

Original Research Paper

Pitching For Success: Dari Ide Kreatif Menjadi Peluang Bisnis Nyata Bagi UMKM

Rahmi Sri Ramadhani^{1*}, Siti Atikah¹, Saipul Arny Muhsyaf¹

¹Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Mataram, Mataram, Nusa Tenggara Barat, Indonesia

DOI: <https://doi.org/10.29303/jpmphi.v8i4.13277>

Citation: Ramadhani, R. S., Atikah, S., & Muhsyaf, S. A. (2025). Pitching For Success: Dari Ide Kreatif Menjadi Peluang Bisnis Nyata Bagi UMKM. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 8(4)

Article history

Received: 7 Mei 2025

Revised: 28 November 2025

Accepted: 05 Desember 2025

*Corresponding Author: Rahmi Sri Ramadhani, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mataram, Mataram, Indonesia
Email:
rahmisri.ramadhani@unram.ac.id

Abstract: Masalah utama yang sering dihadapi oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah masalah modal. Kesulitan modal ini dihadapi karena UMKM kesulitan dalam mengakses sumber pendanaan atau investasi, karena keterbatasan kemampuan manajerial khususnya dalam kemampuan komunikasi dari pemilik usaha. Kemampuan berkomunikasi pelaku usaha terutama dalam melakukan presentasi bisnis sangat penting bagi perkembangan usahanya. Pitch deck adalah presentasi yang digunakan para pendiri start-up untuk memamerkan bisnis mereka kepada investor ketika mereka ingin menggalang dana. Ini memberikan gambaran singkat tentang bisnis mereka, termasuk rencana bisnis, produk dan layanan, proyeksi keuangan dan kebutuhan pendanaan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan kapasitas manajerial dan kemampuan negosiasi pemilik industri rumah tangga byla frozen food. Kegiatan pengabdian berjalan lancar dengan menggunakan metode pendampingan untuk meningkatkan pemahaman dan kemampuan pemilik usaha dalam mempersiapkan materi yang dapat dimanfaatkan dalam mempresentasikan dan meyakinkan investor atas ide bisnis yang memiliki peluang dimasa yang akan datang.

Keywords: Pitching; Usaha Kecil; Komunikasi, Canva,

Pendahuluan

Aktivitas yang ada di Indonesia saat ini umumnya merupakan industry kecil menengah (IKM) dan industry rumah tangga (IRT). Industri Rumah Tangga (IRT) adalah rumah usaha produk barang atau biasa disebut dengan Perusahaan kecil. Industri rumahan pada umumnya memusatkan kegiatan di sebuah rumah keuarga tertentu dan biasanya karyawan berdomisili di tempat yang tidak jauh dari rumah perproduksi tersebut atau biasanya berasal dari anggota keluarga. (Rahma et al., 2024)

Bisnis 5.0 membawa dampak besar pada usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang

memungkinkan mereka dapat memperluas jangkauan pelanggan, meningkatkan efisiensi operasional, dan mengakses pasar global. Digitalisasi adalah sesuatu yang sering kita dengar saat ini. Digitalisasi memungkinkan bisnis menjadi responsif terhadap perubahan pasar, mengoptimalkan proses bisnis dan menciptakan peluang baru. (Sariwaty et al., 2024)

Pengelola usaha seringkali memiliki keterampilan manajerial yang terbatas (Nelfiyanti et al., 2021; Nugroho et al., 2024; Sariwaty et al., 2024) dan juga entrepreneur mengalami kesulitan dalam mengakses sumber pendanaan atau investasi. Proses negosiasi dengan calon investor dan pihak perbankan sering kali membingungkan dan memerlukan ketrempilan khusus yang

umumnya belum dimiliki secara menyeluruh oleh pemilik atau pengelola usaha (Silmana et al., 2025)

Berdasarkan pemaparan diatas kemampuan berkomunikasi pelaku usaha terutama dalam melakukan presentasi bisnis sangat penting bagi perkembangan usahanya. Presentasi bisnis adalah proses dimana pelaku usaha menginformasikan produk usahanya dihadapan para audience yang terdiri atas para investor juga target pasar (Sariwaty et al., 2024). Pitch deck adalah presentasi yang digunakan para pendiri start-up untuk memamerkan bisnis mereka kepada investor ketika mereka ingin menggalang dana. Ini memberikan gambaran singkat tentang bisnis mereka, termasuk rencana bisnis, produk dan layanan, proyeksi keuangan dan kebutuhan pendanaan. Pitch deck membantu mendeskripsikan bisnis kepada calon investor. Pitch deck sangat penting bagi sebagian besar investor. IKM dan IRT memerlukannya untuk presentasi tatap muka, presentasi kepada sekelompok investor yang tertarik, atau selama acara terbuka seperti malam pitch dan kompetisi start-up. (<https://aspireapp.com/blog/pitch-deck-for-start-ups>)

Byla Fozen food adalah industry rumah tangga yang didirikan oleh Ibu Afienta Ratna Komala. Produk yang rutin di produksi adalah Risol Mayo dan Frozen Food berupa aneka Dimsum. Selain kedua produk tersebut ibu Afienta juga menrima pesanan untuk produk kue atau makanan. Sementara ini proses produksi dilakukan sendiri oleh pemilik usaha dan jika membutuhkan tenaga kerja, yang membantu adalah anggota keluarga. Ibu Afienta memiliki 2 orang putri dan 1 putra. Produksi dilakukan paling banyak 2 kali dalam sepekan. Jumlah produksi dalam satu pekan berkisar 100 unit Risol mayo dan 20 unit paket fozen food yang berisi 5 biji dimsum.

Pasar Byla Frozen food adalah kenalan, saudara dan teman dari pemilik juga anak-anak pemilik Byla Frozen food. penjualan dilakukan masih sebatas dari mulut ke mulut dan melalui media social berupa whasapp. Strategi yang dilakukan untuk memperluas pasar adalah mengikuti even bazar. Belum dilakukan strategi perluasan pasar yang lain disebabkan masih terbatasnya tenaga kerja.

Potensi yang dimiliki oleh Byla frozen food

adalah putri dari pemilik adalah mahasiswa Farmasi pada PTN di Mataram. Dari hasil kegiatan belajar dan aktif pada kegiatan mahasiswa, Bersama teman temannya berhasil membuat produk baru. Produk ini lolos pada program Kreatifitas Mahasiswa tingkat Universitas. Untuk bisa dikembangkan agar bisa dijual, dibutuhkan perencanaan dan modal yang cukup.

Kegiatan pengabdian masyarakat yang akan dilaksanakan oleh dosen dan mahasiswa Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan bisnis ini bertujuan meningkatkan kapasitas manajerian dan kemampuan negosiasi pemilik industry rumah tangga byla frozen food.

Manfaat yang kami berharapkan adalah kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat memberikan kontribusi nyata dalam memperkuat daya saing industri rumah tangga khususnya Byla Forzen food serta dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi lokal di Mataram khususnya kelurahan Kekalik jaya.

Byla Frozen Food belum menyusun model bisnis yang membantu menyusun perencanaan untuk usaha maupun penjualan produk.

Byla Frozen food membutuhkan media/alat yang dapat digunakan untuk mengkomunikasikan produk baru kepada investor

Permasalahan prioritas diatas dapat diselesaikan dengan memberikan pelatihan dan pendampingan penyusunan model bisnis dan media presentasi yang nanti akan membantu Byla Frozen food saat mengkomunikasikan produk kepada investor (pitching).

Metode

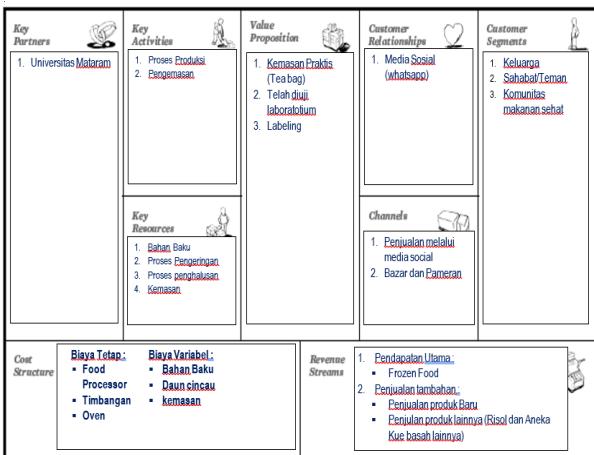
Metode pelaksanaan pengabdian melalui pelatihan dan pendampingan. Adapun langkah langkah yang dilakukan adalah

1. Pengumpulan data atau informasi melalui wawancara mengenai produk, proses produksi, pasar dan biaya serta pendapatan.
2. Mengidentifikasi masalah. Tahap ini tim dan pemilik usaha melakukan diskusi mengenai permasalahan yang akan diselesaikan terlebih dahulu pada kegiatan pengabdian tahun ini.
3. Penyuluhan atau pemberian materi tentang Business Model Canva (BMC) dan Aplikasi canva.

4. Melakukan pelatihan dan pendampingan penyusunan model bisnis ByLA Frozen food menggunakan metode BMC. Model bisnis ini merupakan salah satu materi yang menjadi bahan untuk presentasi bisnis.
5. Pengenalan Apilkasi canva sebagai media komunikasi bisnis.
6. Praktek pembuatan presentasi bisnis menggunakan aplikasi canva.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian ini adalah upaya meningkatkan kemampuan dan keterampilan pemiliki usaha kecil untuk menjalankan ushanya. Kegiatan dilaksanakan 4 sesi pada bulan Oktober 2025. Lokasi di Jalan Swasembada IV Kekalik Mataram. Kegiatan pengabdian ini diawali terlebih dahulu dengan mempelajari Produk, proses pembuatan produk, pasar dan pola penjualan yang selama ini dilakukan oleh ByLA food frozen. Selanjutnya, pemberian materi mengenai perencanaan usaha dan model bisnis yang dapat diterapkan oleh usaha kecil. pendampingan dalam menyusun model bisnis dengan menggunakan Business Model Canvas (BMC). Pengembangan model bisnis canvas ini dinilai penting untuk menyusun strategi bisnis (Hutamy et al., 2021). Umumnya usaha kecil tidak menyusun strategi bisnis karena tidak memiliki pengetahuan tentang manajemen. Melalui model bisnis kanvas, diharapkan usaha kecil mengetahui target pasar, sumber daya utama, partner utama, nilai proposisi dan struktur biaya serta struktur pendapatan, sehingga bisa disusun strategi yang sesuai dengan model bisnis dari usaha kecil tersebut. Berikut adalah hasil BMC dari ByLA Frozen Food.



Saat melakukan presentasi produk selain dibutuhkan kemampuan komunikasi, juga dibutuhkan media dan alat bantu presentasi. Pitching adalah prose presentasi ide bisnis kepada berbagai pihak dengan tujuan mendapatkan dukungan financial (Sariwaty et al., 2025). Sehingga melakukan pitching dibutuhkan juga materi presentasi yang informatif dan menarik yang menggambarkan kondisi usaha. Ibu Afienta, selain memiliki keahlian membuat kue, beliau juga merupakan mantan penyiar radio pada tahun 1997-2015. Sampai saat ini beliau aktif menjadi MC di berbagai kegiatan. Oleh karena itu kemampuan komunikasi beliau sudah kami anggap cukup baik.. Oleh karena itu pendampingan dalam kegiatan pengabdian ini lebih kepada penyusunan materi materi yang akan disampaikan untuk kebutuhan pitching yang nanti dapat membantu ibu Afienta dalam melakukan presentasi bisnis.

Kelemahan yang dihadapi oleh ByLA Frozen food adalah masalah yang umumnya juga dihadapi usaha kecil lainnya yaitu masih terbatasnya modal. Kelebihan dari ByLA Frozen Food adalah telah memiliki produk baru yang memiliki peluang untuk dipasarkan. Dari wanwancara dan diskusi yang dilakukan, masalah yang dihadapi adalah ByLA Frozen Food belum bisa memproduksi dalam jumlah banyak, disebabkan belum memiliki alat pengering dan mesin penggiling tepung yang memadai. Selain masalah ini peralatan yang digunakan untuk melakukan proses produksi selama ini, adalah peralatan dengan kapasitas yang produksi rumahan, belum menggunakan peralatan dengan kapasitas industri kecil.

Pemerintah bekerjasama dengan perbankan membantu UMKM melalui dana Kredit Usaha Rakyat (KUR). Beberapa perusahaan BUMN juga membuka peluang memberikan kredit modal termasuk pendampingan usaha bagi UMKM dalam Bentuk Corporate Social Responsibility. Dalam upaya pengajuan kredit ini pelaku usaha harus memiliki kemampuan dalam meyakinkan pihak pemodal atau investor atas usaha atau bisnis yang akan dilakukan.((Sariwaty et al., 2025; Syafril et al., 2025; Zettira et al., 2022)). Kemampuan untuk melakukan pitching bisnis secara terstruktur dan persuasif menjadi krusial dalam upaya memperoleh pendanaan, memjalain kolaborasi strategis dan megembangkan jejaring usaha (Nueraeni & Dwijayanti, 2025). Untuk dapat

mengakses modal usaha yang dibutuhkan kemampuan presentasi dan negosiasi sangat dibutuhkan.

Secara keseluruhan kegiatan pengabdian kepada masyarakat telah berhasil dilaksanakan dengan baik. Kegiatan pengabdian ini mendapat respon positif dan meningkatkan pemahaman kebutuhan pitching dengan ditandai dengan berhasil dibuatnya materi presentasi dan model bisnis dari ByLA frozen Food



Gambar 1. Kegiatan Penelitian

Kesimpulan

Secara keseluruhan pelaksanaan pengabdian masyarakat dapat dikatakan berhasil dan lancar. Kegiatan ini meningkatkan pengetahuan dan pemahaman pengusaha serta mendapatkan tanggapan yang positif. ByLA Frozen Food telah berhasil Menyusun Model Bisnis menggunakan Businees Model Canvas dan telah membuat media presentasi menggunakan aplikasi canva. Harapannya ByLA padap menggunakan Model bisnis untuk melakukan evaluasi dan Menyusun

perencanaan serta dapat memperoleh bantuan permodalan untuk produk CAUPAN.

Daftar Pustaka

- Hutamy, E. T., Marham, A., Quin, A. N., Alisyahbana, A., Arisah, N., Hasan, M., Ekonomi, P., Ekonomi, F., Bisnis, D., Makassar, U. N., & Artikel, R. (2021). Analisis Penerapan Bisnis Model Canvas pada Usaha Mikro Wirausaha Generasi Z (Analysis of the Canvas Model's Application to Micro-Entrepreneurs of Generation Z). *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran Digital (JBPD)*, 1(1), 1–11.
- Nelfiyanti, Sudawrwati, W., Prasetywati, M., Mujiastuti, R., Putri, B. M., & M.Ridhwan. (2021). Pelatihan Dan Pendampingan Perhitungan Harga Pokok Penjualan Umkm Kuliner Di Daerah Penggilingan. *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*, 1–6. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaskat/article/view/10680>
- Nueraeni, A., & Dwijayanti, A. (Politeknik. (2025). 2025_Nueraeni dkk_Tampilan Peningkatan Kapabilitas UMKM melalui Pelatihan Business Pitching di Rumah BUMN Bandung, Jawa Barat.pdf. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia (JAMSI)*, vol 5 No 2(Maret), 687–694. <https://doi.org/https://doi.org/10.54082/jamsi.687>
- Nugroho, R. A., Ingawati, V. R., Pandjaitan, T. W. S., & Rosyadi, J. A. (2024). Pendampingan Scaling Up Dan Pengembangan Usaha Umkm Kedai Kopi Juita Di Surabaya. *Panrita Abdi-Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 8(4), 843–855.
- Rahma, I. N. (U. 17 A. 1945 S., Taulo, D. N. M. (Universitas 17 A. 1945 S., & Yasin, M. (Universitas 17 A. 1945 Su. (2024). Pola Spasial Industri Kecil Menengah (IKM) dan Industri Rumah Tangga (IRT) di Indonesia. *Trending : Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, Bol 2 No 3(Juli), 53–60. <https://doi.org/https://doi.org/10.30640/trending.v2i3.2570>
- Sariwatyi, Y. (Universitas A. R. S., Akhsin, A. D. (Universitas A. R. S., Retnasary, M. (Universitas A. R. S., Rahmayani, R. (Universitas A. R. S., & Ngere, F.

- (Universitas A. R. S. (2025). Pelatihan Business Pitching Bagi Pelaku UMKM Dalam Menarik Minat Investor. *Indonesian Journal of Community Service and Innovation (IJCOSIN)*, Vol 5 No 1(Januari), 89–96. <https://doi.org/10.20895/ijcosin.v5i1.1335>
- Sariwatyi, Y. (Universitas A. R. S., Akhsin, A. D. U. A. R. S., Retnasary, M. (Universitas A. R. S., Rahmayani, R. (Universitas A. R. S., & Ngere, F. (Universitas A. R. S. (2024). Pelatihan Kemampuan Business Pitching Bagi Pelaku UMKM Sebagai Skill Penting Untuk Beradaptasi Dalam Era Bisnis 5.0. *Krepa: Kreativitas Pada Abdimas*, 2(6), 31–40. <https://doi.org/10.8765/krepa.v2i1.2456>
- Silmana, E. P., Tyas, Z. A., Qeis, N. A., Haq, I. Z., Luthfi, M., & Aqil, V. (2025). Pemanfaatan Canva Untuk Pembuatan Media Presentasi di Lingkungan PRA Ngadisuryan.pdf. *Jurnal Pengabdian Untuk Mu NegeRI*, Vol. 9 No.(Agustus), 310–314. <https://doi.org/https://doi.org/10.37859/jpumri.v9i2.9308>
- Syafril, Sofia, Mohdari, Fahmi, M., & Fadilah, N. R. (2025). Pelatihan Kewirausahaan : Membuat Proposal Bisnis Dan Pick Deck Untuk Menarik Minat Investor. *Jurnal Inovasi Pengabdian Masyarakat*, vol 2 no 3, 221–230.
- Zettira, S. B. Z. (Universitas A. P., Febrianti, N. A., Anggaraini, Z. A., Prasetyo, M. A., & Tripustikasari, E. (2022). Pelatihan Aplikasi Canva untuk Meningkatkan Kreativitas Desain Promosi Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal Abdimas Prakasa Dakara*, Vol 2 no 2(September), 99–105.