

## **PELATIHAN PENGEMBANGAN BISNIS BUMDES DENGAN ANALISIS SWOT DAN BUSINESS MODEL CANVAS DI DESA LENGKONG, KUNINGAN**

**Robi Awaluddin**

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Kuningan, Indonesia  
Email : awaluddin.robi@uniku.ac.id

### **Abstract**

*The government has disbursed a budget of around Rp. 330 trillion for the Village Fund program in the last five years, meanwhile one of the village business development posts through BUMDes has not been implemented in Lengkong village. The purpose of implementing this community service program is to provide business development training with the main tools of SWOT analysis (Strength, Weakness, Opportunity and Threat) and Business Model Canvas targeting youth organizations, posyandu cadres and farmer groups as candidates for BUMDes management. The method of implementing the approach approach and discussion, selection of representatives from community organizations and training in SWOT and BMC training. The result of the implementation of this community service was training that was attended by 16 representatives from the organization, in which training was carried out in the presentation of theory and practice analysis as well as case studies using SWOT and BMC. The conclusion of this activity is to build awareness and readiness in building BUMDes with knowledge, especially SWOT analysis techniques and BMC so that BUMDes development can run well in accordance with the expected goals.*

**Keywords:** Business Development, SWOT, BMC, BUMDes

### **Abstrak**

Pemerintah mengucurkan anggaran sekitar Rp330 triliun untuk program Dana Desa dalam lima tahun terakhir, sementara itu salah satu pos pengembangan usaha desa melalui BUMDes belum terlaksana di desa Lengkong. Tujuan dari dilaksanakannya program pengabdian masyarakat ini adalah untuk memberikan pelatihan pengembangan bisnis dengan alat utama analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity dan Threat*) dan *Business Model Canvas* dengan sasaran karang taruna, kader posyandu dan kelompok tani sebagai cikal bakal dari pengurus BUMDes. Metode pelaksanaan meliputi pendekatan dan diskusi, pemilihan perwakilan dari tiap organisasi masyarakat dan terakhir melaksanakan pelatihan SWOT dan BMC. Hasil dari dilaksanakannya pengabdian pada masyarakat ini adalah pelatihan ini diikuti oleh 16 orang perwakilan dari tiap organisasi, dalam pelatihan dilaksanakan pemaparan teori dan praktik analisis serta studi kasus menggunakan SWOT dan BMC. Simpulan dari kegiatan ini adalah terbangunnya kesadaran dan kesiapan dalam membangun BUMDes dengan ilmu khususnya Teknik analisis SWOT dan BMC agar pengembangan BUMDes dapat berjalan dengan baik sesuai dengan tujuan yang diharapkan.

**Kata Kunci :** Pengembangan Bisnis, SWOT, BMC, BUMDes.

### **PENDAHULUAN**

Pemerintah mengucurkan anggaran sekitar Rp330 triliun untuk program Dana Desa dalam lima tahun terakhir, namun dana tersebut belum terserap optimal terutama untuk mengembangkan Badan Usaha Milik Desa [1], sementara itu salah satu desa terbesar di kecamatan garawangi yang juga memiliki BUMDES adalah Desa Lengkong. Desa lengkong sebenarnya memiliki SDM yang banyak dan siap dibina terbukti dari kompaknya karang taruna dan kelompok pemuda tani, selain itu ada kader ibu posyandu yang turut aktif dalam kegiatan

pelatihan ini, namun potensi ini belum diselaraskan dengan visi jangka panjang khususnya dalam visi pembangunan ekonomi berbasis inovasi kerakyatan yang berkelanjutan.

Desa Lengkong Secara Administrasi Merupakan Salah Satu desa dalam Wilayah Kecamatan Garawangi Kabupaten Kuningan, Dengan Batas Batas Wilayahnya sebagai berikut [2]:

- Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Sindangsari
- Sebelah Selatan Berbatasan dengan Desa Tembong
- Sebelah Barat Berbatasan dengan Desa Karangtawang
- Sebelah timur Berbatasan dengan Desa Purwasari

Luas Wilayah Seluruhnya meliputi 271, 295 Ha dan berada pada ketinggian 285 Meter di atas Permukaan Laut, dengan iklim tropis. Secara administratif desa lengkong terdiri dari 10 Rw dan 26 Rt yang dibagi menjadi 5 Dusun.

Dalam hal ekonomi, Beberapa masalah yang saat ini terjadi di desa lengkong adalah adanya BUMDes meskipun sudah ada anggarannya, namun dalam pelaksanaannya, masih mengandalkan penjualan tabung gas sehingga kondisi ini belum dikelola optimal atau bahkan bisa dikatakan bumdes tersebut mati suri dikarenakan tidak jelas target, produk serta manajemen pengelolanya. Kondisi ini tidak lepas dari pengetahuan dan keterampilan pengurus BUMDes yang belum mengetahui tugas, pokok, fungsi, serta strategi pengembangan BUMDES sehingga cenderung vakum hal ini ditambah dengan terpilihnya kepala desa yang baru sehingga pelaksanaan pelatihan dan pendampingan ini penting untuk dilaksanakan agar manajemen dalam sector ekonomi khususnya pengelolaan BUMDes dapat optimal.

Di sisi lain, kelompok tani pemuda baru terbentuk dengan anggota sekitar 20 orang yang mana kelompok tersebut perlu didampingi dalam hal hilirisasi dan komersialisasi produk pertaniannya agar tidak rugi ketika panen, mengingat 2/3 dari desa lengkong adalah lahan pertanian dan mayoritas penduduknya juga petani, Kelompok tani adalah beberapa orang petani atau peternak yang menghimpun diri dalam suatu kelompok karena memiliki keserasian dalam tujuan, motif, dan minat. Kelompok tani dibentuk berdasarkan surat keputusan dan dibentuk dengan tujuan sebagai wadah komunikasi antarpetani, selain kelompok tani, ada juga kader posyandu dan karang taruna yang memiliki potensi namun belum dikelola dengan baik untuk tujuan pendirian BUMDes.

Merujuk pada program pengabdian sebelumnya pada crema coffee [3] dengan hasil Analisis SWOT menunjukkan keunggulan Crema Coffee adalah harga yang murah dan kopi diolah sendiri dengan mesin grinder sedangkan kelemahannya yakni kurangnya tenaga ahli dan alat pengolah kopi yang dimiliki sangat terbatas, jadi dengan analisis SWOT suatu entitas bisnis UMKM, BUMDes atau korporasi besar dapat mengetahui kelemahan, kelebihan, peluang dan ancaman yang sedang dihadapinya. Sementara itu dalam pengabdian Teknik penyusunan *business model canvas* pada UMKM Kuliner Jalanan Di Kawasan Gatot Subroto Banjarmasin [4] menghasilkan pelaksanaan kegiatan dengan hasil 30% peserta mampu membuat business plan model canvas secara baik dan benar, 20 % peserta sudah dapat menentukan komponen *Value propositions* namun masih kesulitan dalam membuat business plan secara keseluruhan dan 50% peserta masih belum mampu menentukan komponen *value propositions* dan membuat business plan secara keseluruhan. Dalam pengabdian lain yang berjudul Pelatihan Analisis SWOT Dan BMC Pada Asosiasi UMKM di Ponorogo [5] menghasilkan output adalah para UMKM mampu mengetahui dan mendeskripsikan usahanya dari segi internal yaitu kekuatan dan kelemahan usaha, selanjutnya adalah mampu mendeskripsikan faktor eksternal usahanya

yaitu peluang dan ancaman yang dihadapi usaha. Selain itu para UMKM saat ini telah mampu melakukan analisis tentang operasional usahanya menggunakan papan BMC.

Dari latar belakang tersebut dengan pentingnya pengelolaan BUMDes dari komponen organisasi masyarakat kelompok tani, kader posyandu dan karang taruna dengan baik dan sinergis sehingga keberadaannya dapat memberikan dampak serta peningkatan nilai ekonomi bagi masyarakat maka penulis bermaksud melaksanaan pengabdian pada masyarakat dengan judul PELATIHAN PENGEMBANGAN BISNIS BUMDES DENGAN ANALISIS *SWOT* DAN *BUSINESS MODEL CANVAS* DI DESA LENGKONG, KUNINGAN

## **METODE PELAKSANAAN**

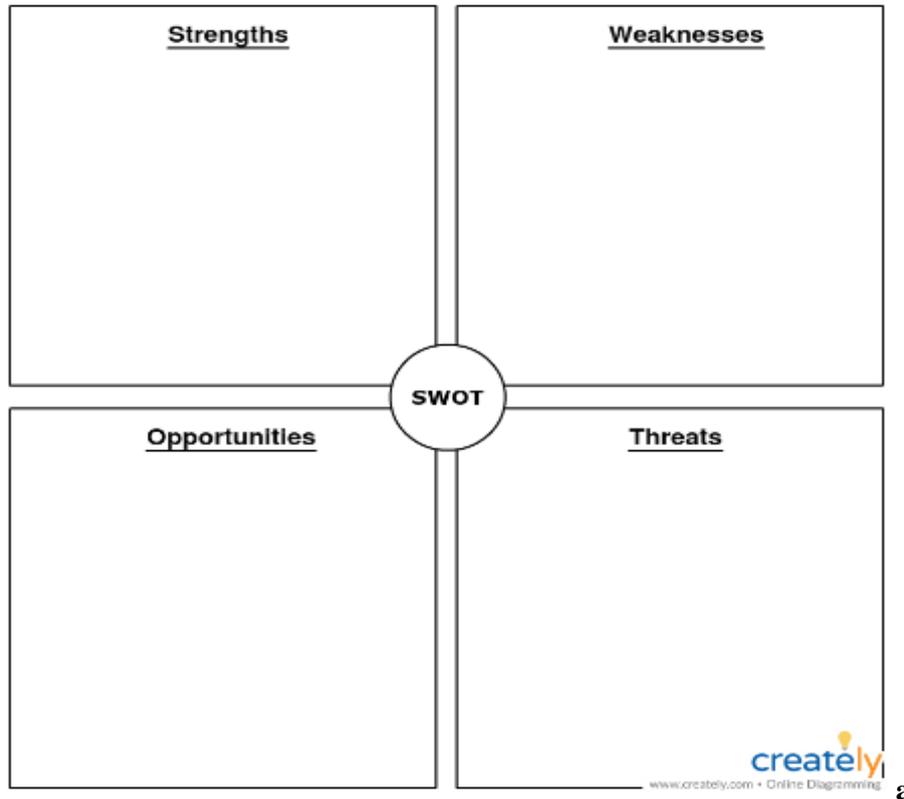
Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini berlokasi di balai desa Lengkon, Kecamatan Garawangi, Kabupaten Kuningan dengan partisipan berasal dari 3 komponen masyarakat, pertama adalah kelompok pemuda tani, kader ibu posyandu dan karang taruna. Alat yang digunakan adalah laptop, proyektor dan alat peraga kertas karton dan spidol untuk memetakan *SWOT* dan *Business Model Canvas* serta alat penunjang lainnya.

Metode pelaksanaan kegiatan yang digunakan dalam program pengabdian pada masyarakat ini adalah:

1. Melakukan pendekatan dan diskusi dengan kepala desa beserta perangkat desa mengenai permasalahan yang dihadapi dalam hal merintis pembentukan BUMDes yang pengurusnya akan berasal dari perwakilan kelompok pemuda tani, karang taruna serta kader posyandu desa Lengkon
2. Memilih peserta kegiatan sebagai perwakilan dari ke tiga organisasi di desa untuk program pelatihan penggunaan analisis *SWOT* dan BMC
3. Melaksanakan pelatihan dan pendampingan *SWOT* dan BMC

*SWOT* adalah singkatan dari *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threats* (ancaman). Dengan *SWOT* dapat mengukur kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman utama pada suatu lembaga, institusi atau organisasi ke dalam daftar yang terorganisir disajikan dalam bilah kisi-kisi yang sederhana. *Strengths* (kekuatan) dan *Weaknesses* (kelemahan) berasal dari kondisi internal institusi atau organisasi, sementara itu *Opportunities* (peluang) dan *Threats* (ancaman) adalah hal eksternal yang mempengaruhi bisnis atau hal-hal yang terjadi di luar institusi atau organisasi dalam area yang lebih luas. Menurut Freddy Rangkuti (2015;18), analisis *SWOT* adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada faktor-faktor kekuatan (strengths), kelemahan (weakness) perusahaan serta meminimalkan peluang (opportunities) dan ancaman (threats) dalam lingkungan yang dihadapi perusahaan. Kekuatan. [6] Teknik ini dibuat oleh Albert Humphrey, yang memimpin proyek riset pada Universitas Stanford pada dasawarsa 1960-an dan 1970-an dengan menggunakan data dari perusahaan-perusahaan Fortune 500.

**Gambar 01. Analisis SWOT**



4. Setelah melakukan analisis SWOT maka langkah selanjutnya adalah melakukan pemetaan potensi dan inovasi ekonomi desa melalui *Business Model Canvas*.

Bisnis model kanvas adalah sebuah strategi dalam manajemen yang berupa visual chart yang terdiri dari 9 elemen. Model bisnis ini pertama kali diperkenalkan oleh Alexander Osterwalder dalam bukunya yang berjudul *Business Model Generation*. Dalam buku tersebut, Alexander mencoba menjelaskan sebuah framework sederhana untuk mempresentasikan elemen-elemen penting yang terdapat dalam sebuah model bisnis. Jika dilihat sepintas, sebenarnya alur model bisnis kanvas nampak cukup sederhana. Secara garis besar, alurnya mengalir dari satu elemen bisnis menuju elemen penting berikutnya. Berikut adalah sembilan elemen yang terdapat dalam bisnis model kanvas. *Business Model Canvas* terdiri dari 9 *Element*, diantaranya : Customer Segments, Channels, Revenue Streams, Key Resource, Customer Relationship, Key Activities, Key Partnership, Cost Structu dan Value Preposition. [7]

*Business Model Canvas* merupakan sebuah metode pemetaan dan *tool* dalam manajemen strategi yang berguna untuk mendokumentasikan ataupun mengembangkan model bisnis suatu perusahaan atau organisasi lainnya [8]. *Business Model Canvas* dapat dilihat pada gambar berikut ini:



**Gambar 2. Business Model Canvas [7]**

**Penjelasan 9 Element Busniess Model Canvas [7]**

1. Customer Segments (Segmentasi Konsumen)

Ini adalah sekat yang merupakan keunggulan produk, apa saja sesungguhnya poin-poin yang dapat mendatangkan manfaat yang ditawarkan perusahaan bagi customer segment-nya. Hal ini menjadi kesempatan bagi Anda untuk menjabarkan kekuatan dan keunggulan yang membedakan bisnis Anda dengan bisnis yang lain.

2. Channels (Saluran)

*Channel* atau saluran adalah bagaimana Anda bisa menyampaikan produk Anda sampai hingga kepada konsumen. Melalui penggunaan channels yang tepat, Anda baru bisa menyampaikan value propositions kepada customer segments. Jadi, cobalah pikirkan channels yang ingin Anda gunakan dengan baik, karena penentuan channels adalah salah satu elemen penting bagi keberhasilan sebuah bisnis.

3. Revenue Streams (Sumber Pendapatan)

Revenue stream merupakan bagian yang paling vital, di mana organisasi memperoleh pendapatan dari pelanggan. Elemen ini harus dikelola semaksimal mungkin untuk meningkatkan pendapatan bisnis. Jangan sampai ada bahan baku, produk, atau kinerja yang tidak dimanfaatkan secara maksimal.

#### 4. Key Resource (Sumber Daya)

Key resource adalah sekat dalam bisnis model kanvas yang berisikan daftar sumber daya yang sebaiknya direncanakan dan dimiliki perusahaan untuk mewujudkan value proposition mereka. Semua jenis sumber daya, mulai dari pengelolaan bahan baku, penataan sumber daya manusia, dan penataan proses operasional menjadi perhatian dalam membuat model bisnis.

#### 5. Customer Relationship (Hubungan Konsumen)

Ini merupakan elemen di mana perusahaan menjalin ikatan dengan pelanggannya. Perlu pengawasan yang ketat dan intensif agar pelanggan tidak mudah berpaling ke bisnis yang lain hanya karena jalinan hubungan yang kurang baik.

#### 6. Key Activities (Aktivitas yang Dijalankan)

Key activities adalah semua aktivitas yang berhubungan dengan produktivitas bisnis yang berkaitan dengan sebuah produk, di mana kegiatan utamanya adalah menghasilkan proposisi nilai.

#### 7. Key Partnership (Kerjasama)

Elemen ini berfungsi untuk pengorganisasian aliran suatu barang atau layanan lainnya. Posisi-posisi partner kunci tersebut bermanfaat untuk efisiensi dan efektivitas dari key activities yang telah dibuat. Tak ada salahnya menjalin hubungan baik untuk menciptakan siklus bisnis sesuai dengan ekspektasi.

#### 8. Cost Structure (Struktur Biaya)

Elemen terakhir yang tak kalah pentingnya dengan kedelapan elemen lainnya adalah struktur pembiayaan bisnis. Mengelola biaya secara efisien akan membuat bisnis yang dijalani menjadi lebih hemat dan bisa meminimalkan risiko kerugian. Hal ini juga dapat menentukan proposisi nilai yang tepat untuk pelanggan.

#### 9. Value Proposition (Proposisi Nilai)

Value proposition adalah elemen terpenting dari proses pemasaran. melalui value proposition akan lebih mudah menunjukkan pada calon pelanggan soal kelebihan dari produk. Selain itu, alasan yang membuat produk ini lebih baik dari pesaing juga akan ditonjolkan melalui elemen yang satu ini. Sederhananya value proposition adalah penjelasan mengenai mengapa pelanggan harus memilih menggunakan produk atau layanan yang kita tawarkan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Pemetaan Potensi Desa Melalui SWOT**

BUMDes di desa lengkung saat ini masih belum terbentuk dan masih dalam perancangan, di sisi lain kader posyandu sudah berperan aktif dalam kegiatan kemasyarakatan, kelompok karang taruna pada saat pengabdian ini dilakukan juga masih dalam tahap transisi dan penyusunan program kerja karena baru terpilih kepemimpinan yang baru di karang taruna, namun kelompok tani sudah terbentuk selama 1 tahun, berikut adalah analisis SWOT dari kondisi organisasi penggerak di desa lengkung yang mencakup karang taruna, kelompok tani dan ibu kader posyandu yang selanjutnya dapat digunakan sebagai bahan acuan dalam pembentukan BUMDes Desa Lengkong:

<p><b>Strength (S)</b></p> <p>Terdapat sumberdaya alam yang bisa dimanfaatkan potensi pertanian sawah,                  Telah terbentuk kelompok tani,                  Ibu kader posyandu bisa diarahkan,                  Potensi pemuda desa yang banyak.</p>	<p><b>Weakness (W)</b></p> <p>SDM belum terampil                  Teknologi belum dimanfaatkan dengan baik                  BUMDes belum terbentuk                  Belum ada pengarahan teknis                  Belum ada kordinasi yang baik antara perangkat desa dan organisasi kepemudaan atau kader posyandu.</p>
<p><b>Opportunity (O)</b></p> <p>Penjualan Online hasil produk desa melalui marketplace dan media sosial,                  Sarana teknologi penyalur kreativitas,                  Pasar penjualan yang lebih luas.</p>	<p><b>Threat (T)</b></p> <p>Stagnant dan jalan di tempat menyebabkan,                  Angka kemiskinan dan pengangguran akan meningkat</p>

**Tabel 1 Hasil SWOT**

Pada table di atas terlihat hasil SWOT yang dilakukan bersama peserta pelatihan yang terdiri dari tiga komponen masyarakat: kelompok pemuda tani, kader posyandu dan karang taruna Desa Lengkong.



**Gambar 3 Kegiatan Pelatihan Analisis SWOT dan BMC**

**Merancang Business Model Canvas Produk Masa Depan Desa Lengkong**

Tahap selanjutnya setelah melakukan analisis SWOT adalah memetakan potensi dan produk unggulan, namun kondisi di lapangan adalah masyarakat belum memiliki produk

unggulan desa sehingga hal ini perlu dilakukan Kembali mulai dari merancang produk unggulan dan Menyusun komponen business model canvasnya sehingga kelak diharapkan Ketika produk unggulan sudah terbentuk, dapat dengan perlahan dan sistematis Menyusun business model canvas masa depan dari produk unggulan di desa lengkung. Berikut adalah rancangan dari *business model canvas* tersebut yang nantinya diharapkan akan diterapkan pada BUMDes dan didukung dengan organisasi masyarakat yang ada meliputi karang taruna, kader posyandu dan kelompok pemuda tani.

<p><b>Key Partnership (Kerjasama)</b></p> <p>Pemda Kuningan, Provinsi dan Kementrian KUKM, Pemasok pisang, reseller, agen, dropshipper, jasa ekspedisi dan kargo, logistic, universitas mitra, Petani, Pengelola UMKM Lokal Artis dan Influencer</p>	<p><b>Key Activities (Aktivitas yang Dijalankan)</b></p> <p>Memproduksi, mengemas, mengklankan dan mendistribusikan produk</p> <p><b>Key Resource (Sumber Daya)</b></p> <p>SDM, SDA berupa lahan, Teknik dan cara produksi, pengemasan dan cara distribusi</p>	<p><b>Value Proposition (Nilai Produk)</b></p> <p>Produk unggulan inovasi agribisnis desa atau produk turunan pertanian di desa lengkung berupa olahan camilan makanan atau olahan lainnya</p> <p>Sistem Distribusi dan Pemasaran Mitra UMKM melalui BUMDes</p> <p>Pengelolaan Pasar Sehat Terintegrasi</p> <p>Pemasaran Online and Offline</p>	<p><b>Customer Relationship (Hubungan Konsumen)</b></p> <p>Memberikan pelayanan terbaik, komunikasi melalui Whatsapp dan media social lainnya, bonus dan diskon dan jaminan kualitas produk</p> <p><b>Channels (Saluran)</b></p> <p>Distribusi online melalui marketplace, website, Instagram, facebook dan SEO serta agen online di kota besar di Indonesia dan offline di pasar, toko oleh-oleh dan pameran</p>	<p><b>Customer Segments (Segmentasi Konsumen)</b></p> <p>Pasar online seluruh Indonesia, dan kota-kota besar di Indonesia melalui sistem keagenan online melalui Instagram, youtube dan fb baik organic ataupun berbayar</p> <p>Melalui marketplace seperti shopee, tokopedia dan bukalapak</p> <p>Website bisnis dan Offline market, pasar, toko, pameran dan kerjasama</p>
<p><b>Cost Structure (Struktur Biaya)</b></p> <p>Sewa lahan, biaya bahan baku, biaya total HPP, biaya pengiriman dan biaya marketing</p>		<p><b>Revenue Streams (Sumber Pendapatan)</b></p> <p>Pendapatan penjualan langsung online, mitra, agen dan pendapatan dari penjualan offline langsung, konsinyasi dan system kerjasama lainnya</p>		

**Gambar 4** Business Model Canvas [7]

1. Customer Segments (Segmentasi Konsumen)
 

Fokus pelanggan pada rancangan BMC BUMDes Lengkong adalah pada Pasar online seluruh Indonesia, dan kota-kota besar di Indonesia melalui sistem keagenan online melalui Instagram, youtube dan fb baik organic ataupun berbayar Melalui marketplace seperti shopee, tokopedia dan bukalapak Website bisnis dan Offline market, pasar, toko, pameran dan kerjasama
2. Customer Relationship (Hubungan Konsumen)
 

Membangun hubungan yang baik pada pelanggan dengan cara memberikan pelayanan terbaik, komunikasi melalui Whatsapp dan media social lainnya, bonus dan diskon dan jaminan kualitas produk
3. Value Proposition (Nilai Produk)
 

Hal yang paling penting dalam membangun kualitas produk adalah pada *value proposition* dengan Produk unggulan inovasi agribisnis desa atau produk turunan pertanian di desa lengkung berupa olahan camilan makanan atau olahan lainnya, Sistem Distribusi dan Pemasaran Mitra UMKM melalui BUMDes Pengelolaan Pasar Sehat Terintegrasi, Pemasaran Online and Offline
4. Channels (Saluran)
 

Distribusi online melalui marketplace, website, Instagram, facebook dan SEO serta agen online di kota besar di Indonesia dan offline di pasar, toko oleh-oleh dan pameran
5. Key Activities (Aktivitas yang Dijalankan)

Aktivitas kunci pada BUMDes adalah meliputi memproduksi, mengemas, mengklankan dan mendistribusikan produk

6. Key Partnership (Kerjasama)

Mitra Kunci pengembangan BUMDes Lengkong adalah Pemda Kuningan, Provinsi dan Kementrian KUKM, Pemasok pisang, reseller, agen, dropshipper, jasa ekspedisi dan kargo, logistic, universitas mitra, Petani, Pengelola UMKM Lokal Artis dan Influencer

7. Key Resource (Sumber Daya)

SDM, SDA berupa lahan, Teknik dan cara produksi, pengemasan dan cara distribusi

8. Cost Structure (Struktur Biaya)

Komponen pembiayaan atau beban usaha meliputi Sewa lahan, biaya bahan baku, biaya total HPP, biaya pengiriman dan biaya marketing

9. Revenue Streams (Sumber Pendapatan)

Komponen pendapatan meliputi Pendapatan penjualan langsung online, mitra, agen dan pendapatan dari penjualan offline langsung, konsinyasi dan system kerjasama lainnya

## SIMPULAN

Desa Lengkong memiliki potensi sumber daya manusia dan alam yang potensial untuk dikelola sehingga dapat memberikan timba balik berupa kesejahteraan bagi masyarakatnya, namun saat ini hal tersebut belum dikelola dengan optimal. Di sisi lain, komponen organisasi masyarakat dan kepemudaan meliputi karang taruna, ibu kader posyandu serta kelompok tani sebenarnya memiliki kesadaran untuk membangun bisnis bersama melalui BUMDes dengan dilaksanakannya pemetaan SWOT dan BMC Produk unggulan desa pada pelatihan ini seluruh peserta dapat memahami dasar Teknik analisis SWOT dan BMC, dan setelah acara pelatihan dapat segera berkolaborasi membangun sinergitas memunculkan potensi unggulan desa yang nantinya akan dikelola oleh BUMDes yang pada akhirnya akan berdampak pada kemajuan dan kesejahteraan desa Lengkong itu sendiri, diperlukan komitmen yang kuat dari pemerintahan desa dan seluruh elemen masyarakat desa untuk memajukan bersama perekonomian desa.

## SARAN

Diperlukan pendampingan lebih lanjut agar memberikan hasil yang optimal, pendampingan dan pengimplementasian hasil dari analisis SWOT dan rancangan pemetaan produk unggulan melalui BMC hingga produk unggulan dan system kerja BUMDes terbangun dengan kokoh.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat Universitas Kuningan dan mitra Karang Taruna, Ibu Kader Posyandu dan Kelompok Tani Desa Lengkong, Kecamatan Garawangi, Kabupaten Kuningan, Jawa Barat.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Vincent Fabian Thomas, "Kenapa Ribuan Bumdes Mangkrak Meski Dana Desa Triliunan Rupiah?," *16 Desember*. 2019, [Online]. Available: <https://Tirto.Id/Kenapa->

- Ribuan-Bumdes-Mangkrak-Meski-Dana-Desa-Triliunan-Rupiah-Enpb.
- [2] “Sejarah \_ Desa Lengkong, Kecamatan Garawangi, Kabupaten Kuningan.” .
- [3] P. Nabila And L. Hakim, “Pendampingan Pengembangan Kedai Kopi Crema Coffee Dengan Metode Analisis Swot 1Silvana,” *Nusant. J. Community Engagem.*, Vol. 1, No. 2, 2020.
- [4] R. Zulfikar, P. A. Mayvita, And P. Purboyo, “Adopsi Teknik Penyusunan Business Plan Model Canvas Untuk Perencanaan Bisnis Umkm Kuliner Jalanan Di Kawasan Gatot Subroto Banjarmasin,” *J. Pengabd. Al-Ikhlas*, Vol. 4, No. 2, Pp. 171–185, 2019, Doi: 10.31602/Jpaiuniska.V4i2.1955.
- [5] D. A. Kurniawan, F. S. Ari A, L. Rusli, R. Y. A, And A. Ika K, “Pelatihan Analisis SWOT Dan BMC Pada Asosiasi UMKM Ponorogo,” *Cendekia J. Pengabd. Masy.*, Vol. 2, No. 1, P. 67, 2020, Doi: 10.32503/Cendekia.V2i1.1001.
- [6] L. V. Firmansyah, Miftakhul Rokhim, “Analisis Pengukuran Kinerja Pt. Japfa Comfeed Indonesia Tbk Menggunakan Metode Swot Balanced Scorecard,” *J. Akunt. AKUNESA*, Vol. 6, No. 1, 2017.
- [7] Y. P. Alexander Osterwalder, *Business Model Generation*. John Wiley & Sons, Inc, 2010.
- [8] R. Awaluddin, “Pemetaan Inovasi Bandara Internasional Jawa Barat Dengan Bisnis Model CanvaS,” *J. Mantik Penusa*, vol. 3, no. 3, pp. 85–91, 2019.