



PELATIHAN *BUSINESS MODEL CANVAS* UNTUK GENERASI Z: LANGKAH AWAL MENUJU KESUKSESAN BISNIS

Oleh

Gusti Ayu Mahanavami¹, Ida Bagus Ngurah Wimpascima², Wiryawan Suputra Gumi³, I Wayan Tantra⁴, Nyoman Parta⁵**1,2,3,4,5 STIMI Handayani, Denpasar, Indonesia****E-mail: [1gustiayumahanavami@gmail.com](mailto:gustiayumahanavami@gmail.com)**

Article History:*Received: 04-02-2024**Revised: 11-12-2024**Accepted: 07-01-2025***Keywords:***Bisnis, Bisnis Model Kanvas, Generasi Z*

Abstract: *Generasi Z, yang terdiri dari individu yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an, adalah generasi yang tumbuh di tengah kemajuan teknologi digital yang pesat. Tujuan dari pengabdian adalah untuk memberikan pemahaman dan keterampilan kepada Generasi Z mengenai konsep Business Model Canvas serta langkah-langkah awal dalam memulai bisnis. Metode pengabdian kepada masyarakat ini berupa pelatihan secara online kepada mahasiswa yang termasuk dalam kategori Generasi Z. Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini melatih peningkatan pengetahuan dan pemahaman mereka tentang konsep bisnis model kanvas, serta mengembangkan keterampilan praktis dalam mengidentifikasi elemen-elemen kunci dari bisnis model kanvas, merancang model bisnis yang berkelanjutan, dan juga mengidentifikasi peluang bisnis baru.*

PENDAHULUAN

Generasi Z, yang terdiri dari individu yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an, adalah generasi yang tumbuh di tengah kemajuan teknologi digital yang pesat. Mereka merupakan bagian integral dari masyarakat yang semakin terhubung dan berorientasi pada teknologi. Dalam konteks ini, banyak dari Generasi Z memiliki minat yang kuat dalam kewirausahaan dan memulai bisnis mereka sendiri. Meskipun memiliki semangat dan potensi, Generasi Z sering kali menghadapi tantangan dalam memahami dan mengimplementasikan konsep bisnis yang kokoh untuk mengelola dan mengembangkan usaha mereka.

Salah satu alasan utama di balik tantangan ini adalah kurangnya pemahaman mereka tentang kerangka kerja bisnis yang efektif, seperti Model Bisnis. Berdasarkan berbagai pendapat ahli, model bisnis dapat disimpulkan sebagai kerangka atau strategi yang menggambarkan bagaimana sebuah organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai, baik bagi pelanggannya maupun bagi keberlanjutan organisasi itu sendiri. Model bisnis mencakup deskripsi tentang bagaimana suatu organisasi beroperasi dan mencapai tujuannya melalui aktivitas-aktivitas yang berfokus pada penawaran nilai unik dan strategi distribusi yang efektif (Osterwalder & Pigneur, 2010; Massa et al., 2017; Landry, 2020).

Salah satu bentuk model bisnis adalah *Business Model Canvas* yang dikenalkan oleh



Osterwalder & Pigneur, 2010, yaitu alat manajemen strategis yang memungkinkan pemilik bisnis untuk merancang, mengevaluasi, dan mengoptimalkan model bisnis mereka. Namun, Generasi Z sering kali kurang akses terhadap pelatihan dan pendidikan formal terkait dengan konsep ini, sehingga menghambat kemampuan mereka untuk merencanakan dan mengelola bisnis mereka dengan efisien.

Selain itu, perubahan cepat dalam dinamika pasar dan teknologi memperumit lebih lanjut tantangan ini. Generasi Z membutuhkan pemahaman yang kuat tentang bagaimana mengidentifikasi peluang pasar, mengelola risiko, dan beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis.

Oleh karena itu, pelatihan yang menyeluruh dan terstruktur mengenai *Business Model Canvas* akan menjadi langkah awal yang krusial bagi Generasi Z dalam mempersiapkan diri mereka untuk meraih kesuksesan bisnis. Dengan pemahaman yang kuat tentang konsep ini, Generasi Z akan mampu merancang model bisnis yang inovatif, tangguh, dan berkelanjutan, sehingga memungkinkan mereka untuk bersaing secara efektif di pasar yang berubah-ubah saat ini.

METODE

Pengabdian ini dilakukan secara *online* kepada mahasiswa khususnya generasi Z. Beberapa metode yang digunakan dalam pelatihan ini yaitu:

1. Pemaparan Teori: penyampaian teori dasar tentang *Business Model Canvas* melalui presentasi. Materi dapat mencakup konsep dasar *Business Model Canvas*, elemen-elemen yang terlibat, contoh *Business Model Canvas* yang sukses, dan strategi untuk menerapkan konsep ini dalam konteks bisnis nyata.

2. Studi Kasus: Melalui studi kasus, peserta akan belajar dari contoh bisnis yang telah menerapkan *Business Model Canvas* dengan sukses. Studi kasus dapat membantu peserta memahami bagaimana konsep *Business Model Canvas* diterapkan dalam praktik, serta mengevaluasi keberhasilan dan tantangan yang dihadapi oleh berbagai bisnis.

3. Pertanyaan dan Jawaban: Metode ini melibatkan sesi tanya jawab di mana peserta dapat mengajukan pertanyaan tentang konsep *Business Model Canvas* atau aplikasinya dalam situasi bisnis tertentu.

4. Latihan Praktis: Peserta diberi latihan praktis untuk menerapkan konsep *Business Model Canvas* dalam konteks bisnis mereka sendiri atau dalam studi kasus yang disediakan. Latihan ini dapat mencakup pengembangan model bisnis baru, identifikasi peluang bisnis, dan pengembangan rencana bisnis.

Dengan menggunakan berbagai metode ini secara kombinasi, pelatihan ini dapat menjadi pengalaman yang interaktif, informatif, dan bermanfaat bagi Generasi Z dalam memahami dan menerapkan konsep *Business Model Canvas* dalam perjalanan mereka menuju kesuksesan bisnis.

HASIL

Pelatihan difokuskan pada sembilan elemen *Business Model Canvas*, yaitu:

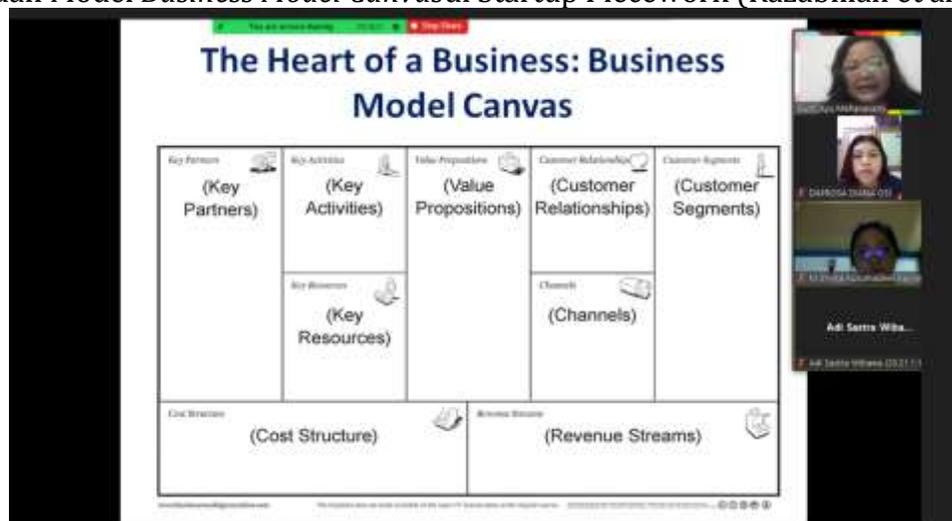
1. *Customer Segments* (Segmentasi Pelanggan), kelompok target pelanggan yang akan dilayani oleh bisnis. Penting untuk memahami siapa pelanggan yang menjadi fokus utama dan bagaimana karakteristik mereka.
2. *Value Propositions* (Proposisi Nilai), nilai atau manfaat unik yang ditawarkan bisnis kepada



pelanggan, yang membuat produk atau layanan berbeda dan lebih menarik dibandingkan dengan pesaing.

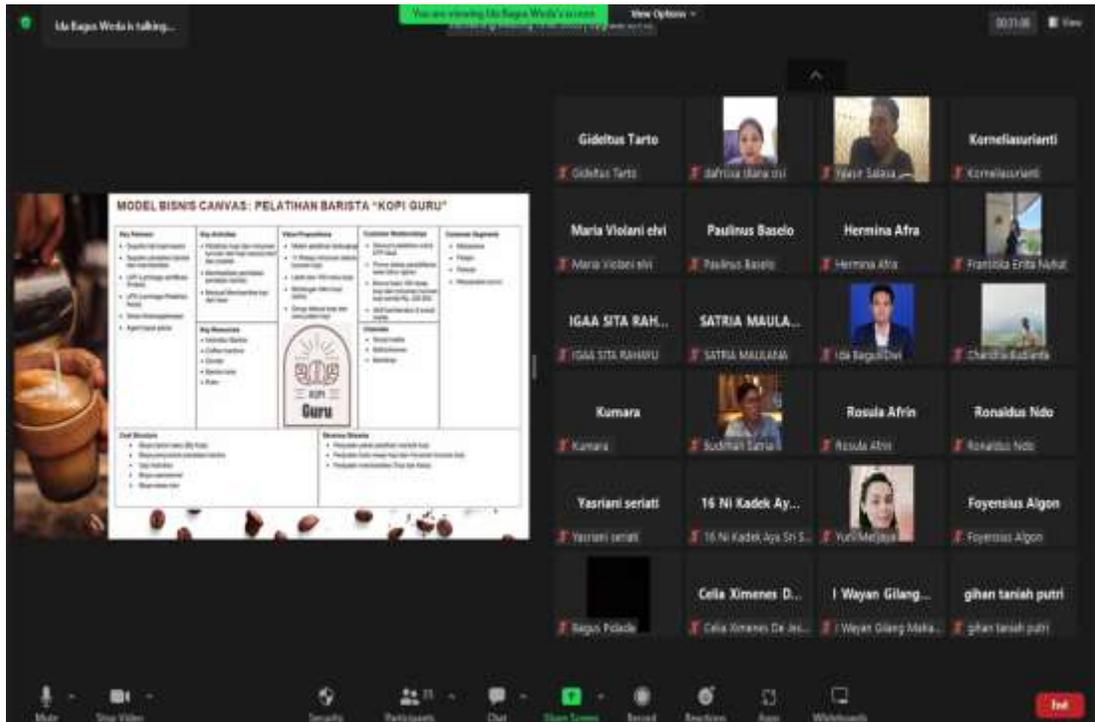
3. *Channels* (Saluran Distribusi), cara bisnis menjangkau pelanggan dan menyampaikan proposisi nilai. Ini mencakup saluran distribusi fisik atau digital seperti toko, situs web, aplikasi, dan media sosial.
4. *Customer Relationships* (Hubungan Pelanggan), jenis hubungan yang dibangun dengan pelanggan, misalnya, melalui layanan pelanggan, personalisasi, atau otomatisasi. Ini membantu membangun loyalitas dan keterikatan pelanggan.
5. *Revenue Streams* (Arus Pendapatan), sumber pendapatan bisnis dari pelanggan, seperti penjualan langsung, langganan, komisi, atau model freemium.
6. *Key Resources* (Sumber Daya Utama), aset penting yang dimiliki atau dikuasai oleh bisnis untuk menjalankan operasional dan menyampaikan proposisi nilai, seperti tenaga kerja, modal, teknologi, dan bahan baku.
7. *Key Activities* (Aktivitas Utama), aktivitas inti yang harus dilakukan untuk menghasilkan proposisi nilai, mencapai pelanggan, dan mempertahankan operasional. Ini bisa meliputi produksi, pemasaran, dan distribusi.
8. *Key Partnerships* (Kemitraan Kunci), hubungan atau kerjasama dengan pihak eksternal yang membantu bisnis dalam menciptakan nilai atau mengurangi risiko, seperti pemasok, distributor, atau mitra strategis.
9. *Cost Structure* (Struktur Biaya), komponen biaya utama yang harus ditanggung untuk menjalankan bisnis, seperti biaya produksi, pemasaran, operasional, dan gaji.

Pemaparan teori tentang pengertian dan elemen-elemen dalam *Business Model Canvas* beserta contoh penerapannya diperoleh dari berbagai hasil penelitian, seperti *Business Model Canvas* Bagi UMKM Moii Foods (Natallia et al., 2022), Analisis *Business Model Canvas* Usaha Mikro Kecil Menengah Toko Jif Bandung, Indonesia (Aliwinoto et al., 2022) dan *Lean Canvas* dan Model *Business Model Canvas* di Startup Piecework (Razabillah et al., 2023).

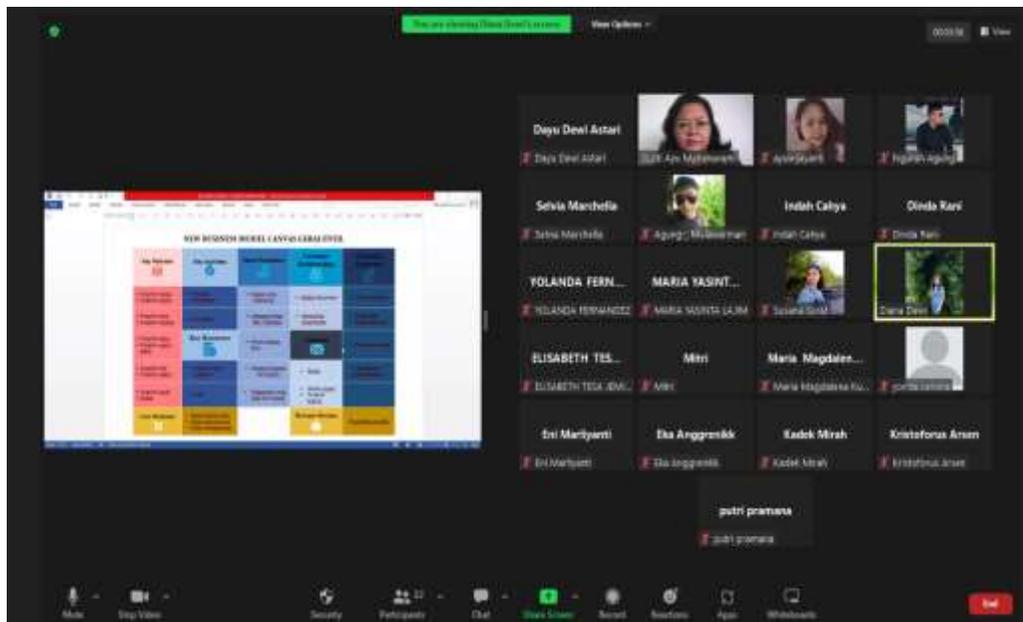


Gambar 1: Pemaparan teori Sembilan Elemen dalam Bisnis Model Kanvas

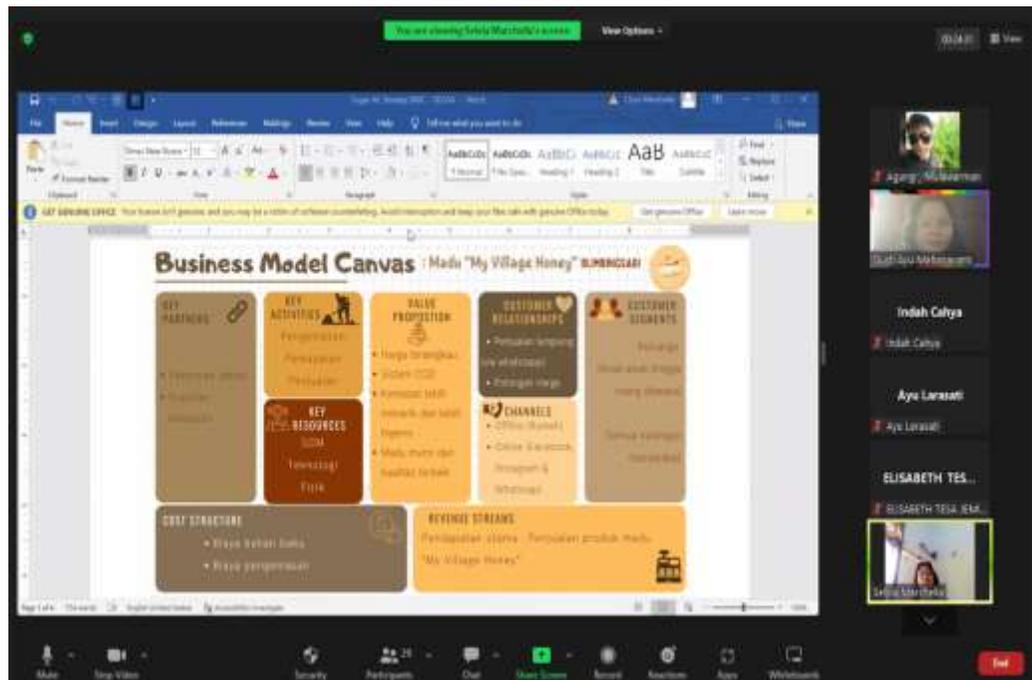
Setelah pemaparan teori, peserta dibagi menjadi beberapa kelompok untuk membuat *Business Model Canvas* versi mereka, kemudian mereka mempresentasikan *Business Model Canvas* yang sudah mereka buat dilanjutkan dengan diskusi dan tanya jawab mengenai *Business Model Canvas* yang dibuat.



Gambar 2: Presentasi *Business Model Canvas* oleh kelompok 1



Gambar 2: Presentasi *Business Model Canvas* oleh kelompok 2



Gambar 3: Presentasi *Business Model Canvas* oleh kelompok 3

Sebagai penutup, pelatihan *Business Model Canvas* untuk Generasi Z ini diharapkan dapat menjadi langkah awal yang kokoh dalam membekali generasi muda dengan pemahaman dasar mengenai perencanaan bisnis yang terstruktur. Dengan menguasai konsep *Business Model Canvas*, peserta diharapkan mampu mengembangkan ide-ide kreatif mereka menjadi model bisnis yang lebih terarah, berkelanjutan, dan siap bersaing di dunia usaha.

KESIMPULAN

Pelatihan tentang *Business Model Canvas* bagi mahasiswa memberikan pemahaman mendalam tentang struktur bisnis, mengajarkan pendekatan sistematis dalam pengembangan bisnis, mendorong kreativitas dan inovasi, serta mengasah keterampilan kolaborasi. Mahasiswa belajar pentingnya pengujian dan validasi ide bisnis, mempersiapkan diri untuk dunia kerja dan kewirausahaan, serta mengembangkan pola pikir bisnis yang komprehensif. Secara keseluruhan, pelatihan ini membantu mahasiswa mengembangkan keterampilan analitis, strategis, dan praktis yang diperlukan untuk sukses dalam bisnis. Erisi deskripsi tentang kesimpulan hasil pengabdian masyarakat dalam bentuk refleksi teoritis dan rekomendasi.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Aliwinoto, C., Hedyani, M., & Malinda, M. Analisis Business Model Canvas Usaha Mikro Kecil Menengah Toko Jif Bandung, Indonesia. In Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK) (Vol. 1, pp. 173-182), (2022, April).
- [2] Landry, L. Business Model Innovation: What It Is and Why It's Important. Northeastern University. <https://www.northeastern.edu/graduate/blog/implementing-business-modelinnovation/>. (2020).
- [3] Massa, L., Tucci, C. L., & Afuah, A. A Critical Assessment of Business Model Research.



-
- Academy of Management Annals, 11(1), (2017): 73-104.
<https://doi.org/10.5465/annals.2014.0072>.
- [4] Natallia, D., Susanti, L. W., Herisen, H., & Malind, M. Business Model Canvas
- [5] Bagi Umkm Moii Foods. In Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK) (Vol. 1, pp. 154-160). (2022, April).
- [6] Osterwalder, A., & Pigneur, Y. Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. John Wiley and Sons. (2010).
- [7] Razabillah, N., Junaedi, S. R. P., Daeli, O. P. M., & Arasid, N. S. Lean Canvas and the
- [8] Business Model Canvas Model in Startup Piecework. *Startupreneur Business Digital (SABDA Journal)*, 2(1), (2023): 72-85.