

PERMODELAN USAHA BUSINNES MODEL CANVAS

Penulis : 1. Dhea Ajeng Pradana (2113053277)
2. Jesicca Amelia Putri (2113053029)
3. Wahyu Ringgit Kuncoro (2113053254)
4. Zahara Ameliani Putri (2113053197)

Kelas : 3C
Kelompok : 8 (Delapan)
Mata Kuliah : Kewirausahaan
Program Studi : PGSD
Dosen Pengampu : 1. Dr. Sowiyah, M.Pd
2. Muhisom, M.Pd.I



PROGRAM STUDI PENDIDIKAN GURU SEKOLAH DASAR
JURUSAN ILMU PENDIDIKAN
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS LAMPUNG

2022

PRAKATA

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT. Yang Maha Esa atas segala rahmat-Nya sehingga makalah tentang “Permodelan Usaha Businnes Model Canvas” dapat tersusun hingga selesai. dengan tujuan memenuhi tugas Mata Kuliah Kewirausahaan. Tidak lupa kami juga mengucapkan banyak terimakasih kepada Ibu Dr. Sowiyah M.Pd. dan Bapak Muhsom M.Pd.I serta bantuan dari pihak yang telah berkontribusi dengan memberikan sumbangan baik materi maupun pikirannya.

Kami berharap kedepannya semoga makalah ini dapat menambah pengetahuan dan pengalaman bagi para pembaca. Kami menyadari makalah yang kami tulis ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kami sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari pembaca demi kesempurnaan makalah ini sehingga kedepannya kami dapat menyusun makalah-makalah lain dengan lebih baik. Semoga makalah ini bisa menambah wawasan para pembaca dan bisa bermanfaat untuk perkembangan dan peningkatan ilmu pengetahuan.

Metro, 17 Oktober 2022

Penyusun

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PRAKATA	ii
DAFTAR ISI.....	iii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	2
C. Tujuan.....	2
BAB II PEMBAHASAN	
A. Pengertian Model Usaha	4
B. Pengertian <i>Businiss Model Canvas</i> (BMC)	4
C. 9 Elemen <i>Businiss Model Canvas</i> (BMC)	5
D. Manfaat <i>Businiss Model Canvas</i> (BMC)	9
E. Fungsi <i>Businiss Model Canvas</i> (BMC)	9
F. Keuntungan membuat <i>Businiss Model Canvas</i> (BMC)	9
G. Perbedaan <i>Businiss Model Canvas</i> (BMC) dan <i>Businnes plan</i>	10
BAB III PROPOSAL	
A. Latar Belakang Usaha.....	11
B. Tujuan Usaha	11
C. Gambaran Usaha	12
D. Aspek pemasaran.....	12
E. Business Model Canvas Basreng	13
BAB III PENUTUP	
A. Kesimpulan	15
B. Saran	15
DAFTAR PUSTAKA	16

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam menjalankan sebuah bisnis tentunya kita memerlukan sebuah strategi, manajemen, maupun sistem yang dapat mempermudah orang-orang yang ada di dalamnya untuk bekerja secara maksimal, efektif, dan dapat mencapai goals yang dimiliki perusahaan. Kita dapat menerapkan business model canvas yang merupakan salah satu dari sekian model bisnis yang berkembang di dunia yang dapat kita gunakan. Model bisnis ini terbukti efektif dan sering diterapkan oleh beberapa pebisnis tanpa terbatas sektor usaha.

Berwirausaha tidak cukup hanya berbekal keyakinan, namun diperlukan perencanaan usaha (business plan). Menjalankan usaha khususnya usaha baru tidak mungkin tanpa ada rencana sebelumnya. Rencana harus ada betapa pun sederhananya secara tertulis. Perencanaan yang tidak tertulis pasti sudah ada dalam pikiran, yaitu suatu rekayasa secara sederhana tentang jawaban dari berbagai pertanyaan antara lain, usaha apa yang akan dibuka, mengapa memilih usaha tersebut, dimana lokasinya, siapa konsumennya, darimana sumber modal, dsb.

Cara wirausaha baru seperti ini cenderung melaksanakan kegiatan trial and error atau coba-coba. Seandainya gagal mereka akan beralih ke usaha yang lain. Model seperti ini banyak dijumpai dalam masyarakat bisnis kita (Yildirim, 2012). Business plan merupakan sarana sistematis dalam mempertajam ide bisnis. Dengan bantuan business plan, ide-ide bisnis akan lebih terencana dan sistematis. Melalui pendekatan-pendekatan standar business plan, akan diketahui siapa saja pasar atau konsumen potensial, bagaimana proses pemasarannya, serta bagaimana proses operasional dari bisnis yang sedang

dijalani. Dengan kata lain business plan merupakan dokumen tertulis yang harus direncanakan oleh pengusaha yang meliputi semua unsur yang relevan baik unsur eksternal dan internal dalam memulai usaha baru (Hisrich dan Peters, 2008).

Persaingan usaha yang sangat tinggi tentunya memacu semangat pelaku usaha atau wirausahawan untuk lebih meningkatkan produktivitas maupun sistem yang telah dimiliki. Persaingan bisnis semakin berat dan ketat, setiap perusahaan selalu dituntut untuk berkembang. Salah satu cara yang digunakan perusahaan atau pelaku usaha untuk dapat bersaing dan berkembang adalah menciptakan strategi-strategi yang baru. Namun strategi itu sendiri tidaklah cukup, perusahaan harus punya model bisnis yang kuat dan baik serta tepat pada perusahaan miliknya.

Business Model Canvas (BMC) memiliki keunggulan dalam analisis model bisnis yaitu mampu menggambarkan secara sederhana dan menyeluruh terhadap kondisi suatu perusahaan saat ini berdasarkan segmen konsumen, value yang ditawarkan, jalur penawaran nilai, hubungan dengan pelanggan, aliran pendapatan, aset vital, mitra kerja sama, serta struktur biaya yang dimiliki (Rainaldo et al., 2017). Oleh karena itu, makalah ini disusun dengan tujuan untuk mengetahui apa saja hal-hal yang perlu diperhatikan dalam membuat perencanaan usaha menggunakan *Business Model Canvas*.

B. Rumusan Masalah

1. Apa pengertian dari model usaha ?
2. Apa itu *Business Model Canvas* (BMC) ?
3. Bagaimana penjelasan dari 9 elemen BMC ?
4. Apa manfaat dari menggunakan *Business Model Canvas* ?
5. Apa Fungsi *Businiss Model Canvas* (BMC) ?
6. Apa keuntungan membuat *Businiss Model Canvas* (BMC)
7. Apa perbedaan *Businiss Model Canvas* (BMC) dan *Businnes plan*

C. Tujuan

1. Untuk mengetahui pengertian model usaha
2. Untuk mengetahui *Business Model Canvas* (BMC)
3. Untuk mengetahui penjelasan lebih rinci dari 9 elemen BMC
4. Untuk mengetahui manfaat *Business Model Canvas* (BMC)
5. Untuk mengetahui fungsi *Businiss Model Canvas* (BMC)
6. Untuk mengetahui keuntungan *Businiss Model Canvas* (BMC)
7. Untuk mengetahui perbedaan *Businiss Model Canvas* (BMC) dan *Businnes plan*

BAB II

PEMBAHASAN

A. Pengertian Model Usaha

Model usaha adalah suatu model yang menjelaskan dan menjabarkan bagaimana sebuah perusahaan dapat bergerak dan berkembang untuk memperoleh keuntungan. Menurut ahli, sebuah model atau gambaran suatu bisnis harus ada 3 karakteristik utama, yaitu sesuai dengan tujuan perusahaan, tangguh dan handal, dan mampu memperkuat model itu sendiri.

Replikasi, substitusi, ketidakfokusan terhadap pasar, dan terbacanya kekuatan model usaha yang digunakan oleh perusahaan dapat menjadi faktor penentu keberhasilan sebuah perusahaan. Dengan menyusun dan mendesain model, ada beberapa keuntungan yang bisa diperoleh, yaitu sebagai berikut.

1. Perusahaan mampu mengetahui kelemahan pesaing, sehingga bisa memanfaatkan peluang dan menutup celah tersebut.
2. Mampu mengubah pesaing menjadi sekutu (partner).
3. Membantu perusahaan untuk memperoleh informasi, sehingga memudahkan dalam evaluasi model yang didesain dan bisa bersaing dengan perusahaan lain.

Dengan membuat model usaha kita akan mendapatkan gambaran mengenai perusahaan startup yang kita rintis. Salah satu model usaha dengan metode yang mudah dan menghindarkan Anda dari business plan yang panjang dan rumit adalah bisnis model canvas (BMC).

B. Pengertian *Business Model Canvas* (BMC)

Konsep model bisnis mulai ramai dibicarakan sejak tahun 1990-an ketika internet mulai banyak membahas tentang konteks model bisnis dalam sebuah perusahaan dan bagaimana perubahan lingkungan bisnis. Konsep model bisnis

digunakan sebagai cara yang umum untuk menjelaskan bagaimana perusahaan berinteraksi dengan pemasok, mitra kerja, dan pelanggan, serta untuk menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai (Gunawan, 2016).

Bisnis Model Canvas sendiri adalah sebuah kerangka yang menjelaskan elemen-elemen bisnis dalam satu wadah. Bisnis Model Canvas memiliki bagan-bagan yang berisi pembahasan dari suatu bisnis, seperti produk, segmentasi konsumen, rancangan keuangan, dan kegiatan operasional. Secara sederhana, bisnis model canvas merupakan pemaparan hubungan antara bagian produksi, distributor, pemasaran, dan konsumen dalam satu bagan.

Dalam bukunya yang berjudul “Business Model Generation” membuat suatu kerangka business model yang berbentuk kanvas dan terdiri dari sembilan kotak yang saling berkaitan. Kotak-kotak ini berisikan elemen-elemen penting yang menggambarkan bagaimana organisasi menciptakan nilai dan mendapatkan manfaat dari para pelanggannya (Osterwalder & Pigneur, 2010).

Menurut penelitian Euis et al. (2014), Business Model Canvas (BMC) memiliki sembilan elemen penting dalam membantu mengidentifikasi model bisnis pada KNM Fish Farm dan membantu untuk mengidentifikasi elemen-elemen yang memerlukan perbaikan untuk membantu keberlangsungan usaha di masa depan. Bisnis model kanvas juga dapat digunakan sebagai alat untuk memberikan usulan rancangan model bisnis yang baru.

C. 9 Elemen *Business Model Canvas* (BMC)

1. Customer Segmen

Customer segmen merupakan jenis orang-orang yang menjadi target pasar. Dalam menentukan *segmentasi* pelanggan juga dapat dipilah berdasarkan perilaku, umur, profesi, penghasilan dan geografi dan lainnya. Ada beberapa jenis segmen pelanggan yang dapat kita targetkan:

- **Mass market.** Model bisnis yang lebih fokus pada pasar secara umum tidak membagi pelanggan menjadi segment. Melainkan, bisnis tersebut lebih fokus pada populasi atau pelanggan secara keseluruhan dengan kebutuhan yang sama. Misalnya sebuah produk handphone.
- **Niche market.** Bisnis ini lebih fokus pada orang-orang spesifik dengan kebutuhan yang unik. Dalam hal ini, nilai proporsi, pendistribusian media, dan hubungan pelanggan harus disesuaikan guna memenuhi kebutuhan pelanggan.
- **Segmented.** Disesuaikan dengan kebutuhan yang berbeda. Biasanya adalah kelompok yang berbeda dari segmen utamanya.
- **Diversified.** Dalam hal ini adalah pelanggan yang membutuhkan kebutuhan yang sangat berbeda.
- **Multi-sided market.** ini termasuk segmen pelanggan yang saling bergantung. Misalnya, perusahaan kartu kredit melayani pemegang kartu kredit mereka serta pedagang yang menerima kartu tersebut.

2. *Value Propositions*

Value Propositions merupakan satu keunikan yang menentukan mengapa produk atau jasa tersebut pantas dipilih oleh pelanggan. Hal ini memberi tawaran untuk memecahkan masalah pelanggan dan semaksimal mungkin memenuhi keinginan pelanggan. Jika kita menawarkan produk yang sudah ada dipasaran, maka penting untuk bisa menghadirkan atau memberikan sesuatu yang baru pada produk tersebut. Nilai tersebut akan mencakup jasa atau produk dan bagaimana perusahaan kamu ingin dilihat oleh calon pembeli.

3. *Channel*

Channel adalah sebuah elemen seperti komunikasi, distribusi dan saluran penjualan yang menyatakan bagaimana cara organisasi berkomunikasi dengan pelanggan segmennya dan menyampaikan value proposition-nya. Tujuannya untuk meningkatkan kesadaran dan sebagai media konversi penjualan untuk produk atau jasa kamu pada pelanggan. Pemilihan media

atau channels tersebut juga harus disesuaikan dengan segmen pelanggan. Channels ini nantinya juga berfungsi untuk membantu pelanggan membeli produk atau jasa hingga menawarkan dukungan setelah pembelian. Ada beberapa jenis channels yang bisa digunakan seperti:

- ***Owned channels*** seperti website perusahaan, situs media sosial, sales dan lainnya.
- ***Partner channels*** seperti situs website milik mitra, distribusi grosir, retail dan lainnya.
- ***Paid channels*** seperti *affiliate marketing*, *paid search*, iklan dan lainnya.

4. *Customer Relationship*

pembinaan hubungan dengan pelanggan, dengan tujuan untuk mendapatkan pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama. Ada beberapa jenis dari customer relationship seperti:

- ***Personal assistance***, dimana kamu akan berinteraksi dengan pelanggan secara personal atau melalui email, panggilan atau media yang lainnya.
- ***Dedicated personal assistance***, dimana kamu akan berinteraksi secara langsung pada pelanggan secara personal dengan mengirimkan perwakilan.
- ***Self-service***, pada bagian ini kamu tidak menjaga hubungan dengan pelanggan, namun tetap memberikan apa yang dibutuhkan oleh pelanggan.
- ***Automated service***, pada bagian ini pelanggan bisa mendapatkan pelayanannya sendiri melalui mesin otomatis.
- ***Communities***, merupakan komunitas online yang memungkinkan para pelanggan untuk saling membantu memecahkan masalah yang berkaitan dengan pelayanan atau produk yang ditawarkan.
- ***Co-creation***, dalam hal ini, perusahaan mempersilahkan pelanggan untuk terlibat dalam proses pembuatan produk.

5. *Revenue Streams*

Revenue Streams atau aliran dana masuk yang menggambarkan bagaimana organisasi memperoleh penghasilan berupa uang dari setiap customer

segments. Aliran dana inilah yang membuat sebuah perusahaan tetap hidup atau survive.

6. *Key Resources*

Key Resources menggambarkan aset-aset terpenting yang menentukan keberhasilan pengoperasian model bisnis, seperti bangunan, kendaraan, intelektual dan tenaga kerja.

7. *Key Activities*

Key Activities merupakan kegiatan utama yang menunjang keberhasilan suatu model bisnis dalam mengirimkan value propositions-nya kepada pelanggan. Aktivitas ini juga harus fokus untuk menentukan proposisi nilai, menjaga hubungan dengan pelanggan, menjangkau segmen pelanggan dan bisa menghasilkan pendapatan.

Ada 3 kategori dalam melakukan *key activities* ini, seperti

- ***Production***, yang berisi mendesain, membuat, hingga menyampaikan produk dengan jumlah yang signifikan dan kualitas yang tinggi.
- ***Problem-solving***, pada bagian ini kamu diharuskan untuk mencari solusi untuk masalah individu yang dihadapi pelanggan.
- ***Platform/ network***, pada bagian ini kamu harus membuat dan memelihara platform atau media yang digunakan.

8. *Key Partnership*

Key Partnership, suatu kesepakatan kerja sama bisnis yang diprakarsai secara sukarela antara dua atau lebih perusahaan untuk menyelesaikan proyek tertentu. Kerjasama ini dapat menimbulkan penghematan biaya, mengurangi resiko dan memperoleh sumber daya yang tidak dimiliki perusahaan.

9. *Cost Structure*

Cost Structure menggambarkan semua biaya yang muncul sebagai akibat dioperasikannya model bisnis ini guna mewujudkan value propositions melalui channel, key resource, key activities yang tepat dan dapat diandalkan.

D. Manfaat Utama dari *Business Model Canvas* (BMC)

1. Fokus

Satu hal yang paling dirasakan dengan membuat Business Model Canvas ini adalah mampu menajamkan fokus dan membuat kejelasan mengenai model bisnis yang diajukan, ketimbang membuat rencana bisnis yang tebalnya berhalaman – halaman.

2. Fleksibel

BMC sangat bermanfaat karena mudah untuk dimodifikasi dengan tetap memberi pandangan secara menyeluruh terhadap model bisnis

3. Transparansi

Sebagai pendiri beberapa bisnis, BMC seringkali digunakan untuk mengomunikasikan visi dan model bisnis kepada tim, dan dengan BMC tim menjadi lebih mudah mengerti apa model bisnis di perusahaan.

E. Fungsi *Business Model Canvas* (BMC)

- BMC membantu memberikan gambaran singkat tentang model bisnis dan tidak memiliki detail yang tidak perlu dibandingkan dengan rencana bisnis tradisional.
- Sifat visual dari Business Model Canvas membuatnya lebih mudah untuk dirujuk dan dipahami oleh siapa pun.
- Lebih mudah untuk mengedit dan dapat dengan mudah dibagikan dengan karyawan dan pemangku kepentingan.
- Business Model Canvas dapat digunakan oleh perusahaan besar maupun perusahaan rintisan hanya dengan beberapa karyawan.
- Ini menjelaskan bagaimana berbagai aspek bisnis terkait satu sama lain.
- Anda dapat menggunakan template BMC untuk memandu sesi berbagi dan diskusi pendapat tentang mendefinisikan model bisnis Anda secara efektif.

F. Keuntungan membuat *Business Model Canvas* (BMC)

1. Rancangan bisnis yang lebih praktis

Dibandingkan dengan menuliskan semua detail rencana bisnis, penggunaan BMC ini akan lebih memudahkan kita untuk memetakan atau membuat

rancangan bisnis. Kita hanya perlu menuliskan hal-hal penting yang nantinya membantu dalam pengembangan bisnis.

2. Fleksibilitas dalam memetakan bisnis jangka Panjang

Salah satu masalah yang banyak terjadi dengan cara perencanaan bisnis secara tradisional adalah hasilnya yang kurang akurat. Akan tetapi perencanaan tersebut akan mencakup tentang biaya secara rinci, rencana jangka panjang dan proyeksi pendapatan beberapa tahun kedepan. Dengan bantuan menggunakan business model canvas, memungkinkan kita untuk bisa menyusun perencanaan tersebut dengan lebih cepat dan akurat. Penggunaan bmc ini juga akan lebih memungkinkan kita agar lebih fleksibel dalam memetakan bisnis jangka panjang. Terutama untuk kondisi pandemi saat ini dimana pada pebisnis diminta untuk selalu beradaptasi dengan perkembangan dan perubahan yang dibutuhkan demi kemajuan bisnis.

3. BMC Memungkinkan untuk melakukan pivot sesuai dengan kebutuhan

Penggunaan bmc ini akan lebih memudahkan kamu untuk mengatur ulang rencana bisnis yang sudah disusun. Kita juga bisa selalu memperbaharui rencana tersebut kapanpun ketika dibutuhkan. Dalam kata lain, kita akan lebih mudah untuk mengubah beberapa komponen dalam bmc. Tujuannya sudah pasti untuk tetap beradaptasi dengan kondisi saat ini.

G. Perbedaan BMC dan Bisnis Plan

Perbedaan Bisnis Model Canvas dan Bisnis Plan ada pada fungsinya. Bisnis Model Canvas berfungsi untuk membantu bisnis memahami hubungan yang akan dijalin dengan pihak yang dituju. Di sisi lain, Bisnis Model Canvas bisa memetakan operasi perusahaan karena bentuknya sederhana, menyeluruh, dan lengkap.

Sedangkan Bisnis Plan, berfungsi untuk menyusun strategi dalam berbagai aspek dalam menjalankan bisnis. Oleh karena itu, bisnis plan memiliki berbagai aspek strategis yang dibahas secara detail seperti strategi pemasaran, analisis pasar, dan rancangan biaya.

BAB III

PROPOSAL KEWIRAUSAHAAN

A. Latar Belakang

Zaman sekarang ini, masyarakat cenderung memilih untuk mendapatkan sesuatu secara instant. Latar belakang menjalankan kegiatan usaha yang memproduksi olahan makanan seperti camilan memang tidak pernah ada habisnya dari jaman dahulu hingga sekarang. Camilan merupakan makanan ringan yang hampir setiap hari dicari oleh masyarakat untuk menemani waktu bersantai bersama keluarga tercinta mereka maupun bersama rekan terdekat mereka. Usaha camilan memang masih terbuka lebar karena menjalankan camilan memiliki kelebihan yaitu selalu ramai dicari oleh konsumen. Basreng dipilih untuk lahan bisnis karena basreng saat ini sedang naik daun dan banyak dicari oleh masyarakat mulai dari kalangan anak-anak hingga kalangan dewasa. Basreng ini terbelang camilan yang sangat unik yaitu dengan menggunakan bakso sapi dan disajikan dengan berbagai macam rasa yang berbeda-beda.

B. Tujuan Usaha

1. Melatih kemandirian dan menumbuhkan semangat jiwa kewirausahaan.
2. Memasarkan produk hasil olahan kepada berbagai kalangan khususnya mahasiswa dan memenuhi kebutuhan konsumen
3. Memperkenalkan jualan kami agar mengetahui bahwa produk bakso goreng ini mempunyai nilai cita rasa yang tinggi.

C. Gambaran Umum Usaha

Nama Produk : Basreng (Bakso Goreng)

Jenis Produk : Makanan

Nama Toko : Ngebasreng kuy

Pemilik : Kelompok

Contoh Foto Produk



D. Aspek Pemasaran

1. Lingkungan Pemasaran

Sasaran pembeli usaha yang kami jalankan yaitu mencakup semua masyarakat secara umum, baik itu anak kecil, remaja, maupun dewasa. Dengan memberikan harga yang relatif murah, produk cemilan BASRENG bisa dibeli oleh siapapun dan menggunakan bahan makanan yang aman oleh kesehatan. Untuk pemasaran BASRENG ini adalah dengan cara menawarkan kepada teman-teman kampus B PGSD FKIP UNILA.

2. Strategi Pemasaran

Penjualan secara langsung atau dari mulut ke mulut (Word of Mouth) Melakukan penjualan langsung, menitipkan di toko-toko, supaya basreng dari usaha kami lebih dikenal oleh masyarakat, maka kami memberikan nama yang unik untuk label basreng usaha kami. Selain itu, kami juga melakukan promosi melalui media sosial seperti instagram, whatsapp, dll. Cara ini cukup efektif karena banyak orang yang menggunakan media sosial dalam kesehariannya. Cukup dengan memberikan informasi produk usaha secara lengkap dan didesain menggunakan kata-kata yang menarik, maka diharapkan bisa mendapatkan banyak pelanggan tentunya.

E. Business Model Canvas (BMC) Usaha Basreng

1. Customer Segments

Customer Segments dalam usaha kami yaitu semua masyarakat secara umum, baik itu anak kecil, remaja, maupun dewasa terutama di lingkungan kampus PGSD FKIP Universitas Lampung.

2. Value Proposition

Value Proposition dalam usaha basreng kami yaitu dikemas dengan kemasan yang menarik serta mudah untuk dibawa kemana-mana Selain itu juga, basreng ini memiliki cita rasa yang cukup unik dengan harga yang relatif terjangkau.

3. Channel

Penjualan secara langsung atau dari mulut ke mulut (Word of Mouth) Melakukan penjualan langsung, menitipkan di toko-toko. Selain itu, kami juga melakukan promosi melalui media sosial seperti instagram, whatsapp, dsb.

4. Customer Relationship

Pada penjualan basreng pada “Ngebasreng Kuy”, terdapat diskon setiap pembelian diatas 15 bungkus.

5. Revenue Streams

Pada bisnis Ngebasreng Kuy, produk yang memberikan penghasilan hanyalah penjualan basreng saja.

6. Key Resouces

Key Resouces bisnis ini adalah berupa produk basreng, plastic kemasan dan label nama produk.

7. Key Activities

Dalam bisnis ini, kunci kegiatan dalam penjualan basreng adalah dengan tetap mempertahankan cita rasa basreng dan menciptakan kemasan yang lebih menarik lagi serta mudah untuk dibawa kemana-mana.

8. *Key Partnership*

Usaha kami ini *Key Partnership* nya adalah dari *supplier* basreng.

9. *Cost Structure*

Biaya yang perlu dikeluarkan pada bisnis Ngebasreng Kuy adalah biaya modal membeli basreng, plastic kemasan dan label nama produk.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Business Model Canvas ini memiliki keunggulan sehingga dapat memudahkan wirausahawan untuk memproyeksikan usahanya agar lebih jelas dan terarah. Usaha penjualan basreng yang menjadi contoh dalam penerapan Business Model Canvas ini menjadi lebih terarah dan jelas. Oleh karena itu dalam pembuatan Business Model Canvas memiliki 9 komponen penting diantaranya Customer Segment, Value Propositions, Channel, Customer Relationship, Revenue Streams, Key Activities, Key Partnership, Key Resources dan Cost Structure yang perlu diperhatikan dan disusun dengan jelas agar membantu kelancaran usaha. BMC disarankan untuk diterapkan baik saat memulai rancangan usaha maupun untuk memperbaiki usaha yang sudah ada namun lebih disarankan untuk menggunakan BMC sedari menyusun rancangan usaha agar hasil yang dicapai maksimal.

B. Saran

Dalam berwirausaha harus memperhatikan segala aspek baik maupun buruk dari suatu produk. Wirausahawan harus mampu menghadapi berbagai resiko, namun hal itu dapat diatasi dengan semangat, kerja keras, tekun, ulet, dan tidak putus asa yang menjadi dasar untuk seorang wirausahawan agar terus berkaya, berkreativitas dengan jalan dan usaha yang dijalankannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Putri, E.P. (2019). Makalah Kewirausahaan Ide Bisnis.*Studocu.com*.
<https://www.studocu.com/id/document/universitas-brawijaya/bisnis-internasional/makalah-kewirausahaan-ide-bisnis/10104898>. (diakses pada Sabtu, 03 September 2022).
- Endah, D. Pengenalan Business Model Canvas—BMC.
- Maulida, A. R., & Haryanto, A. G. (2020). Studi perencanaan Usaha keripik kaca menggunakan business model canvas. *Journal of Food and Culinary*, 3(1), 36-44.
- Chaerunnisa. (2020). Pengertian, Elemen dan Cara Membuat Bisnis Model Canvas yang Benar. *lifepal.co.id*

NOTULEN KEWIRAUSAHAAN KELOMPOK 8

KELOMPOK 8

Moderator : Dhea Ajeng Pradana (2113053277)

Notulen : Wahyu Ringgit Kuncoro (2113053254)

Jessica Amelia Putri (2113053029)

Zahara Ameliani Putri (2113053197)

SESI TANYA JAWAB

1. Farhan Iqbal Pratama (2113053196)

Apa yang akan terjadi apabila suatu usaha atau perusahaan tidak membuat BMC?

Apakah usaha tersebut akan tetap berjalan dengan baik atau tidak?

Jawab : Wahyu Ringgit Kuncoro (2113053254)

Apabila suatu perusahaan tidak membuat bmc sebenarnya akan tetap berjalan dengan baik apabila suatu perusahaan mampu untuk mengelola nya dengan baik,, baik mengelola sdm ataupun yang lainnya. Karena dengan membuat BMC ini diharapkan pelaku bisnis dapat meluhat gambaran mengenai ide bisnisnya dan rencana realisasu dengan cepat. Selain itu,, dengan membuat BMC seorang pengusaha juga dapat melihat apakah perencanaan bisnis nya tersebut menguntungkan jika dilanjutkan atau lebih baik dihentikan. Untuk membantu pengusaha menggambarkan strategi untuj membangun bisnisnya dengan menggunakan 9 elemen dari bmc.

2. Niken Azzahra (2113053032)

Apa yang harus dilakukan oleh seorang wirausaha yang menggunakan Business Model Canvas BMC untuk merencanakan usahanya?Dan apakah perusahaan perlu fokus pada elemen yang paling penting dahulu untuk memberikan dampak besar serta mendorong pertumbuhan perusahaan?

Jawab : Wahyu Ringgit Kuncoro (2113053254)

Bisnis Model Canvas adalah sebuah strategi dalam manajemen berupa visual chart yang terdiri dari 9 elemen. Strategi ini disusun dengan tujuan untuk menjabarkan ide dan konsep sebuah bisnis ke dalam bentuk visual.

9 elemen bisnis model canvas tersebut adalah:

- 1 customer segments
- 2 value proposition
- 3 channels
- 4 revenue streams
- 5 key resource
- 6 customer relationship
- 7 key activities
- 8 key partnership
- 9 cost structure

Dan perusahaan perlu fokus terlebih dahulu pada elemen yg penting

3. Irmanda Frahani (2113053124)

apakah terdapat kelemahan dalam BMC? Apabila iya bagaimana cara meminimalisir terjadinya kelemahan tersebut

Jawab : Zahara Ameliani Putri (2113053197)

Dalam bmc tentunya juga memiliki beberapa kelemahan dalam penerapannya, diantaranya yaitu :

1. Tidak dapat mengakomodir bisnis yang berada pada tahap pengembangan yang sangat awal
2. Adanya asumsi resiko kerugian dalam model bisnis tanpa cara yang jelas untuk memverifikasinya
3. Fokus pada bentuk akhir (hasil) bisnis model canvas tanpa menentukan strategi (proses) untuk mencapai hasil tersebut.

Lalu cara mengatasi kelemahan tersebut adalah dengan mengakomodasi bisnis dari tahap awal dengan teliti dan mengurangi asumsi akan adanya kerugian dalam

menerapkan model bisnis bmc tanpa membuat alasan yang jelas dan tetap fokus pada strategi dalam mencapai keberhasilan

4. Yessi Desmatala Sari (2113053101)

Menurut pemateri apakah seluruh wirausahawan harus membuat atau memiliki kemampuan untuk melakukan business model canvas? Tolong jelaskan

Jawab : Dhea Ajeng Pradana (2113053277)

Jawabannya iya harus, karena dalam arus globalisasi yang cukup deras ini peningkatan teknologi sangat pesat sehingga usaha yang kita mumpuni harus menyeimbangkan dengan hal itu, dan business model canvas ini sangat membantu untuk menarik perhatian konsumen, apalagi sekarang ini banyak orang menggunakan dan melakukan usaha dalam bentuk online.

5. Miftahu Rahman (2113053092)

Salah satu keuntungan membuat BMC yaitu BMC memungkinkan untuk melakukan pivot sesuai dengan kebutuhan. Pertanyaannya apa yang dimaksud dengan melakukan pivot sesuai dengan kebutuhan tersebut dan tolong berikan contohnya?

Jawab : Jessica Ameliani Putri (2113053029)

pivot merupakan strategi yang bisa dilakukan untuk menyelamatkan perusahaanmu.

Saat melakukan pivot, pada dasarnya perusahaanmu memulai dari awal lagi.

Contoh Pivot Bisnis

Ketika sebuah perusahaan telah melakukan survei pasar dan menemukan bahwa pekerjaan yang dilakukannya saat ini tidak dapat memenuhi permintaan pasar yang diharapkan dan secara fundamental mengubah bisnisnya, disinal pivot bisnis biasanya terjadi.

Grup Sinarmas yang dulu hanya memfokuskan diri pada pulp dan kertas, agribisnis dan makanan, jasa keuangan dan bidang lainnya. Sekarang lebih fokus pada produksi masker karena produk tersebut saat ini paling populer. Selain Sinarmas, Martha Tilaar yang biasa memproduksi kosmetik pun memilih ikut serta dalam produksi hand sanitizer.

Selain perusahaan besar, terdapat juga kedai kopi yang dulunya menjual kopi, namun kini juga menjual berbagai kebutuhan pangan, seperti buah dan sayur segar. Banyak perusahaan serupa juga lebih memilih menutup toko dan mengaktifkan sistem pesan antar dengan menjual kopi yang dikemas dalam bungkus resmi.

6. Annisa Salsabina Rahmadhani (2113053014)

Apa kelebihan dalam menggunakan BMC dalam merencanakan strategi bisnis?

Jawab : Jessica Ameliani Putri (2113053029)

Kelebihan dalam menggunakan BMC dalam merencanakan strategis bisnis adalah seorang pebisnis akan mendapatkkan gambaran lebih lengkap tentang bisnis yang sedang dijalankannya. Metode ini juga mampu menyorot aspek yang kurang penting sehingga bisa dihilangkan keberadaannya. BMC mampu mempertajam gambaran aspek yang penting untuk meningkatkan bisnis. Model BMC ini membantu memberikan gambaran singkat mengenai model bisnis dan tidak memiliki detail yang tidak perlu dibandingkan dengan rencana bisnis tradisional. Selain itu BMC ini akan lebih mudah untuk membantu memvisualisasikan ide atau konsep bisnis yang sedang kita lakukan. Hal ini banyak digunakan karena kemudahan dalam proses pembuatannya yang lebih ringkas dan mudah untuk dipahami.

7. Annisa Nathania (2153053040)

Customer segmen apakah dipengaruhi oleh lingkungan tempat berwirausaha ?

Jawab : Dhea Ajeng Pradana (2113053277)

Iya, customer segmen sendiri adalah sebuah strategi pemasaran yang mengelompokkan target pasar berdasarkan karakteristik yang sama untuk dikelola secara efektif dan tepat agar mencapai tujuan bisnis yang telah ditetapkan. Tujuan dari segmentasi ini adalah untuk mengenali pelanggan yang berharga, mengenali peluang up-selling dan cross selling, dan memahami kebutuhan setiap kelompok pelanggan untuk membangun hubungan yang lebih baik. Customer segmen dibagi menjadi beberapa jenis, salah satunya adalah segmentasi geografis. Lokasi tempat tinggal pelanggan, kondisi lingkungan didekat tempat kita membangun

sebuah usaha atau kondisi iklim disekitar juga dapat mempengaruhi dalam menentukan sebuah customer segmen. Contohnya seperti, kita bertempat tinggal dilokasi yang dekat dengan kampus dan sekolah. Dari sini, ide bisnis yang dapat kita kembangkan adalah dengan membuka warteg atau took kelontong. Keduanya sangatlah dibutuhkan oleh para mahasiswa dan para pelajar yang ingin makan dan membeli barang kebutuhan sehari-hari dengan biaya yang cenderung murah di kantong mereka.