

WORKSHOP BUSINESS MODEL CANVAS (BMC) DALAM RANGKA MENDUKUNG PROGRAM KEWIRAUSAHAAN MAHASISWA INDONESIA

Zetri Rahmat¹⁾, Darni²⁾

¹ Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
email: zetri.rahmat@uin-suska.ac.id

² Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
email: darni@uin-suska.ac.id

Abstrak

Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengedukasi mahasiswa calon pengusaha dalam membuat model bisnis yang efektif menggunakan Business Model Canvas (BMC). Kegiatan ini menggunakan pendekatan Participatory Action Research (PAR) untuk menciptakan upaya kolaboratif dengan masyarakat. Pre-test dan post-test dilakukan untuk menilai pemahaman peserta tentang BMC. Hasil menunjukkan peningkatan pengetahuan yang signifikan, dengan skor rata-rata meningkat dari 50,77 (pre-test) menjadi 78,33 (post-test). Hasil ini menunjukkan pentingnya pelatihan terstruktur dalam meningkatkan kemampuan kewirausahaan mahasiswa untuk mendukung Program Kewirausahaan Mahasiswa Indonesia.

Keywords: *Business Model Canvas, kewirausahaan, program mahasiswa, peningkatan pengetahuan, pengabdian masyarakat.*

Abstract

This community service aims to educate prospective student entrepreneurs in creating effective business models using the Business Model Canvas (BMC). This activity uses a Participatory Action Research (PAR) approach to create collaborative efforts with the community. Pre-tests and post-tests were conducted to assess participants' understanding of BMC. The results showed a significant increase in knowledge, with the average score increasing from 50.77 (pre-test) to 78.33 (post-test). These results demonstrate the importance of structured training in improving students' entrepreneurial skills to support the Indonesian Student Entrepreneurship Program.

Keywords: *Business Model Canvas, entrepreneurship, student programs, knowledge enhancement, community service*

1. PENDAHULUAN

Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan melalui Direktorat Pembelajaran dan Kemahasiswaan, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi terus berupaya mengembangkan dan memperbanyak jumlah mahasiswa wirausaha. Pentingnya program mahasiswa berwirausaha di perguruan tinggi telah disadari oleh pemerintah dan diwujudkan melalui Kebijakan Merdeka Belajar-Kampus Merdeka yang mendorong pengembangan minat wirausaha mahasiswa dengan program kegiatan belajar yang sesuai.

Perlu program dan aksi lebih lanjut agar kebijakan tersebut dapat diimplementasikan sebagai bagian dari kegiatan pembelajaran di perguruan tinggi. Salah satunya adalah dengan menyelenggarakan Program Kewirausahaan Mahasiswa Indonesia dalam semangat Merdeka Belajar-Kampus Merdeka 2021

Program Kewirausahaan 2021 memiliki 4 kegiatan unggulan yaitu Workshop Kewirausahaan, Kegiatan Berwirausaha Mahasiswa Indonesia (KBMI), Akselerasi Startup Mahasiswa Indonesia (ASMI) dan

Pendampingan Kewirausahaan Mahasiswa Indonesia (PWMI). KBMI ditujukan untuk mahasiswa yang memerlukan stimulasi dana pengembangan usaha dan ASMI ditujukan bagi mahasiswa yang memiliki startup digital dan memerlukan akselerasi usahanya ke tahap lanjut.

Mahasiswa menjadi bagian dari sumber daya manusia yang dapat menjadi tulang punggung pembangunan melalui kemandirian ekonomi bangsa. Mahasiswa juga merupakan bagian dari generasi milenial Indonesia. Berdasarkan panduan Merdeka Belajar - Kampus Merdeka 2020 (Kemdikbud, 2020) yang mengutip riset dari IDN Research Institute tahun 2019, 69,1% milenial di Indonesia memiliki minat untuk berwirausaha. Minat dan potensi wirausaha generasi milenial yang besar ini perlu didukung dan difasilitasi melalui tata kelola pendidikan tinggi yang mendukung program kewirausahaan mahasiswa di perguruan tinggi.

Sebagai bagian dari upaya implementasi kebijakan Merdeka Belajar - Kampus Merdeka dalam wirausaha mahasiswa, maka Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, melalui Direktorat Pembelajaran dan Kemahasiswaan, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi melaksanakan Program Kewirausahaan Kampus Merdeka tahun 2020 yang merupakan bagian dari program Kemdikbud untuk memperkuat ekonomi nasional dan mendukung percepatan ekonomi digital menuju revolusi industri 4.0.

Tahun 2020 merupakan tahun dimana dunia sedang bertransformasi seiring dengan berbagai ketidakpastian global dari dampak pandemi Covid-19 yang memicu berbagai tekanan terhadap ekonomi semua negara. Ditengah ketidakpastian ekonomi global tersebut, Indonesia juga mengalami dampak yang cukup besar. Indonesia masih berharap akan adanya pertumbuhan ekonomi yang tetap terjaga sampai 5 persen dengan terciptanya 2 juta angkatan kerja baru setiap tahunnya. Pada tahun 2021 ini diharapkan

perekonomian Indonesia mulai bergerak naik seiring dengan harapan pemulihan ekonomi pasca pandemi yang direncanakan Pemerintah. Tantangan terbesar saat ini adalah adanya beban 7,05 juta pengangguran, termasuk pengangguran terdidik berdasarkan data Badan Pusat Statistik tahun 2020. Oleh karena itu, diperlukan upaya yang konkrit agar jumlah pengangguran dapat ditekan melalui peningkatan jumlah wirausahawan di Indonesia.

Berdasarkan data tahun 2019, peringkat wirausaha Indonesia menempati 94 dari 137 Negara, dengan jumlah mencapai 3,5 persen dari jumlah penduduk. Rasio ini masih lebih rendah dibandingkan dengan negara lain seperti Malaysia 5 persen, China 10 persen, Singapura 7 persen, Jepang 11 persen maupun AS yang 12 persen. Perguruan tinggi memiliki peran penting untuk mendorong dan meningkatkan jumlah wirausaha muda di Indonesia. Oleh karena itu, lulusan perguruan tinggi itu harus disiapkan untuk menciptakan lapangan kerja bukan untuk sekedar meluluskan para pencari kerja. Mahasiswa sebagai bagian dari generasi Z terkenal memiliki kemampuan dan keahlian yang lebih melalui berbagai ide kreatif dan inovatif. Dalam berkontribusi serta berperan untuk ikut membangun perekonomian bangsa, para mahasiswa generasi milenial selama ini telah menelurkan berbagai entrepreneur muda yang sukses melalui berbagai usaha yang inovatif dengan memanfaatkan kemajuan teknologi. Beberapa usaha profesional yang muncul dari karya-karya kreatif dan inovatif para generasi millennial, seperti Startup, Content Creator, berbagai macam produk makanan kekinian, jasa berbasis teknologi, bahkan sampai Youtuber, dan masih banyak lagi. Semua ini merupakan bentuk usaha yang dilakukan para mahasiswa atau generasi milenial untuk mencapai kesuksesan dan perlu terus didukung dan dikembangkan.

Sebuah bisnis yang baru saja didirikan biasanya sangat rentan gagal, terutama di satu

sampai tiga tahun pertama. Bahkan, menurut Small Business Association (SBA) sebanyak 30% dari bisnis baru gagal mencapai tahun keduanya.

Sementara 50% gagal mencapai tahun kelima, dan 66% tidak berhasil beroperasi sampai tahun kesepuluh. Hasil studi mereka juga menunjukkan hanya 25% bisnis yang berhasil bertahan sampai lebih dari lima belas tahun.

Masalah yang sering dihadapi oleh pelaku usaha adalah ketidakmampuannya dalam menghadapi persaingan di pasar, karena mereka hanya fokus pada faktor lingkungan dan perubahan. Perusahaan tersebut acapkali menjiplak model bisnis dari perusahaan lain tanpa melakukan penyesuaian terlebih dahulu. Padahal setiap bisnis memiliki ciri khas atau keunikan sehingga membutuhkan model bisnis tersendiri. Karena itu agar sebuah perusahaan mampu bersaing, maka perusahaan tersebut harus memperhatikan proses desain model bisnisnya.

Model Bisnis didefinisikan sebagai model yang menjabarkan bagaimana sebuah perusahaan bergerak dalam mendapatkan keuntungan. Menurut Peter Drucker, sebuah model bisnis yang handal harus dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan krusial seperti “siapa pelanggan perusahaan?” “Seberapa penting pelanggan bagi perusahaan?” “Bagaimana manajemen mampu menghasilkan keuntungan bagi perusahaan?” atau “apa yang mendasari manajemen memutuskan kapan dan bagaimana harus memberikan nilai tambah bagi pelanggan?”.

Menurut Casadesus-Masanell and Ricart, ada tiga karakteristik utama dalam sebuah model bisnis, yaitu: 1. Model bisnis harus sesuai dengan tujuan perusahaan, 2. Model bisnis harus mampu memperkuat dirinya sendiri, dan yang terakhir adalah model bisnis haruslah tangguh dan handal. Adapun indikator keberhasilan model bisnis adalah ditinjau dari kemampuannya dalam mengatasi

ancaman pesaing yang meliputi: (1) replikasi, (2) terbacanya kekuatan model perusahaan, (3) ketidakfokusan terhadap pasar, dan (4) substitusi; mampunya produk kompetitor mengambil pasar produk yang dimiliki perusahaan. Ketiga hal ini yang mengkarakterisasi sebuah model bisnis yang baik.

Mengacu pada definisi diatas, maka mendesain sebuah model bisnis akan sangat mempengaruhi performa perusahaan. Keuntungan dengan menerapkan model bisnis ini antara lain:

Pertama membantu perusahaan untuk mendapatkan informasi terkait bagaimana, dimana, dan kapan produk yang dihasilkan akan berfungsi dengan maksimal. Informasi ini didapatkan melalui proses simulasi terhadap produk tersebut. Misalnya kebijakan harga produk akan mempengaruhi jumlah produk yang dijual. Melalui informasi tersebut maka perusahaan akan melakukan evaluasi apakah model yang didesain dapat bersaing di pasaran.

Kedua model bisnis yang baik akan melemahkan kompetitor. Jika perusahaan mampu mengetahui kelemahan model bisnis pesaing, maka perusahaan dapat segera menutup celah kelemahan tersebut. Ini akan mengakibatkan munculnya produk substitusi dari perusahaan yang memiliki nilai lebih dibandingkan kompetitor.

Ketiga Merubah kompetitor menjadi sekutu. Hal ini sebagai akibat karena perusahaan Anda mampu mengidentifikasi kelebihan bisnis kompetitor, dan sebaliknya. Sebagai solusi, maka dibuatlah produk komplementer untuk saling melengkapi.

Berbagai keuntungan tersebut tidak hanya untuk meningkatkan reputasi dan daya saing perusahaan, namun juga mendorong perusahaan untuk memenangkan kompetisi di pasar. Berbisnis tidak hanya semata-mata menjual produk ke pasar dan menunggu

respon konsumen terhadap produk tersebut. Menjalankan sebuah bisnis hendaknya harus diiringi dengan proses perancangan berbagai faktor pendukung.

2. IDENTIFIKASI MASALAH

Salah satu penyebab gagalnya bisnis baru adalah buruknya bisnis model yang dijalankan. Untuk itu kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan tujuan utama mengedukasi mahasiswa calon pengusaha untuk dapat memahami dan membuat bisnis model yang baik dengan menggunakan Business Model Canvas (BMC). Dengan memahami BMC ini diharapkan mahasiswa dapat lebih mengenali semua komponen dan bagian dari usahanya, sehingga dapat segera mengenali apabila ada persoalan yang terjadi dalam bisnisnya.

3. METODOLOGI PELAKSANAAN

Adapun pendekatan yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah Participatory Action Research (PAR). PAR adalah sebuah kegiatan pengabdian masyarakat berbentuk riset yang dilakukan dengan partisipasi masyarakat dalam satu lingkup sosial atau komunitas untuk membuat aksi perubahan ke arah yang lebih baik. Dalam metode PAR peneliti melakukan inkulturisasi atau menyatu dengan masyarakat, tidak memisahkan diri dan bekerjasama dengan warga.

Metode PAR selain memiliki luaran / output publikasi hasil riset dan rekomendasi untuk riset berikutnya, juga memiliki luaran perubahan situasi yang lebih baik di dalam kehidupan masyarakat baik dalam peningkatan pengetahuan dan peningkatan kemampuan warga. Pendekatan dalam PAR lebih bersifat kualitatif, namun data-data yang bersifat kuantitatif tetap bisa digunakan, dengan catatan kuantifikasi yang dilakukan hanya sebagai alat bantu dan tidak mengurangi fenomena sosial yang terjadi.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan hasil dengan diskripsi yang jelas. Hasil dapat dilengkapi dengan tabel, grafik (gambar), dan/atau bagan. Bagian pembahasan memaparkan hasil pengolahan data, menginterpretasikan penemuan secara logis, mengaitkan dengan sumber rujukan yang relevan, dan implikasi dari temuan. [Times New Roman, 11, normal].

Pra Pelaksanaan Kegiatan

Adapun tahap persiapan yang telah kami lakukan yaitu dengan mencari calon peserta melalui formulir online di <https://tinyurl.com/REGISTBMC>. Hasil dari formulir tersebut kemudian diseleksi berdasarkan minat berwirausaha, kami dapatkan 19 mahasiswa yang memiliki minat kuat untuk memulai usaha.

Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan workshop Business Model Canvas (BMC) ini dilaksanakan pada hari Rabu, 12 Januari 2024. Acara dimulai pukul 8.30 sampai dengan pukul 12.30. Peserta yang hadir pada kegiatan ini ada 13 orang mahasiswa (daftar hadir peserta terlampir). Para mahasiswa yang hadir merupakan mahasiswa yang tertarik dan memiliki minat dalam membangun suatu bisnis. Dengan harapan setelah menerima materi atau pelatihan ini, para peserta bisa mengimplementasikan materi dalam perencanaan bisnisnya

Sebelum workshop dimulai terlebih dahulu diberikna pre test untuk mengukur pemahaman awal peserta terhadap Business Model Canvas (BMC). Soal pretest diambil dari bahan materi yang akan disampaikan. Para peserta melakukan pengisian jawaban atas pretest yang dibuat melalui Googleform. Dari hasil pre test didapat rata-rata 50.77.

Sesi pertama adalah pemaparan terkait dengan Program Kewirausahaan Mahasiswa Indonesia (KBMI). Program KBMI ini merupakan program tahunan yang dilaksanakan dibawah Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan melalui Direktorat Pembelajaran dan Kemahasiswaan. Melalui program KBMI ini diharapkan dapat melahirkan wirausahawan baru dari kalangan mahasiswa.



Gambar 1. Pemberian pelatihan BMC.

Kemudian dilanjutkan dengan sesi kedua yang berisi pemaparan terkait dengan 9 (sembilan) elemen yang ada di dalam BMC. Setelah penjelasan dilanjutkan dengan praktek membuat BMC yang dilakukan dalam kelompok.



Gambar 2. Peserta mengisi BMC.

Tindakan Evaluasi

Setelah dilakukan semua rangkaian kegiatan pelatihan maka untuk memastikan manfaat

yang didapatkan oleh para peserta, maka dilakukan kegiatan *post test*. Soal yang diberikan dalam sesi ini mirip dengan soal yang dikerjakan saat di *pretest*. Dari hasil *post test* terlihat bahwa score rata-rata adalah 78.33. Hal ini menunjukkan peningkatan dari rata-rata *pretest* yang sebelumnya adalah 50.77

5. KESIMPULAN

Dari kegiatan pengabdian masyarakat dengan tema Workshop Business Model Canvas untuk mendukung Program Kewirausahaan Mahasiswa Indonesia didapatkan kesimpulan bahwa pengetahuan mahasiswa terkait BMC ini masih rendah. Selama kegiatan berlangsung seluruh peserta terlihat antusias dan bersemangat. Dan dilihat dari hasil post test juga didapatkan ada peningkatan pengetahuan yang didapatkan peserta pelatihan.

7. REFERENSI

Direktorat Pembelajaran dan Kemahasiswaan, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Kementerian Pendidikan dan kebudayaan. (2021). Modul Program Kewirausahaan Mahasiswa Indonesia 2021. Versi 2.0 revisi 14 februari 2021.

Osterwalder, Alexander & Pigneur, Yves (2017). Business Model Generation. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

Rahmawan, Arry. Panduan Lengkap Menyusun Bisnis Model Menggunakan Business Model Canvas (BMC). Panduan Lengkap Menyusun Rencana Bisnis Menggunakan Business Model Canvas | Arry Rahmawan. Diakses pada 7 Oktober 2021. (<https://arryrahmawan.net/panduan-business-model-canvas>)