



ANALISIS SEDERHANA PENERAPAN BUSINESS MODEL CANVAS PADA IDE USAHA MAHASISWA

Priska Eudia Agatha Buulolo¹, Calvin Sahputra Buulolo², Tampe Tuah Malem
Ginting³

¹ Kewirausahaan, Institut Bisnis dan Komputer Indonesia

² Ilmu Komputer, Universitas Negeri Medan

³ Institut Bisnis dan Komputer Indonesia

Korespondensi: ¹ppriska797@gmail.com, ²calvinsahputra4@gmail.com ³gintingtampe@gmail.com

Abstrak Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan Business Model Canvas (BMC) pada ide usaha mahasiswa sebagai alat perencanaan bisnis yang sederhana dan efektif. Business Model Canvas merupakan kerangka kerja yang digunakan untuk menggambarkan model bisnis melalui sembilan elemen utama, yaitu customer segments, value propositions, channels, customer relationships, revenue streams, key resources, key activities, key partnerships, dan cost structure. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus pada ide usaha mahasiswa berupa usaha minuman kopi kekinian. Data diperoleh melalui studi literatur dan analisis terhadap setiap elemen Business Model Canvas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan Business Model Canvas membantu mahasiswa dalam memahami kebutuhan pelanggan, merancang strategi pemasaran, mengidentifikasi sumber pendapatan, serta mengelola sumber daya dan biaya usaha secara lebih sistematis. Selain itu, Business Model Canvas mempermudah proses evaluasi terhadap peluang dan tantangan usaha sebelum bisnis dijalankan. Dengan demikian, Business Model Canvas dapat menjadi alat yang efektif dalam mendukung perencanaan dan pengembangan ide usaha mahasiswa.

Kata kunci: Business Model Canvas, kewirausahaan, mahasiswa, ide usaha, model bisnis.

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha yang semakin pesat menuntut setiap pelaku usaha untuk memiliki perencanaan bisnis yang matang agar mampu bersaing dan bertahan dalam lingkungan bisnis yang dinamis. Mahasiswa sebagai generasi muda memiliki potensi besar untuk menciptakan usaha baru yang inovatif dan kreatif. Namun, banyak ide usaha yang tidak berkembang karena kurangnya pemahaman mengenai model bisnis yang tepat dan terstruktur.

Salah satu alat yang banyak digunakan dalam merancang model bisnis adalah Business Model Canvas (BMC). Business Model Canvas diperkenalkan oleh Osterwalder dan Pigneur sebagai alat manajemen strategis yang mampu menggambarkan keseluruhan model bisnis dalam satu halaman. Melalui sembilan elemen utama yang dimilikinya, Business Model Canvas membantu pelaku usaha memahami bagaimana bisnis menciptakan nilai bagi pelanggan dan memperoleh keuntungan.

Penerapan Business Model Canvas menjadi penting bagi mahasiswa yang ingin memulai usaha karena dapat membantu dalam mengidentifikasi target pasar, menentukan nilai produk yang ditawarkan, merancang strategi pemasaran, serta memperkirakan biaya dan pendapatan usaha. Dengan adanya perencanaan yang baik, risiko kegagalan usaha dapat diminimalkan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan Business Model Canvas pada ide usaha mahasiswa serta menjelaskan manfaat yang diperoleh dari penggunaan Business Model Canvas dalam proses perencanaan bisnis.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Metode ini dipilih karena mampu memberikan gambaran mengenai penerapan Business Model Canvas pada ide usaha mahasiswa secara mendalam.

Objek penelitian adalah ide usaha mahasiswa berupa usaha minuman kopi kekinian dengan target pasar mahasiswa dan pelajar. Data diperoleh melalui studi literatur dari buku, jurnal, dan sumber ilmiah yang relevan mengenai Business Model Canvas dan kewirausahaan.

Tahapan penelitian meliputi:

Identifikasi ide usaha.

Penyusunan Business Model Canvas.

Analisis setiap elemen Business Model Canvas.

Penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penerapan Business Model Canvas Pada Ide Usaha Mahasiswa

Ide usaha yang dianalisis adalah usaha minuman kopi kekinian yang ditujukan bagi mahasiswa dengan konsep harga terjangkau dan kualitas produk yang baik.

Tabel

Tabel 1. Penerapan Business Model Canvas Pada Usaha Kopi Mahasiswa

No	Elemen BMC	Deskripsi
1	Customer Segments	Mahasiswa dan pelajar usia 18–25 tahun.
2	Value Propositions	Kopi berkualitas dengan harga terjangkau, tempat nyaman untuk belajar dan berdiskusi. Program loyalitas pelanggan, promosi media sosial, dan pelayanan ramah.
3	Channels: Media sosial, penjualan langsung, dan aplikasi pesan antar. Customer Relationships	Penjualan kopi, minuman non-kopi, dan makanan ringan. Peralatan kopi, bahan baku, tenaga kerja, dan modal usaha.
4	Revenue Streams	Produksi minuman, pemasaran, dan pelayanan pelanggan. Pemasok kopi, pemasok kemasan, dan layanan pengiriman.
5	Key Resources	Biaya bahan baku, sewa tempat, listrik, internet, dan promosi.

6	Key Activities	
7	Key Partnerships	
8	Cost Structure	

Hasil analisis menunjukkan bahwa Business Model Canvas memberikan gambaran yang jelas mengenai seluruh aspek bisnis yang akan dijalankan. Mahasiswa dapat memahami hubungan antara pelanggan, produk, aktivitas usaha, sumber daya, dan pendapatan yang diperoleh.

Melalui Business Model Canvas, mahasiswa juga dapat mengidentifikasi peluang bisnis yang dapat dikembangkan serta risiko yang mungkin muncul. Selain itu, Business Model Canvas memudahkan proses penyusunan strategi pemasaran dan pengelolaan biaya sehingga usaha dapat berjalan lebih efektif dan efisien.

Penerapan Business Model Canvas pada tahap awal perencanaan usaha sangat membantu mahasiswa dalam mengambil keputusan bisnis yang lebih tepat dan terarah.

KESIMPULAN

Business Model Canvas merupakan alat yang efektif untuk membantu mahasiswa dalam merancang dan mengembangkan ide usaha. Melalui sembilan elemen yang dimilikinya, Business Model Canvas mampu memberikan gambaran menyeluruh mengenai model bisnis yang akan dijalankan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan Business Model Canvas membantu mahasiswa dalam menentukan target pasar, menyusun strategi pemasaran, mengelola sumber daya, serta memperkirakan pendapatan dan biaya usaha. Oleh karena itu, Business Model Canvas sangat direkomendasikan sebagai alat perencanaan bisnis bagi mahasiswa yang ingin memulai usaha.

REFERENSI

Referensi dari buku:

Kasmir. (2020). Kewirausahaan. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Alma, B. (2021). Kewirausahaan. Bandung: Alfabeta..

Referensi dari jurnal ilmiah:

Osterwalder, A., Pigneur, Y., & Tucci, C. L. (2005). Clarifying business models: Origins, present, and future of the concept. *Communications of the Association for Information Systems*, 16(1), 1–25.

Zott, C., Amit, R., & Massa, L. (2011). The business model: Recent developments and future research. *Journal of Management*, 37(4), 1019–1042.

Teece, D. J. (2010). Business models, business strategy and innovation. *Long Range Planning*, 43(2–3), 172–194.

Referensi dari kamus/ensiklopedia :

Encyclopaedia Britannica. (2024). Business. Encyclopaedia Britannica.

Business Model Canvas – Ensiklopedia. (2024). Business Model Canvas.

Referensi dari makalah konferensi atau prosiding :

Jamira, A., Febriani, Y., & Amali, M. (2021). Business Model Canvas (BMC): Sebuah Pendekatan dalam Mendorong Mindset Kewirausahaan. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis*.

Utami, D. P., Rahmawati, F., & Zulfanita. (2022). Pelatihan Business Model Canvas (BMC) untuk Pengembangan Startup Mahasiswa. *Prosiding Seminar Nasional Pertanian Universitas Muhammadiyah Purworejo*.