usaha.	Key Metrics Mengukur efektivitas pengembangan SDM UMKM Kaamelo	High Level Concept Modul pengembangan wisata edukasi untuk meningkatkan kualitas produk dan kapasitas SDM UMKM Kaamelo.	Channels - Modul	
Cost Structure Biaya pengembangan SDM UMKM Kaamelo seperti bahan ajar sebesar Rp360.000,-			Revenue Streams Program kemitraan wisata edukasi dengan instansi pendidikan, pemerintah, maupun industri.	

Gambar 1. Diagram Lean Canvas.

Customer Segments

Bagian *Customer Segments* berisi mengenai target yang disasar atau pihak-pihak yang akan dibantu dalam project ini. Dalam hal ini target konsumen yang disasar adalah

UMKM Kaamelo. Sedangkan *early adopter*-nya adalah pengurus inti dari UMKM Kaamelo. Early adopter disini berarti segmen pelanggan tertentu yang paling mungkin untuk menguji dan merespons solusi yang sedang dikembangkan. Selain itu early adopter disini juga berperan sebagai narasumber untuk mengidentifikasi masalah pada UMKM Kaamelo.

Problem

Pada bagian *problem* memuat mengenai masalah yang sering dihadapi oleh UMKM Kaamelo. Permasalahan atau *problem* yang dihadapi oleh UMKM Kaamelo ditentukan dengan cara melakukan wawancara dengan para pengurus UMKM Kaamelo. Pada tahap ini terdapat 2 pengurus yang berhasil diwawancarai dengan *problem* yang tervalidasi adalah keterbatasan modal untuk mengembangkan UMKM Kaamelo. Alternatif solusi yang mereka lakukan selama ini adalah dengan melakukan iuran antar anggota UMKM Kaamelo agar mampu menjalankan proses produksi. Keterbatasan modal ini mengakibatkan UMKM Kaamelo tidak mampu melakukan pembayaran secara langsung untuk kopi yang mereka beli dari Gapoktanhut Padamaran. Akibatnya, dengan modal yang terbatas, hanya mampu membayar kopi tersebut saat produk kopi telah terjual. Hal tersebut yang menyebabkan banyak petani Gapoktanhut Padamaran beralih menjual kopinya ke pasar yang memungkinkan pembayaran secara langsung meskipun harga beli dipasar lebih rendah daripada harga beli dari UMKM Kaamelo. Adanya situasi tersebut menyebabkan UMKM Kaamelo kekurangan bahan baku. Disamping itu, keterbatasan modal membuat mereka tidak mampu mengembangkan mesin produksi kopi. Saat ini mereka hanya memiliki mesin produksi kopi yang sederhana dan kapasitas produksi yang rendah. Kendala ini akan menyulitkan UMKM Kaamelo untuk berkembang

Solution

Setelah masalah berhasil diidentifikasi dan divalidasi dari *Customer Segment*, selanjutnya adalah memecahkan masalah yang ada dengan memberikan solusi yang tepat kepada UMKM Kaamelo. Peneliti berusaha memberikan solusi yang tepat dan sederhana yang mampu langsung diterapkan kepada UMKM Kaamelo. Solusi yang diberikan adalah dengan meningkatkan kualitas dan kapasitas SDM UMKM Kaamelo untuk mengelola wisata edukasi di UMKM Kaamelo. Jika SDM UMKM tersebut siap

untuk mengelola wisata edukasi di tempat tersebut maka mereka akan mendapatkan pendapatan tambahan yang mampu meningkatkan permodalan usaha tersebut. Disisi lain wisata edukasi mengenai kopi di daerah Toraja masih jarang ditemui, padahal daerah Toraja sangat terkenal akan kopinya. Dengan adanya peluang tersebut maka solusi yang diberikan dirasa tepat untuk diterapkan.

Konsep wisata edukasi disini adalah pelanggan mengunjungi UMKM Kaamelo untuk dapat mengetahui proses produksi kopi pada UMKM Kaamelo dari hulu hingga hilir. Pelanggan akan mendapatkan pengalaman dan pengetahuan baru mengenai proses budidaya kopi hingga kopi tersebut siap disajikan. Selain belajar disini pelanggan juga dapat mempelajari kearifan local masyarakat sekitar UMKM Kaamelo serta dapat membeli produk kopi UMKM Kaamelo secara langsung.

Unique Value Propotion

Unique Value Proposition adalah *value* dari solusi yang diberikan yang menggambarkan keunggulan dan daya tarik pada targetnya. *Value* disini dapat berupa kebaruan (*newness*), *customization*, desain (*design*), *brand status*, harga (*price*), pengurangan biaya (*cost reduction*), perbaikan performa berkesinambungan (*performance*), pengurangan resiko (*risk reduction*), reliabilitas (*getting the job done*), aksesibilitas (*accessibility*), dan kenyamanan/penggunaan (*convenience/utility*) (Ardi et al., 2021). UVP pada solusi yang diberikan untuk UMKM Kaamelo ini adalah menjadikan SDM UMKM Kaamelo siap menjalankan wisata edukasi dengan mengangkat budaya local masyarakat setempat. Hal tersebut dikarenakan pada hakekatnya pembangunan pariwisata tidak bisa lepas dari sumber daya dan keunikan komunitas lokal, baik berupa elemen fisik maupun non fisik (tradisi atau budaya), yang merupakan unsur penggerak utama kegiatan wisata itu sendiri sehingga kepariwisataan harus dipandang sebagai kegiatan yang berbasis pada komunitas setempat atau biasa disebut berbasis kearifan lokal Masyarakat setempat. Salah satu contoh kearifan lokal dari masyarakat di kawasan objek wisata Toraja antara lain dalam wujud falsafah Kurre' Sumange'. Berdasarkan kearifan atau pengetahuan masyarakat kata Kurre' Sumange' mempunyai makna sebagai ungkapan terima kasih yang dalam dan ikhlas. Ungkapan ini digunakan dalam menyambut dan melepas para wisatawan, baik lokal maupun mancanegara saat berkunjung ke objek wisata Toraja Utara. Dengan demikian maka

kondisi dan situasi ini membuat para wisatawan senang dan tenang setiap berkunjung ke objek wisata Toraja Utara.

Channel

Channel disini menggambarkan bagaimana UMKM Kaamelo dapat terkoneksi dengan baik pada beberapa pihak terkait yang mampu berkontribusi dalam peningkatan kualitas dan kapasitas SDM UMKM Kaamelo untuk mampu mengembangkan wisata edukasi. Dalam hal ini *channel* yang digunakan adalah modul pengembangan UMKM Kaamelo dalam mengelola wisata edukasi. Pada modul tersebut berisi beberapa hal yang perlu dipahami oleh SDM UMKM Kaamelo untuk mengelola wisata edukasi berupa konsep wisata edukasi yang direkomendasikan kepada UMKM Kaamelo dan berupa hal-hal mendasar mengenai kebutuhan membuat wisata edukasi.

Revenue Streams

Bagian *Revenue Streams* menjelaskan mengenai hal apa saja yang membuat suatu usaha mendapatkan pemasukan. Pada kasus ini ketika SDM UMKM Kaamelo telah siap membuka wisata edukasi maka Revenue Stream berasal dari kunjungan pelanggan melalui program kemitraan wisata edukasi dengan instansi pendidikan, pemerintah, maupun industri. Dalam program kemitraan atau kerjasama ini para mitra dapat mengambil bagian dalam kunjungan wisata edukasi sebagai bagian integral dari pengalaman pembelajaran mereka. UMKM Kaamelo menerima pendapatan dari biaya partisipasi, sementara mitra mendapatkan pengalaman yang mendalam tentang berbagai hal seperti kegiatan produksi pengolahan kopi mulai dari hulu ke hilir.

Cost Structure

Cost Structure disini memiliki arti mengenai gambaran pengeluaran yang dilakukan dalam menerapkan solusi yang telah ditetapkan sebelumnya. Biaya yang dikeluarkan dalam menerapkan solusi ini antaralain berasal dari biaya pengembangan SDM UMKM Kaamelo seperti bahan ajar. Bahan ajar yang digunakan berupa modul sebanyak 15 buku yang akan diserahkan kepada anggota UMKM Kaamelo. Besar biaya yang dibutuhkan untuk mencetak modul tersebut sebesar Rp360.000,-

Key Metrics

Key Metrics adalah sejumlah parameter atau ukuran tertentu yang digunakan untuk mengukur kinerja atau keberhasilan suatu solusi yang diterapkan pada UMKM Kaamelo. Bagian ini penting karena mampu memberikan gambaran yang jelas mengenai sejauh mana solusi tersebut dapat diterapkan dan dampaknya pada UMKM Kaamelo serta dapat dijadikan sebagai landasan bagi pengambilan keputusan strategis. Dalam hal ini *Key Metrics*-nya adalah dengan mengukur efektivitas pengembangan SDM UMKM Kaamelo melalui modul yang telah diberikan. Keberhasilan ini dapat dilihat dari adanya peningkatan pemahaman SDM UMKM Kaamelo mengenai wisata edukasi. Pengukuran pemahaman melalui ujian pengetahuan sebelum dan setelah pemberian modul yang akan memberikan gambaran tentang sejauh mana peningkatan pemahaman yang telah dicapai. Selain itu adanya respons positif dan tingkat kepuasan peserta terhadap modul juga menjadi indikator penentu keberhasilan solusi.

Unfair Advantage

Bagian *Unfair Advantage* adalah bagian yang menjelaskan mengenai sebuah poin dalam solusi yang diterapkan yang tidak mudah untuk ditiru oleh kompetitor. *Unfair Advantage* pada solusi yang diterapkan adalah dengan memberikan modul wisata edukasi yang sesuai dengan potensi produk, SDM, dan karakteristik UMKM Kaamelo yang mencakup keunikan geografis, kearifan lokal, dan budaya setempat. Sehingga ketika UMKM Kaamelo berhasil membuka wisata edukasi, maka kearifan lokal dapat dijunjung tinggi. Kearifan lokal yang dapat diusung untuk memperkaya dan membedakan pengalaman wisata edukasi UMKM Kaamelo adalah dengan pengalaman mencicipi kopi Arabica khas Toraja yang diproduksi UMKM Kaamelo langsung dari sumbernya, menyelipkan unsur seni anyaman dan tenun Toraja dalam setiap sarana yang nantinya akan digunakan oleh wisatawan, serta menyajikan kuliner tradisional kepada wisatawan seperti barongko, roti gambang, dan pampis yang cocok disajikan dengan dengan kopi Arabica khas Toraja.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dengan menggunakan metode *Lean Canvas* permasalahan yang dimiliki UMKM Kaamelo dapat tervalidasi dan membuat terbentuknya solusi yang mampu diberikan untuk menjawab masalah yang ada serta mampu mengukur parameter keberhasilan dari solusi yang diberikan. Permasalahan akibat keterbatasan modal UMKM Kaamelo dapat

diatasi dengan mengembangkan wisata edukasi melalui peningkatan sumber daya manusia. Hal tersebut dikarenakan peluang wisata edukasi di wilayah Toraja begitu besar. Rancangan konsep wisata edukasi berupa pelanggan mengunjungi UMKM Kaamelo untuk dapat mengetahui proses produksi kopi pada UMKM Kaamelo dari hulu hingga hilir serta UMKM Kaamelo melakukan perluasan koneksi melalui program kemitraan wisata edukasi dengan instansi pendidikan, pemerintah, maupun industry agar wisata edukasinya semakin dikenal sehingga banyak wisatawan yang berkunjung. Peningkatan wisatawan akan berbanding lurus dengan peningkatan pendapatan sehingga dapat dimanfaatkan sebagai modal untuk mengembangkan UMKM.

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah mengkaji lebih dalam pada bagian tersulit di *Lean Canvas* yaitu bagian *Unfair Advantage* agar mampu mengetahui keunggulan lainnya yang dimiliki oleh UMKM Kaamelo agar mampu menjadi daya tarik tersendiri dari UMKM Kaamelo.

DAFTAR REFERENSI

- Akbar, M. I. (2019). Usulan Model Bisnis Brand Kue Kering Online Caskake Dengan Menggunakan Lean Canvas. In *Journal Industrial Services* (Vol. 4, Issue 2).
- Ardi, W. K., Salam, R., Alfaruk, M. H., & Agung, I. W. P. (2021). Penerapan Lean Canvas Pada Startup Pembelajaran Bahasa Inggris Lunchat. *Jurnal Ilmu Komputer Dan Bisnis*, 12(2a), 74–79. <https://doi.org/10.47927/jikb.v12i2a.171>
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2023). *KemenKopUKM Gandeng BPS Lakukan Pendataan Lengkap Koperasi dan UMKM 2023*. Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/id/news/2023/09/15/533/kemenkopukm-gandeng-bps-lakukan-pendataan-lengkap-koperasi-dan-umkm-2023.html>
- Dahiri. (2020). Analisis Penguatan UMKM dan Dampaknya Bagi Perekonomian Nasional Sebagai Upaya Mengatasi Dampak Covid-19. *Jurnal Budget*, 5(1), 1–14.
- Harianto, E. (2018). Implementasi Lean Canvas pada Project Corporate Entrepreneurship. *Jurnal Bisnis Perspektif*, 10(2), 144–159.
- Hendrawan, A., Kuswantoro, F., & Sucahyawati, H. (2019). *Dimensi Kreativitas dan Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah*. 2. <https://doi.org/10.33488/1.jh.2019.2.194>
- Iman Gunawan. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktek*. Bumi Aksara.
- Salim, A. (2018). Peranan UMKM dalam Perekonomian Nasional. *Ekonomika Sharia: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Ekonomi Syariah*, 3(2), 23–32. <https://doi.org/https://doi.org/10.36908/esha.v3i2.230>

- Santina, R. O., Hayati, F., & Oktarina, R. (2021). Analisis Peran Orangtua Dalam Mengatasi Perilaku Sibling Rivalry Anak Usia Dini. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(1), 1–13. file:///Users/ajc/Downloads/319-File Utama Naskah-423-1-10-20210810.pdf
- Sarfiah, S., Atmaja, H., & Verawati, D. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 1–189. <https://doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952>
- Sasongko, D. (2020). *UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit*. Kementerian Keuangan Republik Indonesia. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-Bangkit-Ekonomi-Indonesia-Terungkit.html>
- Septiana, N. I., Rozi, A. F., & Muar, R. (2019). Analisis Masalah dan Solusi Prioritas Pengembangan UMKM. *JIHBIZ : Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 3(1), 1–16. <https://doi.org/10.33379/jihbiz.v3i1.785>
- Sugiyono. (2014). *Satistika Untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Suharto, S. (2022). Implementasi Lean Canvas Sebagai Upaya Meningkatkan Skill Enterpreneurship Mahasiswa Di Perguruan Tinggi. *JURNAL NUSANTARA APLIKASI MANAJEMEN BISNIS*, 7(1), 149–161. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v7i1.17965>
- Windusancono, B. A. (2021). Upaya Percepatan Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia. *Mimbar Administrasi*, 18(1), 01–14. <https://doi.org/https://doi.org/10.33488/1.jh.2019.2.194>
- Zaenuri, A., Zusrony, E., & Nurcahyaningsih, W. (2022). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Usaha Pada Pelaku UMKM Kota Salatiga*. 2(1), 57–63. <http://journal.stiestekom.ac.id/index.php/dinamikapage57>