

**ANALISIS DAMPAK DAN SIGNIFIKANSI BMC TERHADAP
PERENCANAAN PENDIRIAN USAHA,
TERUTAMA UNTUK UMKM
(Studi Kasus Pada Kegiatan PKM “Chipet” Di STIE Mahardhika
Surabaya)**

**Dita Novitasari¹, Puput Juli Tri Virnanda², Sabrina Ratu Salsabil³, M. Irgiyan
Awalin⁴, Surya Saputra⁵**

ditans77@gmail.com¹, puput180892@gmail.com², sabrina91205@gmail.com³,
irgianawalin2017@gmail.com⁴, suryasaputra0078@gmail.com⁵

STIE Mahardhika Surabaya

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada mahasiswa akan pentingnya berwirausaha dan mendorong tumbuhnya jiwa kewirausahaan (Entrepreneurial Mindset) pada mahasiswa dengan mengadakan pengenalan dan pendalaman Business Model Canvas (BMC), sehingga mahasiswa lulusan STIE Mahardhika Surabaya mampu membangun serta menjalankan usaha dan mampu menciptakan lapangan pekerjaan (job creator) khususnya juga penelitian ini memberikan alternatif future business model canvas bagi Usaha PKM Chipet. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif. Dengan menerapkan BMC dalam PKM (Program Kreativitas Mahasiswa) CHIPET yang dijalankan selama 3 (Tiga) Bulan. Sample untuk penelitian ini diambil secara acak dari seluruh customer CHIPET. Model visualisasi yang disajikan BMC memudahkan mahasiswa dalam memetakan bisnis, berinovasi, berkreasi, berpikir basic dalam mengkolaborasikan seluruh elemen yang dibutuhkan dalam menjalankan bisnis dan memanfaatkan peluang. BMC sangat sesuai dimanfaatkan menjadi media perencanaan bisnis yang mana dapat memberikan kemudahan mahasiswa ketika menjalankan usaha / bisnis, sehingga BMC perlu diperkenalkan dan dimasukkan dalam materi mata kuliah kewirausahaan di lingkungan STIE Mahardhika Surabaya untuk meningkatkan mindset kewirausahaan mahasiswa.

Kata Kunci: Bisnis Model Kanvas, Jiwa Kewirausahaan, Program Kreativitas Mahasiswa, Bisnis Model Kanvas Masa Depan.

ABSTRACT

This research aims to provide students with an understanding of the importance of entrepreneurship and encourage the growth of an entrepreneurial spirit (Entrepreneurial Mindset) in students by conducting an introduction and in-depth study of the Canvas Business Model (BMC), so that students who graduate from STIE Mahardhika Surabaya are able to build and run businesses and are able to create jobs (job creators) in particular, this study also provides an alternative future business model canvas for the Chipet PKM Business. This study was conducted using qualitative and quantitative methods. By implementing BMC in the CHIPET PKM (Student Creativity Program) which was run for 3 (Three) Months. The sample for this study was taken randomly from all CHIPET customers. The visualization model presented by BMC makes it easier for students to map their business, innovate, create, think simply in collaborating all the elements needed to run a business and take advantage of opportunities. BMC is very effective to use as a business planning tool which can make it easier for students to run a business, so BMC needs to be introduced and included in the entrepreneurship course material at STIE Mahardhika Surabaya to improve students' entrepreneurial mindset.

Keywords: Business Model Canvas (BMC), Entrepreneurial Mindset, Student Creativity Program, Future Business Model Canvas.

PENDAHULUAN

Banyaknya pengangguran di Indonesia khususnya masyarakat usia produktif menjadi permasalahan terbesar untuk negara Indonesia. Peluang negara dengan sejumlah sumber daya manusia serta beragam aspek kreatifitasnya ini masih belum dapat membentuk berbagai wirausahawan terbaru secara merata di Indonesia . Adapun usaha baru yang dikelola anak muda banyak yang gagal karena kurangnya ilmu pengetahuan berwirausaha dan bagaimana mengembangkan usaha tersebut tanpa merugi. Menurut website Badan Pusat Statistik update 6 Mei 2024 Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) sejumlah 4,82 pada Februari 2024 berkurang sejumlah 0,63 persen poin daripada ketika Februari 2023.

Ciputra (2009:32) mengemukakan bahwa penciptaan wirausaha muda (young entrepreneur) menjadi jawaban yang mampu diterapkan dalam mengurangi pengangguran di Indonesia, dengan banyaknya lulusan yang bisa dibilang besar sekitar 700 ribu orang sarjana tiap tahunnya Indonesia mampu dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi, pendapatan total atau juga pendapatan perkapita, mengurangi tingkat pengangguran dan kemiskinan apabila dapat meningkatkan keberhasilnya seorang wirausaha. Akan tetapi sejumlah mahasiswa di Indonesia yang kurang memiliki ketertarikan terhadap bidang wirausaha, dikarenakan kurangnya ilmu pengetahuan. Ketidakmampuan tersebut menciptakan terdapatnya permasalahan psikis seperti takut dalam mengambil risiko, takut terhadap kerugian, ruwet, malas, maupun yang lainnya terutama mahasiswa ini ingin mendirikan perusahaan start - up yang dimana semuanya harus dimulai dari nol, mulai dari desain brand, nama usaha, logo usaha, memperkuat branding, memperluas pasar, dan memperbanyak sistem pemasaran.

(Rusyamsi, 2024), Kebanyakan anak muda sudah pesimis di awal takut usahanya tidak berhasil di masa depan dan daripada rugi lebih baik tidak memulai. Itu adalah mindset yang sangat salah dan harus dirubah dan berfikiran bahwa lebih baik menjadi pegawai dibandingkan sebagai seroang wirausaha. Mampu diperoleh kesimpulan juga mengenai kurangnya ketertarikan dalam bidang wirausaha pada mahasiswa juga ditimbulkan karena kurangnya dukungan orang tua maupun keluarga dengan sebagian besar juga pegawai. Dan faktor terbesarnya juga adalah takut akan banyaknya pesaing yang hadir maka menimbulkan persaingan secara semakin ketat.

(Jannah, 2014), Dalam memenangkan persaingan tentu diperlukan sebuah keunikan secara utama maupun yang umumnya dikenal menjadi competitive advantage dengan makna bagaimana upaya sebuah perusahaan agar senantiasa melaksanakan inovasi dengan memahami keinginan juga keperluan pelanggan maka mampu membentuk value dari produk yang nantinya diperjual belikan. Peneliti memanfaatkan business model canvas (BMC) menjadi sebuah perangkat dalam mendukung usaha CHIPET dalam memahami bagaimana model bisnis yang sedang berlangsung sekarang ini.

Melalui BMC, Kedai CHIPET mampu mengetahui bisnis berdasarkan garis besar akan tetapi masing-masing komponen yang berhubungan terhadap bisnis mampu diamati secara detail juga menyeluruh. Oleh karena itu, Kedai CHIPET mampu mengamati deskripsi secara utuh yang mampu mendukung menanggapi berbagai tantangan mengenai bisnis. Evaluasi untuk setiap komponen mampu lebih cepat dan mudah. Peneliti menggunakan BMC untuk menyusun strategi guna menciptakan toko tampak tidak sama terhadap pesaingnya. Untuk penelitian ini akan menjelaskan business model canvas Kedai CHIPET sekarang ini juga business model canvas yang sejalan pada Kedai CHIPET dalam masa mendatang, tidak hanya itu penelitian ini terdapat tujuan yaitu dalam mengetahui dan mengevaluasi apakah bussines model canvas yang digunakan Kedai CHIPET saat ini sudah sempurna. Dan apakah bisa diterapkan dalam bisnis UMKM lainnya.

METODE PENELITIAN

Menurut Peneliti akan melaksanakan identifikasi beberapa komponen secara tertulis dalam business model canvas (BMC) dalam memahami BMC bagi CHIPET sekarang ini. Sesudah melakukan identifikasi beberapa komponen pada BMC, peneliti akan melakukan analisa memanfaatkan SWOT. Analisis SWOT memiliki tujuan dalam mengidentifikasi kelebihan serta kekurangan sebuah organisasi juga kemampuan dalam menyelesaikan perubahan yang berlangsung pada dunia bisnis (Kalpande, Gupta, and Dandekar 2010).

SWOT mendukung dalam melakukan evaluasi model bisnis perusahaan. Sesudah memanfaatkan analisa SWOT, peneliti mampu menyusun future business model canvas memanfaatkan dukungan blue ocean strategy yang mampu mendukung peneliti dalam mengetahui dampak yang dapat berlangsung diantara setiap komponen yang berhubungan pada BMC. Business Model Canvas ini diklasifikasikan ke dalam 9 faktor, diantaranya:

1. Customer Segment

Customer Segment menjadi bisnis yang menjaga kebutuhan dari pelanggan maka suatu usaha mampu memperoleh tujuan yang mana contohnya merupakan income profit.

2. Value Proposition

Value Proposition menjadi sebuah usaha yang terdapat kelebihan pada produk yang ditawarkan secara berbeda terhadap pesaing.

3. Channel

Channel menjadi sebuah perangkat yang dimanfaatkan dalam memperoleh target dengan mempertahankan hubungan konsumen bersama penjual.

4. Customer Relationship

Customer Relationship menjadi sebuah hubungan dengan mencakup konsumen baru juga konsumen lama dalam rangka agar konsumen tetap setia.

5. Revenue Stream

Revenue Stream sebagai pendapat dari konsumen yang dikelola sehingga meningkatkan pendapatan dari sebuah usaha yang berlangsung.

6. Key Resources

Key Resources sebagai landasan dalam menjaga sumber data yang diperlukan diantaranya produksi, terdapatnya bahan baku, juga kegiatan pendukung yang lain.

7. Key Partnership

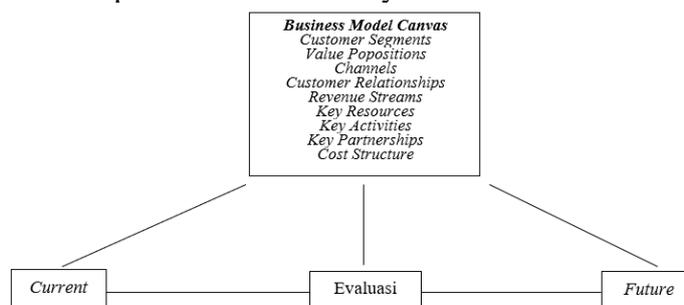
Key Partnership sebagai hubungan kemitraan yang berkaitan terhadap berlangsungnya kegiatan usaha dari hulu sampai menuju hilir.

8. Key Activities

Key Activities sebagai aktifitas yang dimulai untuk diperhatikan pada usaha yang berkaitan terhadap kegiatan produksi, distribusi, serta pelayanan.

9. Cost Structure

Cost Structure menjadi struktur dana yang dikeluarkan dalam mendukung semua aktifitas usaha dalam memperoleh menekan biaya.



Gambar 1. Kerangka Penelitian

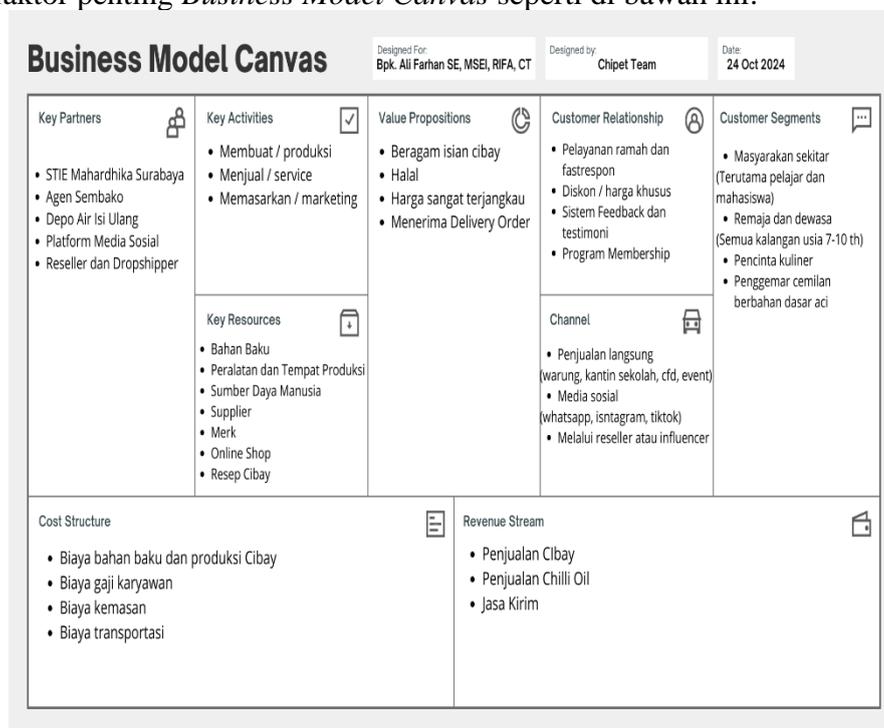
Sumber : (Osterwalder 2010)

Penelitian ini dirancang dalam pendekatan penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian deskriptif menjadi strategi penelitian yang mana di dalamnya peneliti meneliti fenomena, kejadian dalam kehidupan seseorang juga meminta individu maupun sekelompok orang dalam mendeskripsikan kehidupan mereka.

Informasi tersebut selanjutnya dijelaskan ulang. Pengertian lain tentang penelitian deskriptif adalah sebuah jenis penelitian yang terdapat tujuan dalam menjelaskan kejadian yang berlangsung, untuk kejadian alamiah atau juga kejadian buatan individu. Fenomena tersebut mampu berwujud kegiatan, karakteristik, hubungan, perubahan, kesamaan maupun perbedaan karakteristik pada deskriptif sendiri merupakan data yang didapatkan berbentuk kata-kata, gambar, serta tidak berbagai angka seperti penelitian kuantitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sesudah dilaksanakan pengamatan dalam bisnis Kedai Chipet didapatkan data sembilan faktor penting *Business Model Canvas* seperti di bawah ini:



Gambar 2. Business Model Canvas Kedai Chipet

Sumber: Analisa Pribadi

Berdasarkan analisa pribadi terkait bisnis UMKM Kedai Chipet, diperoleh mengenai:

1. Customer segments

Customer segmentsnya adalah masyarakat kelompok menengah ke bawah namun tidak menutup kemungkinan terkadang kelompok atas juga, berusia sekitar 7 sd 40th terutama pelajar dan mahasiswa yang bertempat tinggal di daerah Sidoarjo dan maupun sekitarnya, dengan terdapat gaya hidup serta kegemaran terhadap camilan pedas berbahan baku tepung tapioka / aci dan kekinian dibawa pulang menuju rumah atau juga yang akan bercengkrama dengan teman-temannya.

2. Value Propositions

Value propositions pada kedai Chipet menjadi harga produk secara terjangkau, cibay yang memiliki mutu tinggi, tentunya halal, camilan secara enak, juga keramahan dari pelayanannya, cepat serta tanggap sehingga kepuasan pelanggan diperoleh dari nilai

kreativitas, disiplin, inovatif, berkomitmen, serta tanggung jawab, menerima delivery order.

3. Channel

Mampu memberikan kemudahan dalam berkomunikasi bersama pelanggan, Kedai Chipet mampu memanfaatkan channel dalam Word-of-Mouth pada berbagai mahasiswa dan masyarakat sekitar. Dengan menerapkan perkembangan zaman yang berfokus terhadap digitalisasi, Kedai Chipet mengaplikasikan pemasaran melalui media sosial (Instagram serta WhatsApp). Kedai Chipet juga melakukan penjualan secara frozen food dengan menitipkan product kepada ibu kantin sekolah, warung, berjualan pada saat event dan juga CFD, Kedai Chipet juga melakukan penjualan melalui reseller dan juga influencer.

4. Customer Relationship

Customer Relationship yang ditujukan merupakan terdapatnya interaksi juga komunikasi secara tepat bersama pelanggan dalam rangka kemajuan usaha serta mampu menjaga pelanggan sehingga mampu melaksanakan pembelian berulang (loyalitas konsumen). Dengan mencukupi keinginan tersebut, Kedai Chipet membutuhkan berbagai aktifitas yang sejalan juga keseluruhan aktifitas ini didukung terhadap sarana informasi secara detail. Seperti mengadakan diskon / harga khusus, mengadakan bundling, sistem feedback dan testimoni, serta program membership dimana setiap pelanggan akan mendapatkan kartu member dan setiap pembelian minim 10k akan mendapatkan satu stiker, jika terkumpul penuh sejumlah kartu member maka akan mendapatkan gratis satu porsi cibay.

5. Revenue Streams

Revenue Streams dari Kedai Chipet merupakan penjualan produk dengan harga Rp10.000/ porsi, penjualan chilli oil seharga Rp. 1.000/ bungkus dan juga jasa kirim jika daerah jauh, dalam metode pembayaran secara mudah kepada konsumen dikarenakan sejumlah pilihan metode pembayaran yang ditunjukkan (transfer bank, tunai, maupun e-wallet). Ketika melaksanakan bisnis UMKM Kedai Chipet, poin keberhasilan yang dilaksanakan merupakan menjaga bahan baku yang diperoleh, memproduksi dalam ketentuan yang ditetapkan, pengemasan produk secara aman sampai pada penjualan untuk konsumen serta pendapatan yang didapatkan dari Bisnis UMKM Kedai Chipet ada dalam penjualan produk cibay, chilli oil yang di tawarkan.

6. Key Activities

Saluran yang dimanfaatkan pada key activitiesnya merupakan melaksanakan produksi serta pengemasan selanjutnya menuju tahapan penjualan secara langsung dari produsen menuju konsumen dari berbagai produk yang ditawarkan. Interaksi serta komunikasi secara tepat bersama konsumen memiliki peran utama untuk menciptakan kesuksesan yang diinginkan sebelumnya.

7. Key Resources

Sumber daya yang dibutuhkan dari Kedai Chipet berbentuk sumber daya secara memadai misalnya peralatan memasak untuk melaksanakan produksi, juru masak, merk, online shop, bahan baku, serta packaging.

8. Key Partners

Keseluruhan kegiatan usaha tersebut memerlukan key partner yang tersusun atas: investor yaitu STIE Mahardhika Surabaya, supplier bahan baku (depo air isi ulang, agen sembako), vendor secara offline (warung makan, bazar, event, maupun kantin sekolah), vendor secara online (platform social media, reseller dan dropshipper).

9. Cost Structure

Menurut analisa dari kegiatan usaha UMKM Kedai Chipet, sehingga biaya yang

harus dikeluarkan tersusun atas biaya bahan baku, biaya gaji karyawan, biaya peralatan masak, biaya gas LPG, biaya air, biaya pengiriman, biaya pengemasan. Biaya secara paling banyak merupakan biaya bahan baku dikarenakan Kedai Chipet perlu menjaga kualitas terhadap bahan baku yang dimanfaatkan.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari pembahasan peneliti terhadap UMKM Kedai Chipet di bidang makanan, ketika melaksanakan usaha tersebut Kedai Chipet belum mengaplikasikan bisnis show secara tepat, sehingga salah satu upayanya merupakan mengaplikasikan Bisnis Model Canvas secara tepat. Ketika mengaplikasikan Bisnis Model Canvas adanya Sembilan aspek pendukung menjadi strategi yang dimanfaatkan dalam melaksanakan usaha maka penulis memberikan saran beberapa hal terkait faktor tersebut:

1. Customer Segment, yang mana Kedai Chipet perlu lebih memprioritaskan target pasar pada usahanya merupakan mahasiswa dengan memperhatikan apa yang menjadi harapan dari target pasarnya, misalnya membagikan kuesioner terkait menu yang diinginkan dengan Google Form.
2. Value Proposition, sebaiknya Kedai Chipet terus menjaga nilai kreativitas, berkomitmen, inovatif, disiplin, juga tanggung jawab pada produksi serta pelayanannya. Beberapa upaya yang harus dilaksanakan merupakan memproduksi dalam SOP yang telah ditentukan akan tetapi tetap melaksanakan inovasi juga melayani secara cepat, ramah, juga tanggap.
3. Channel, sasaran pemasaran dari Kedai Chipet yaitu memperoleh Word-of-Mouth secara tepat dari targetnya. Dengan demikian, Kedai Chipet harus memaksimalkan dirinya pada media sosial sejalan perkembangan zaman misalnya WhatsApp maupun Instagram yang menjadi bentuk media sosial yang diminati dari target Kedai Chipet.
4. Customer Relationship, upaya yang dijalankan merupakan meminta testimoni, criticism, serta melaksanakan perbaikan melalui saran yang diterima. Untuk menjaga client relationship, Kedai Chipet mampu juga menjalankan tindakan pemberian compensate (promo harga) untuk pelanggan tertentu maupun pelanggan yang sedang berulang tahun.
5. Revenue Streams, terdapat interaksi timbal balik secara menyenangkan diantara Kedai Chipet bersama konsumen dalam upaya penentuan harga secara terjangkau juga memberikan beberapa jenis cara pembayaran yang mana Kedai Chipet mampu memperoleh keuntungan dalam menawarkan kualitas produk cibay dan chilli oil secara tepat akan tetapi pelanggan memperoleh kemudahan untuk pembayaran.
6. Key Activities, Kedai Chipet seharusnya terdapat peralatan masak secara memadai juga memiliki kualitas tinggi maka tidak perlu melaksanakan penggantian peralatan dengan terus menerus.
7. Key Resources, dalam hal ini Kedai Chipet seharusnya tidak hanya memiliki satu pemasok karena jika ada perubahan harga / hilangnya provider utama masih ada provider lainnya.
8. Key Partners, merupakan mengoptimalkan item chain bisnisnya.
9. Cost Structure, dengan mengurangi biaya pengeluarannya tanpa mempengaruhi kualitas.

Sehingga, dengan diaplikasikan Sembilan aspek tersebut dalam usaha Kedai Chipet diharapkan UMKM mampu mengelola usahanya secara efektif juga efisien dikarenakan telah adanya Bisnis Model Canvas dalam mendukung memberikan kemudahab fokus usaha juga menurunkan risiko dalam bisnis yang berlangsung maka mampu meningkatkan penjualan juga bersaing bersama beberapa bisnis UMKM lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Jannah, M. (. (2014). Strategi Inovasi Produk Dalam Mencapai Keunggulan Kompetitif. *Jurnal Ekonomi Islam*.
- Kalpande, S. D., R. C. Gupta, and M. D. Dandekar. 2010. "A SWOT Analysis of Small and Medium Scale Enterprises Implementing Total Quality Management." *International Journal of Business, Management and Social Sciences* 1(1):59–64.
- Mopangga, H. (.9. (2014). Faktor determinan minat wirausaha mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas negeri gorontalo. *Trikonomika*, 13(1), 78-90.
- Osterwalder, Alexander. 2010. "Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers."
- Rusyamsi, I. (. (2024). *Mencetak Wirausaha Muda Di Era Digital 5.0*. Anak Hebat Indonesia.