

Penggunaan *Business Model Canvas* Sebagai Upaya Menumbuhkan Minat Berwirausaha

Fiqih Hidayah Tunggal Wiranti

Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Shiddiq Jember
fiqih07@iain-jember.ac.id

Abstract

Indonesian's people interest in entrepreneurship is still relatively low compared to other countries. This is due to the various perceptions that people have before starting a business. Entrepreneurship nowadays is no longer just about talent, but it can also be trained and learned. When starting a business, it is crucial to have a strategy to start a business. In order to have a structured business, understanding the kinds of business model to use can help design the most important aspects of the business. The current research aims to describe the use of Canvas business model as a tool in developing business models and determining the value given to customers and the value of the obtained benefits in a simple way so that it fosters interest in entrepreneurship. One of the factors that can help interest in entrepreneurship grow is having knowledge about entrepreneurship. Several relevant studies show that there are benefits from using the Canvas business model, namely making clear, simple, and non-financially capable plans that will provide time effectiveness and will be more financially efficient in terms of operating costs.

Keywords: Business Model, Canvas Business Model, Entrepreneurial Interest

Abstrak

Minat berwirausaha di Indonesia masih termasuk kecil tingkat rasionya dibandingkan dengan berbagai Negara lainnya. Hal ini dikarenakan berbagai persepsi yang dimiliki oleh masyarakat sebelum memulai sebuah usaha. Kewirausahaan bukan lagi membahas mengenai bakat, akan tetapi disini bisa dilatih dan juga dipelajari. Ketika akan memulai sebuah usaha penting sekali memiliki strategi memulai usaha, agar terstruktur perlu adanya pemahaman terkait model bisnis yang akan membantu dalam merancang aspek penting dalam usaha. Penelitian ini dilaksanakan bertujuan untuk mendeskripsikan penggunaan *Business Model Canvas* sebagai alat bantu dalam menyusun model usaha dan menentukan nilai yang diberikan kepada pelanggan serta keuntungan yang didapatkan secara sederhana sehingga kan menumbuhkan minat dalam berwirausaha. Minat berwirausaha dapat tumbuh salah satunya karena memiliki

pengetahuan mengenai kewirausahaan. Dari beberapa penelitian yang relevan menunjukkan adanya manfaat dari penggunaan *Business Model Canvas* yaitu membuat perencanaan yang jelas, sederhana, dan mampu secara non-finansial akan memberikan efektivitas waktu serta secara finansial akan lebih efisien dalam biaya operasional.

Kata Kunci: Model Bisnis, *Business Model Canvas*, Minat Berwirausaha

Pendahuluan

Indonesia salah satu Negara yang memiliki banyak penduduk dengan keberagaman budaya dan bahasa. Menurut informasi yang didapatkan dari Badan Pusat Statistik (BPS) telah dilaksanakan survei per bulan September 2020 dengan pendataan jumlah keseluruhan penduduk Indonesia mencapai 270,20 juta jiwa. Kemudian di klasifikasikan kembali dari 70,72% penduduk Indonesia berada di usia produktif, yaitu sebanyak 191,08 jiwa berusia 15-64 tahun.¹ Dengan jumlah penduduk Indonesia yang produktif cukup besar, seharusnya mampu untuk memperkuat perekonomian Negara. Dengan kreativitas dan inovasi yang dimiliki dalam memulai usaha. Realitanya masyarakat masih didominasi dengan persepsi yang menghambat dalam memulai sebuah usaha. Persepsi bahwa terlalu tua atau terlalu muda, tidak memiliki modal usaha, bingung dalam memilih sebuah usaha, dan takut terhadap risiko yang akan dihadapinya menjadi penghambat yang cukup berarti. Mental berwirausaha perlu untuk ditanamkan kepada masyarakat melalui proses, diantaranya belajar, berlatih, bertindak sehingga akan mendapatkan kesuksesan secara berkelanjutan. Paradigma mengenai pelaku usaha akan berhasil apabila seseorang memiliki bakat sudah berubah, dimana kewirausahaan ini menjadi salah satu keilmuan yang dapat dipelajari dan dapat dilatih.²

Minat berwirausaha dapat tumbuh dengan beberapa faktor menurut Mulyaningsih diantaranya modal, skill, tempat, dan jiwa kewirausahaan. Adapun tahapan yang dilalui pelaku usaha diantaranya tahapan memulai, tahapan bertindak, tahapan bertahan, dan tahapan berkembang. Setiap pelaku usaha baik yang akan memulai sebuah usaha perlu memahami mengenai strategi dalam berwirausaha. Strategi usaha merupakan rangkaian kegiatan yang diupayakan untuk mencapai tujuan yang diharapkan terutama di usaha yang digelutinya. Ketika pelaku usaha memiliki sebuah strategi maka usaha

¹ Novrizaldi, "Hasil Survei Penduduk 2020 Peluang Indonesia Memaksimalkan Bonus Demografi", <https://www.kemendagri.go.id/hasil-survei-penduduk-2020-peluang-indonesia-maksimalkan-bonus-demografi> . (2 September 2021)

² Buhari Alma, *Kewirausahaan* (Bandung: Alfabeta, 2013), 6.

yang dijalankan akan mampu mencapai tujuan utamanya. Banyak strategi yang dapat dilakukan, salah satunya dengan merencanakan model bisnis yang akan dijalankan ataupun sedang berjalan. Dengan merencanakan model bisnis ini, maka pelaku usaha telah membantu dirinya sendiri untuk memajemen hal-hal penting yang perlu dilakukan, tentunya dalam menyusun model bisnis dibutuhkan alat bantu (*tools*). Dalam kesempatan ini peneliti berupaya untuk menjabarkan penggunaan *Business Model Canvas* (BMC) yang akan membantu calon pelaku usaha memulai strategi usahanya ataupun bagi pelaku usaha dalam melakukan perencanaan dan evaluasi usaha yang dijalankan.

Metode Penelitian

Penelitian yang dilakukan menggunakan metode literature review terkait *Business Model Canvas*. Adapun yang menjadi sumber primer adalah buku *Business Model Generation* oleh Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur. Adapun sumber sekunder studi literature ini mengkaji dan menganalisis dari buku maupun jurnal yang pembahasannya relevan.

Hasil dan Pembahasan

Minat Berwirausaha

Minat merupakan keadaan yang meningkatkan perhatian terhadap sesuatu.³ Scarborough, Zimmerer, dan Wilson mengartikan wirausaha sebagai seseorang yang melahirkan sebuah bisnis baru dan mengelola risiko yang ada untuk mencapai keuntungan dan menggabungkan sumber daya yang ada untuk menumbuhkan usaha secara signifikan.⁴ Minat berwirausaha diartikan sebagai keinginan seseorang untuk bekerja secara mandiri, dan menjalankan usahanya sendiri.⁵ Menurut Alma, terdapat beberapa faktor yang membuat seseorang mengambil keputusan membuka sebuah usaha diantaranya personal, sociological, dan environmental.⁶ Adapun faktor personal diantaranya merasa kurang puas dengan pekerjaannya, mengalami pemutusan hubungan kerja dan tidak mendapatkan pekerjaan dalam jangka waktu lama, keberanian dalam menanggung risiko, memiliki komitmen tinggi terhadap usaha. Faktor environment merupakan faktor lingkungan,

³ Eka A, "Pengaruh Kepribadian Wirausaha, Pengetahuan Kewirausahaan, dan Lingkungan terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK", *Jurnal Pendidikan Vokasi*, Vol.2, (3, November, 2012), 312.

⁴ Franky Slamet, Hetty KJ, Mei Le, *Dasar-Dasar Kewirausahaan Teori dan Praktik*, (Jakarta: Indeks, 2018),3

⁵ Rosmiati, Dony TSJ, Munawar, "Sikap, Motivasi, dan Minat Berwirausaha Mahasiswa", *JMK*, Vol 17, No1, 2015), 23.

⁶ Alma, *Kewirausahaan* (Bandung: Alfabeta, 2013), h.9.

diantaranya terkait persaingan dalam kehidupan, memiliki sumber daya yang dapat digunakan, telah mengikuti berbagai program pelatihan yang meningkatkan kualitas diri dan peraturan pemerintah yang mendukung dalam membangun sebuah usaha. Kemudian faktor sosiological dikarenakan telah memiliki lingkungan sosial mendukung, relasi, tim, dorongan keluarga, pengalaman dalam berwirausaha.

Selain ketiga faktor tersebut, terdapat beberapa hal yang menjadi pemicu seseorang menjadi wirausaha diantaranya; a) Kehilangan pekerjaan, b) Pensiun, c) Belum mendapatkan kesempatan bekerja, d) Memiliki pengetahuan kewirausahaan, e) Mendapatkan motivasi tentang sukses berwirausaha.⁷

Beberapa penjelasan diatas memberikan pemahaman bahwa minat berwirausaha merupakan keinginan lebih terhadap menjalankan sebuah kegiatan usaha secara mandiri. Sebagai seseorang yang akan menjalankan sebuah usaha perlu memahami bahwa dalam kegiatan usaha tidak dengan mudah mencapai sebuah kesuksesan. Perlu adanya mental kewirausahaan, kreativitas, inovasi dan peka terhadap pasar di dalam diri pelaku usaha tersebut. Hal ini menjadi kesatuan penting dalam mencapai tujuan usaha, hakekatnya usaha yang dijalankan bukanlah satu-satunya sehingga harus memiliki pertahanan yang kuat di dalam persaingan. Adapun karakteristik yang perlu dimiliki oleh wirausahawan diantaranya; a) Mampu mengendalikan segala usaha yang dijalankan, b) Memiliki orientasi tujuan yang jelas, c) Mampu memotivasi diri, d) Memahami strategi dengan baik, e) Mampu menganalisis dengan baik, f) Mampu mengontrol diri terhadap usahanya, g) Memiliki pemikiran kreatif, h) Mampu memecahkan masalah, i) Objektif terhadap keputusan yang diambil.⁸

Model Bisnis

Model bisnis menggambarkan sebuah ide mengenai cara sebuah usaha dalam menciptakan, memberikan dan menangkap nilai.⁹ Dalam upaya meraih kesuksesan sebagai pelaku usaha penting untuk memiliki kemampuan dalam melihat peluang, mengidentifikasi dan mempersiapkan diri dari segala aspek ancaman yang memungkinkan untuk muncul. Ketika sebuah usaha tersebut merupakan usaha yang telah berjalan akan berfikir bagaimana cara mengatasi

⁷ Leonardus Saiman, *Kewirausahaan Teori, Praktik dan Kasus-Kasus*, (Jakarta : Salemba Empat, 2019),25.

⁸ Ibid., 53.

⁹ Alexander Osterwalder & Yves Pigneur, *Business Model Generation*, terj. Natalia, R.S., (Jakarta: Elex Media Computindo, 2012), 14.

sebuah risiko, akan tetapi hal ini berbeda dengan usaha yang masih akan dimulai membutuhkan panduan dalam menjalankan usahanya.¹⁰ Selain melihat dari sisi peluang dan risiko sebagai pelaku usaha juga penting memiliki inovasi, terdapat beberapa tantangan yang membuat kesulitan terkait inovasi dalam model bisnis diantaranya; a) Berfikir diluar logika yang dominan di bidang usahanya, b) Kurang fokus terhadap model bisnis yang dijalankan, c) Tidak memiliki alat bantu yang sistematis¹¹

Dari pemikiran tersebut, untuk merencanakan sebuah usaha selain kita perlu memahami bagaimana cara yang tepat dalam mengatasi risiko, kemudian kita dituntut mampu melihat peluang dan memiliki inovasi. Berfokus pada model bisnis yang dibuat akan membantu seseorang dalam menjalankan usahanya secara terstruktur dan berorientasi kepada masa depan. Agar model bisnis ini lebih terarah, maka diperlukan cara untuk membuat peta strategi usaha dengan menganalisa pada masing-masing elemen krusial yang mampu untuk mewujudkan visi dimasa akan datang. Adapun alat bantu yang dibutuhkan dalam merancang sebuah ide agar dapat terealisasi dengan efektif dan efisien, sehingga akan secara cepat dan tepat peka terhadap perubahan.

Business Model Canvas

Business Model Canvas merupakan model bisnis yang diperkenalkan oleh Alexander Osterwalder sebagai alat bantu untuk menggambarkan, menilai dan mengubah sebuah model bisnis yang ada.¹² *Business Model Canvas* dapat dikatakan sebagai sebuah kegiatan membandingkan dimana kita memetakan dari segala aspek secara singkat dan sederhana.¹³ Media atau alat yang digunakan untuk menggambarkan model bisnis ini disebut sebagai kanvas karena memang dalam penggunaannya akan lebih optimal ketika dicetak dalam ukuran yang besar untuk kemudian menjadi bahan kajian dari seluruh tim dalam menyusun strategi dan menyampaikan ide-idenya. Adapun 9 elemen penting yang dicantumkan dalam media kanvas tersebut antara lain :

- 1) *Customer Segment* (segmen pelanggan)

¹⁰ Alan Murray & Veronica Scuotto, "Business Model Canvas", *Symphonya Emerging Issues in Management*,(n3, 2015), 95.

¹¹ Oliver G., Karolin F., Michaela C., *Business Model Navigator*,(Jakarta : Elex Media Computindo, 2021), 16.

¹² Osterwalder & Pigneur, *Business Model Generation*, Terj, Natalia R. S., (Jakarta: Elex Media Computindo, 2012), 12

¹³ Teppo Felin et.al, "Lean Startup and the business model : Experimentation Revisited", *Elsevier: Longrangeplanning* (53, 2020), 4

- Elemen ini menjawab untuk siapakah kita akan membuat nilai, dan siapa yang akan menjadi pelanggan utama
- 2) *Value Proposition* (proposisi nilai)
Elemen ini menjawab terkait nilai apa yang akan didapatkan oleh pelanggan, hal terpenting apa yang bisa dilakukan untuk menjawab kebutuhan pelanggan, gabungan produk dan jasa apa yang akan ditawarkan kepada segmen pelanggan.
 - 3) *Channels* (saluran)
Elemen ini terkait bagaimana cara mendistribusikan nilai kepada pelanggan, saluran yang terbaik untuk digunakan yang memberikan efisiensi biaya, bagaimana kita bisa menyampaikan nilai berorientasi kepada kebiasaan pelanggan.
 - 4) *Customer Relationship* (hubungan pelanggan)
Elemen ini menjawab pertanyaan terkait bagaimana kita akan menjalin hubungan dengan pelanggan, jenis hubungan apa yang dibangun dan telah dibangun, berapa biaya yang harus dikeluarkan untuk menjalin hubungan, bagaimana pelanggan akan terintegrasi dengan model bisnis kita lainnya
 - 5) *Revenue Streams* (arus pendapatan)
Elemen ini berisikan terkait dari aktivitas mana penghasilan didapatkan, pelanggan akan membayar untuk layanan jenis apa, bagaimana proses pembayaran yang disukai pelanggan, bagaimana kontribusi arus pendapatan masing-masing terhadap pendapatan secara menyeluruh,
 - 6) *Key Resource* (Sumber Daya Utama)
Elemen ini menjawab pertanyaan terkait sumber daya utama apa yang diperlukan untuk mewujudkan proposisi nilai, saluran distribusi, hubungan pelanggan dan arus pendapatan
 - 7) *Key Activities* (Aktivitas kunci)
Elemen ini menjawab terkait aktivitas apa saja yang harus dilaksanakan untuk mewujudkan proposisi nilai, distribusi, hubungan pelanggan dan arus pendapatan
 - 8) *Key Partnership* (kemitraan utama)
Elemen ini menjawab terkait siapa saja yang akan menjadi mitra kerja dan timbal balik apa yang akan didapatkan, siapa yang akan menjadi mitra terpenting, aktivitas kunci apa saja yang dilakukan oleh mitra
 - 9) *Cost Structure* (struktur biaya)
Elemen ini berisikan terkait biaya yang penting untuk dikeluarkan, mana yang paling penting, sumber daya dan aktivitas apa sajakah yang mengakibatkan pembiayaan tinggi (*variable cost* dan *fixed cost*).



Gambar 1. Kanvas Bisnis Model

Setiap elemen yang ada pada kanvas tersebut menggambarkan bagaimana upaya yang dilakukan oleh sebuah usaha untuk menyentuh pelanggan dan bagaimana mendapatkan keuntungan.

Manfaat Menggunakan Business Model Canvas

Terdapat berbagai macam jenis usaha yang dapat dipilih oleh calon pelaku usaha dalam memenuhi aspek kebutuhannya. Dengan berbagai macam jenis bisnis yang ada maka model bisnis yang dijalankan tentunya memiliki strategi yang berbeda, kaitannya dengan segmen pasar yang dibidik, sumber daya yang dimiliki dan juga dari aspek penting lainnya. Penggunaan alat bantu (*tools*) bisnis dengan model kanvas ini memberikan beberapa manfaat bagi penggunanya. Dengan penerapan model bisnis ini akan membantu mempertahankan keberlangsungan kegiatan usaha, dari segi finansial dapat mengefisiensi biaya dan dari segi non-finansial akan memberikan efektivitas waktu dalam kegiatannya.¹⁴ Setiap pelaku usaha dituntut untuk memiliki ide-ide kreatif dan menangkap peluang serta mampu untuk merangkai aktivitas-aktivitas penting yang akan dijalkannya. Sebuah usaha akan memiliki proyeksi tumbuh dan berkembang ketika memiliki rencana yang jelas. Sebuah

¹⁴ Angela Gita P. dan Fitriyah N., "Penerapan *Business Model Canvas* dan Proyeksi Analisis Finansial sebagai Solusi Keberlangsungan Kegiatan UMKN di Pamulang". *JSMA*, Vol2, (2, November 2020), 109

rencana ataupun ide yang dimiliki perlu untuk dilaksanakan agar mampu merumuskan strategi untuk mencapai tujuan. Dengan menuliskan rangkaian ide tersebut tentunya strategi ini akan dapat menjadi bahan kajian dan evaluasi terhadap usaha. Adapun keuntungan ketika kita menuliskan sebuah rencana bisnis, diantaranya :

- a) Dengan adanya rencana tertulis akan memperjelas segala aspek yang berhubungan dengan berjalannya aktivitas bisnis,
- b) Dengan adanya rencana bisnis mempermudah pelaku bisnis untuk memperkirakan kemampuan yang dimiliki.¹⁵

Mendesain Model Bisnis Canvas

Dalam mendesain model bisnis ini tidak terlalu membutuhkan 3 langkah diantaranya tempatkan kanvas diatas poster tempelkan poster di dinding kemudain sketsakan model bisnis. Terdapat beberapa teknik untuk mendesain model bisnis ini dengan inovatif, diantaranya :

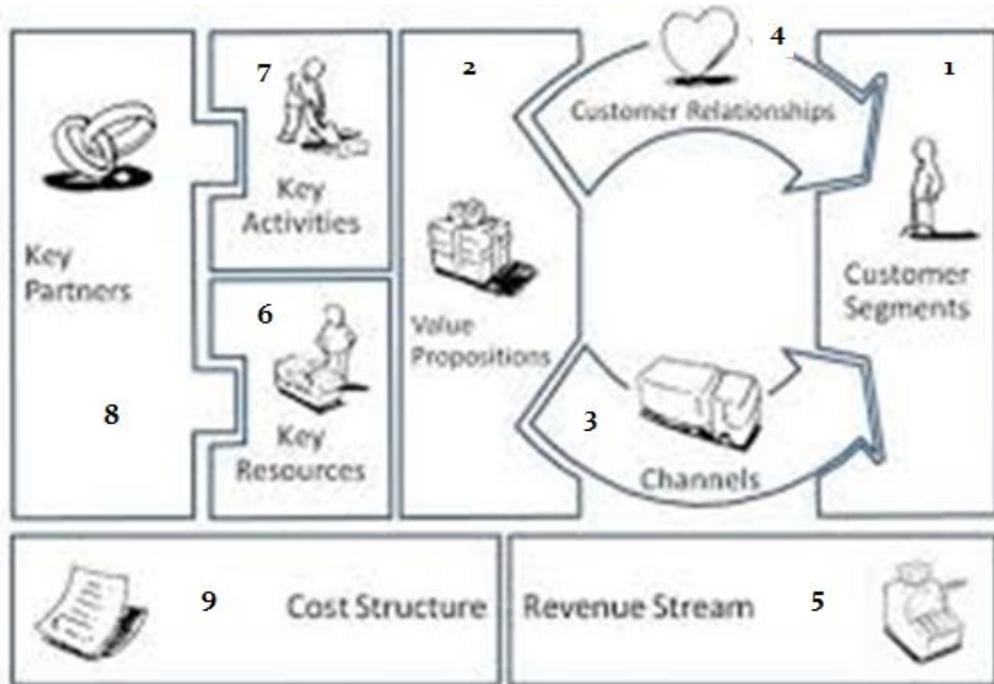
- 1) Membangun model bisnis berdasarkan wawasan pelanggan, dalam hal ini kita berusaha untuk memahami keinginan dari pelanggan agar mampu secara tepat menentukan proposisi nilai yang akan diberikan
- 2) Membangun ide model bisnis baru, dalam membangun ide model bisnis baru diperlukan adanya diskusi dengan beragam latar belakang yang akan mampu untuk memberikan ide dari berbagai sudut pandang dalam tim,
- 3) Berpikir secara visual, dalam berfikir visual ini penting untuk menggunakan alat bantu untuk membuat sketsa hasil pemikiran baik menggunakan gambar dan bahkan post-it
- 4) Melakukan prototype, hal ini bertujuan agar model bisnis yang dibuat dapat lebih baik dengan pengujian ataupun pembanding
- 5) Memperhatikan nilai bercerita, dengan bercerita akan memberikan beberapa manfaat diantaranya mendapatkan ide-ide baru, baik dari investor dan juga karyawan
- 6) Desain bisnis dengan panduan scenario, scenario yang menjelaskan mengenai lingkungan pelanggan dan scenario yang menjelaskan gambaran masa akan datang.

Penggunaan Business Model Canvas meningkatkan Minat Berwirausaha

Setelah mengetahui mengenai *Business Model Canvas* baik dari segi pengertian, manfaat, dan cara mendesainnya, kemudian kita akan membahas

¹⁵ Prasanna Chandra, *Who Wants to be Entrepreneur?*, (Jakarta : Perpustakaan Nasional, 2005), 72

terkait penggunaan *Business Model Canvas* dalam meningkatkan minat berwirausaha. Sebelumnya telah dibahas beberapa hal membuat seseorang mengalami kendala dalam berinovasi membuat business model, salah satu penyebabnya tidak ada alat bantu sistematis untuk membuatnya. Alexander Osterwalder memperkenalkan alat bantu berupa kanvas yang menurut peneliti dalam hal ini cukup sederhana dengan fokus kepada 9 elemen penting dalam menjalankan usaha. Adapun beberapa penjelasan mengenai pengisian masing-masing elemen yang terdapat pada *Business Model Canvas* :



Gambar 2. Pengisian *Business Model Canvas*

- 1) Kita mengisi bagian segmen pelanggan dengan menentukan segmen pasar. Dalam perencanaan bisnis pelanggan merupakan fokus utama merancang strategi karena akan menentukan apa yang akan kita tawarkan nantinya.
- 2) Kemudian kita menentukan proposisi nilai dengan mengungkapkan value apa yang dapat kita berikan kepada segmen pasar kita. Dari value yang kita miliki tersebut kita ranking dari value terpenting yang dapat kita berikan kepada pelanggan.
- 3) Setelah menentukan segmen pelanggan dan proposisi nilai yang dimiliki, kita akan beralih ke kolom saluran, kita harus berfikir bagaimana agar nilai yang kita miliki tersebut bisa sampai kepada pelanggan. Kolom ini berisikan cara-cara yang digunakan pelaku usaha untuk menyentuh

- pelanggan baik dari segi promosi maupun pengiriman.
- 4) Setelah saluran terbentuk, selanjutnya kita berfokus pada kolom hubungan pelanggan, sebagai pelaku bisnis penting membangun hubungan dengan pelanggan sebagai upaya untuk analisis kepuasan pelanggan dan juga sebagai sarana agar kita dapat menjaga kualitas yang ditawarkan kepada pelanggan.
 - 5) Kolom selanjutnya adalah arus pendapatan yang menggambarkan dari mana saja pendapatan yang diterima. Pendapatan yang menjadi isian kolom ini berasal dari *benefit* yang didapatkan oleh pelanggan .
 - 6) Sumber daya utama menjadi bagian penting yang perlu difikirkan, hal ini dikarenakan sumber daya tersebut yang akan mampu untuk menggerakkan aktivitas penting di usaha kita termasuk membentuk proposisi nilai untuk pelanggan.
 - 7) Selanjutnya adalah kolom aktivitas utama yang menggambarkan aktivitas penting yang perlu dilakukan oleh sumber daya utama agar mencapai tujuan model bisnis yang dibuat yaitu menyampaikan value yang dimiliki dan mendapatkan imbal balik keuntungan untuk usaha. Rangkaian aktivitas yang dibentuk akan menggambarkan bagaimana sebuah usaha akan mampu mencapai target.
 - 8) Sebuah usaha dalam merealisasikan rencana yang dimiliki membutuhkan mitra kerja, poin ini dimasukkan dalam kolom kemitraan utama. Kemitraan utama berisikan siapa-siapa saja yang akan menjadi mitra baik sbagai supplier ataupun distribusi lainnya yang berasal dari lingkungan luar usaha .
 - 9) Kolom yang tidak kalah penting sbagai penggerak sebuah usaha adalah struktur biaya, berisikan biaya-biaya yang perlu untuk dikeluarkan sebagai imbal balik untuk mendapatkan keuntungan. Biaya-biaya yang dimaksud baik berupa fixed cost maupun variabel cost. Dalam hal ini perlu difikirkan bagaimana cara efisiensi biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan keuntungan.¹⁶

Dari cara penggunaan yang dipaparkan tersebut sebenarnya sudah cukup mudah menjadi langkah awal menjalankan sebuah usaha, dimana yang sebelumnya merasa tidak tahu gambaran dari usaha yang akan dijalnkannya baik dari proyeksi akhir yaitu mengenai keuntungan ataupun mengenai aspek-aspek penting yang menjadi pertimbangan agar usaha dapat berajalan. Minat berwirausaha sendiri dapat muncul karena beberapa hal diantaranya kehilangan pekerjaan, pensiun, belum mendapatkan kesempatan bekerja,

¹⁶ Sanawiri, Brillyanes & Iqbal M., *Kewirausahaan*. (Malang: Ub Press, 2018). 87-89

memiliki pengetahuan kewirausahaan, mendapatkan motivasi tentang sukses berwirausaha. Dengan adanya alat bantu ini sudah menjadi salah satu alasan memunculkan minat dalam berwirausaha, dengan pengetahuan yang dimiliki dan dengan kemudahan dalam menyusun model bisnis ini seharusnya telah membantu seseorang yang akan menjalankan sebuah usaha.

Setelah melaksanakan pengisian pada masing-masing elemen *Business Model Canvas*, langkah selanjutnya yang perlu dilakukan adalah menganalisis kembali strategi bisnis yang telah tersusun. Adapun analisis yang dilakukan menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT singkatan dari *Strengths, Weakness, Opportunities, dan Threats*. Analisis SWOT merupakan analisis yang dilakukan terhadap kekuatan, kelemahan, peluang dan juga ancaman.¹⁷ Adapun analisis yang dilakukan terhadap *Business Model Canvas* dilakukan secara terperinci pada masing-masing elemennya. Dalam proses analisis dilihat dari faktor internal dan juga faktor eksternal, apabila digunakan secara tepat maka analisa SWOT ini akan memberikan informasi terkait perumusan strategi yang tidak dapat kita lihat dari penerapan awal *Business Model Canvas* saja. Hasil yang diberikan dari analisa ini berupa petunjuk agar mampu untuk mempertahankan kekuatan dan mendapatkan keuntungan dari peluang serta bagaimana menghindari ancaman dan menutupi kekurangan yang dimiliki. Adapun faktor internal meliputi segala kondisi yang terjadi dalam sebuah usaha dan akan mempengaruhi sebuah keputusan dengan manajemen fungsional membentuk kekuatan dan kelemahan, diantaranya terkait pemasaran, keuangan, operasional, sumber daya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen dan budaya. Faktor eksternal meliputi kondisi yang terjadi diluar usaha dan mempengaruhi keputusan perusahaan kaitannya dengan peluang dan ancaman. Faktor ini terdiri dari lingkungan industry dan lingkungan bisnis makro, ekonomi, politik, hukum teknologi, kependudukan, dan sosial budaya.¹⁸

Adapun matrik SWOT yang digunakan untuk menyusun masing-masing faktor tersebut digambarkan secara jelas sebagai berikut :

¹⁷ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : Indeks, 2009)63

¹⁸ Zuhrotun Nisak, "Analisis SWOT untuk Menentukan Strategi Kompetitif", *Jurnal EKBIS*, (Vol IX,2013), 3

IFAS EFAS	Kekuatan (<i>Strength</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
Peluang (<i>Opportunity</i>)	Strategi SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Ancaman (<i>Threats</i>)	Strategi ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Tabel 1. Matrik SWOT

Adapun penjelasan dari matrik diatas yaitu

- a. Strategi *Strength- Opportunities*, merupakan strategi yang disesuaikan dengan pemikiran sebuah usaha, memanfaatkan kekuatan yang ada untuk mendapatkan peluang,
- b. Strategi *Weakness- Opportunities*, strategi dimana memanfaatkan peluang dengan meminimalisir kelemahan,
- c. Strategi *Strength- Threats*, strategi ini menggunakan kekuatan untuk melawan ancaman,
- d. Strategi *Weakness- Threats*, dalam hal ini berupaya menghindari ancaman yang ada dan meminimalisir kelemahan yang dimiliki dengan kegiatan bersifat defensive.¹⁹

Terdapat beberapa penelitian terkait minat berwirausaha, diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Suhartini menghasilkan pernyataan bahwa pendidikan berpengaruh dalam menumbuhkan minat berwirausaha.²⁰ Ketika seseorang mendapatkan pengetahuan mengenai kewirausahaan dan memahami keuntungan menjadi wirausaha, maka ketertarikan seseorang dalam dunia usaha akan meningkat. Pernyataan tersebut didukung oleh hasil penelitian yang dilaksanakan oleh Sarwoko yang menyatakan bahwa pendidikan

¹⁹Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: Media Pustaka, 2006), 84

²⁰ Yati Suhartini, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa dalam Berwirausaha (Studi pada Mahasiswa Universitas PGRI Yogyakarta)", *AKMENIKA : UPY*. (Vol.7, 2011)56-57 (38-59)

kewirausahaan penting dalam menamankan nilai inovatif dan kreatif untuk melihat peluang, tentang bagaimana usaha akan dijalankan dan bagaimana mengelola risiko merupakan awal minat usaha tumbuh.²¹ Dari penjabaran tersebut dapat kita simpulkan bahwa dalam menjalankan sebuah kegiatan usaha, pendidikan mengenai kewirausahaan menjadi salah satu faktor menumbuhkan minat berwirausaha. Kemudian kaitannya dengan *Business Model Canvas* dari segi keilmuan yang didapatkan, model bisnis ini bisa didapatkan ketika berada di dunia pendidikan formal maupun pelatihan. Setiap manusia yang memiliki sebuah keahlian dalam bidang tertentu akan lebih mudah dalam praktiknya.

Ditinjau dari aspek kemudahan dalam mempelajari pengisian ide pada kanvas tersebut, bukan hanya sebagai langkah awal menentukan rencana sebuah usaha yang akan dijalanannya, akan tetapi juga untuk menilai sejauh mana perkembangan usaha bahkan juga dapat menjadi alat evaluasi telah dilakukan penelitian oleh beberapa orang diantaranya :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Angela Gita Prameswari dan Fitriyah Nurhidayah pada kegiatan UMKM di Pamulang. Adapun penelitian yang dilakukan ini bertujuan agar pelaku usaha akan mampu merancang strategi bisnis dengan menggunakan bantuan *Business Model Canvas* dan melakukan analisa dari segi finansial. Dari hasil penelitian tersebut yang juga mengkombinasikan dengan matrik SWOT menghasilkan bahwa kesembilan elemen yang ada pada *Business Model Canvas* secara non finansial akan memberikan efektivitas waktu, dan secara finansial akan memberikan efisiensi biaya. Sehingga permasalahan yang terjadi pada usaha akan mendapatkan solusi yang tepat.
2. Kemudian beberapa penelitian terkait penerapan *Business Model Canvas* ini, Adapun penelitian yang telah dilakukan oleh Novita, Triana dan Ida menghasilkan beberapa perencanaan pada masing-masing elemen kanvas. Dari yang sebelumnya usaha tersebut tidak memfokuskan segmen pelanggan yang dimiliki, sehingga menemukan segmen pelanggan yang tepat, sehingga dari hasil tersebut pelaku usaha dapat mengoptimalkan kepada strategi lanjutan untuk mencapai segmen pelanggan yang ada. Adapun elemen terbaik dari usaha edamame goreng ini terdapat pada proposisi nilai yang diberikan yaitu edamame yang renyah, berbahan alami, memiliki stiker kemasan, dan kualitas minyak yang digunakan. Selanjutnya adalah elemen segmen pelanggan yang lebih terfokus pada

²¹ Endi Sarwoko, "Empiris Entrepreneur *Intention* Mahasiswa", Jurnal Ekonomi Bisnis, (No.2, Juli 2011),134 (126-135)

- pelanggan berusia 20 keatas baik laki-laki maupun perempuan. Elemen pendapatan yang bisa diterima antara lain dari penjualan edamame goreng, penjualan minyak yang sudah tidak terpakai, penjualan kulit edamame kepada peternak. Kemudian dari elemen saluran usaha edamame goreng ini menerapkan sistem *direct selling* dan *retailer*.²²
3. Penelitian lainnya yang melaksanakan penerapan *Business Model Canvas* dilakukan oleh Felicyana pada toko "Moi Collection" yang menghasilkan kejelasan pada masing-masing komponen yang akan memberikan penghasilan. Diantaranya segmen pelanggan tas yang dikelompokkan pria dan wanita berpenghasilan kurang dari Rp. 2000.00,00 dan lebih dari Rp. 2.000.000,00, kemudian saluran yang digunakan secara *direct* dan *indirect selling*, adapun strategi untuk menjaga hubungan pelanggan dengan cara *personal asistence*, *dedicated personal asistence* dan *communities and self service*. Arus pendapatan dari penjualan produk dan nantinya juga akan mendapatkan dari penyewaan trolley. Sumber daya utama yang dimiliki antara lain dari *physical*, *intellectual*, dan *human*, kemudian untuk rencana selanjutnya kan mendambahkan mobil box serta penggunaan teknologi, dan masih banyak lagi yang didapatkan dari analisa pada masing-masing elemen menggunakan BMC.²³

Penutup

Adapun kesimpulan yang dapat dikemukakan antara lain Minat berwirausaha muncul dikarenakan beberapa faktor diantaranya *skill* dan pengetahuan yang dimiliki. Dengan adanya kemudahan yang diberikan *Business Model Canvas* untuk merancang model bisnis yang akan dijalankan sehingga mampu untuk mencapai pelanggan dan mendapatkan keuntungan. Dengan gambaran sederhana yang dituangkan pada kanvas ini akan memberi kemudahan bagi pelaku usaha dalam menentukan fokus yang akan menjadi strategi utama mencapai tujuan. Pengisian kanvas ini menuntut inovasi pelaku usaha, sehingga pelaku usaha akan mampu mengembangkan pemikiran yang dimilikinya bersamaan dengan proses pengisian masing-masing elemen.

Adapun saran untuk pengguna *Business Model Canvas* tidak hanya berhenti dengan pengisian 9 elemen yang ada. Untuk mendapatkan hasil yang lebih spesifik dapat dilanjutkan dengan lebih merinci dari gambaran yang

²² Novita, Triana, Ida, "Penerapan Bisnis Model Canvas dalam Penentuan Rencana Manajemen Usaha Kedelai Edamame Goreng", *Jurnal Agroteknologi*, (Vol13, 1, 2019), 50

²³ Feliciano Priono, " Analisa Penerapan *Business Model Canvas* pada Toko Moi Collection", *Agora*,(Vol. 3, 2, 2015), 360-362

telah tersusun.

Daftar Pustaka

- Alma, Buhari. 2013. *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Brillyanes, Sanawiri dan Iqbal M. 2018. *Kewirausahaan*. Malang: Ub Press
- Chandra,Prasanna. 2005. *Who Wants to be Entrepreneur?*. Jakarta : Perpustakaan Nasional.
- Eka A. 2012. "Pengaruh Kepribadian Wirausaha, Pengetahuan Kewirausahaan, dan Lingkungan terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK". *Jurnal Pendidikan Vokasi*. Vol 2-No3.
- Gassman, Oliver, Karolin F, dan Michaela C. 2021. *Business Model Navigator*.Jakarta : Elex Media Computindo.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Indeks
- Leonardus Saiman. 2019. *Kewirausahaan Teori, Praktik dan Kasus-Kasus*. Jakarta : Salemba Empat
- Murray, Alan dan Veronica Scuotto. 2015."Business Model Canvas". *Symphonya Emerging Issues in Management*.n3.
- Nisak, Zuhrotun. 2013. "Analisis SWOT untuk Menentukan Strategi Kompetitif". *Jurnal EKBIS*.Vol IX
- Novita, Triana, Ida, "Penerapan Bisnis Model Canvas dalam Penentuan Rencana Manajemen Usaha Kedelai Edamame Goreng", *Jurnal Agroteknologi*, (Vol13, 1, 2019), 50
- Novrizaldi, "Hasil Survei Penduduk 2020 Peluang Indonesia Memaksimalkan Bonus Demografi",<https://www.kemenkopmk.go.id/hasil-survei-penduduk-2020-peluang-indonesia-maksimalkan-bonus-demografi> . (diakses 2 September 2021)
- Osterwalder , Alexander dan Yves Pigneur. 2012. *Business Model Generation*,terj. Natalia, R.S. Jakarta: Elex Media Computindo.
- Prameswari, Angela Gita dan Fitriyah N. 2020."Penerapan *Business Model Canvas* dan Proyeksi Analisis Finansial sebagai Solusi Keberlangsungan Kegiatan UMKN di Pamulang". *JSMA*.Vol2. No 2, November
- Priono ,Feliciana. 2015." Analisa Penerapan *Business Model Canvas* pada Toko Moi Collection". *Agora*.Vol 3. No 2.
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Media Pustaka.
- Rosmiati, Dony T. S. J., Munawar. 2015. "Sikap, Motivasi, dan Minat Berwirausaha Mahasiswa". *JMK*.Vol 17.No 1

- Sarwoko, Endi. 2011. "Empiris Entrepreneur *Intention* Mahasiswa". Jurnal Ekonomi Bisnis. No.2, Juli. 126-135
- Slamet, Franky dan Hetty KJ, Mei Le. 2018. *Dasar-Dasar Kewirausahaan Teori dan Praktik*. Jakarta: Indeks
- Suhartini, Yati. 2011. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa dalam Berwirausaha (Studi pada Mahasiswa Universitas PGRI Yogyakarta)". AKMENIKA : UPY. Vol.7. hal 38-59
- Teppo Felin et.al. 2020. "Lean Startup and the business model : Experimentation Revisited", *Elsevier: Longrangeplanning* . Vol 53