

## Peranan BMC Dalam Bisnis Sosial

**Selfina Umi Hutagalung<sup>1</sup>, Risnawati Gea<sup>2</sup>, Yuvensius Lifenka Halawa<sup>3</sup>, Erni Evi Hernawati Harianja<sup>4</sup>**

<sup>1</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Institut Bisnis Dan Komputer Indonesia

<sup>2</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Institut Bisnis Dan Komputer Indonesia

<sup>3</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Institut Bisnis Dan Komputer Indonesia

<sup>4</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Institut Bisnis Dan Komputer Indonesia

---

### Informasi Artikel

#### Riwayat artikel:

Diterima Des 4<sup>th</sup>, 2025

Direvisi Des 12<sup>th</sup>, 2025

Diterima Jan 26<sup>th</sup>, 2026

#### Kata kunci:

Business Model Canvas, Social Business, Social Business Model Canvas, Perencanaan Strategis, Pemberdayaan Sosial

### ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peranan *Business Model Canvas (BMC)* dalam pengembangan *social business* melalui pendekatan *literature review*. *Business Model Canvas* merupakan alat strategis yang digunakan untuk memetakan komponen utama model bisnis secara sistematis, sehingga membantu organisasi sosial dalam merancang strategi yang seimbang antara tujuan ekonomi dan misi sosial. Penelitian ini mengkaji literatur dari berbagai jurnal ilmiah, buku, dan publikasi resmi yang relevan, dengan fokus pada bagaimana *BMC* dapat diadaptasi menjadi *Social Business Model Canvas* untuk mengakomodasi penciptaan nilai sosial, pengukuran dampak sosial, dan keterlibatan komunitas. Hasil kajian menunjukkan bahwa penerapan *BMC* membantu organisasi sosial dalam merencanakan alokasi sumber daya, membangun kemitraan strategis, serta melakukan evaluasi dan monitoring program sosial secara lebih sistematis. *BMC* juga berperan sebagai media komunikasi internal dan eksternal, memudahkan koordinasi antar pihak, dan meningkatkan efektivitas perencanaan dan pengelolaan *social business*. Secara keseluruhan, *Business Model Canvas* merupakan kerangka kerja yang fleksibel, adaptif, dan relevan bagi *social business*, yang mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan usaha sosial di Indonesia.



© 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

Bisnis sosial merupakan model usaha yang mengintegrasikan tujuan ekonomi dan misi sosial, yaitu memberikan manfaat kepada masyarakat sekaligus menjamin keberlanjutan ekonomi organisasi. Untuk merancang rencana usaha yang efektif dan berdampak sosial, para pelaku bisnis sosial membutuhkan alat perencanaan strategis yang komprehensif dan mudah dipahami. Salah satu alat yang kini banyak digunakan adalah *Business Model Canvas (BMC)*, sebuah kerangka kerja visual yang membantu menggambarkan unsur-unsur utama dalam sebuah usaha secara sistematis dan terpadu. *BMC* memetakan berbagai komponen penting seperti proposisi nilai, segmen pelanggan, saluran distribusi, hubungan pelanggan, sumber pendapatan, sumber daya utama, aktivitas kunci, mitra kunci, dan struktur biaya dalam satu halaman struktur bisnis yang mudah dianalisis dan dikomunikasikan Syahputra (2025).

Dalam konteks bisnis sosial, *BMC* tidak hanya berfungsi sebagai alat perencanaan bisnis konvensional, tetapi juga mampu mengakomodasi unsur-unsur sosial dan dampak sosial yang ingin dicapai oleh sebuah usaha sosial. Pendekatan *BMC* dapat diperluas melalui model *Social Business Model Canvas (SBMC)* yang menambahkan penekanan pada komponen misi dan dampak sosial, sehingga membantu organisasi untuk merumuskan strategi yang tidak hanya fokus pada profit ekonomis, tetapi juga pada penciptaan nilai sosial secara berkelanjutan Supandi, M. N., & Susilowati (2024).

Peranan *BMC* dalam bisnis sosial terbukti signifikan karena membantu pelaku usaha sosial memetakan dan merumuskan elemen-elemen strategi secara holistik. Misalnya, *BMC* memungkinkan pengidentifikasian peluang pasar yang memiliki dampak sosial sekaligus menyediakan gambaran jelas terhadap kebutuhan sumber daya dan kemitraan strategis untuk mencapai tujuan usaha dan misi sosial Margaretha, N. S., & Susilowati (2024) *BMC* juga membantu proses pengambilan keputusan strategis dengan menyediakan visualisasi yang jelas atas hubungan antar komponen model bisnis sehingga memudahkan evaluasi, perbaikan, dan inovasi model bisnis sosial Putri (2024).

Penelitian di Indonesia menunjukkan bahwa penggunaan BMC dalam bisnis sosial dapat meningkatkan efektivitas usaha sosial dalam mencapai tujuan sosial dan ekonomi. Misalnya, studi yang menggunakan SBMC dalam pengembangan usaha sosial berbasis pengelolaan lingkungan menemukan bahwa pemetaan model bisnis sosial membantu perusahaan merumuskan strategi kolaborasi, perluasan jaringan, dan kampanye sosial secara lebih efektif (Risna 2024). Selain itu, perancangan SBMC pada badan usaha milik desa (BUMDes) memberikan arah dalam identifikasi potensi lokal serta proposisi nilai sosial yang relevan dengan kebutuhan masyarakat setempat (Handayani, R., Ariyanto, C., & Cahyo 2025).

Kemampuan BMC dalam menggabungkan aspek sosial dan ekonomi juga sejalan dengan kebutuhan peningkatan kapasitas UMKM yang berorientasi pada dampak sosial. BMC tidak hanya membantu dalam pengembangan strategi pemasaran dan model pendapatan, tetapi juga mendorong pelaku usaha untuk mengukur dampak sosial yang dihasilkan dari setiap komponen model bisnis tersebut (Sukendri 2024).

Dengan demikian, peran Business Model Canvas dalam bisnis sosial di Indonesia menjadi aspek penting dalam upaya pemberdayaan masyarakat, perencanaan strategi yang efektif, serta pencapaian dampak sosial yang berkelanjutan. Kajian lebih lanjut terhadap penerapan BMC dalam berbagai konteks bisnis sosial diperlukan untuk memperkuat pemahaman teoretis dan praktik implementasinya dalam berbagai sektor sosial.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan *literature review*, menurut Firdaus Jeka, dkk (2023) metode penelitian yang memanfaatkan sumber-sumber tertulis untuk mengumpulkan, menganalisis, dan mensintesis informasi yang relevan dengan topik yang diteliti. Pendekatan ini dipilih karena fokus penelitian adalah memahami konsep, kerangka teori, dan temuan penelitian sebelumnya terkait peranan *Business Model Canvas (BMC)* dalam *social business*. Data penelitian diperoleh dari jurnal ilmiah, buku akademik, dan publikasi resmi yang tersedia di database digital, dengan kriteria relevansi terhadap topik, kualitas publikasi, dan tahun terbit minimal 2020 (Mulia, I. T., dkk, 2023).

Proses pengumpulan data dilakukan melalui pencarian dokumen dengan kata kunci "*Business Model Canvas*", "*social business*", dan "*Social Business Model Canvas*". Dokumen yang diperoleh diseleksi untuk memastikan relevansi dan kualitasnya. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan pendekatan *deskriptif kualitatif*, yaitu menelaah dan menginterpretasikan literatur untuk mengidentifikasi elemen utama *BMC*, memahami penerapannya dalam *social business*, serta merumuskan kesimpulan berdasarkan sintesis temuan penelitian terdahulu (Annasthasya, D., dkk, 2025).

Untuk menjaga validitas dan keandalan data, penelitian ini menggunakan literatur dari sumber terpercaya dan melakukan triangulasi informasi antar-sumber. Dengan metode *literature review* ini, penelitian mampu memberikan gambaran teoretis yang komprehensif mengenai peranan *Business Model Canvas* dalam *social business* di Indonesia.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil kajian *literature review* menunjukkan bahwa *Business Model Canvas (BMC)* memiliki peranan penting dalam mendukung perencanaan, pengembangan, dan evaluasi *social business*. Beberapa penelitian menekankan bahwa *BMC* membantu pelaku usaha sosial untuk merancang model bisnis yang seimbang antara tujuan ekonomi dan misi sosial. Elemen-elemen *BMC*, seperti *value proposition*, *customer segments*, *key activities*, *key partners*, dan *revenue streams*, memungkinkan organisasi sosial untuk memetakan strategi operasional sekaligus mengukur dampak sosial yang ingin dicapai (Saputra 2022).

Selain itu, penelitian Afriandi (2022) menunjukkan bahwa *BMC* dapat dikembangkan menjadi *Social Business Model Canvas* dengan penambahan elemen yang menekankan penciptaan nilai sosial (*social value creation*), pengukuran dampak sosial (*social impact*), dan keterlibatan komunitas (*community engagement*). Pendekatan ini membantu organisasi sosial, termasuk badan usaha milik desa (BUMDes), startup edukasi sosial, dan lembaga filantropi, dalam merancang strategi bisnis yang lebih holistik dan sesuai dengan kebutuhan pemangku kepentingan (Santoso, D., & Fadli 2022).

Dengan pemetaan yang jelas, organisasi sosial mampu mengidentifikasi prioritas aktivitas, merencanakan alokasi sumber daya, dan membangun kemitraan strategis yang mendukung keberlanjutan usaha dan misi sosial.

Lebih lanjut, beberapa literatur menyoroti bahwa *BMC* berperan sebagai alat komunikasi internal dan eksternal yang efektif. Visualisasi yang disediakan *BMC* memungkinkan pengurus organisasi, investor, serta pemangku kepentingan lainnya memahami hubungan antar komponen model bisnis secara cepat dan jelas, sehingga memudahkan koordinasi dan kolaborasi (Putra, A. R., & Rahman 2023). Hal ini penting terutama bagi organisasi sosial skala kecil hingga menengah yang memiliki keterbatasan sumber daya dan membutuhkan dukungan jaringan eksternal untuk menjalankan program sosial.

Kajian literatur juga mengungkapkan bahwa penggunaan *BMC* berdampak pada peningkatan kapasitas organisasi sosial dalam merespons tantangan lingkungan bisnis yang dinamis. Studi pada lembaga filantropi menunjukkan bahwa perencanaan berbasis *BMC* memungkinkan organisasi mengelola dana, mengoptimalkan sumber daya manusia, serta mengukur keberhasilan program sosial secara sistematis (Wardani, P., & Putri 2023). Dengan demikian, *BMC* tidak hanya berfungsi sebagai alat perencanaan strategi, tetapi juga sebagai instrumen evaluasi yang dapat memantau pencapaian tujuan sosial dan ekonomi secara bersamaan.

Secara keseluruhan, hasil kajian menegaskan bahwa *Business Model Canvas* merupakan kerangka kerja yang fleksibel dan adaptif bagi *social business*. Dengan penerapan *BMC* yang tepat, organisasi sosial mampu merancang strategi yang efektif, meningkatkan keterlibatan pemangku kepentingan, mengoptimalkan alokasi sumber daya, serta menciptakan dampak sosial yang berkelanjutan. Temuan ini menunjukkan bahwa *BMC* tidak hanya relevan sebagai alat manajemen bisnis, tetapi juga sebagai instrumen penting dalam pengembangan inovasi sosial dan pemberdayaan masyarakat di Indonesia.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil *literature review*, dapat disimpulkan bahwa *Business Model Canvas (BMC)* memiliki peranan penting dalam pengembangan *social business*. *BMC* berfungsi sebagai alat strategis untuk merancang, memetakan, dan mengevaluasi model bisnis secara sistematis, sehingga pelaku usaha sosial dapat menyeimbangkan antara tujuan ekonomi dan misi sosial. Adaptasi *BMC* menjadi *Social Business Model Canvas* dengan penambahan elemen pengukuran dampak sosial dan keterlibatan komunitas terbukti membantu organisasi sosial dalam merumuskan strategi yang holistik, efektif, dan relevan dengan kebutuhan pemangku kepentingan. Selain itu, *BMC* juga berperan sebagai media komunikasi internal dan eksternal yang memudahkan koordinasi antar pihak dalam organisasi sosial. Dengan visualisasi yang jelas, organisasi sosial dapat merencanakan alokasi sumber daya, membangun kemitraan strategis, serta melakukan evaluasi dan monitoring program sosial secara lebih sistematis. Secara keseluruhan, *Business Model Canvas* merupakan kerangka kerja yang fleksibel, adaptif, dan relevan bagi *social business*. Penerapan *BMC* memungkinkan organisasi sosial merumuskan strategi yang efektif, meningkatkan keterlibatan pemangku kepentingan, dan mencapai keseimbangan antara tujuan ekonomi dan sosial, sehingga mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan usaha sosial secara berkelanjutan.

## REFERENSI

- Afriandi, R. 2022. "Business Model Canvas for Social Enterprise Pada Strategi Fundraising Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS)." *DINAR Journal*.
- Annasthasya, D., Alfindoria, I., Rahayu, S., & Khair, O. I. 2025. "Metodologi Penelitian Kualitatif: Tinjauan Literatur Dalam Konteks Pendidikan." *Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 4(2): 16–19.
- Firdaus Jeka, Risnita, M. S. Jailani, & Asrulla. 2023. "Kajian Literatur Dalam Menyusun Referensi Kunci, State Of The Art, Dan Keterbaharuan Penelitian (Novelty)." *Jurnal Pendidikan Tambusai*. 7(2): 25–38.
- Handayani, R., Ariyanto, C., & Cahyo, D. D. N. 2025. "Pemberdayaan Wirausaha Muda Melalui Pelatihan Business Model Canvas Pada Karang Taruna Nawasena." *Lentera Pengabdian* 3(2): 296–302.
- Margaretha, N. S., & Susilowati, C. 2024. "Analisis Pengembangan Bisnis Dengan Pendekatan Social Business Model Canvas." *Jurnal Kewirausahaan dan Inovasi*, 3(1): 45–56.

- Mulia, I. T., Andryani, I. L., Siregar, J. S., Ar-Rasyid, M. F., Sundari, S., Dewi, W. P., & Setiawan, B. 2023. "Studi Literatur: Langkah-Langkah Pemilihan Serta Penggunaan Metode Dan Media Pembelajaran PKn SD." *Jurnal Pendidikan Tambusai* 3(2): 14–16.
- Putra, A. R., & Rahman, F. 2023. "Business Model Canvas Sebagai Alat Perencanaan Strategis Pada Organisasi Sosial." *Jurnal Administrasi Bisnis* 11(1): 58–67.
- Putri, P. A. 2024. "Pengembangan Kanvas Model Bisnis Sosial Demi Optimalisasi Kinerja Usaha Berbasis Sosial. Parsimonia." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 5(1): 77–88.
- Risna, T. A. 2024. "Perancangan Social Business Model Canvas BUMDes Mawa Raharja." *KNIA Journal* 4(2): 99–110.
- Santoso, D., & Fadli, M. 2022. "Integrating Digital and Manual Services to Enhance Customer Loyalty in Courier Services." *Jurnal Inovasi Bisnis*, 7(2): 17–25.
- Saputra, A. H. 2022. "Adaptasi Business Model Canvas Pada Penyusunan Model Bisnis Badan Usaha Milik Desa." *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen* 6(1): 37–39.
- Sukendri, N. 2024. "Inovasi Business Model Canvas Dalam Membangun Ekonomi Berkelanjutan." *Journal of Management and Digital Business* 2(1): 25–36.
- Supandi, M. N., & Susilowati, C. 2024. "Analisis Pengembangan Bisnis Dengan Pendekatan Social Business Model Canvas." *Jurnal Kewirausahaan dan Inovasi* 3(1): 57–68.
- Syahputra, A. M. 2025. "Penerapan Business Model Canvas Dalam Merumuskan Strategi Bisnis." *IJDB* 1(1): 12–23.
- Wardani, P., & Putri, L. 2023. "Evaluasi Penerapan Business Model Canvas Dalam Pemberdayaan Sosial Di Lembaga Filantrop." *Jurnal Ekonomi dan Manajemen* 10(2): 89–101.