

## **Implementasi Lean Canvas Sebagai Upaya Meningkatkan Skill Entrepreneurship Mahasiswa Di Perguruan Tinggi**

**Suharto\***

Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Nganjuk

Jl. Abd. Rahman Saleh 21 Nganjuk 64411

suharto@stkipnganjuk.ac.id

\*penulis korespondensi

<https://doi.org/10.29407/nusamba.v7i1.17965>

### **Informasi Artikel**

Tanggal masuk	11 Juli 2021
Tanggal revisi	3 November 2021
Tanggal diterima	28 November 2021

### **Abstract**

*The fundamental problem in this research is the low entrepreneurial skills of STKIP PGRI Nganjuk students amid the development of startups in Indonesia. The purpose of this research is, of course, to improve student entrepreneurship skills through the application of lean canvas. This study uses a quantitative descriptive method. The research subjects are students who own startups at STKIP PGRI Nganjuk. The number of startups studied was 50 students who already have startups in various business fields such as food and beverage products, cultivation, and services. The data collection method uses a questionnaire, observation sheet, and a final report on student startups. Data analysis using paired t-test. The results showed that the lean canvas model really helped make it easier for students to start and develop businesses. From the application of the lean canvas business model, there was an increase in student entrepreneurship skills by 8.99%.*

*Kata Kunci: Lean Canvas, Skill, Entrepreneurship, Startup*

### **Abstrak**

Permasalahan mendasar dalam penelitian ini adalah rendahnya skill entrepreneurship mahasiswa STKIP PGRI Nganjuk ditengah perkembangan startup yang ada di Indonesia. Tujuan penelitian ini tentunya untuk meningkatkan skill entrepreneurship mahasiswa melalui penerapan lean canvas. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Subyek penelitian adalah mahasiswa pemilik startup di STKIP PGRI Nganjuk. Jumlah startup yang diteliti sebanyak 50 mahasiswa yang telah memiliki startup dengan berbagai bisang usaha seperti produk makanan dan minuman, budidaya, dan jasa. Metode pengumpulan data menggunakan angket, lembar observasi, dan laporan akhir startup mahasiswa. Analisis data menggunakan uji paired t-tets. Hasil penelitian menunjukkan bahwa model lean canvas sangat membantu mempermudah mahasiswa dalam memulai dan mengembangkan usaha. Dari penerapan model bisnis lean canvas, terdapat peningkatan skill entrepreneurship mahasiswa sebesar 8,99%.

Kata Kunci: Lean Canvas, Skill, entrepreneurship, startup

## 1. Pendahuluan

Pandemi Covid-19 lagi-lagi menimbulkan dampak yang sangat signifikan terutama dalam memicu tekanan terhadap perekonomian. Ditengah ketidakpastian ini, tahun 2021 Indonesia diharapkan mampu memulihkan perekonomian atau minimal bisa bertahan. Tantangan terbesar saat ini adalah adanya beban 7,05 juta pengangguran, termasuk pengangguran terdidik berdasarkan data Badan Pusat Statistik tahun 2020. Berdasarkan data tahun 2019, peringkat wirausaha Indonesia menempati 94 dari 137 Negara, dengan jumlah mencapai 3,5 persen dari jumlah penduduk. Rasio ini masih lebih rendah dibandingkan dengan negara lain seperti Malaysia 5 persen, China 10 persen, Singapura 7 persen, Jepang 11 persen maupun AS yang 12 persen. Berdasarkan Global Entrepreneurship Index (GEI) pada tahun 2018, Indonesia hanya memiliki skor 21% enterpreneur dari berbagai bidang pekerjaan. Sementara menurut riset dari IDN Research Institute tahun 2019, 69,1% millennial di Indonesia memiliki minat untuk berwirausaha. Oleh karena itu, diperlukan upaya yang konkrit agar jumlah pengangguran dapat ditekan melalui peningkatan jumlah enterpreneur di Indonesia [1]).

Perguruan tinggi memiliki peran penting untuk mendorong dan meningkatkan jumlah wirausaha muda di Indonesia. Oleh karena itu, lulusan perguruan tinggi itu harus disiapkan untuk menciptakan lapangan kerja bukan untuk sekedar meluluskan para pencari kerja. Sesuai dengan tujuan utama pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi tidak lain untuk menyiapkan calon sarjana yang memiliki keahlian (*skill*) berwirausaha, sehingga mampu menciptakan lapangan pekerjaan (*job creator*) [2].

STKIP PGRI Nganjuk sebagai salah satu perguruan tinggi yang ada di Jawa Timur, tentunya ikut berkontribusi dalam upaya menumbuhkan semangat wirausaha untuk mahasiswanya. Berbagai program seperti pendidikan kewirausahaan yang terintegrasi dengan kurikulum hingga mendapatkan hibah Merdeka Belajar Kampus Merdeka tahun 2021, pendirian inkubasi nisnis, keikutsertaan dalam hibah Kegiatan Berwirausaha Mahasiswa Indonesia (KBMI), keikutsertaan dalam hibah Wiradesa, dan Program Kreativitas Mahasiswa Kewirausahaan (PKM-K) yang semuanya juga lolos pada tahun 2021 ini. Semua bentuk kegiatan ini telah disiapkan sebagai upaya mendorong generasi muda dalam hal ini mahasiswa agar semangat wirausaha tetap tumbuh dan mampu dikembangkan.

Namun demikian, jika ditinjau dari proses pelaksanaan pembelajaran di STKIP PGRI Nganjuk tentunya masih terdapat kekurangan dalam hal pengembangan wirausaha. Sebagai contoh penerapan pembelajaran pada mata kuliah Kewirausahaan. Hasil analisis terhadap model pembelajaran yang disampaikan dosen di setiap prodi di STKIP PGRI Nganjuk menunjukkan bahwa rata-rata penyampaian masih berorientasi pada hard skill seperti kemampuan kognitif dan psikomotor. Kurangnya keterlibatan mahasiswa dalam hal penerapan wirausaha. Pendidik memberikan materi berdasar logika pragmatis, baik dari buku, internet, copy-paste materi dari dosen lain. Permasalahan tersebut, berdampak pada rendahnya semangat wirausaha mahasiswa yang berakibat pada rendahnya soft skill.

Jika ditinjau dari *startup*, hasil observasi pada mahasiswa STKIP PGRI Nganjuk sudah banyak yang memiliki. Tercatat ada lebih dari 70 startup mulai dari skala kecil, sedang, dan besar. Namun dari start up tersebut juga masih belum berkembang karena rata-rata orientasi mahasiswa masih pada sebatas mempelajari teori dan melengkapi tugas yang telah diberikan dosen. Hasil obervasi menunjukkan bahwa masalah *startup* di STKIP PGRI Nganjuk 64% disebabkan karena rendahnya motivasi mahasiswa, 76% disebabkan rendahnya pengetahuan

mahasiswa dalam berwirausaha, 85% disebabkan karena mahasiswa takut dalam menerapkan ide bisnis karena hanya berkatat pada teori, dan 74% disebabkan penerapan model pembelajaran yang kurang menarik.

Berkaitan dengan hal tersebut, perlunya sebuah konsep pembelajaran yang lebih menekankan pada aspek penerapan ide-ide berkaitan dengan wirausaha. Seperti penerapan metode rencana bisnis lean canvas dalam upaya mengembangkan bisnis atau start up mahasiswa di STKIP PGRI Nganjuk. Lean canvas sebagai template gagasan usaha yang bisa membantu mengembangkan ide bisnis agar lebih gampang dibaca dan dimengerti. Sistem lean canvas diperkembangkan ash maurya yang diadaptasi dari Business Model Canvas (BMC) buatan alexander osterwalder. Lean canvas lebih konsentrasi pada permasalahan, solusi, parameter kunci, dan nilai bersaing, dan bisa juga digunakan untuk menghitung resiko dan ketidakpastian bisnis. Penggunaan lean canvas merupakan pilihan yang tepat untuk merampingkan banyaknya ide-ide bisnis untuk mendapatkan ide dasar yang akan digunakan. Melalui lean canvasm pemilik usaha dengan mudah bisa memeriksa secara berkala terkait masalah atau hambatan bisnis, mencari solusi yang tepat dan efektif, sampai tingkat inovasi produk [3] [4].

Entrepreneurial skill berkaitan dengan kemampuan mengubah sesuatu menjadi yang lebih baik. Sehingga seseorang entrepreneur harus tetap berlandaskan pada skill menerapkan fungsi-fungsi manajemen agar usaha yang dijalankan dapat berhasil dengan maksimal. Entrepreneurial skill adalah suatu proses belajar, yang pada gilirannya mempengaruhi karakteristik personal dari pengusaha. Gabungan antara sifat bakat (talent) dan pendidikan atau pelatihan (science) akan membentuk seorang pimpinan sebagai ahli strategi dan ahli manajer. Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa keterampilan wirausaha merupakan suatu kemampuan untuk menerjemahkan pengetahuan ke dalam praktik, mengoperasikan suatu pekerjaan secara cermat dan mempengaruhi karakteristik personal dari pengusaha agar tetap berlandaskan pada fungsi-fungsi manajemen dan usaha yang dijalankan dapat berhasil dengan baik [5] [6].

Berkaitan dengan penelitian yang dilakukan, tujuan riil dari penerapan model lean canvas dalam upaya mengembangkan startup mahasiswa di STKIP PGRI Nganjuk yaitu mahasiswa mampu (1) mengaplikasikan konsep lean canvas sebagai tool dari pengembangan startup, (2) mengaplikasikan validated learning dengan cara melakukan market validation, (3) mengaplikasikan minimum variabel product untuk menentukan apakah bisnis yang dikelola pivot atau preserve, (4) merencanakan action plan, dan (5) menerapkan future plan, business development, dan team building.

## **2. Metode**

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif menggunakan data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk angka yang telah diuraikan. Sedangkan jenis penelitian yaitu penelitian komparasi karena dilakukan untuk membandingkan nilai suatu variabel. Penelitian ini membandingkan ada tidaknya pengaruh model lean canvas dalam mengembangkan startup mahasiswa di STKIP PGRI Nganjuk sebelum dan sesudah perlakuan.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa SMT 5 STKIP PGRI Nganjuk yang telah menempuh mata kuliah kewirausahaan. Jumlah sampel sebesar 50 mahasiswa yang telah memiliki startup dengan teknik pengambilan data adalah purposing sampling. Teknik

pengumpulan data dalam penelitian ini berupa angket, lembar observasi, dan laporan akhir startup mahasiswa.

Analisis data penelitian menggunakan uji paired t-tets. Uji ini merupakan uji komparatif yang digunakan untuk membandingkan antara pengaruh penggunaan lean canvas sebagai upaya meningkatkan enterprenuer mahasiswa. Selanjutnya untuk mengetahui efektifitas penggunaan model lean canvas digunakan uji N-gain. Uji N-gain dilakukan dengan cara menghitung selisish antara nilai pretest dan postest setelah dilakukan treatment. Dengan mengetahui nilai gain score, akan dikethui apakah penggunaan metode lean canvas ini efektif atau tidak.

### 3. Hasil dan Pembahasan

#### Penerapan Lean Canvas Pada Project Bisnis Mahasiswa

Penerapam lean canvas dilakukan pada 50 startup yang dimiliki mahasiswa. Sebagai sampel yang dikaji dalam penelitian ini hanya disajikan 5 startup yang meliputi Ud. Dua Putra Mebel, Hoky Convection, Monalisa Catering And Cake, Dapoer Dea, dan Red Onion Seller. Hasil wawancara dapat dijelaskan pada Tabel 1.

**Tabel 1. Profil Project Mahasiswa**

<b>Nama Project Bisnis</b>	<b>Deskripsi Usaha</b>
Ud. Dua Putra Mebel	UD.Dua Putra Mebel menyediakan segala jenis furniture dan menerima pesanan sesuai dengan permintaan pelanggan dengan bahan kayu jati. Metode pemasaran menggunakan 2 jenis yaitu online dan offline. Sudah memiliki izin dari tahun 2014 awal berdirinya usaha mebel.
Hoky Convection	Menyediakan sergam sekola,kaos olahraga, baju kantor, dan mempunyai bordir,dll, jenis produk garment, pemasaran online, dari mulut ke mulut, sudah memiliki SIUP.
Monalisa Catering And Cake	Mempunyai usaha dalam bidang catering dan kue. Kue andalan yaitu Donut Mona. Sudah memiliki izin dan sudah dapat nomor PIRT.
Dapoer Dea	Dapoer_Dea secara umum menjual produk makanan yang di kemas dalam wadah cup (RiceBowl), dengan ketahan pangan selama kurang lebih 18 jam perjalanan. Dengan menu andalan ‘Nasi Liwet’ dimana nasi liwet sangat jarang ditemukan terlebih untuk konsumsi sehari-hari. Nasi Liwet sendiri berbahan dasar nasi yang ditambahkan dengan rempah-rempah rahasia dengan tambahan topping yang tentu saja sangat menggugah selera. Selain nasi liwet, Dapoer_deav juga menawarkan berbagai menu lain yang tentunya dikemas dalam wadah cup, seperti; nasi ayam bakar, nasi rames, nasi ayam nelongso, nasi gila, nasi chicken katsu sambal matah, dll.
Red Onion Seller	Bidang usaha berupa penyediaan Bibit Bawang merah berbagai jenis mulai jens thailand dan bauji. Bisnis ini sudah berjalan 8

tahun. Skala produksi untuk bibit bawang merah per panen bisa mencapai 5 ton.

Lean canvas sebagai adaptasi dari Business Model Canvas (BMC) oleh Alexander Osterwalder yang dibuat Ash Maurya dalam membuat semangat lean (perampingan), Startup Lean (startup yang cepat, singkat dan efisien). Lean canvas menjanjikan gagasan usaha yang bisa diaplikasikan dan konsentrasi dalam berwirausaha. Susunannya serupa dengan business mode canvas yang populer, tetapi beberapa sisi sudah dirubah. Lean canvas lebih mudah dipakai dan diprioritaskan pada enterpreneur. Lean canvas benar-benar fokus pada factor startup seperti ketidakjelasan dan resiko. Maurya (2012) menerangkan komponen yang ada pada lean canvas yaitu (1) konsumen (customer segment), (2) masalah (problem), (3) solusi (solution), (3) proposisi nilai unik (unique value proposition), (4) saluran distribusi (chanel), (5) matrik kunci (key metric), (6) arus pendapatan (revenue stream), (7) struktur biaya (cost structure), dan (8) keuntungan khusus (unfair advantage) [7] [8].

<b>PROBLEM</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Takut berkerumun membeli makanan dimasa pandemi</li> <li>• Banyak warung tutup</li> </ul> <b>Existing Alternatives</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat makanan sendiri</li> <li>• Membeli ditempat terdekat</li> </ul>	<b>SOLUTION</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Konsumen tinggal beli melalui telpon atau chat WhatsApp, telegram, FB, IG, dan twitter, gojek, grab, Heeh-Jek.</li> <li>• Bisa pesan aneka makanan sesuai selera</li> </ul>	<b>UNIQUE VALUE PROPOSITION</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Produk makanan wadah cup (RiceBowl) yang praktis</li> <li>• Menyediakan aneka menu</li> <li>• Tahan 18 jam</li> <li>• Nasi liwet aneka topping</li> <li>• Bisa COD dan harga terjangkau</li> </ul> <b>High-Level Concept</b> Pesan makananmu dari rumah aja	<b>UNFAIR ADVANTAGE</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Belum ada penjual nasi liwet kemasan RiceBowl</li> <li>• Kemasan praktis dan 1 kali pakai.</li> </ul>	<b>CUSTOMER SEGMENT</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pelajar dan mahasiswa (14-22 tahun)</li> <li>• Pegawai (25-60)</li> </ul> <b>Early Adopters</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pelajar milenial generasi Z</li> <li>• Para pegawai yang sibuk dalam kondisi pandemi</li> </ul>
	<b>KEY METRICS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Datang pesan langsung</li> <li>• Telpon atau Chat WA</li> <li>• Kunjungi medsos</li> <li>• Bayar</li> <li>• Dapatkan promo cashback</li> </ul>		<b>CHANEL</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kerjasama dengan Kampus STKIP PGRI Nganjuk</li> <li>• Sosialisasi langsung lewat CFD</li> <li>• Promosi Media Sosial</li> <li>• Diskon dan bonus</li> </ul>	
<b>COST STRUCTURE</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bahan Baku dan peralatan</li> <li>• Biaya kemasan</li> <li>• Biaya listrik dan gas</li> <li>• Biaya promosi</li> </ul>		<b>REVENUE STREAM</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pendapatan utama: penjualan makanan dan minuman</li> <li>• Pendapatan tambahan: jual cemilan</li> <li>• Pengembangan usaha jangka panjang dengan cara mendirikan franchise</li> </ul>		

- Biaya karyawan

**Gambar 1. Lean Canvas Pada Dapoer Dea**

Gambar 1 merupakan contoh penerapan lean canvas pada startup mahasiswa dengan nama usaha Dapoer Dea. Bidang usaha Dapoer Dea adalah makanan dengan menjual produk makanan yang di kemas dalam wadah cup (RiceBowl) seperti nasi liwet, nasi ayam bakar, nasi rames, nasi ayam nelongso, nasi gila, nasi chicken katsu sambal matah, dll. Penerapan lean canvas ini yang dilakukan juga terhadap startup lain. Hasil observasi menunjukkan bahwa semua startup telah menjalankan skema lean canvas dengan baik meskipun masih diperlukan beberapa evaluasi. Penerapan lean canvas khusus pada startup Dapoer Dea dapat dijelaskan sebagai berikut.

#### **Customer Segment**

Pada tahap ini, mahasiswa mulai mencari target konsumen di dalam project bisnisnya. Pada komponen ini, dilakukan analisis secara menyeluruh secara demografi kepada seluruh konsumen seperti kebutuhan, masalah, hingga perilaku konsumen. Hasil wawancara dengan startup Dapoer Dea berdasarkan Gambar 1, diperoleh bahwa target bisnis ini adalah (1) pelajar dan mahasiswa (14-22 tahun), (2) Pegawai (25-60). Alasan pemilihan target konsumen ini adalah kesibukan konsumen yang membutuhkan makanan siap saji, ekonomis, dan mudah dalam pembelian. Early Adopters juga ditentukan kira-kira konsumen yang akan banyak membeli produk yaitu pelajar milenial generasi Z dan para pegawai yang sibuk dalam kondisi pandemi. Peranan penting dari konsumen segmentation sendiri ialah bisa membantu pengusaha dalam meningkatkan traffic pemasaran produknya. Disamping itu, bisa juga lebih menghemat waktu dan biaya yang dipakai untuk melakukan iklan promo yang tersegmentasi itu. Lebih fokus dan terarah [9].

#### **Problem**

Pada tahap ini dilakukan analisis permasalahan yang akan dihadapi startup. Langkah yang diambil yaitu menanyakan langsung ke beberapa customer terkait usaha yang dilakukan. Juga dilakukan dengan melihat testimoni di media sosial dari produk yang telah diupload. Hasil testimoni, kritik, dan saran dalam kolom komentar menjadi masukan yang sangat baik bagi usaha yang dilakukan. Hasil wawancara berdasarkan Gambar 1 yaitu (1) konsumen takut berkerumun membeli makanan dimasa pandemi, (2) banyak warung tutup. Pada tahap ini juga telah dianalisis terkait Existing Alternatives atau alternatif lain jika konsumen tidak menggunakan produk Dapoer Dea. Sebagai contoh (1) membuat makanan sendiri, (2) membeli ditempat terdekat. Pentingnya analisis masalah ini sebagai pondasi dalam menyiapkan usaha yang mampu memberikan solusi bagi konsumen. Gagal tidaknya usaha yang dilakukan banyak terjadi karena entrepreneur tidak mampu menganalisis kebutuhan dan masalah konsumen [10].

#### **Solution**

Tahap ini adalah jawaban dari tahap problem. Dalam memperoleh sebuah jalan keluar dari setiap persoalan usaha, langkah baik yang dapat dilaksanakan dengan menanyakan langsung ke beberapa customer. Karena customer ialah object yang bakal rasakan kualitas

produk usaha hingga diperoleh apa yang kurang dan sesuai kemauan customer. Hasil wawancara menunjukkan bahwa dari masalah yang ada diberikan solusi yaitu (1) konsumen tinggal beli melalui telpon atau chat WhatsApp, telegram, FB, IG, dan twitter, gojek, grab, Heeh-Jek, (2) bisa pesan aneka makanan sesuai selera. Solusi ini juga merupakan hasil testimoni dari sebagian besar konsumen yang diperoleh baik secara langsung maupun melalui media sosial.

Dari dua tahap pada lean canvas yaitu problem dan solution telah memberikan gambaran yang jelas bagi pengusaha dalam memulai bisnis yang dilakukan sesuai tahap-tahap yang baik dan benar. Mulai dari analisis masalah kemudian ketahap mencari solusi. Mahasiswa benar-benar dapat belajar dengan lebih terstruktur [11].

### ***Unique Value Proposition***

Tahap ini merupakan nilai lebih produk dari sebuah usaha dibandingkan produk lain yang mungkin telah ada. Di bagian ini akan berada di tengah-tengah lean canvas, karena *unique value proposition* sebagai titik temu di antara produk yang diujikan dengan keinginan customer. Nilai ini harus menggambarkan kelebihan produk yang tidak dimiliki oleh pesaing lain hingga mempunyai nilai yang unik dan berlainan untuk memecahkan sebuah permasalahan. Hasil wawancara menunjukkan Dapoer Dea memiliki *unique value proposition* yaitu (1) produk makanan wadah cup (RiceBowl) yang praktis, (2) menyediakan aneka menu, (3) tahan 18 jam, (4) nasi liwet aneka topping, (5) bisa COD dan harga terjangkau. *Unique value proposition* mempunyai tiga elemen: relevansi, kuantifikasi, dan diferensiasi [12]. Sesudah membaca asumsi, calon konsumen harus segera mendapat informasi terkait deskripsi yang jelas mengenai kenapa konsumen harus beli produk dibanding kepada kompetitor lain. Asumsi nilai lebih dari sekedar jargon yang memikat. Ini berisikan info yang terang yang dapat membantu customer membuat keputusan. Pada tahap ini pengusaha juga harus memiliki *high-level concept* yang merupakan kalimat singkat seperti jargon dalam menjelaskan produk usaha. Jargon ini harus dibuat sesingkat mungkin namun dapat mencakup deskripsi secara keseluruhan dari produk yang dimiliki. Dapoer Dea membuat *high-level concept* yaitu “*Pesan Makananmu Dari Rumah Aja*”.

### ***Chanel***

Pemahaman terkait chanel ialah cara atau media apa saja yang digunakan pengusaha dalam mendapatkan konsumen. Chanel sebagai mediator di mana konsumen atau calon mengenali, mencoba, dan menilai value proposition dari service atau produk perusahaan. Sisi penting dari chanel ialah komunikasi, distribusi, dan jaringan pemasaran. Hasil wawancara seperti Gambar 1 pada Dapoer Dea diperoleh chanel yaitu (1) kerjasama dengan kampus STKIP PGRI Nganjuk, (2) sosialisasi langsung lewat CFD, (3) promosi Media Sosial, (4) diskon dan bonus. Keempat chanel ini sudah ditargetkan dan dibentuk sejak awal pendirian usaha sehingga mahasiswa sebagai wirausaha ketika bisnis sudah dimulai menjadi lebih fokus dan memiliki target market yang jelas. Chanel yang sangat masif dilakukan yaitu melalui media sosial. Hal ini dilakukan mengingat dampak pandemi covid 19. Promosi melalui media

sosial seperti WA, GB, instagram, youtube, google, market place, dan tweeter dilakukan secara kontinue dan terjadwal. Terkait pelaksanaannya, mahasiswa juga bisa membagikan taktik dalam chanel ini sesuai karakter produk atau service perusahaan. Taktik dalam meningkatkan chanel ini disesuaikan dengan value proposition yang ditawarkan oleh tiap produk dan jasa perusahaan. Misalnya taktik menarik yang diberikan yaitu adanya diskon dan bonus pada konsumen [13].

### ***Key Metric***

Tahap ini merupakan langkah yang harus ditempuh konsumen untuk mendapatkan service dari produk usaha yang dilakukan. Hasil wawancara menunjukkan bahwa key metrics yang ditentukan yaitu (1) datang pesan langsung, (2) telpon atau Chat WA, (3) kunjungi medsos, (4) bayar, (5) dapatkan promo cashback. Tiap usaha, apa saja industri atau ukurannya, akan mempunyai beberapa metrik khusus yang dipakai untuk mengawasi performa. Langkah ini penting dilakukan agar memudahkan konsumen yang akan membeli produk. Key metrics ini bisa diupload dimedia sosial agar konsumen tahu.

### ***Revenue Stream***

Revenue stream atau arus pendapatan merupakan sumber pendapatan bisnis yang dapat diperoleh dari pelanggan. Selain itu, juga harus ditentukan faktor apa saja yang akan menentukan harga dari sebuah produk. Perlu dilakukan riset pada produk kompetitor lain agar dapat ditentukan harga yang pas. *Revenue Stream* menggambarkan uang tunai yang dibuat perusahaan dari masing-masing segmen pelanggan setia (biaya harus mengurangi penghasilan untuk menghasilkan pemasukan). Mode usaha mengikutsertakan dua tipe arus pendapatan (Osterwalder dan Pihneur, 2010): (1) Penghasilan transaksi bisnis yang dibuat dari satu kali pembayaran konsumen, (2) pendapatan berulang-ulang yang dihasilkan dari pembayaran terus-menerus baik untuk memberinya Asumsi Nilai ke konsumen atau menyediakan support konsumen saat pembelian. Revenue stream hasil wawancara pada usaha Dapoer Dea yaitu (1) pendapatan utama: penjualan makanan dan minuman (2) pendapatan tambahan: jual cemilan, (3) pengembangan usaha jangka panjang dengan cara mendirikan franchise.

### ***Cost Structure***

Tahap ini merupakan list biaya yang dikeluarkan dalam menjalankan bisnis. Hasil penelusuran cost structure pada usaha Dapoer Dea yaitu (1) bahan Baku dan peralatan, (2) biaya kemasan, (3) biaya listrik dan gas, (4) biaya promosi, (5) biaya karyawan. Cost structure akan merujuk pada beberapa macam biaya yang telah dikeluarkan oleh satu perusahaan, yang mana biasanya meliputi biaya tetap dan biaya variabel. Sempelnya, biaya variabel ialah biaya yang mengalami perubahan bersamaan dengan tingkat perubahan produksi. Sedangkan biaya tetap ialah biaya yang bergerak secara stabil dan tidak akan mengalami perubahan terkait dengan produksi yang dihasilkan.

### ***Unfair Advantage***

Unfair advantage merupakan keunggulan bisnis yang tidak bisa diriru atau berbeda dari produk kompetitor lain. Tahap ini akan memcirikan produk kita spesial dan memiliki nilai lebih



dari produk lain. Penentuan unfair advantage ini penting dilakukan agar konsumen mengenal lebih dekat produk dan bisa benar-benar mampu membedakan dengan produk lain yang sudah ada. Hasil wawancara menunjukkan perbedaan Dapoer Dea dengan kompetitor yang sudah ada yaitu (1) belum ada penjual nasi liwet dalam kemasan RiceBowl, (2) kemasan praktis dan 1 kali pakai. Kemasan 1 kali pakai ini merupakan unggulan dimana biasanya konsumen membeli diwarung dan pastinya akan menggunakan piring yang sama antar konsumen. Dengan kemasan dari Dapoer Dea, higienis akan terjamin karena kemasan satu kali pakai dan tidak mungkin sisa digunakan konsumen lain.

### **Kendala Penerapan Lean Canvas Pada Project Bisnis Mahasiswa**

Dalam pelaksanaan model lean canvas sebagai model bisnis tentunya mengalami beberapa kendala. Model ini masih bersifat teoritis dan baru bagi mahasiswa. Sehingga diawal pelaksanaannya, banyak yang masih belum bisa menerapkan. Masalah pertama dimulai dari penentuan *problem* dan *solution*. Mulanya startup menuliskan terlalu banyak problem yang kurang fokus sehingga penentuan solution menjadi lebih sulit. Apalagi ditengah pandemi covid 19 yang membatasi ruang gerak pemilik startup dalam mempromosikan usaha melalui offline. Sehingga pada tahap ini, perlu bagi pemilik startup untuk menentukan problem yang benar-benar urgent dan fokus sesuai dengan survei yang dilakukan.

Permasalahan kedua terkait dengan penentuan unique value proposition. Mahasiswa masih kesulitan membuat produknya benar-benar unik dan memiliki nilai lebih sesuai harapan konsumen. Perlu beberapa kali uji coba produk, survei pasar, testimoni, dan meninjau kritik dan saran konsumen.

Permasalahan ketiga yaitu chanel. Pada bagaian ini menjadi kendala terbesar bagi pemilik startup karena rancangan chanel yang akan dilakukan secara offline dan online terhambat karena adanya Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) pada tahun 2021 sebagai dampak pandemi covid-19. Chanel offline benar-benar sulit dilakukan. Sehingga alternatif utama yang menjadi prioritas adalah memanfaatkan chanel online. Perlu diketahui bahwa khusus pada produk Dapoer Dea yang notabene memiliki produk makanan seperti nasi, promosi online akan sangat terbatas pada area marketing. Produk nasi ini masih belum bisa dikirim diluar lingkup kabupaten Nganjuk. Sehingga tentunya akan sangat berpengaruh pada hasil penjualan produk.

### **Manfaat Terhadap Penerapan Lean Canvas Pada Project Bisnis Mahasiswa**

Manfaat yang dapat dirasakan oleh pemilik startup mahasiswa STKIP PGRI Nganjuk dalam implementasi lean canvas adalah bisa secara mudah mengetahui produk yang dijual apakah bisa diterima atau tidak oleh pasar (dan kosumen. Faedah yang lain yang dirasakan dari penerapan model lean canvas yaitu proses usaha yang gampang dan simpel. Lean canvas memiliki pengaruh yang signifikan pada startup dalam menghadapi kompetisi di dunia usaha. Melalui penerapan model lean canvas, startup bisa ketahui dengan gampang langkah mendapati unique value yang ada di startup itu. Langkah-langkah dalam memulai bisnispun sangat terstruktur dan mudah diaplikasikan mahasiswa. Setiap langkah dapat dengan mudah

dikerjakan dan diukur ketercapaiannya. Penentuan produk inovatif dan strategi market yang baik dapat disusun sejak dini sehingga mampu memaksimalkan penjualan produk.

**Ketercapaian Skill Entrepreneurship**

Skill Entrepreneurship terhadap 5 usaha yang dilakukan mahasiswa diukur berdasarkan 7 indikator yaitu *self knowledge, imagination, practical knowledge, search skill, foresight, computation skill, dan communication skill*. Tabel 1 menunjukkan presentasi rata-rata ketercapaian skor dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

**Tabel 2. Presentase Rata-rata Ketercapaian Skor Skill Entrepreneurship**

Indikator	Prosentase Ketercapaian Skor Pretest	Prosentase Ketercapaian Skor Posttest	Prosentase Peningkatan	N-Gain	Kategori
<i>self knowledge</i>	70,82	79,86	9,04	0,31	sedang
<i>imagination</i>	74,22	81,34	7,12	0,28	rendah
<i>practical knowledge</i>	69,12	78,65	9,53	0,31	sedang
<i>search skill</i>	72,31	80,9	8,59	0,31	sedang
<i>foresight</i>	71,56	81,46	9,9	0,35	sedang
<i>computation skill</i>	74,44	83,82	9,38	0,37	sedang
<i>communication skill</i>	70,77	80,19	9,42	0,32	sedang

Berdasarkan Tabel 2, ketercapaian self knowledge mengalami peningkatan dari skor pretest sebesar 70,82 menjadi 79,86 pada skor posttest dengan N-gain skor menunjukkan nilai 0,31 dalam kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa self knowledge setelah pemberian treatment berpengaruh pada skill mahasiswa. Kemampuan ini merupakan pengetahuan tentang usaha yang akan ditekuni oleh mahasiswa. Entrepreneur harus mengetahui usaha apa yang akan dikelola. Seorang entrepreneur harus mengetahui segala hal yang ada hubungan dengan usaha atau usaha yang akan dilakukan. Misalkan : seorang yang bakal lakukan usaha perhotelan karena itu dia harus mempunyai pengetahuan mengenai perhotelan. Untuk usaha marketing computer, dia harus mempunyai pengetahuan berkenaan computer dan sebagainya. Pengetahuan tentang usaha yang dimiliki ini akan berakibat meningkat atau tidak usaha yang dilakukan. Jika entrepreneur memahami betul apa yang akan dilakukan, bagaimana bisnis yang dimiliki, dan secara keseluruhan mengetahui kelemahan dan kelebihan usahanya, maka kemungkinan untuk sukses akan semakin besar [14].

*Imagination* merupakan imajinasi, ide, perspektif yang dimiliki entrepreneur. Berdasarkan Tabel 1, terdapat peningkatan dari skor pretest sebesar 74,22 menjadi 81,34 dengan N-gain skor menunjukkan nilai 0,28 dalam kategori rendah. Data ini menunjukkan bahwa imajinasi mahasiswa masih perlu ditingkatkan lagi. Kemampuan ini mencerminkan

pengalaman dan deskripsi mengenai usaha yang bakal ditekuninya yang akan digabungkan dengan gagasan, ide, taktik dan sudut pandang yang baru. Imajinasi ini penting dimiliki oleh entrepreneur dalam mengembangkan bisnis yang dimiliki. Ide kreatif dan inovatif ini tidak bisa diperoleh secara instan namun harus dilakukan dengan latihan dan praktek secara langsung [15].

*Practical knowledge* atau mempunyai pengetahuan praktis, merupakan bekal saat menjalankan usaha, baik itu berbentuk teknik, design, prosesing, pembukuan, administrasi, dan yang paling penting ialah marketing dan human relation dari orang itu untuk memperoleh customer. Jika dilihat dari Tabel 1, terdapat peningkatan dari skor pretest sebesar 69,12 menjadi 78,65 dengan N-gain skor menunjukkan nilai 0,31 dalam kategori sedang. Skill ini wajib dimiliki oleh entrepreneur dalam mengembangkan bisnis. Entrepreneur tidak mungkin berhasil jika tidak memiliki pengetahuan luas terkait manajemen mulai proses produksi, administrasi, sampai marketing bahkan relasi [16].

*Search skill* merupakan kekuatan untuk menemukan, berkreatifitas, dan berimajinasi. Berdasarkan Tabel 1, terdapat peningkatan dari skor pretest sebesar 72,31 menjadi 80,9 dengan N-gain skor menunjukkan nilai 0,31 dalam kategori sedang. Sebagai entrepreneur sebaiknya mempunyai kekuatan itu sebagai langkah pertama untuk jalankan usahanya agar exist dan sanggup berkompetisi dengan yang lain. Kemampuan imajinasi memberikan gagasan kepada seorang wirausaha, untuk membayangkan tentang suatu hal yang tidak pernah ada sebelumnya, atau belum pernah dilihatnya. Sebagai seorang entrepreneur, harus berani memakai insting dan imajinasi secara efisien, baik pada ambil keputusan usaha atau di kehidupan setiap hari.

*Foresight* merupakan kekuatan untuk melihat jauh ke depan. Berdasarkan Tabel 1, terdapat peningkatan dari skor pretest sebesar 71,56 menjadi 81,46 dengan N-gain skor menunjukkan nilai 0,35 dalam kategori sedang. Maknanya seorang entrepreneur itu harus sanggup untuk membuat perencanaan dan sanggup untuk meramalkan usahanya jauh ke depan, dan sanggup untuk memprediksi kesempatan di masa mendatang, masihkan upayanya bisa diterima oleh pasar atau mungkin tidak. Ini terkait dengan rencana seorang mengenai usahanya ke depan, tentu saja dengan rencana-perencanaan yang sudah ditetapkan waktunya [17].

*Computation skill* merupakan kemampuan berhitung dan memprediksikan. Berdasarkan Tabel 1, terdapat peningkatan dari skor pretest sebesar 74,44 menjadi 83,82 dengan N-gain skor menunjukkan nilai 0,37 dalam kategori sedang. Maknanya seorang entrepreneur diwajibkan memiliki kekuatan dalam memprediksikan upayanya ke depan. Ini bisa dilaksanakan dengan pembikinan rencana dan penilaian segmentasi pasar. Pentingnya analisis pasar merupakan pondasi yang berkaitan dengan strategi marketing. Kemampuan yang baik terhadap kemampuan ini menjadi faktor utama dalam mencapai kesuksesan bisnis [18].

*Communication skill* merupakan kemampuan dalam berkomunikasi). Berdasarkan Tabel 1, terdapat peningkatan dari skor pretest sebesar 70,77 menjadi 80,19 dengan N-gain skor menunjukkan nilai 0,32 dalam kategori sedang. Maknanya seorang entrepreneur dituntut untuk sanggup berteman, berbicara, memiliki public speaking yang baik, dan sanggup untuk

membangun relasi dengan berbagai pihak. Ini ditujukan untuk menarik dan memberikan keyakinan kepada konsumen atau pemakai jasa pada usahanya, dan sanggup untuk membuat jaringan (networking) sebagai pondasi utama dalam meningkatkan usaha [19].

#### **4. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terkait implementasi lean canvas menunjukkan bahwa mampu meningkatkan skill entrepreneurship. Dalam pelaksanaannya, model lean canvas diujikan pada 5 startup yang memberikan hasil meningkatnya skill skill entrepreneurship dari rata-rata 71,89% menjadi 80,88%. Jika ditinjau dari skor N-Gain menunjukkan nilai rata-rata sebesar 0,32 (kategori sedang). Model lean canvas mampu membuat startup yang dibuat mahasiswa menjadi lebih mudah dalam memulai dan mengembangkan bisnis mulai dari tahap penentuan masalah, solusi dan strategi penyelesaian, inovasi produk dan marketing, hingga mampu bersaing dengan kompetitor bisnis lainnya.

#### **Daftar Rujukan**

- [1] Yahya F, Hermansyah H, Syafruddin S, Irham M, Supriadin S, Tarihoran IH. Pengenalan dan Pelatihan Penyusunan Proposal Hibah Kegiatan Berwirausaha Mahasiswa Indonesia untuk Meningkatkan Minat Wirausaha Mahasiswa. *KARYA J Pengabdian Masyarakat* 2021;1.
- [2] Iskandar I, Sudarwadi F. GERAKAN PENGENTASAN PENGANGGURAN TERDIDIK MELALUI STRATEGI PERGURUAN TINGGI DALAM MENINGKATKAN KEWIRAUSAHAAN BAGI MAHASISWA DI PENDIDIKAN TINGGI. *J Kewirausahaan Dan Bisnis* n.d.;25:12–26.
- [3] Husnayain I, Mawardi MK. Implementasi Lean Canvas Pada Startup Dalam Menghadapi Persaingan (Studi Pada Startup Talangin). *J Adm Bisnis* 2018;55:30–8.
- [4] Wediawati T, Rahmayani EF. Implementasi Lean Canvas Pada Startup Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Barbershop. *J Manaj Bisnis* 2021;18:108–18.
- [5] Zunino D, Dushnitsky G, van Praag M. How do investors evaluate past entrepreneurial failure? Unpacking failure due to lack of skill versus bad luck. *Acad Manag J* 2021.
- [6] Bagis AA, Surati S, Nasir M, Kusmayadi I. IMPLEMENTASI ENTREPRENEURSHIP DI LINGKUNGAN PENDIDIKAN: KASUS DI PONDOK PESANTREN ABU DARDA LOMBOK TENGAH NTB. *J Abdimas Indep* 2021;2:11–24.
- [7] Cai X, Xie M, Zhang H, Xu Z, Cheng F. Business Models of Distributed Solar Photovoltaic Power of China: The Business Model Canvas Perspective. *Sustainability* 2019;11:4322.
- [8] Sama H, Chandra A. Perancangan Dan Pengembangan Online Shop Support System Berbasis Lean Canvas. *Comb. Manag. Business, Innov. Educ. Soc. Sci.*, vol. 1, 2021, p. 843–50.

- 
- [9] Putri S, Moeliono NK. Identifikasi persepsi konsumen melalui customer profile map terhadap produk aplikasi sekampus indonesia (studi pada pra-launching fitur sekomunitas aplikasi sekampus). *J Manaj* 2019;11:65–82.
- [10] Yudhistira R, Yuniaristanto Y, Hisjam M. PENGEMBANGAN BISNIS PADA STARTUP TEMANRINDU DENGAN METODE STARTUP EVOLUTION CURVE. *AdBispreneur J Pemikir Dan Penelit Adm Bisnis Dan Kewirausahaan* 2021;5:317–31.
- [11] Suwarni E, Rosmalasar TD, Fitri A, Rossi F. Sosialisasi Kewirausahaan Untuk Meningkatkan Minat dan Motivasi Siswa Mathla’ul Anwar. *J Pengabd Masy Indones* 2021;1:157–63.
- [12] Rahmawati V, Tulipa D, Sancoko AH. PEMBENTUKAN KOMUNITAS AKSELERASI WIRAUSAHA MUDA MAHASISWA FAKULTAS KEWIRAUSAHAAN UNIKA WIDYA MANDALA SURABAYA. *J Madani* 2021;7.
- [13] Dyatmika SW, Wibowo TS, Lasiyono U. Menumbuhkan Nilai Kewirausahaan Dan Daya Saing Pelaku Usaha Mikro Kecil Di Desa Pengulu, Kecamatan Sidayu, Kabupaten Gresik. *Ekobis Abdimas J Pengabd Masy* 2020;1:61–7.
- [14] Setiawati CI, Ahdiyawati SI. Kompetensi Kewirausahaan para Knitting Entrepreneur terhadap Kinerja Usaha (Kasus pada Sentra Industri Rajut Binong Jati Bandung). *Benefit J Manaj Dan Bisnis* 2021;6:25–40.
- [15] Rahayu W, Mulyadi H, Utama DH. Gambaran Sikap Kewirausahaan Dan Niat Berwirausaha Pada Mahasiswi Angkatan 2014 Di Upi Bandung. *J Bus Manag Educ* 2018;3:63–72.
- [16] Wahidmurni W. Analisis indikator ketercapaian nilai-nilai kewirausahaan mata pelajaran prakarya dan kewirausahaan jenjang pendidikan menengah. *J Ekon Pendidik Dan Kewirausahaan* 2019;7:55–68.
- [17] Metsi Daud MP, Taslim Patondate MP. PEMBINAAN GENERASI MUDA DI KELURAHAN KINIAR KECAMATAN TONDANO TIMUR UNTUK MEMBANGKITKAN KEWIRAUSAHAAN. *Edupreneur J Pengabd Kpd Masy Bid Kewirausahaan* 2020;3.
- [18] Farid M, Fitria SE. Analisis Faktor Ekonomi, Tingkat Pendidikan, Dan Kemampuan Berwirausaha Pada Pelaku Usaha Kuliner Di Komunitas Sodagar Someah Bojongsoang. *EProceedings Manag* 2019;6.
- [19] Mashuda A, Laily N. Entrepreneurial Skills dan Entrepreneurial Attitude Mahasiswa Akuntansi. *J Pendidik Ekon* 2021;9:72–6.