



Pendampingan Pengembangan Model Bisnis Mahasiswa Dengan Business Model Canvas (BMC)

Mentoring Student Business Model Development with Business Model Canvas (BMC)

Erick Karunia^{1*}, Nursia², Roni Padliansyah³, Suryaningsih⁴, Deni Marsha⁵ Nurul Hidayat⁶, Nizhammuddin A.B⁷, Syahran⁸, Ahmad juliana⁹, Sudarto¹⁰

¹⁻¹⁰Fakultas Ekonomi, Universitas Borneo Tarakan

Korespondensi penulis: erickkarunia3@gmail.com

Article History:

Diterima: 10 November 2025;

Direvisi: 20 November 2025;

Disetujui: 28 November 2025;

Tersedia Online: 3 Desember 2025;

Diterbitkan: 8 Desember 2025.

Keywords: Business Model Canvas; Business Model Development; Mentoring, Community Service

Abstract: This Community Service Program was carried out to enhance students' abilities in designing and developing business models using the Business Model Canvas (BMC). The program was implemented through several stages, including the introduction of entrepreneurial concepts, training on the preparation of business models, intensive mentoring sessions, and final presentations of the developed business plans. The participants consisted of students who have an interest in entrepreneurship and were in the early stages of formulating their business ideas. Throughout the mentoring process, students were guided to identify customer segments, formulate value propositions, determine marketing channels and customer relationship strategies, and structure cost components and revenue streams. The results of the program indicate an improvement in students' understanding and skills in applying the BMC framework in a comprehensive and practical manner. Students were able to organize their business ideas more systematically and became more prepared to proceed to market validation and initial implementation. This program contributes to strengthening the entrepreneurial mindset in higher education and supports the role of universities as facilitators in developing student-led business initiatives.

Abstrak.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam merancang dan mengembangkan model bisnis melalui penggunaan Business Model Canvas (BMC). Kegiatan dilaksanakan melalui tahapan sosialisasi konsep, pelatihan penyusunan model bisnis, pendampingan intensif, hingga presentasi hasil rancangan usaha. Peserta berasal dari mahasiswa yang memiliki minat berwirausaha dan sedang berada pada tahap awal pengembangan ide bisnis. Melalui pendampingan, mahasiswa diarahkan untuk mengidentifikasi segmen pelanggan, merumuskan proposisi nilai, menentukan strategi pemasaran, serta menyusun struktur biaya dan sumber pendapatan secara terukur. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan mahasiswa dalam menyusun BMC secara komprehensif dan aplikatif. Mahasiswa mampu mengelola ide bisnis secara lebih terstruktur dan siap untuk melanjutkan ke tahap uji pasar maupun implementasi usaha. Kegiatan ini berkontribusi dalam mendorong tumbuhnya jiwa kewirausahaan di lingkungan perguruan tinggi dan memperkuat peran kampus sebagai fasilitator pengembangan usaha mahasiswa.

Kata kunci: Business Model Canvas; pengembangan bisnis; pendampingan; peserta; kewirausahaan

1. LATAR BELAKANG

Kewirausahaan merupakan salah satu penggerak utama pembangunan ekonomi nasional karena berperan dalam menciptakan lapangan kerja baru serta meningkatkan produktivitas masyarakat (Ratten, 2021; World Bank, 2020). Pemerintah Indonesia juga menekankan pentingnya penguatan kewirausahaan melalui pengembangan UMKM sebagai tulang punggung perekonomian nasional, yang berkontribusi lebih dari 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja (Statistik, 2021). Pada sektor pendidikan tinggi, kebijakan Merdeka Belajar–Kampus Merdeka (MBKM) bertujuan menumbuhkan jiwa kewirausahaan mahasiswa agar dapat bertransformasi dari pencari kerja menjadi pencipta lapangan kerja berbasis inovasi dan teknologi (Direktorat Pembelajaran dan Kemahasiswaan, 2024). Namun demikian, perguruan tinggi masih menghadapi tantangan rendahnya kemampuan mahasiswa dalam mengembangkan ide kreatif menjadi model bisnis yang terstruktur dan siap diimplementasikan. Banyak mahasiswa kesulitan menjelaskan proses penciptaan nilai (value creation), sumber pendapatan (revenue stream), serta pengelolaan sumber daya dan aktivitas utama secara berkelanjutan. Padahal, kerangka Business Model Canvas yang diperkenalkan oleh Osterwalder & Pigneur (2010) telah banyak digunakan sebagai alat pengembangan model bisnis yang komprehensif, namun efektivitas penerapannya dalam program pembelajaran kewirausahaan masih perlu ditingkatkan. Akibatnya, ide bisnis mahasiswa seringkali berhenti pada tahap konseptual tanpa berkembang menjadi usaha nyata yang berdaya saing.

Kondisi ini menunjukkan adanya kebutuhan mendesak akan pendekatan pembelajaran kewirausahaan yang lebih aplikatif dan berbasis pengalaman (experiential learning). Menurut Neck & Greene (2011), pendidikan kewirausahaan yang efektif harus melibatkan peserta secara aktif dalam proses berpikir, mendesain, dan menguji model bisnis mereka melalui pendekatan yang interaktif dan reflektif. Salah satu pendekatan yang terbukti efektif untuk tujuan tersebut adalah penggunaan Business Model Canvas (BMC).

BMC merupakan alat manajerial yang dirancang oleh Osterwalder & Pigneur (2010) untuk membantu pengusaha menggambarkan, merancang, dan mengembangkan model bisnis secara visual melalui sembilan komponen utama, yaitu: customer segments, value propositions, channels, customer relationships, revenue streams, key resources, key activities, key partnerships, dan cost structure. Dengan menggunakan BMC, peserta dapat

memahami hubungan antar komponen bisnis secara sistematis, mengidentifikasi potensi nilai tambah, serta mengevaluasi kelayakan ide usaha secara praktis (Joyce & Paquin, 2016).

Selain itu, penggunaan BMC juga sejalan dengan paradigma lean startup yang menekankan pentingnya eksperimen cepat, pembelajaran pelanggan, dan validasi hipotesis bisnis (Ries, 2011). Pendekatan ini sangat relevan bagi peserta yang sedang dalam tahap awal pengembangan ide usaha karena memungkinkan mereka untuk belajar dari kesalahan tanpa risiko finansial yang besar.

Di lingkungan Universitas Borneo Tarakan (UBT), kegiatan kewirausahaan telah mulai digalakkan melalui mata kuliah Kewirausahaan dan kegiatan Program Kreativitas Peserta bidang Kewirausahaan (PKM-K). Namun, hasil observasi awal menunjukkan bahwa sebagian besar peserta masih menghadapi kesulitan dalam menyusun model bisnis yang koheren dan menarik bagi calon investor atau mitra usaha. Oleh karena itu, kegiatan pendampingan ini dirancang untuk memberikan pelatihan dan bimbingan langsung dalam penggunaan BMC sebagai alat bantu penyusunan model bisnis peserta. Melalui kegiatan ini, peserta diharapkan tidak hanya memahami teori kewirausahaan, tetapi juga mampu menerapkannya dalam praktik nyata dengan mengembangkan model bisnis yang inovatif, berorientasi pasar, dan memiliki potensi untuk diimplementasikan secara riil di lingkungan kampus maupun masyarakat.

Dengan demikian, kegiatan pendampingan pengembangan model bisnis menggunakan BMC ini menjadi bentuk nyata kontribusi perguruan tinggi dalam memperkuat ekosistem kewirausahaan berbasis kampus (entrepreneurial university), serta mendukung agenda nasional dalam mencetak generasi muda yang kreatif, mandiri, dan berdaya saing tinggi di era ekonomi digital.

2. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif dan berbasis praktik (experiential learning), di mana peserta terlibat langsung dalam proses identifikasi ide bisnis, perancangan model bisnis, diskusi, dan validasi konsep menggunakan Business Model Canvas (BMC).

Metode pelaksanaan terdiri dari tiga tahapan utama: (1) Persiapan, (2) Pelaksanaan, dan (3) Evaluasi dan Tindak Lanjut, yang dijelaskan sebagai berikut.

Tahap Persiapan

Pada tahap ini, tim pelaksana melakukan beberapa kegiatan pendukung agar pelaksanaan berjalan efektif:

- A. Koordinasi dengan Program Studi Manajemen untuk menentukan peserta yang ditargetkan, yaitu peserta yang sedang menempuh mata kuliah Kewirausahaan dan Manajemen Strategik.
- B. Penjaringan minat dan ide bisnis awal peserta melalui formulir singkat untuk memetakan gagasan yang akan dikembangkan.
- C. Penyusunan modul pelatihan BMC, yang meliputi penjelasan sembilan blok BMC, contoh implementasi pada bisnis rintisan, dan lembar kerja kanvas.
- D. Penjadwalan kegiatan serta penyiapan tempat pelaksanaan (Laboratorium Kewirausahaan/Co-Working Space Fakultas Ekonomi).

Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan pendampingan berlangsung selama dua hari dengan struktur kegiatan sebagai berikut:

Hari	Kegiatan	Bentuk Aktivitas	Output yang Diharapkan
1	Pengenalan <i>Business Model Canvas</i>	Pemaparan teori, diskusi, dan contoh studi kasus	Peserta memahami 9 elemen BMC dan mampu mengidentifikasi peluang bisnis
1	Identifikasi Ide dan Nilai Tambah (<i>Value Proposition</i>)	Brainstorming kelompok dengan panduan mentor	Masing-masing kelompok menetapkan segmen pelanggan dan proposisi nilai
2	Penyusunan BMC Berdasarkan Ide Usaha	Penyelesaian <i>worksheet</i> BMC secara kolaboratif	Terbentuknya rancangan model bisnis utuh dalam format BMC
2	Presentasi dan Umpan Balik	Presentasi kelompok, diskusi, dan revisi terarah	Model bisnis diperbaiki berdasarkan saran mentor dan peserta lain

Selama proses penyusunan BMC, tim pelaksana berperan sebagai fasilitator dan mentor, memberikan pendampingan langsung terkait:

- A. Ketepatan segmentasi pasar
- B. Relevansi proposisi nilai dengan kebutuhan pelanggan

- C. Kelayakan sumber daya dan struktur biaya
- D. Potensi keberlanjutan bisnis dalam konteks lokal dan digital

Alat dan Media Pembelajaran

Kegiatan menggunakan beberapa media pendukung:

- A. Lembar Kanvas BMC ukuran A1 untuk kerja kelompok (visual mapping)
- B. Spidol dan sticky notes untuk proses design thinking
- C. Slide presentasi dan video ilustrasi contoh bisnis startup
- D. Modul digital yang dibagikan melalui Google Classroom

Evaluasi Kegiatan

Evaluasi dilakukan melalui dua metode:

- A. Pre-test dan Post-test

Dilakukan untuk mengukur peningkatan pengetahuan peserta terkait konsep BMC dan model bisnis.

- B. Penilaian Produk BMC

Setiap kelompok dinilai berdasarkan indikator:

Kejelasan segmen pelanggan

Keunikan proposisi nilai

Konsistensi hubungan antar elemen

Kelayakan implementasi jangka pendek

Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan kemampuan peserta dalam menyusun model bisnis yang lebih terstruktur dan realistik.

Tindak Lanjut

Sebagai bentuk keberlanjutan program, dibentuk Komunitas Peserta Wirausaha yang akan:

Meneruskan pengembangan ide menjadi prototype atau usaha awal (startup entry)

Mempersiapkan peserta untuk mengikuti kompetisi PKM-K, KMI Expo, dan Inkubasi Bisnis Kampus

Melakukan mentoring lanjutan setiap bulan bersama dosen pembina dan pelaku UMKM mitra

3. HASIL

Kegiatan pendampingan dilaksanakan selama satu bulan dengan empat tahap utama yaitu: pelatihan konsep dasar BMC, penyusunan draft awal model bisnis, validasi pasar,

dan finalisasi model bisnis peserta. Partisipasi peserta pada setiap sesi terbilang aktif, ditunjukkan dengan banyaknya interaksi, diskusi, dan antusiasme dalam merancang ide usaha masing-masing.

Setiap sesi kegiatan diawali dengan penyampaian materi secara interaktif, kemudian dilanjutkan dengan mentoring session untuk memastikan peserta benar-benar memahami dan mampu menerapkan konsep BMC dalam konteks usaha yang mereka rancang.

Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pendampingan dilakukan secara tatap muka di ruang pertemuan dengan fasilitas yang mendukung dan suasana yang kondusif. Kegiatan dimulai dengan pemaparan materi pengantar mengenai konsep Business Model Canvas (BMC), diikuti dengan diskusi interaktif antara pemateri dan peserta.

Pada sesi awal, pemateri menyampaikan konsep dasar model bisnis dan pentingnya memahami sembilan elemen BMC sebelum masuk pada tahap perencanaan usaha. Peserta terlihat memperhatikan dengan seksama, melakukan pencatatan, serta aktif menjawab pertanyaan yang diajukan.



(Foto: memberikan penjelasan tentang BMC dan pentingnya strategi model bisnis dalam memulai kegiatan usaha)

Pendampingan dan Diskusi Kelompok

Setelah sesi penyampaian materi, kegiatan dilanjutkan dengan pendampingan langsung dalam bentuk mentoring kepada masing-masing peserta.



(Foto: Pemateri mendampingi Peserta dalam penyusunan BMC secara langsung pada perangkat kerja masing-masing peserta)

Pada tahap ini, Peserta mulai menyusun draft BMC berdasarkan ide usaha yang mereka miliki. Pendamping memberikan arahan terkait:

Penetapan segmen pelanggan yang spesifik,

Formulasi nilai unik (value proposition),

Penentuan strategi saluran pemasaran (termasuk digital marketing),

Serta proyeksi pendapatan dan biaya.

Interaksi pada sesi ini berlangsung aktif. Banyak peserta mengajukan pertanyaan terkait perumusan target pasar dan strategi promosi, terutama yang relevan dengan pelaku usaha pemula.

Kolaborasi dan Presentasi Hasil Penyusunan BMC

Di akhir kegiatan, masing-masing peserta menyampaikan model bisnis yang telah disusun dalam bentuk presentasi singkat. Kegiatan ini bertujuan untuk melatih kemampuan komunikasi bisnis, mempertajam argumentasi model usaha, serta mendapatkan masukan dari pendamping maupun peserta lainnya.



(Foto: Peserta menyampaikan hasil rancangan Business Model Canvas di hadapan peserta lain dan pendamping kegiatan)

Sesi ini menampilkan berbagai ide kreatif, seperti:

Usaha kuliner lokal berbasis identitas daerah,

Produk kerajinan kreatif,

Jasa layanan digital,

Dan inovasi berbasis komunitas kampus.

Beberapa peserta melakukan revisi terhadap elemen customer relationship dan channel setelah mendapatkan kritik konstruktif dari narasumber.

Dokumentasi Foto Bersama

Sebagai penutup kegiatan, dilakukan sesi foto bersama untuk menandai keberhasilan pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini.



(Foto: Seluruh peserta dan pendamping berfoto bersama setelah kegiatan pendampingan selesai)

Interpretasi dari Hasil Pelaksanaan

Berdasarkan pengamatan selama kegiatan:

Peserta memiliki minat dan potensi kewirausahaan yang tinggi.

Pendampingan berbasis BMC terbukti membantu peserta memetakan ide usaha dengan lebih terstruktur.

Diskusi tatap muka mempercepat proses pemahaman dan evaluasi ide bisnis.

Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya memberikan pengetahuan konseptual, tetapi juga keterampilan praktis dalam membangun model bisnis yang dapat diterapkan secara langsung.

4. KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dengan tema Pendampingan Pengembangan Model Bisnis menggunakan Business Model Canvas (BMC) telah memberikan dampak positif bagi peserta, khususnya dalam peningkatan pemahaman dan keterampilan dalam merancang model bisnis yang terstruktur. Melalui proses sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan, Peserta tidak hanya memahami konsep setiap blok dalam BMC, tetapi juga mampu menganalisis ide usaha mereka secara lebih sistematis. Hal ini terlihat dari kemampuan peserta dalam mengidentifikasi proposisi nilai, target pelanggan, strategi pemasaran, hingga perencanaan dasar struktur biaya dan sumber pendapatan.

Kegiatan ini menunjukkan bahwa Peserta memiliki potensi kuat untuk mengembangkan ide bisnis yang kreatif dan relevan dengan kebutuhan pasar, hanya saja diperlukan panduan dan ruang pembelajaran yang terarah. Dengan adanya pendampingan ini, peserta menjadi lebih percaya diri dalam merumuskan gagasan usaha dan siap untuk melangkah ke tahap validasi pasar maupun implementasi awal. Program seperti ini juga selaras dengan visi perguruan tinggi dalam menciptakan lulusan yang berjiwa kewirausahaan, adaptif, dan mampu menciptakan peluang, bukan hanya mencari pekerjaan.

Ke depan, kegiatan pendampingan kewirausahaan seperti ini perlu terus dilanjutkan dan dikembangkan menjadi program berkelanjutan, baik melalui inkubasi bisnis, mentoring lanjutan, dukungan akses pendanaan, maupun kolaborasi dengan pelaku usaha dan pemerintah daerah. Peserta diharapkan tetap mengembangkan model bisnis yang

telah disusun, melakukan evaluasi berkala, dan terbuka terhadap perubahan sesuai dinamika pasar. Perguruan tinggi diharapkan memperkuat ekosistem kewirausahaan di lingkungan kampus, sedangkan mitra eksternal dapat memberikan dukungan nyata dalam bentuk kerja sama, pembiayaan, dan fasilitasi pengembangan usaha peserta.

DAFTAR REFERENSI

- Blank, S., & Dorf, B. (2020). *The startup owner's manual: The step-by-step guide for building a great company*. John Wiley & Sons.
- Brown, T. (2008). Design thinking. *Harvard Business Review*, 86(6), 84.
- Chesbrough, H., & Rosenbloom, R. S. (2002). The role of the business model in capturing value from innovation: evidence from Xerox Corporation's technology spin-off companies. *Industrial and Corporate Change*, 11(3), 529–555.
- Clauss, T. (2017). Measuring business model innovation: conceptualization, scale development, and proof of performance. *R&d Management*, 47(3), 385–403.
- Direktorat Pembelajaran dan Kemahasiswaan. (2024). *Panduan Merdeka Belajar-Kampus Merdeka 2024*.
- Drucker, P. F. (1986). *Innovation and entrepreneurship: practice and principles*. Harper & Row.
- Fayolle, A., & Gailly, B. (2015). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention: Hysteresis and persistence. *Journal of Small Business Management*, 53(1), 75–93.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2017). *Entrepreneurship* (10th Edition). McGraw-Hill.
- Joyce, A., & Paquin, R. L. (2016). The triple layered business model canvas: A tool to design more sustainable business models. *Journal of Cleaner Production*, 135, 1474–1486.
- Morris, M. H., Kuratko, D. F., & Cornwall, J. R. (2013). *Entrepreneurship programs and the modern university*. Edward Elgar Publishing.
- Neck, H. M., & Greene, P. G. (2011). Entrepreneurship education: known worlds and new frontiers. *Journal of Small Business Management*, 49(1), 55–70.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers*. John Wiley & Sons.
- Ratten, V. (2021). COVID-19 and public policy and entrepreneurship: future research directions. *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*, 10(3), 445–454.
- Ries, E. (2011). *The lean startup: How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses*. Crown Currency.
- SOLESvIk, M. Z. (2019). Entrepreneurial competencies and intentions: The role of higher education. *Forum Scientiae Oeconomia*, 7(1), 9–23.
- Statistik, B. P. (2021). Usaha mikro kecil. *Diambil Dari Https://Www. Bps. Go. Id/Subject/35/Usaha-Mikrokecil. Html# SubjekViewTab1 Pada Tanggal*, 16.
- Teece, D. J. (2010). Business models, business strategy and innovation. *Long Range Planning*, 43(2–3), 172–194.
- World Bank. (2020). *Indonesia Economic Prospects: The Long Road to Recovery*. www.worldbank.org/id

