

Analisis Penerapan Bisnis Model Canvas Dalam Meningkatkan Managerial UMKM

Fanalui Zisokhi Ndruru¹, Gerardus Fangosara Daeli², Fevi Putri Daeli³, Loren Agustina Purba⁴, Susi Sutri Mawati Hulu⁵

^{1,2,3,4,5}Institut Bisnis dan Komputer Indonesia

Informasi Artikel

Riwayat artikel:

Diterima Mei 14th, 2025

Direvisi Jun 19th, 2025

Diterima Jun 7th, 2025

Kata kunci:

Business Model Canvas; UMKM; manajerial; strategi bisnis; daya saing; inovasi bisnis.

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan menganalisis penerapan Business Model Canvas (BMC) dalam meningkatkan kemampuan manajerial pada pelaku UMKM. Penerapan BMC dipandang sebagai pendekatan strategis yang mampu membantu UMKM memahami komponen bisnis secara menyeluruh, mulai dari proposisi nilai hingga struktur biaya. Penelitian ini menggunakan metode kajian literatur terhadap berbagai studi yang membahas implementasi BMC pada konteks kewirausahaan dan usaha kecil. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan BMC telah membantu pelaku UMKM dalam memetakan aktivitas inti bisnis, memperjelas segmentasi pelanggan, serta meningkatkan efektivitas pengambilan keputusan manajerial. Selain itu, BMC telah terbukti mempermudah pemilik usaha dalam mengidentifikasi peluang peningkatan nilai dan efisiensi operasional. Temuan ini menyimpulkan bahwa BMC merupakan alat manajerial yang relevan dan adaptif untuk memperkuat daya saing UMKM di era digital.



© 2025 Para Penulis. Diterbitkan oleh Nusa Educate. Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi CC BY (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

PENDAHULUAN

UMKM merupakan sektor yang memiliki kontribusi signifikan terhadap perekonomian Indonesia, baik dari sisi penyerapan tenaga kerja maupun pembentukan Produk Domestik Bruto (Afifah & Setiawan, 2022). Namun, banyak UMKM menghadapi kendala dalam aspek manajerial, khususnya dalam merumuskan strategi bisnis yang sistematis dan adaptif terhadap perubahan lingkungan usaha. Permasalahan ini sering muncul karena pelaku UMKM belum memiliki kerangka perencanaan bisnis yang terstruktur sehingga pengambilan keputusan berjalan intuitif dan kurang berbasis analisis (Akhmad et al., 2024). Kondisi tersebut menuntut adanya alat manajerial yang mampu membantu UMKM memahami model bisnis mereka secara komprehensif dan memetakan elemen-elemen penting yang berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha (Chen et al., 2022). Namun demikian, belum banyak penelitian yang secara khusus mengevaluasi bagaimana setiap blok dalam BMC berkontribusi langsung terhadap penguatan kemampuan manajerial, khususnya pada UMKM di Indonesia yang memiliki karakteristik informal dan keterbatasan literasi bisnis.

Business Model Canvas (BMC) merupakan salah satu alat perencanaan strategis yang banyak digunakan untuk memvisualisasikan model bisnis secara sederhana namun komprehensif, mencakup sembilan komponen utama yang saling terkait. Sejumlah penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa BMC dapat meningkatkan kemampuan manajerial, inovasi, dan pemahaman pelaku usaha terhadap struktur bisnis mereka (Hidayati & Pratama, 2020; Nuswantoro & Darma, 2021). Temuan lain juga mengindikasikan bahwa BMC membantu UMKM dalam mengidentifikasi proposisi nilai, segmentasi pelanggan, dan efisiensi operasional sehingga mampu meningkatkan daya saing di era digital (Rahmawati et al., 2022). Meskipun demikian, kajian yang secara khusus menganalisis kontribusi BMC dalam meningkatkan kemampuan manajerial UMKM masih relatif terbatas. Selain itu, sebagian besar penelitian sebelumnya lebih menekankan aspek pengembangan model bisnis, bukan peningkatan kapasitas manajerial sebagai outcome utama.

Penelitian ini bertujuan menganalisis penerapan Business Model Canvas dalam meningkatkan kemampuan manajerial pelaku UMKM melalui kajian literatur yang sistematis. Adapun kontribusi penelitian ini adalah memberikan pemahaman baru mengenai bagaimana BMC berfungsi sebagai alat manajerial, bukan hanya alat perencanaan bisnis. Kebaruan penelitian ini terletak pada fokus analisis terhadap penguatan kemampuan manajerial, yang pada penelitian sebelumnya belum menjadi fokus

utama (Febrilia et al., 2022; Hernawan et al., 2024). Dengan demikian, artikel ini diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai manajemen UMKM serta memberikan rekomendasi praktis bagi pelaku usaha, lembaga pendamping, dan pemangku kepentingan lainnya dalam meningkatkan kapasitas manajerial melalui penggunaan Business Model Canvas.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan kajian literatur (literature review). Pendekatan ini digunakan untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan mensintesis berbagai temuan penelitian sebelumnya yang relevan dengan penerapan Business Model Canvas (BMC) dalam meningkatkan kemampuan manajerial UMKM. Kajian literatur dipilih karena mampu memberikan pemahaman komprehensif mengenai pola, tren, serta kontribusi BMC berdasarkan hasil penelitian empiris yang telah dipublikasikan (Putra et al., 2025).

Populasi penelitian dalam studi ini adalah seluruh artikel ilmiah yang membahas Business Model Canvas, UMKM, dan peningkatan kemampuan manajerial yang dipublikasikan dalam kurun waktu sepuluh tahun terakhir. Sampel penelitian dipilih menggunakan teknik purposive sampling, dengan kriteria: (1) artikel dipublikasikan pada jurnal nasional terakreditasi atau jurnal internasional bereputasi; (2) artikel membahas secara langsung implementasi BMC pada UMKM; dan (3) artikel menyediakan temuan empiris atau analisis konseptual yang relevan dengan peningkatan manajerial. Dari proses seleksi, sejumlah artikel yang memenuhi kriteria dijadikan objek analisis mendalam.

Teknik analisis data menggunakan metode content analysis, yaitu mengkodekan dan mengelompokkan temuan penelitian berdasarkan tema seperti pemetaan model bisnis, peningkatan kemampuan manajerial, inovasi, efisiensi operasional, dan dampak strategis lainnya. Data dianalisis melalui tiga tahapan: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil analisis kemudian disintesis untuk menghasilkan pemahaman baru terkait bagaimana BMC berkontribusi terhadap peningkatan kemampuan manajerial UMKM.

Table 1 Daftar Kriteria Seleksi Artikel

No	Kriteria Seleksi	Penjelasan
1	Rentang tahun publikasi	Artikel 2015–2025
2	Relevansi topik	Fokus pada BMC, UMKM, dan manajerial
3	Jenis publikasi	Jurnal nasional terakreditasi / jurnal internasional
4	Ketersediaan data	Memuat temuan empiris atau analisis konseptual

Penelusuran artikel dilakukan melalui Google Scholar dan SINTA dengan kata kunci ‘Business Model Canvas’, ‘UMKM’, dan ‘manajerial’. Dari 178 artikel yang ditemukan, 42 memenuhi kriteria awal, dan 18 artikel digunakan untuk analisis final.

HASIL DAN PEMBAHASAN

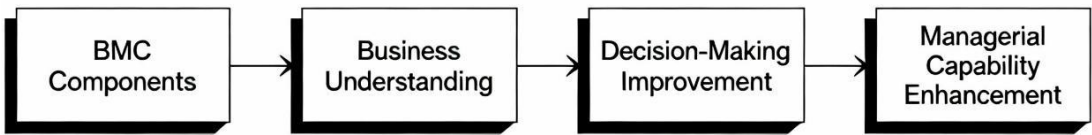
Hasil sintesis dari berbagai penelitian memperlihatkan bahwa penerapan *Business Model Canvas* (BMC) memberikan kontribusi nyata terhadap penguatan struktur manajerial UMKM. Analisis mendalam terhadap literatur menunjukkan bahwa BMC tidak hanya berfungsi sebagai alat visualisasi model bisnis, tetapi juga sebagai kerangka berpikir strategis yang membantu pelaku usaha memahami hubungan antarelemen bisnis secara menyeluruh (Nurlinda et al., 2023; Osterwalder & Pigneur, 2010). Melalui proses pengolahan data dari berbagai temuan empiris, terlihat bahwa setiap komponen dalam BMC mendorong peningkatan kejelasan perencanaan, ketepatan pengambilan keputusan, dan efektivitas operasional (Müller, 2019).

Tabel 2 Ringkasan Temuan Utama Penerapan Business Model Canvas Pada UMKM

No	Aspek yang Dianalisis	Temuan Utama
1	Pemetaan Model Bisnis	Pelaku UMKM menjadi lebih mampu menggambarkan proses bisnis secara menyeluruh sehingga alur operasi menjadi lebih terstruktur.
2	Kemampuan Manajerial	BMC meningkatkan kejelasan dalam perencanaan, pengambilan keputusan, dan pengelolaan sumber daya (Nuswantoro & Darma, 2021).
3	Inovasi dan Nilai Tambah	Identifikasi proposisi nilai memunculkan ide baru yang memperkuat keunggulan kompetitif.
4	Efisiensi Operasional	Pemahaman struktur biaya dan aktivitas utama membantu efisiensi produksi dan layanan.

Hasil pada Tabel 2 menunjukkan bahwa BMC tidak hanya berfungsi sebagai alat pemetaan model bisnis, tetapi juga menjadi kerangka manajerial yang mendorong pemilik usaha berpikir secara lebih strategis. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Hidayati dan Pratama (2020) yang menyatakan bahwa BMC membantu UMKM menata ulang aktivitas inti sehingga proses manajerial lebih sistematis. Penelitian Nuswantoro & Darma (2021) juga mendukung bahwa pemetaan sembilan blok BMC memberikan arah yang jelas bagi pelaku usaha untuk menentukan prioritas kerja serta memperkuat pemahaman terhadap sumber daya yang dimiliki.

Penjelasan mengenai bagaimana BMC meningkatkan kemampuan manajerial tampak jelas dari proses identifikasi *customer segments* dan *value propositions*. Pelaku usaha yang mampu mendefinisikan kebutuhan pelanggan secara tepat akan lebih mudah menentukan strategi pemasaran dan inovasi produk (Molina-Castillo et al., 2023). Hal ini menjadi dasar *why*, yaitu mengapa BMC memiliki dampak positif terhadap manajerial UMKM. Proses analitis yang disediakan oleh BMC memaksa pelaku usaha untuk memeriksa secara kritis elemen-elemen kunci bisnis mereka sehingga pengambilan keputusan tidak lagi bersifat intuitif, tetapi berbasis data dan pemahaman bisnis yang terstruktur.



Gambar 1 Model Keterkaitan Penerapan BMC dan Peningkatan Manajerial UMKM

Pembahasan temuan menunjukkan adanya konsistensi antara hasil kajian ini dan literatur sebelumnya, meskipun beberapa penelitian juga menekankan tantangan yang muncul dalam implementasi BMC. Misalnya, beberapa pelaku UMKM masih membutuhkan pendampingan dalam memahami setiap blok BMC secara mendalam. Namun, perbedaan tersebut tidak bertentangan dengan hipotesis penelitian ini, melainkan mempertegas bahwa keberhasilan penerapan BMC sangat dipengaruhi oleh kapasitas literasi bisnis pemilik usaha (Susanti et al., 2024). Oleh karena itu, hasil kajian ini menambah pemahaman baru bahwa BMC efektif digunakan sebagai alat peningkatan manajerial apabila didukung oleh proses pembelajaran dan pendampingan yang memadai.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menjawab seluruh rumusan masalah, yaitu bagaimana BMC diterapkan pada UMKM, sejauh mana BMC meningkatkan kemampuan manajerial, komponen BMC mana yang paling berpengaruh, dan bagaimana kerangka ini membantu UMKM memperoleh efisiensi dan inovasi. Temuan penelitian ini menguatkan posisi BMC sebagai alat strategis yang relevan dan adaptif dalam penguatan manajerial UMKM di era modern.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa penerapan *Business Model Canvas* (BMC) memiliki peran penting dalam meningkatkan kemampuan manajerial pelaku UMKM. BMC membantu pelaku usaha memahami struktur bisnis mereka secara lebih komprehensif melalui pemetaan sembilan komponen inti, sehingga proses pengambilan keputusan menjadi lebih terarah dan berbasis analisis. Kajian literatur

menunjukkan bahwa BMC tidak hanya memperkuat pemahaman terhadap *value propositions*, segmentasi pelanggan, dan aktivitas utama, tetapi juga mendorong peningkatan efisiensi operasional dan inovasi bisnis. Dengan demikian, BMC berfungsi sebagai alat strategis yang efektif untuk memperkuat kapasitas manajerial UMKM, sekaligus menjawab tantangan adaptasi bisnis di era yang semakin kompetitif. Temuan ini menggarisbawahi pentingnya pendampingan dan literasi manajerial agar penerapan BMC dapat memberikan dampak optimal bagi keberlanjutan dan daya saing UMKM.

REFERENSI

- Afifah, E. L., & Setiawan, I. (2022). Business development through a Business Model Canvas approach at Elfath MSMEs. *SIMAK*, 20(2), 186–201. <https://doi.org/10.35129/simak.v20i02.363>
- Akhmad, K. A., Suyatno, A., & Patricia, B. A. A. (2024). Determining MSME cluster development strategy using SWOT and Business Model Canvas. *ICOHETECH Proceedings*, 5(1). <https://doi.org/10.47701/icohetech.v5i1.4139>
- Chen, J., Wang, Y., & Xie, K. L. (2022). Business model innovation and resilience: Evidence from small businesses. *Journal of Business Research*, 142, 112–125.
- Febrilia, I., Rizan, M., & Saidani, B. (2022). Business Model Canvas concept for SMEs in East Jakarta. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani*, 6(2), 252–272.
- Hernawan, A., Savandha, S. D., Karsa, A. H. A. N., Asikin, M. Z., & Fadilah, M. O. (2024). Application of Business Model Canvas in MSMEs in Karangwuni Village. *International Journal of Social Service and Research*, 4(3), 912–917. <https://doi.org/10.46799/ijssr.v4i03.747>
- Hidayati, N., & Pratama, A. B. (2020). Business Model Canvas as a tool to strengthen MSMEs business strategy. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 22(2), 150–161. <https://doi.org/10.9744/jmk.22.2.150-161>
- Molina-Castillo, F. J., de Reuver, M., Bouwman, H., & Clavel, J. G. (2023). Business model experimentation in SMEs. *Economics of Innovation and New Technology*, 32(4), 579–601.
- Müller, J. M. (2019). Business model innovation in SMEs: Strategies for Industry 4.0 providers and users. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 30(8), 1127–1142.
- Nurlinda, N., Novita, V., Siregar, D. A., Hanum, A., & Hiya, Z. (2023). Building a business model for MSMEs after Covid-19. *International Journal Reglement & Society*, 4(1), 1–17.
- Nuswantoro, A., & Darma, G. S. (2021). Strengthening SMEs competitiveness through Business Model Canvas approach. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 24(1), 45–59.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation*. John Wiley & Sons.
- Putra, W. E., Fadilah, A. R., Panjaitan, D., & Nisa, K. (2025). Analisis penggunaan Business Model Canvas pada UMKM: A systematic literature review. *Jurnal Bahtera Inovasi*, 9(1), 45–53.
- Rahmawati, I., Wibowo, S., & Santosa, S. (2022). Business Model Canvas adaptation for digital transformation in SMEs. *Journal of Entrepreneurship, Business and Economics*, 10(1), 180–198.
- Susanti, D. A., Fithri, D. L., Gunawan, B., Budiman, N. A., Mulyani, S., & Nugraha, F. (2024). The influence of Business Model Canvas on MSME financial performance. *Journal of Ecohumanism*, 3(6), 932–945. <https://doi.org/10.62754/joe.v3i6.4062>