

Strategi Penguatan Ekonomi Lokal melalui *Business Model Canvas* dan Legalisasi HKI bagi Koperasi Wanita Jasmine Sejahtera

Local Economic Strengthening Strategy through Business Model Canvas and IPR Legalization for Jasmine Sejahtera Women's Cooperative

Muljadi Muljadi^{1a}, Syepry Maulana Husain¹, Taufiqurrahman Taufiqurrahman¹,
Avika Permata Suryani¹

^{1a}Universitas Muhammadiyah Tangerang; Tangerang, Banten, Indonesia, e-mail: moeljadi72@gmail.com

(Diterima: 13-01-2026; Ditelaah: 09-02-2026; Disetujui: 15-04-2026)

Abstrak

Koperasi Wanita Jasmine Sejahtera di Desa Pelawad menghadapi tantangan signifikan dalam pengembangan usaha, terutama terkait pengelolaan manajerial yang masih tradisional, rendahnya pemahaman mengenai perlindungan hukum produk, serta keterbatasan literasi digital. Kondisi ini menghambat daya saing anggota dalam pasar yang semakin kompetitif. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memperkuat ekonomi lokal melalui peningkatan kapasitas manajerial, legalitas usaha, dan transformasi digital bagi anggota koperasi. Metode pendekatan yang digunakan adalah metode partisipatif yang melibatkan 30 anggota aktif. Tahapan pelaksanaan meliputi pelatihan Business Model Canvas (BMC), pendampingan pendaftaran Hak Kekayaan Intelektual (HKI), serta workshop literasi keuangan dan digital. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan pemahaman peserta terhadap pemetaan strategi bisnis sebesar 50%, peningkatan kesadaran hukum dan HKI sebesar 60%, serta kenaikan literasi keuangan dan digital sebesar 50%. Implikasi program ini berhasil mengubah pola pengelolaan koperasi dari model tradisional menuju struktur yang lebih profesional. Secara jangka panjang, penguatan aspek manajerial dan legalitas ini berkontribusi langsung pada peningkatan daya saing produk lokal serta keberlanjutan ekonomi koperasi wanita di tingkat desa.

Kata kunci: *Business model canvas, hak cipta, koperasi wanita, literasi digital, pengabdian masyarakat*

Abstract

The Jasmine Sejahtera Women's Cooperative in Pelawad Village faces significant challenges in business development, particularly regarding traditional management practices, a lack of understanding of product legal protection, and limited digital literacy. These conditions hinder members' competitiveness in an increasingly competitive market. This community service initiative aims to strengthen the local economy by enhancing managerial capacity, business legality, and digital transformation for cooperative members. The approach employed is a participatory method involving 30 active members. Implementation stages include Business Model Canvas (BMC) training, guidance on Intellectual Property Rights (IPR) registration, and workshops on financial and digital literacy. Evaluation results showed a 50% increase in participants' understanding of business strategy mapping, a 60% increase in legal and IPR awareness, and a 50% increase in financial and digital literacy. The program successfully shifted the cooperative's management model from a traditional approach to a more professional structure. In the long term, strengthening these managerial and legal aspects directly contributes to enhancing the competitiveness of local products and the economic sustainability of women's cooperatives at the village level.

Keywords: *Business model canvas, community service, digital literacy, intellectual property rights, women's cooperative*

PENDAHULUAN

Penguatan ekonomi lokal berbasis koperasi merupakan instrumen krusial dalam mengakselerasi kesejahteraan masyarakat perdesaan melalui pengembangan usaha produktif yang dikelola secara kolektif. Koperasi wanita, secara spesifik, memiliki peran strategis dalam mendorong partisipasi ekonomi perempuan, memperkuat kemandirian usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), serta mengoptimalkan potensi ekonomi berbasis kearifan lokal. Namun, realitas di lapangan menunjukkan bahwa banyak koperasi desa masih terjebak dalam pola manajemen tradisional, minim legalitas produk, dan rendahnya adopsi teknologi digital.

Koperasi Wanita Jasmine Sejahtera di Desa Pelawad merupakan representasi dari tantangan tersebut, di mana koperasi ini menghimpun pelaku UMKM perempuan dengan diversitas produk olahan pangan dan rumah tangga. Meskipun memiliki potensi ekonomi yang besar, pengelolaan usahanya masih bersifat konvensional dan belum didasarkan pada perencanaan model bisnis yang terstruktur. Masalah utama yang ditemukan adalah absennya perlindungan hukum melalui Hak Kekayaan Intelektual (HKI), yang menyebabkan produk lokal rentan terhadap peniruan dan memiliki daya saing rendah di pasar luas. Selain itu, keterbatasan literasi digital menghambat anggota dalam memanfaatkan *platform* komunikasi modern untuk pemasaran.

Beberapa penelitian terdahulu telah mengeksplorasi penggunaan *Business Model Canvas* (BMC) untuk meningkatkan daya saing produk lokal serta pentingnya pendampingan HKI sebagai upaya perlindungan hukum UMKM. Namun, terdapat di mana integrasi antara pemetaan model bisnis, legalisasi HKI, dan transformasi digital praktis melalui WhatsApp Business belum banyak diterapkan secara simultan pada entitas koperasi wanita di tingkat desa. Kebanyakan program pengabdian cenderung berfokus pada salah satu aspek secara parsial.

Penelitian ini hadir untuk menutup celah tersebut dengan menawarkan pendekatan holistik yang menggabungkan aspek manajerial, legalitas, dan literasi digital. Instrumen BMC dipilih karena kemampuannya membantu pelaku usaha memahami dan merancang model bisnis secara sederhana namun komprehensif. Di sisi lain, penggunaan WhatsApp Business diusulkan sebagai strategi transformasi digital yang praktis, murah, dan sesuai dengan karakteristik sosiologis masyarakat desa. Berdasarkan urgensi tersebut, kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memperkuat ekonomi lokal melalui pelatihan BMC, pendampingan legalisasi HKI, serta peningkatan literasi digital bagi anggota Koperasi Wanita Jasmine Sejahtera.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif (*Participatory Technology Development*). Pendekatan ini menempatkan anggota koperasi bukan sekadar sebagai objek penerima informasi, melainkan sebagai subjek aktif yang terlibat langsung dalam proses identifikasi masalah hingga

implementasi solusi teknis. Program ini melibatkan 30 anggota aktif Koperasi Wanita Jasmine Sejahtera sebagai peserta utama. Secara sistematis, kegiatan dilaksanakan melalui empat tahapan utama, yaitu sebagai berikut:

1. Tahap Identifikasi dan Diagnosis (*Assessment*)

Pada tahap awal, tim melakukan analisis kebutuhan (*need assessment*) melalui metode diskusi kelompok terfokus (*Focus Group Discussion*) dan wawancara mendalam dengan pengurus koperasi. Tujuannya adalah untuk memetakan kondisi riil operasional koperasi serta menentukan skala prioritas materi pendampingan yang paling dibutuhkan.

2. Pelatihan *Business Model Canvas* (BMC)

Tahap ini dilakukan dengan metode pelatihan interaktif yang menggabungkan pemaparan materi, diskusi, dan praktik langsung. Peserta dibimbing secara teknis untuk memetakan unit bisnis mereka ke dalam sembilan elemen kunci BMC. Hal ini bertujuan agar peserta mampu memahami integrasi antara nilai proposisi produk (*value proposition*), segmen pelanggan (*customer segments*), hingga struktur biaya (*cost structure*) secara visual dan terukur.

3. Pendampingan Legalisasi HKI

Kegiatan dilanjutkan dengan pendampingan teknis pendaftaran Hak Kekayaan Intelektual (HKI). Materi mencakup sosialisasi urgensi perlindungan merek bagi keberlanjutan UMKM serta simulasi pendaftaran merek dagang melalui sistem daring (*e-filling*). Tim juga memberikan asistensi dalam penyusunan dokumen pendukung seperti surat pernyataan kepemilikan dan penyiapan logo merek yang sesuai standar.

4. Workshop Transformasi Digital (*WhatsApp Business*)

Tahap akhir adalah intervensi teknologi melalui *workshop* pemanfaatan *WhatsApp Business* sebagai media pemasaran digital praktis. Peserta diberikan bimbingan langsung dalam pengoperasian fitur-fitur profesional, meliputi konfigurasi profil bisnis dan jam operasional, penyusunan katalog produk digital yang informatif, pengaturan fitur pesan otomatis (*away message* dan *greeting message*), dan manajemen basis data pelanggan menggunakan fitur label.

Untuk mengukur efektivitas intervensi, digunakan instrumen *pre-test* dan *post-test*. Evaluasi dilakukan untuk membandingkan tingkat pemahaman peserta sebelum dan sesudah kegiatan pada ketiga aspek utama yaitu manajerial (BMC), legalitas (HKI), dan digital (pemasaran daring).

HASIL & PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini memberikan dampak signifikan terhadap kapasitas manajerial dan operasional anggota koperasi. Secara umum, intervensi ini berhasil mentransformasi paradigma peserta dari pengelolaan usaha tradisional yang bersifat konvensional menuju pendekatan yang lebih terstruktur dan berorientasi pada keberlanjutan bisnis. Selain itu, pemahaman peserta terhadap strategi bisnis melalui instrumen *Business Model Canvas* (BMC) menunjukkan peningkatan yang substansial.

Sebelum kegiatan, peserta cenderung menjalankan usaha tanpa pemetaan target pasar yang jelas. Melalui pelatihan interaktif, peserta kini mampu mengidentifikasi segmen pelanggan, proposisi nilai produk, serta struktur biaya secara eksplisit. Berikut dokumentasi penyampaian materi pelatihan.



Gambar 1. Penyampaian materi *Business Model Canvas* dan kesadaran legalitas HKI kepada anggota Koperasi Wanita Jasmine Sejahtera

Penggunaan BMC terbukti efektif sebagai alat visualisasi yang menyederhanakan kompleksitas manajemen bagi pelaku UMKM perdesaan. Dengan memahami sembilan elemen kunci, koperasi memiliki landasan yang kuat untuk merancang strategi pengembangan usaha yang lebih terarah dan adaptif terhadap perubahan pasar.

Pada aspek legalitas, terjadi pergeseran kesadaran yang fundamental mengenai pentingnya perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI). Peserta mulai menginternalisasi bahwa HKI bukan sekadar pemenuhan administratif, melainkan aset tidak berwujud (*intangible asset*) yang esensial untuk meningkatkan nilai jual dan melindungi produk dari risiko peniruan. Tahap awal pendaftaran HKI yang dilakukan oleh beberapa produk unggulan koperasi menandakan adanya langkah konkret menuju profesionalisme usaha. Legalisasi ini menjadi fondasi penting bagi koperasi wanita untuk menembus pasar formal yang lebih luas dan kompetitif.

Pada aspek transformasi digital, hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta dalam memanfaatkan *WhatsApp Business* sebagai media pemasaran. Peserta yang sebelumnya hanya menggunakan *WhatsApp* versi pribadi mulai memahami perbedaan dan keunggulan *WhatsApp Business* dalam mendukung kegiatan usaha. Setelah mengikuti workshop, peserta mampu membuat katalog produk sederhana, mengatur pesan otomatis, serta mengelola komunikasi dengan pelanggan secara lebih profesional. Pemanfaatan *WhatsApp Business* ini dinilai efektif karena sesuai dengan karakteristik usaha koperasi yang berbasis hubungan langsung dengan konsumen lokal. Untuk menguatkan hasil pelatihan, diadakan pula

interaksi dan diskusi kelompok dalam pemetaan model bisnis koperasi dan UMKM anggota. Berikut dokumentasi hasil kegiatan.



Gambar 2. *Workshop* interaktif dan diskusi kelompok dalam pemetaan model bisnis koperasi dan UMKM anggota

Keberhasilan metode pelatihan dan pendampingan terukur melalui peningkatan skor pemahaman peserta pada akhir kegiatan sebagaimana dirangkum dalam tabel berikut:

Tabel 1. Hasil Evaluasi Peningkatan Pemahaman Peserta

No	Aspek yang Dievaluasi	Kondisi Awal	Kondisi Akhir	Peningkatan
1	Pemahaman Pemetaan Strategi Bisnis (BMC)	Rendah	Baik	50%
2	Kesadaran Hukum dan HKI	Rendah	Baik	60%
3	Pemanfaatan WhatsApp Business dalam Pemasaran Produk	Rendah	Baik	50%

Data evaluasi di atas membuktikan bahwa pendekatan yang bersifat praktis, partisipatif, dan kontekstual sangat efektif dalam mentransfer pengetahuan kepada masyarakat desa. Peningkatan tertinggi pada aspek HKI (60%) menunjukkan urgensi perlindungan hukum yang selama ini terabaikan oleh pelaku UMKM lokal. Sinergi antara pemetaan model bisnis, aspek legalitas, dan literasi digital menciptakan ekosistem usaha yang lebih tangguh dan siap untuk melakukan eskalasi bisnis di tingkat regional.



Gambar 3. Foto bersama tim pengabdian dan anggota Koperasi Wanita Jasmine Sejahtera setelah pelaksanaan kegiatan.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berhasil memperkuat kapasitas ekonomi lokal melalui peningkatan kemampuan manajerial, kesadaran hukum, dan literasi digital anggota Koperasi Wanita Jasmine Sejahtera. Pelatihan *Business Model Canvas* membantu peserta dalam menyusun model bisnis yang lebih terstruktur, sementara pendampingan HKI meningkatkan pemahaman akan pentingnya perlindungan hukum produk lokal. Selain itu, peningkatan literasi digital membuka peluang bagi koperasi untuk beradaptasi dengan perkembangan ekonomi digital.

Kegiatan peningkatan kapasitas manajerial dan kesadaran hukum juga berhasil meningkatkan kemampuan anggota koperasi dalam memanfaatkan *WhatsApp Business* sebagai media pemasaran digital. Pemanfaatan platform ini memberikan alternatif strategi pemasaran yang mudah, murah, dan sesuai dengan karakteristik UMKM di tingkat desa, sehingga mendukung keberlanjutan usaha koperasi. Sebagai tindak lanjut, diperlukan pendampingan lanjutan terkait optimalisasi pemasaran digital melalui integrasi *WhatsApp Business* dengan media sosial lain serta pencatatan transaksi penjualan secara sederhana. Selain itu, monitoring terhadap penggunaan *WhatsApp Business* secara berkelanjutan perlu dilakukan untuk memastikan dampaknya terhadap peningkatan penjualan produk koperasi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih bisa disampaikan kepada RisetMu Majelis Diktilitbang PP Muhammadiyah yang memberi dana hibah pengabdian masyarakat serta LP2M Universitas Muhammadiyah Tangerang yang telah membantu terlaksanakannya kegiatan di Koperasi Wanita Jasmine Sejahtera.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, M., & Lestari, E. (2021). Pemberdayaan UMKM melalui pelatihan Business Model Canvas untuk meningkatkan daya saing produk lokal. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 123–131.
- Arifin, Z., & Nugroho, A. (2020). Peran koperasi wanita dalam penguatan ekonomi keluarga berbasis usaha mikro. *Jurnal Abdimas*, 4(1), 45–53.
- Fitriani, D., & Rahmawati, R. (2022). Pendampingan pendaftaran merek dagang sebagai upaya perlindungan hukum UMKM. *Jurnal Pengabdian Hukum dan Masyarakat*, 3(2), 89–97.
- Hidayat, T., & Sari, M. (2021). Implementasi Business Model Canvas pada UMKM berbasis komunitas desa. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani*, 6(1), 15–24.
- Handoko, T. (2022). Partisipasi Masyarakat dalam Program Pengabdian. *Jurnal Abdimas Nasional*.
- Lestari, W. (2024). Transformasi WhatsApp Business untuk UMKM. *Jurnal Teknologi Digital*.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2021). *Penguatan UMKM melalui transformasi digital*. Jakarta: Kemenkop UKM.
- Kusuma, A. P., & Wibowo, S. (2022). Optimalisasi pemasaran UMKM melalui pemanfaatan WhatsApp Business. *Jurnal Abdimas Digital*, 2(1), 33–41.
- Mulyani, S., & Hasanah, U. (2020). Peningkatan literasi hukum UMKM melalui sosialisasi Hak Kekayaan Intelektual. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(2), 101–109.
- Nugraha, R., & Putri, D. A. (2023). Strategi transformasi digital UMKM berbasis aplikasi pesan instan. *Jurnal Pengabdian Teknologi Tepat Guna*, 7(1), 55–63.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Pratiwi, N. L., & Handayani, S. (2021). Pemberdayaan koperasi wanita melalui pelatihan manajemen usaha dan pemasaran digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 5(3), 211–220.
- Pratama, A. (2023). Strategi Pemberdayaan Ekonomi Perempuan Desa. *Jurnal Ekonomi Kerakyatan*.
- Putra, D. R., & Lestari, P. (2022). Pendampingan UMKM dalam pemanfaatan media digital untuk meningkatkan penjualan. *Jurnal Abdimas Kreatif*, 4(2), 78–86.
- Rachmawati, E., & Yuliani, F. (2020). Peran HKI dalam meningkatkan daya saing produk UMKM lokal. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(1), 66–74.
- Rahayu, S. (2024). Analisis BMC dalam Pengembangan Usaha Mikro. *Jurnal Kewirausahaan*.
- Sari, I. P., & Wahyuni, S. (2023). Pemanfaatan WhatsApp Business sebagai media promosi UMKM desa. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Inovatif*, 7(2), 144–152.
- Setiawan, B. (2022). Digitalisasi Koperasi di Era Society 5.0. *Jurnal Manajemen Informasi*.

Muljadi et al.

Strategi Penguatan Ekonomi Lokal melalui *Business Model Canvas* dan Legalisasi HKI bagi Koperasi Wanita Jasmine Sejahtera

Sukardi, & Mardiana, L. (2021). Penguatan ekonomi lokal melalui koperasi berbasis komunitas. *Jurnal Abdimas Sosial dan Humaniora*, 5(1), 27–35.

Wijaya, K. (2023). Urgensi Perlindungan Merek bagi Produk Lokal. *Jurnal Hukum Bisnis*.

Yusuf, M., & Rahman, A. (2022). Pendampingan UMKM menuju legalitas usaha dan kemandirian ekonomi. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Berkelanjutan*, 6(2), 95–104.