

Workshop Kewirausahaan Dengan Bussiness Model Canvas Bagi Kaum Milenial Di Kota Jambi

Dedi Handoko¹, Niken Ayuningrum², Ferdyan Wana Saputra³, Tanto⁴

¹Program Studi Bisnis Digital, ^{2,3}Program Studi Akuntansi Perpajakan,

⁴Program Studi Teknologi Rekayasa Perangkat Lunak
Politeknik Jambi

Email: ¹dedi.handoko@politeknikjambi.ac.id / ²niken@politeknikjambi.ac.id /
³ferdyan@politeknikjambi.ac.id / ⁴tanto@politeknikjambi.ac.id

Abstrak

Perkembangan di era globalisasi ini tentunya menghadapi permasalahan bisnis yang sangat signifikan, dimana permasalahan-permasalahan bisnis itu dapat terjadi kapan saja. Hal yang paling sering dilupakan oleh pelaku bisnis adalah perencanaan strategi yang matang dan penentuan brand (merk), kesulitan dalam segmentasi konsumen, modal, dan ketersediaan bahan baku. Untuk dapat memberikan solusi terkait permasalahan tersebut maka diperlukan pemberian informasi melalui workshop kewirausahaan dengan Bussiness Model Canvas (BMC). Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk mengatasi permasalahan dari bisnis yang akan dijalankan khususnya bagi kaum milenial yang ada di kota Jambi. Melalui metode BMC dapat membantu menyalurkan ide-ide atau gagasan yang ada demi menunjang keberlangsungan bisnis yang akan dijalankan. Hasil yang didapat dari kegiatan ini adalah kaum milenial menambah pengetahuan baru mengenai penggunaan metode bisnis apa yang tepat untuk di pilih pada saat akan melakukan sebuah proses bisnis.

Kata Kunci : Kewirausahaan, Business Model Canvas dan Kaum Milenial

1. PENDAHULUAN

Dunia selalu memberikan peluang seumur hidup bukan hanya diperuntukkan kepada orang yang pintar, orang yang cantik, orang yang kaya maupun orang yang miskin tetapi peluang itu diberikan kepada orang-orang yang berani yang mampu mengubah peluang menjadi batu pijakan untuk meraih sebuah kesuksesan / keberhasilan. Sukses itu dapat diartikan ketika kita selalu dapat bertumbuh lebih baik, menjalani proses kehidupan dengan keberanian, optimisme dan pantang menyerah serta menjadi lebih baik dari waktu ke waktu. Semua orang dapat menjadi pengusaha muda dengan mengembangkan ide dan peluang yang ada. Hal yang terpenting sebelum menjadi seorang wirausaha muda adalah harus memiliki *mindset*, *Time Mastery*, *Action / Execution*, dan *Success Strategy*. Mindset adalah suatu kumpulan pemikiran yang terbentuk sesuai dengan pengalaman dengan keyakinan sehingga dapat mempengaruhi perilaku atau cara berfikir seseorang dalam menentukan suatu sikap, pandangan hingga masa depan seseorang. Neck et al (2017) menjelaskan bahwa dalam sebuah pendekatan yang paling efektif untuk mengembangkan mindset adalah melalui pengembangan kebiasaan yang baru, seseorang harus sudah bisa mengetahui bahwa dirinya telah menerapkan mindset sebagai seorang wirausaha ketika orang tersebut sudah mulai bertindak dan berpikir seperti kebiasaan seorang pengusaha. Kristiani (2015) juga menguraikan bahwa model bisnis menjadi sangat penting di dalam perusahaan karena model bisnis merupakan suatu capture bagaimana bisnis tersebut berlangsung dan merupakan arsitektur atau bangunan dari sebuah bisnis unit yang digunakan untuk melihat gambaran dari bisnis tersebut.

Strategi yang paling baik digunakan dalam berwirausaha melalui *Business Model Canvas* (BMC). Strategi ini paling efektif jika digunakan oleh kaum milenial. BMC itu sendiri merupakan kerangka kerja yang digunakan untuk mendefinisikan model bisnis *Startu*. BMC disusun dengan tujuan untuk menjelaskan, menilai, memvisualisasikan serta mengubah model bisnis sehingga kinerja yang dihasilkan oleh *startup* lebih maksimal. Menurut Osterwalder dan Yves Pigneur (2012) menjelaskan bahwa *Business Model Canvas* terdiri dari 9 (Sembilan) blok bangunan bisnis yang berisikan bagian-bagian penting tentang bagaimana organisasi tersebut menciptakan manfaat dan juga mendapat kemanfaatan dari para pelanggannya. Adapun bagian dalam *Business Model Canvas* tersebut meliputi *Customer Segment, Value Proposition, Channels, Customer Relationship, Revenue Streams, Key Resources, Key Activities, Key Partnership, Cost Structure*. Fakta yang terjadi di kota Jambi, masih rendahnya tingkat/minat untuk menjadi seorang wirausaha muda dan kondusivitas ekosistem kewirausahaan yang masih sangat minim selanjutnya ditambah belum adanya upaya konkrit yang dilakukan dalam mendukung pengembangan wirausaha di kota Jambi padahal untuk peluangnya perkembangan bisnisnya sangar banyak dan luas. Menurut Khairani (2014), minat adalah kesadaran seseorang terhadap suatu objek, orang, masalah atau situasi yang mempunyai kaitan dengan dirinya. Minat merupakan aspek psikologis seseorang untuk menaruh perhatian yang tinggi terhadap kegiatan tertentu dan mendorong yang bersangkutan untuk melaksanakan kegiatan tersebut. Alma (2013) juga menjelaskan bahwa dorongan membentuk wirausaha juga datang dari teman sepergaulan, lingkungan keluarga, sahabat dimana mereka dapat berdiskusi tentang ide wirausaha masalah yang dihadapi dan cara-cara mengatasi masalahnya.

2. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dalam bentuk “Workshop Kewirausahaan dengan *Business Model Canvas* Bagi Kaum Milenial di Kota Jambi”. Kegiatan ini diselenggarakan pada tanggal 05 Desember 2022 yang berlokasi di Cafe Koju (Kopi Juaro) Kota Jambi. Pelatihan ini terdiri tiga sesi yaitu :

- 1) Pemberian materi tentang penjelasan bagaimana menjadi seorang wirausaha muda.
- 2) Pemberian materi tentang Berwirausaha dengan *Business Model Canvas* (BMC) yang dapat mendukung strategi dalam berbisnis khususnya bagi kaum milenial.
- 3) Diskusi dengan peserta pelatihan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat diperuntukkan untuk para kaum milenial dengan tujuan untuk memberikan ilmu pengetahuan dan wawasan yang baru tentang bagaimana menjadi seorang wirausaha muda sesuai dengan *Passion* yang ada dalam diri masing-masing dengan menggunakan strategi bisnis BMC sehingga dapat membantu pengembangan bisnis yang akan digeluti.



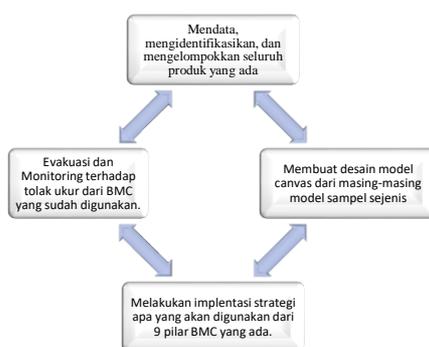
Gambar 1. Penyampaian Materi Tim PKM

Melalui kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini (PKM), hasil yang didapat yaitu para peserta khususnya kaum milenial yang mau memulai bisnis ataupun yang sudah menjalankan bisnis sudah mempunyai pedoman yang relevan dalam proses bisnisnya sehingga bisnis yang dilakukan telah mengetahui sasaran target customer secara spesifik. Pedoman penting yang harus dipegang oleh seorang wirausaha yaitu dengan cara bagaimana merancang bisnis tersebut dengan baik. Salah satu cara yang paling tepat untuk digunakan adalah dengan menggunakan *Business Model Canvas* (BMC). Menurut Gunawan (2016), penggunaan *Business Model Canvas* dapat memberikan gambaran mengenai model bisnis perusahaan dan hubungan yang terjadi antar-blok dengan cara yang lebih atraktif.



Gambar 2. Sesi Tanya Jawab Peserta

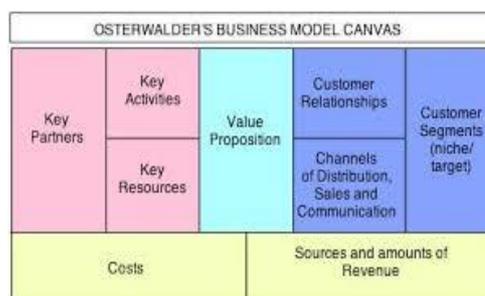
Business Model Canvas juga membantu perusahaan untuk mengenali apa yang menjadi *value proposition* perusahaan, serta bagaimana membangun dan menjalankan *key activities* dan *key resources* dalam menciptakan *value proposition* dan mendapatkan revenue streams, memahami bagaimana produk dan jasa yang ditawarkan perusahaan dapat dikomunikasikan dengan baik kepada konsumen hingga sampai ketangan konsumen untuk dikonsumsi. Sri (2021) berpendapat bahwa Model BMC yang paling banyak digunakan oleh kaum milenial pada umumnya melalui tahapan berikut ini:



Gambar 3. Model BMC untuk Bisnis

Prof. Hong Y Ching, Fauvel (2013), menyoroti pentingnya penggunaan BMC dan merekomendasikannya untuk pengusaha dan dunia akademis. BMC membantu mengembangkan rencana bisnis pada pengusaha pemula dan memiliki pemahaman yang lebih holistik pada bisnis mereka. Osterwarlder, Pigneur dan Clark (2010), memperkenalkan konsep model bisnis yang bisa dimengerti semua orang, dimulai dari titik yang sama dan berbicara hal yang sama, dengan konsep yang sederhana, relevan, dan intuitif dimengerti, sementara tidak terlalu menyederhanakan kompleksitas bagaimana perusahaan berfungsi. Business Model Canvas adalah model bisnis yang terdiri dari 9 blok area aktivitas bisnis yang dituangkan dalam 1 (Satu) lembar kanvas. Pada model BMC terdapat 9 (Sembilan) blok antara lain; (1) *Customer Segments*, (2) *Value Propositions*, (3) *Channels*,

(4) *Customer Relationship*, (5) *Revenue Streams*, (6) *Key Resources*, (7) *Key activities*, (8) *Key Partnerships*, dan (9) *Cost Structures*. Untuk 9 (Sembilan) blok ini adalah penjabaran dari 4 (Empat) desain pilar pokok yang wajib ada dalam sebuah bisnis. Keempat pilar itu adalah: *offers*, *customers*, infrastruktur, dan *financial*.



Gambar 4. Bisnis Model Canvas Osterwalders

Osterwalder (2012) menjelaskan bahwa *Business model canvas* biasanya menggambarkan proses melalui visualisasi secara sederhana yang terdiri dari 9 (sembilan) blok elemen yang dirangkai menjadi satu kesatuan. Elemen tersebut terdiri dari :

1. Customers Segmets. Ketika akan memulai bisnis model kanvas elemen ini yang pertama harus dimiliki yaitu dengan menetapkan bagian konsumen mana yang akan menjadi target utama dalam bisnis.
2. Value Proposition. *Value proposition* ini adalah patokan keunggulan pada produk, nilai-nilai yang didapat dari *value proposition* menghasilkan manfaat yang ditawarkan oleh perusahaan bagi konsumennya.
3. Channels. Dengan penggunaan channels yang baik dan tepat, dapat membantu dalam menyampaikan *value propositions* kepada customer segments. Jalan masuk bagi produsen dalam menjalankan hubungan dengan konsumen sangat terbantu dengan adanya channels baik menjangkau pelanggan dengan cara mendirikan jaringan dibawahnya maupun dengan cara sendiri.
4. Customers Relationship. Elemen ini merupakan elemen di mana perusahaan menjalin ikatan dengan pelanggannya. Pengamatan perlu dilakukan secara intensif dan ketat agar konsumen tidak mudah berpaling ke bisnis yang lain hanya karena jalinan hubungan yang kurang baik.
5. Revenue Streams. *Revenue stream* adalah bagian yang paling penting, di mana suatu usaha memperoleh pendapatan dari konsumen. Pada elemen ini harus dilakukan pengelolaan sebaik mungkin agar dapat meningkatkan pendapatan bisnis.
6. Key Resources. Key resource adalah penghalang dalam bisnis model kanvas yang biasa berisi rangkaian sumber daya yang sebaiknya direncanakan dan dimiliki oleh perusahaan agar dapat mewujudkan nilai proposional. Semua jenis sumber daya, berawal dari penataan sumber daya manusia, pengelolaan bahan baku dan penataan proses operasional menjadi perhatian dalam membuat model bisnis.
7. Key Activities. *Key activities* merupakan kegiatan atau aktivitas yang berhubungan dengan peningkatan bisnis yang berhubungan dengan produk, di mana kegiatan utamanya adalah untuk mendapatkan nilai yang sesuai.
8. Key Partnership. Elemen ini digunakan untuk pengorganisasian layanan dan aliran pada suatu barang. Posisi-posisi partner kunci yang dimiliki bermanfaat untuk efektivitas dan efisiensi dari key activities yang telah dibuat.
9. Cost Structure. *Cost Structure* atau yang biasa disebut pembiayaan bisnis berfungsi untuk mengelola biaya secara efisien akan membuat bisnis yang dijalani bisa meminimalkan risiko kerugian dan menjadi lebih hemat.

Richardson (2014) menguraikan bahwa model BMC pada dasarnya adalah sebuah pernyataan tentang sistem tertentu, yang digunakan untuk menggambarkannya yang menunjukkan gambaran dan arah dalam menterjemahkan Business model Canvas itu sendiri. Ada 2 (dua) yang paling tepat untuk dijadikan sebagai tolak ukur atau strategi bagi kaum milineal dalam berbisnis yaitu *Key Activities* dan *Customer Segmentation*. *Key Activities* merupakan aktivitas yang dijalankan atau bagian dari aktivitas bisnis sehingga bisnis tersebut memiliki nilai; yang berbeda dari pesaing sedangkan *Customer Segmentation* merupakan segmentasi konsumen dimana terjadi pembagian atau pengelompokan pasar agar konsumen menjadi tepat sasaran dan produk yang dipasarkan juga menjadi lebih tepat guna.

4. KESIMPULAN

- a. Ketika memulai bisnis, kaum milenial harus membuat perencanaan terlebih dahulu dalam hal permulaan bisnis dengan BMC dan harus memahami produk yang dibuat untuk di pasarkan ke segmentasi konsumen yang umum.
- b. Kaum milineal yang tidak memiliki keahlian dalam bidang design, mereka bisa memanfaatkan aplikasi sederhana yang ada. Contohnya : Canva, Capcut, VN, dan sebagainya.
- c. Kaum milineal harus memahami kemampuan diri mereka melalui platform bentuk-bentuk media pemasaran untuk memperkenalkan bisnis mereka.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Politeknik Jambi yang telah mendukung kegiatan pengabdian masyarakat oleh LP2M Politeknik Jambi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alexander Osterwalder and Yves Pigneur. 2010. *Business Model Canvas*. (T. Clark, Ed.). New Jersey: John Wiley and Sons, Inc.
- Alexander Osterwalder and Yves Pigneur. 2012. *Business Model Generation*. Jakarta: Penerbit PT Elex Media Komputindo.
- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Gunawan, F. G. 2016. *Perancangan Business Model Canvas sebagai Alternatif Strategi Bisnis Budidaya Ikan Gurame* (Studi kasus pada UKM Mitra Mina Desa Sridadi, Kecamatan Kalirejo, Lampung Tengah).
- Khairani, Makmun. 2014. *Psikologi Belajar*. Yogyakarta: Aswaja Presindo
- Hong Y Ching, Prof., Clemens Fauvel. 2013. *Criticism, Variaton, and Experience With Bussiness Model Canvas*. European Centre for Research Training and Development UK (www.ea-journals.org), European Journal of Agriculture and Forestry Research Vol.1. No.2, pp. 26-37, December 2013. Diakses pada tanggal 09 Desember 2022.
- Kristiani, Paulina. 2015. *Analisis Interdependensi Antara Value Chain dan Bussiness Model Pada Industri Pengolahan Makanan*. Jurnal Agora Volume 3 No.02. Diakses pada tanggal 08 Desember 2022.
- Neck, Heidi M., Christopher P. Neck, Emma L. Murray. 2017. *Entrepreneurship: The Practice and Mindset*. California, London, dan New Delhi: Sage Publication.
- S. Richardson. 2023. *Business Model Canvas and Strategy Map Fusion - Your Best Approach for Business Success*.

Wahyuni, Sri. 2021. *Strategi Model Bisnis Canvas (BMC) Bagi Pelaku Usaha Samarinda Dalam Upaya Pengembangan Brand Dan Digitalisasi Produk*. Jurnal Pustaka Mitra Volume 1 No.2 Hal: 81-86.