

Penguatan Strategi Bisnis dan Product Branding melalui Analisis Bussines Model Canvas pada Usaha Mahasiswa Universitas Negeri Semarang

Strengthening Business Strategy and Product Branding through Business Model Canvas Analysis in Student Businesses at Universitas Negeri Semarang

^{1*)}Prasetyo Listiaji, ¹⁾Hendra Febriyanto, ²⁾Abdul Jabbar, ¹⁾Norma Eralita,
¹⁾Tiara Dwi Wulandari, ¹⁾Bunaya Hanif Wintribrata, ¹⁾Zuraida Anissa Azfa,
¹⁾Lila Harisma Putri, ²⁾Cintiya Egi Purwadi

¹⁾Pendidikan IPA, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam,
²⁾Ilmu Lingkungan, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam,
Universitas Negeri Semarang

*Corresponding author: p.listiaji@mail.unnes.ac.id

DOI:

[10.30595/jppm.v9i3.27893](https://doi.org/10.30595/jppm.v9i3.27893)

Histori Artikel:

Diajukan:
21/08/2025

Diterima:
04/11/2025

Diterbitkan:
05/11/2025

Abstrak

Indonesia terus meningkatkan pertumbuhan wirausaha baru. Salah satu upaya pemerintah adalah pada jenjang perkuliahan dengan menyisipkan mata kuliah kewirausahaan di setiap program studi, termasuk rumpun IPA Universitas Negeri Semarang. Mahasiswa yang terdiri dari Program Studi Pendidikan IPA dan Ilmu Lingkungan banyak menginovasikan produk kreatif. Akan tetapi, hingga saat ini produk tersebut terkendala dengan permasalahan dalam menentukan value produk, target konsumen, dan pemasaran. Berdasarkan permasalahan dilakukan pengabdian kewirausahaan berupa workshop dan pendampingan dengan tujuan untuk meningkatkan strategi bisnis mahasiswa melalui pelatihan menyusun Bussines Model Canvas (BMC) dan menganalisis produk, dan menciptakan product branding. Metode yang digunakan adalah dengan workshop dan pendampingan. Berdasarkan hasil pengabdian, workshop dapat meningkatkan pengetahuan mahasiswa sebagai peserta dalam menyusun Bussines Model Canvas (BMC) meliputi pelatihan menyusun BMC, menyusun dan menganalisis produk, dan menciptakan product branding untuk meningkatkan penjualan produk. Selain itu, para mitra berhasil mendapatkan izin berwirausaha (NIB) dan membuat video profil usaha. Kesimpulannya pengabdian kewirausahaan dapat menguatkan strategi bisnis dan product branding pada mahasiswa Universitas Negeri Semarang.

Kata kunci: Strategi Bisnis; Bussines Model Canvas; Product Branding; Wirausaha Mahasiswa



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Abstract

Indonesia continues to increase the growth of new entrepreneurs. One of the government's efforts is at the lecture level by inserting entrepreneurship courses in each study program, including the science clump at Universitas Negeri Semarang. Students from science education and environmental science study programs have innovated many creative products. However, until now these products have been constrained by problems in determining product value, target consumers, and marketing. Based on the problem, entrepreneurship service is carried out in the form of workshops and mentoring with the aim of improving student business strategies through training in compiling Bussines Model Canvas (BMC) and analyzing products, and creating Product Branding. The method used is workshops and mentoring. Based on the results of the service, the workshop can increase the knowledge of students as participants in compiling the Bussines Model Canvas (BMC) including training in compiling BMC, compiling and analyzing products, and creating Product Branding to increase product sales. In addition, the partners managed to get an entrepreneurial license (NIB) and make a business profile video. In conclusion, entrepreneurship service can strengthen business strategies and product branding in Universitas Negeri Semarang.

Keywords: *Business Strategy; Bussines Model Canvas; Product Branding; Student Entrepreneurship*

Pendahuluan

Kewirausahaan merupakan bidang yang cukup diminati oleh generasi muda saat ini. Hal ini dibuktikan dengan beberapa tahun terakhir jumlah wirausaha di Indonesia terus mengalami peningkatan dengan rentang umur pelaku usaha 18-64 tahun. Data Global Entrepreneurship Monitor (GEM) mencatat jumlah rasio wirausaha di Indonesia mencapai 3,74%, tetapi jumlah ini masih tergolong jauh jika dibandingkan dengan negara lain seperti Singapura 8,76%, dan Malaysia 4,5%. Menurut Badan Pusat Statistik (2020) negara yang tergolong maju salah satu kriterianya adalah rasio jumlah wirausahanya mencapai 4%.

Indonesia terus meningkatkan pertumbuhan wirausaha baru sebagai langkah menuju negara maju dengan menargetkan penambahan 1 juta wirausaha baru di tahun 2024. Salah satu faktor yang mempengaruhi rendahnya minat berwirausaha di Indonesia adalah mentalitas menghindari risiko dan berusaha mencari keamanan finansial (Darmawan, 2021). Dunia Pendidikan

menjadi salah satu komponen yang mendukung untuk mendorong terciptanya wirausaha di Indonesia. Pemerintah bekerjasama dengan perguruan tinggi terus melaksanakan kegiatan inkubator bisnis dan melahirkan wirausaha baru yang terdidik melalui berbagai upaya, antara lain (a) memasukkan mata kuliah kewirausahaan pada semua program studi, (b) mengembangkan program Belajar Bekerja Terpadu yang mendorong mahasiswa terjun langsung pada dunia kerja atau usaha, (c) Melaksanakan kerja sama dengan UMKM lokal, dan (d) Pengelolaan Koperasi Mahasiswa (Kusawara, 2007). Pengembangan kewirausahaan diharapkan mampu mempercepat pencapaian tumbuhnya wirausaha yang mandiri, berkarakter kreatif dan inovatif (Malik & Mulyono, 2017).

Peluang generasi muda untuk menjadi wirausaha dan mengakses segala bentuk fasilitas semakin mudah dan terbuka lebar. Banyak produk-produk baru yang muncul hasil inovasi mahasiswa dalam bidang kewirausahaan. Mata kuliah

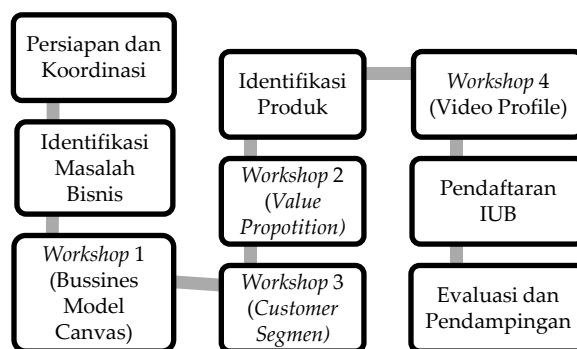
kewirausahaan cukup mampu untuk membentuk wirausaha baru di lingkungan perguruan tinggi, tak terkecuali di Rumpun IPA Terpadu UNNES. Mahasiswa Rumpun IPA Terpadu yang terdiri dari Prodi Pendidikan IPA dan Prodi Ilmu Lingkungan banyak yang mendirikan usaha dan membuat produk hasil dari luaran mata kuliah kewirausahaan. Beberapa diantaranya adalah 1) *Eddible Bowl*, 2) *Leopard Gecko*, 3) *LKPB Bimbel Online*, 4) *Buneco Sabun Eco-Enzym* dan 5) *Cerose Bliss Deodorant Spray*. Lima usaha mahasiswa tersebut masih berjalan hingga sekarang, dan salah satunya pernah mendapatkan pendanaan dari Program Kreativitas Mahasiswa (PKM).

Sebagai seorang wirausaha tentunya banyak tantangan yang harus dihadapi oleh mahasiswa yang baru terjun dalam dunia bisnis. Permasalahan yang dihadapi adalah pemasaran produk, menentukan keunikan dan nilai produk, menentukan target konsumen, membangun hubungan dengan konsumen, serta bagaimana membuat produk menjadi lebih dikenal oleh konsumen. Berdasarkan permasalahan dilakukan pengabdian kewirausahaan berupa workshop dan pendampingan dengan tujuan untuk meningkatkan strategi bisnis mahasiswa melalui pelatihan menyusun *Bussines Model Canvas* (BMC) dan menganalisis produk, dan menciptakan *Product Branding* untuk meningkatkan penjualan produk.

Metode

Kegiatan ini merupakan pengabdian kewirausahaan yang dilaksanakan pada 5 Mei 2024 di Universitas Negeri Semarang. Bentuk

kegiatan ini berupa *workshop* dan pendampingan kewirausahaan yang ditujukan kepada mahasiswa Mata Kuliah Kewirausahaan Program Studi Pendidikan IPA dan Ilmu Lingkungan Universitas Negeri Semarang. Pelaksanaan *workshop* kewirausahaan terdiri dari beberapa tahapan yaitu persiapan dan koordinasi; identifikasi masalah; pelaksanaan *workshop*; pendaftaran IUB; serta evaluasi dan pendampingan. Alur metode *workshop* kewirausahaan dapat dilihat pada **Gambar 1**.



Gambar 1. Alur Metode Pengabdian Kewirausahaan

Tahap pertama adalah persiapan dan koordinasi bersama tim penelitian sebelum melakukan kegiatan. Tahap ini dilakukan agar kegiatan *workshop* dan pendampingan berjalan lancar tanpa kendala serta dapat mencapai tujuan yang diharapkan. Tahap kedua adalah mengidentifikasi masalah bisnis dengan angket kuisioner. Hasil pengisian angket tersebut kemudian dianalisis untuk mendapatkan poin-poin permasalahan. Tahap ketiga adalah pelaksanaan *workshop* kewirausahaan dengan materi terkait *Bussines Model Canvas*, *Identifikasi Produk*, *Value Propotition*, *Customer Segmen*, dan *Video Profile*. Tahap keempat adalah melakukan pendaftaran IUB untuk 5 produk wirausaha. Adapun tahap terakhir

adalah mengevaluasi berjalannya kegiatan *workshop* wirausaha dan melakukan pendampingan pada mahasiswa pelaku wirausaha.

Hasil dan Pembahasan

Perkembangan teknologi, akses pemasaran yang semakin beragam, dan persaingan bisnis yang semakin kompetitif menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha. Usaha akan mampu bertahan dan bersaing jika cara penguatan identitas produk (*Product Branding*) dan inovasi serta kreativitas dalam mengenalkan produknya baik. Produk yang dihasilkan oleh mahasiswa pada umumnya masih sangat lemah dalam aspek *product branding* sehingga produk akan sulit untuk dipasarkan. Kecenderungan mahasiswa hanya fokus pada inovasi produk, tetapi mengabaikan strategi bisnis yang tepat untuk penjualan dan pemasaran produk. Usaha mahasiswa yang menjadi mitra adalah produk dari hasil mata kuliah kewirausahaan dan produk hasil pendanaan Program Kreativitas Mahasiswa Kewirausahaan (PKM-K) di Prodi Pendidikan IPA dan Prodi Ilmu Lingkungan.

Berdasarkan hasil kuisioner yang dibagikan kepada 5 *tenant* usaha yang dijalankan mahasiswa, diperoleh fakta bahwa usaha yang dijalankan masih terkendala dalam hal strategi bisnis. Masalah yang dialami meliputi kendala dalam hal produksi, penguatan profil atau *branding* produk, menggali nilai produk, masalah pemasaran dan juga sasaran konsumen. Usaha mahasiswa belum mampu mengerucutkan segmen pasar atau konsumen yang menjadi sasaran utama penjualan. Hal ini menyebabkan produk akan sulit untuk dijual dan paling

parah dapat menyebabkan *discontinue* produk. Produk usaha juga belum *ter-branding* dengan baik. Penggunaan kemasan yang tidak sesuai dan kurang menarik. Strategi bisnis secara fungsional berorientasi pada fungsi kegiatan manajemen yang meliputi pemasaran, produksi, operasional, distribusi dan keuangan (Herfita, *et al.*, 2017).

Strategi Bisnis dengan menggunakan analisis *Bussines Model Canvas* serta penguatan *product branding* merupakan langkah yang tepat untuk mengatasi berbagai permasalahan bisnis. *Bussines Model Canvas* merupakan sebuah instrumen yang terdiri dari sembilan elemen dan menggambarkan sebuah kondisi bisnis suatu perusahaan berdasarkan segmen konsumen, *value propotion*, *customer relationship*, *chanel*, mitra yang membantu dalam mengelola usaha, sumber daya usaha, serta pendanaan dan struktur biaya yang digunakan dalam sebuah usaha (Rainaldo, *et al.*, 2017). *Bussines Model Canvas* bisa dijadikan alat strategi bisnis untuk memperkuat konsep, pelanggan, infrastruktur, target pelanggan, dan keuangan Perusahaan (Dewi, *et al.*, 2022). Gambaran usaha dapat lebih terstruktur dengan menyusun *Bussines Model Canvas* dengan tepat. *Product Branding* akan menentukan kemana dan dimana produk usaha akan dipasarkan (Pradana, *et al.*, 2021). Solusi permasalahan usaha mahasiswa mengenai produksi, menentukan segmen konsumen, pemasaran produk akan lebih mudah untuk diatasi. Mahasiswa akan diberi pelatihan untuk Menyusun *Bussines Model Canvas* sehingga permasalahan yang dihadapi dapat teratasi, dapat dilihat pada **Gambar 2.**



Gambar 2. Dokumentasi Kegiatan *Workshop* (a) Penyampaian materi izin usaha, (b) Penyampaian materi BMC (c) Praktik identifikasi usaha, (d) Pemaparan hasil praktik

Pada kegiatan pengabdian ini, pelatihan menyusun *Bussines Model Canvas* disajikan dalam bentuk *workshop* dan pendampingan. Pendampingan dilakukan secara intensif terhadap setiap rencana kegiatan untuk memastikan pelaksanaan kegiatan sesuai dengan rencana (Darsono, et al., 2023). Para *tenant* menyusun strategi bisnis berdasarkan permasalahan yang diidentifikasi. Hasil identifikasi masalah tersebut disusun pemecahannya melalui metode analisis *Bussines Model Canvas*. Selanjutnya untuk memperkuat nilai dari produk usaha tersebut, dilakukan analisis dan penguatan pada *product branding* yang meliputi pembuatan logo, penentuan penggunaan warna, membuat *tagline* hingga rekomendasi *packaging*. Analisis bisnis melalui identifikasi *Business Model Canvas* ini dapat memberikan pilihan pengembangan strategi bisnis yang tepat (Wijaya, 2019).

Kegiatan *workshop* dilakukan untuk menyampaikan materi terkait strategi bisnis. Beberapa materi yang

disampaikan tersebut diantaranya 1) analisis produk wirausaha mulai dari keunggulan, manfaat, dan membandingkan dengan produk yang sudah ada melalui elemen *value propotion* pada *Bussines Model Canvas*. 2) menganalisis produk mulai dari kemasan, warna yang digunakan, logo, *tagline*, tampilan produk. 3) membuat analisis peta konsumen sesuai dengan data pembeli selama ini melalui elemen *customer segment* pada *Bussines Model Canvas*. 4) menentukan hubungan yang dibangun dengan konsumen sesuai kebutuhan melalui elemen *customer relationship* pada *Bussines Model Canvas*. 5) menyusun penggunaan media pemasaran efektif melalui analisis *chanel* pada *Bussines Model Canvas* dan membuat konten produk menarik. Serta 6) mendaftarkan usaha hingga memperoleh IUB.

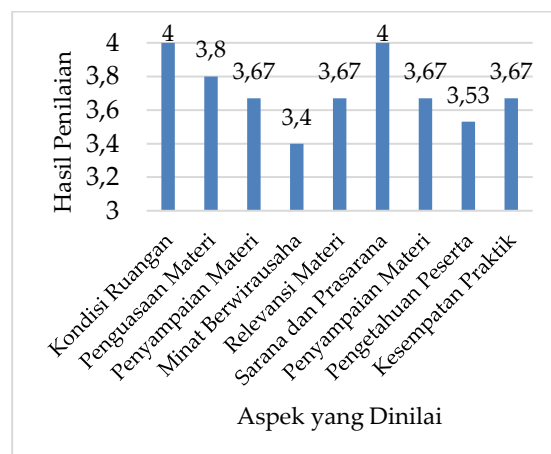
Keseluruhan materi yang disampaikan bertujuan agar peserta *workshop* dapat mengidentifikasi masalah pada produk usahanya yang kemudian dianalisis dan dicari langkah penanganannya. Masing-masing *tenant* dibantu untuk mengidentifikasi permasalahan bisnisnya secara mendetail pada produknya. *Workshop* adalah suatu bentuk pembelajaran yang fokus pada interaksi langsung antara peserta dengan instruktur atau fasilitator. Selama *workshop*, peserta berinteraksi pada kegiatan belajar yang praktis dan interaktif dengan diskusi dan analisis. Melalui *workshop* ini diharapkan dapat memberikan peserta pengetahuan dan keterampilan baru serta meningkatkan kemampuan yang sudah dimiliki.

Untuk menguatkan pengetahuan dan kemampuan berwirausaha mitra, dilakukan pendampingan oleh tim

pengabdian. Biasanya, *workshop* dilaksanakan dalam waktu yang terbatas dan diikuti oleh peserta yang memiliki tujuan yang sama (Widnyana, et al., 2018). Pendampingan ini dilakukan setelah kegiatan *workshop* kepada lima *tenant* yang menjadi mitra pengabdian. Semua pelaku bisnis harus tetap mendapatkan pendampingan untuk memastikan apakah ilmu yang diperoleh mampu diimplementasikan atau tidak (Hapsari, 2018). Melalui kegiatan pendampingan, para mitra berhasil memperoleh izin berwirausaha (NIB) dan mampu membuat video profil usaha dengan baik. Sebuah kegiatan tentunya harus diukur keberhasilan yang tercapai, sehingga perlu dilakukan evaluasi (Fransisca, et al., 2021).

Evaluasi dilakukan pada saat sebelum kegiatan, pada saat kegiatan berlangsung dan setelah kegiatan berlangsung. Evaluasi ini dilakukan untuk mengukur tingkat keberhasilan dan capaian yang diperoleh selama kegiatan (Pribadi, 2016). Sebelum kegiatan *workshop* dan pendampingan dilakukan evaluasi sebagai bentuk kesiapan pada tahap kegiatan selanjutnya. Kemudian, evaluasi juga dilakukan pada saat kegiatan berlangsung untuk mengukur tingkat keberhasilan metode yang digunakan (Kusbandono, 2019; Hutamy, et al., 2021). Adapun, evaluasi setelah kegiatan berlangsung dilakukan untuk mengukur capaian yang sudah direncanakan. Evaluasi tersebut menggunakan google formulir yang disebar ke seluruh peserta. Hasil pengisian google formulir tersebut dapat dilihat pada [Gambar 3](#).

Berdasarkan penilaian peserta, kondisi ruangan yang digunakan selama *workshop* berlangsung sangat baik dengan sarana dan prasarana yang lengkap.



Gambar 3. Hasil Penilaian Google Formulir *Workshop* dan Pendampingan Kewirausahaan

Menurut Harto, et al (2023) kondisi ruang belajar yang baik akan membuat peserta merasa nyaman, fokus, dan mudah memahami materi yang disampaikan. Penguasaan materi oleh instruktur *workshop* dan kemampuan penyampaian materi kepada peserta memperoleh kategori baik. Instruktur mampu membawakan materi secara sistematis dan jelas serta didukung dengan media power point interaktif. Penggunaan media yang tepat menambah ketertarikan peserta sehingga tidak mudah bosan (Rafli & Adri, 2023). Hal ini didukung dengan kegiatan praktik dari materi yang disampaikan oleh peserta dan didampingi oleh instruktur. Relevansi materi yang sesuai dengan pengembangan bisnis/usaha menambah pengetahuan peserta mengenai kewirausahaan dan *Bussines Model Canvas* sehingga memunculkan minat peserta untuk memulai usaha/bisnis setelah mengikuti kegiatan *workshop*.

Simpulan

Pengabdian kewirausahaan rumpun IPA Universitas Negeri Semarang telah terlaksana. Kegiatan pengabdian ini

terdiri dari *workshop* dan pendampingan. *Workshop* dapat meningkatkan pengetahuan mahasiswa sebagai peserta dalam menyusun *Bussines Model Canvas* (BMC) meliputi pelatihan menyusun BMC, menyusun dan menganalisis produk, dan menciptakan *Product Branding* untuk meningkatkan penjualan produk. Selain itu, melalui kegiatan pendampingan para mitra berhasil mendapatkan izin berwirausaha (NIB) dan membuat video profil usaha dengan baik.

Referensi

- Badan Pusat Statistik. (2020). *Analisis Isu Terkini*. BPS. Statistics Indonesia.
- Darmawan, I. (2021). Menumbuhkan Minat Berwirausaha Mahasiswa Melalui Pendidikan Kewirausahaan Berbasis Caring Economics. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 18(1), 9-16.
- Darsono, F. B., Setiyawan, A., Syafei, M. H. G., Wibisono, U. M., Arjuna, S. D., Iman, M. S. N., & Abdurrahman, A. (2023). Pengembangan Young Technopreneur Unnes Melalui Pengelolaan Usaha Berbasis Digital Entrepreneur. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 7(3), 2092-2096.
- Dewi, D. H., Firdaus, A., & Riandi, N. (2022). Penyuluhan dan Pendampingan Kewirausahaan dengan Analisis Business Model Canvas (BMC) Bagi Pelaku UMKM: Desa Cilember Kecamatan Cisarua, Kabupaten Bogor. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Darul Ulum*, 1(2), 143-153.
- Fransisca, M., Saputri, R. P., & Yunus, Y. (2021). *Workshop dan Sosialisasi Pembuatan Blog sebagai Media Knowledge Sharing di SMK N 1 Sumbar*. *Jubaedah: Jurnal Pengabdian dan Edukasi Sekolah (Indonesian Journal of Community Services and School Education)*, 1(1), 28-36.
- Harto, B., Rukmana, A. Y., Boari, Y., Rusliyadi, M., Aldo, D., Juliawati, P., & Dewi, Y. A. (2023). *WIRAUUSAHA BIDANG TEKNOLOGI INFORMASI: Peluang Usaha dalam Meyongsong Era Society 5.0*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Hapsari, T. P. (2018). Peran Lingkungan Kampus dalam Memoderasi Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan Terhadap Minat Wirausaha. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, 6(2), 197-214.
- Herfita, D., Widiyastuti, T., & Gustari, I. (2017). Analisis Strategi Bisnis pada PT Gancia Citra Rasa. *Jurnal Eksekutif*, 14(2).
- Hutamy, E. T., Marham, A., Alisyahbana, A. N. Q. A., Arisah, N., & Hasan, M. (2021). Analisis Penerapan Bisnis Model Canvas pada Usaha Mikro Wirausaha Generasi Z. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran Digital*, 1(1), 1-11.
- Kusawara R. (2007). *Bisnis Sampingan untuk Mahasiswa*. Trans Media Pustaka: Jakarta.
- Kusbandono, D. (2019). Analisis SWOT sebagai Upaya Pengembangan dan Penguatan Strategi Bisnis (Study Kasus pada Ud. Gudang Budi, Kec. Lamongan). *JPIM (Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen)*, 4(2), 921-932.

- Malik, A., & Mulyono, S. E. (2017). Pengembangan Kewirausahaan Berbasis Potensi Lokal Melalui Pemberdayaan Masyarakat. *Journal of Nonformal Education and Community Empowerment*, 87-101.
- Pradana, D. A., Susanti, H. D., Fahrurrozi, M., Iswahyudi, M., & Iqbal, A. (2021). Pendampingan Kewirausahaan Peserta Program Pengembangan Kewirausahaan Universitas 17 Agustus 1945 Banyuwangi. *Jurnal Abdi Panca Marga*, 2(2), 95-101.
- Pribadi, S. (2016). Kegiatan Workshop dengan Metode Kolaboratif dan Konsultatif sebagai Upaya Meningkatkan Kemampuan Guru dalam Menetapkan KKM. *Jurnal Mitra Swara Ganesha*, 3(1).
- Rafli, M. A., & Adri, M. (2022). Pengembangan micro-learning pada mata kuliah kewirausahaan di Universitas Negeri Padang berbasis media. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(1), 1149-1156.
- Rainaldo, M., Wibawa, B. M., & Rahmawati, Y. (2017). Analisis Business Model Canvas pada Operator Jasa Online Ride-Sharing (Studi Kasus Uber di Indonesia). *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 6(2), D232-D236.
- Widnyana, I. W., Widyawati, S. R., & Warmana, G. O. (2018). Pengaruh Pemberian Mata Kuliah Kewirausahaan dan Pelatihan Wirausaha terhadap Minat Wirausaha Ekonomi Kreatif pada Mahasiswa Unmas Denpasar. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 1(1).
- Wijaya, F. (2019). Formulasi Perancangan Strategi Pengembangan Usaha Menggunakan Analisis SWOT dan Business Model Canvas. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 10(2), 205-212.