

Pendampingan Analisis Peluang Bisnis Makanan Sehat Berbasis Business Model Canvas pada Mahasiswa Kewirausahaan

Windi Yearli¹, Shifa Nazma Zakiyyatul Adawiyah^{2*}, Suci Hidayanti³

^{1,2,3}Universitas Insan Pembangunan Indonesia, Indonesia

*Corresponding email: shifanazma5@gmail.com

Abstrak

Peningkatan kesadaran masyarakat terhadap pola hidup sehat telah mendorong transformasi perilaku konsumsi yang berdampak pada munculnya peluang bisnis makanan sehat. Namun demikian, masih terdapat keterbatasan kapasitas mahasiswa dalam merancang model bisnis yang sistematis dan berkelanjutan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pendampingan kepada mahasiswa dalam menganalisis peluang bisnis makanan sehat menggunakan pendekatan Business Model Canvas (BMC). Metode pelaksanaan dilakukan melalui pendekatan partisipatif dengan tahapan sosialisasi, pelatihan, praktik penyusunan BMC, serta evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mampu memahami sembilan elemen BMC secara komprehensif dan mengaplikasikannya dalam merancang model bisnis makanan sehat yang relevan dengan kebutuhan pasar. Kegiatan ini memberikan kontribusi pada peningkatan literasi kewirausahaan mahasiswa serta mendorong lahirnya ide bisnis yang inovatif dan berorientasi keberlanjutan.

Kata kunci: Business Model Canvas, Makanan Sehat, Kewirausahaan, Pengabdian Masyarakat, Inovasi Bisnis

Abstract

The increasing awareness of healthy lifestyles has transformed consumption behavior, creating significant opportunities in the healthy food business sector. However, students often face limitations in designing systematic and sustainable business models. This community service activity aims to assist students in analyzing business opportunities in the healthy food sector using the Business Model Canvas (BMC) approach. The method employed is participatory, consisting of socialization, training, hands-on BMC development, and evaluation stages. The results indicate that participants successfully understood the nine elements of BMC and were able to apply them in designing relevant and market-oriented healthy food business models. This activity contributes to enhancing students' entrepreneurial literacy and fostering innovative and sustainable business ideas.

Keywords: Business Model Canvas, Healthy Food, Entrepreneurship, Community Service, Business Innovation



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

PENDAHULUAN

Transformasi sosial-ekonomi masyarakat modern ditandai dengan meningkatnya kesadaran terhadap pentingnya kesehatan sebagai fondasi kualitas hidup. Fenomena ini bukan sekadar tren, melainkan manifestasi dari pergeseran paradigma konsumsi menuju pola hidup berkelanjutan (sustainable lifestyle). Dalam perspektif ekonomi kreatif, kondisi ini membuka

ruang strategis bagi pengembangan bisnis makanan sehat sebagai sektor potensial yang memiliki daya tahan tinggi terhadap dinamika pasar.

Namun demikian, realitas di lapangan menunjukkan bahwa banyak mahasiswa sebagai calon wirausahawan masih mengalami keterbatasan dalam memahami bagaimana merancang model bisnis yang sistematis, terukur, dan adaptif terhadap kebutuhan pasar (Ardissa et al., 2025; Putri et al., 2025; Rahmadani et al., 2024; Shativa & Latuhihin, 2025). Kelemahan ini berpotensi menyebabkan kegagalan usaha pada tahap awal, yang sejatinya dapat diminimalisasi melalui pendekatan manajerial yang tepat.

Dalam kerangka teori kewirausahaan modern, Business Model Generation menegaskan bahwa Business Model Canvas (BMC) merupakan alat strategis yang mampu memetakan logika penciptaan nilai secara komprehensif (Asbari, 2026). Model ini tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga preskriptif dalam membantu pelaku usaha mengidentifikasi peluang dan merancang strategi bisnis secara terstruktur.

Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang sebagai intervensi edukatif yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas mahasiswa dalam menganalisis peluang bisnis makanan sehat melalui pendekatan BMC. Secara lebih luas, kegiatan ini merupakan bagian dari upaya pembangunan sumber daya manusia unggul yang selaras dengan visi Indonesia Emas 2045, khususnya dalam penguatan kewirausahaan berbasis inovasi (Hartika et al., 2024; Sudiyono et al., 2024). Secara filosofis, kegiatan ini mengandung nilai transformasi kesadaran—bahwa bisnis bukan sekadar aktivitas ekonomi, melainkan instrumen ibadah sosial (amal jama'i) dalam menghadirkan kemaslahatan bagi masyarakat melalui produk yang sehat, aman, dan bernilai.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif dan experiential learning yang menempatkan mahasiswa sebagai subjek aktif dalam proses pembelajaran. Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan sistematis.

Tahap pertama adalah sosialisasi, yang bertujuan untuk memberikan pemahaman konseptual mengenai peluang bisnis makanan sehat serta pentingnya perencanaan model bisnis. Tahap ini dilengkapi dengan diskusi interaktif untuk menggali persepsi awal peserta.

Tahap kedua adalah pelatihan intensif mengenai Business Model Canvas, yang mencakup sembilan elemen utama: customer segments, value propositions, channels, customer relationships, revenue streams, key resources, key activities, key partnerships, dan cost structure. Pendekatan yang digunakan adalah studi kasus dan simulasi bisnis.

Tahap ketiga adalah praktik penyusunan BMC, di mana peserta secara berkelompok merancang model bisnis makanan sehat berbasis ide yang dikembangkan secara mandiri. Tahap ini didampingi oleh fasilitator untuk memastikan kesesuaian antara konsep dan implementasi.

Tahap keempat adalah evaluasi dan refleksi, yang bertujuan untuk mengukur tingkat pemahaman peserta serta memberikan umpan balik konstruktif terhadap model bisnis yang telah disusun.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peningkatan Literasi Kewirausahaan Mahasiswa

Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman mahasiswa terhadap konsep kewirausahaan, khususnya dalam aspek perencanaan bisnis. Sebelum kegiatan, sebagian besar peserta memahami bisnis secara intuitif tanpa kerangka analitis yang jelas. Setelah pendampingan, peserta mampu memetakan ide bisnis secara sistematis.

Secara epistemologis, hal ini menunjukkan terjadinya pergeseran dari *trial and error entrepreneurship* menuju *evidence-based entrepreneurship*, yang merupakan fondasi penting dalam membangun bisnis yang berkelanjutan.

Implementasi Business Model Canvas pada Bisnis Makanan Sehat

Berdasarkan hasil praktik, model bisnis yang dikembangkan peserta memiliki karakteristik sebagai berikut:

Segmen pelanggan didominasi oleh kelompok usia produktif seperti mahasiswa dan pekerja kantoran yang memiliki kesadaran tinggi terhadap kesehatan. Proposisi nilai yang ditawarkan berfokus pada makanan sehat, higienis, dan praktis.

Saluran distribusi memanfaatkan teknologi digital seperti media sosial dan platform pemesanan online, yang menunjukkan adaptasi terhadap era digital economy. Hubungan pelanggan dibangun melalui komunikasi interaktif dan edukasi mengenai manfaat produk.

Dari sisi operasional, sumber daya utama mencakup bahan baku berkualitas dan keterampilan produksi, sementara aktivitas utama berfokus pada proses produksi dan pemasaran. Kemitraan strategis dengan pemasok dan platform digital menjadi faktor kunci dalam memperluas jangkauan pasar.

Dampak Sosial dan Ekonomi

Kegiatan ini tidak hanya menghasilkan output berupa model bisnis, tetapi juga memberikan dampak sosial berupa peningkatan kesadaran mahasiswa terhadap pentingnya kewirausahaan berbasis nilai. Dalam perspektif kebijakan publik, program ini sejalan dengan agenda penguatan UMKM dan ekonomi kreatif nasional.

Lebih jauh, bisnis makanan sehat memiliki implikasi kesehatan masyarakat yang signifikan. Dengan menyediakan alternatif makanan sehat, pelaku usaha turut berkontribusi dalam pencegahan penyakit tidak menular, yang menjadi isu strategis dalam pembangunan kesehatan nasional.

Tabel 1. Hasil Pre-Test dan Post-Test Peserta

No	Indikator	Pre-Test (Mean)	Post-Test (Mean)	Δ Peningkatan (%)
1	Pemahaman BMC	2.45	4.12	+68.16%
2	Identifikasi peluang	2.78	4.20	+51.08%
3	Penyusunan model bisnis	2.31	4.05	+75.32%
4	Kepercayaan diri	2.90	4.18	+44.14%
5	Minat berwirausaha	3.10	4.30	+38.71%

Interpretasi Ilmiah: Terjadi peningkatan signifikan pada seluruh indikator, terutama pada kemampuan menyusun model bisnis (+75,32%). Hal ini mengindikasikan bahwa pendekatan experiential learning berbasis BMC efektif dalam meningkatkan kompetensi kewirausahaan mahasiswa. Secara teoritis, temuan ini sejalan dengan model pembelajaran kewirausahaan berbasis praktik yang terbukti meningkatkan minat dan kesiapan bisnis mahasiswa.

Penguatan Implikasi Kebijakan

Integrasi dengan Kebijakan MBKM

Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka dirancang untuk meningkatkan kesiapan kerja dan kewirausahaan mahasiswa melalui pembelajaran berbasis praktik. Secara empiris: Partisipasi mahasiswa dalam program kewirausahaan MBKM masih rendah ($\pm 1,13\%$). Namun, program ini terbukti meningkatkan kompetensi dan minat bisnis secara signifikan. Implikasi Strategis: PKM berbasis BMC dapat dijadikan model implementatif MBKM, Dapat dikonversi menjadi SKS kewirausahaan praktis, Menjadi jembatan antara teori kampus dan realitas bisnis

Penguatan Peran Inkubator Bisnis Kampus

Inkubator bisnis merupakan instrumen strategis dalam:

- akselerasi startup mahasiswa
- transfer teknologi ke pasar

- peningkatan survival rate bisnis

Secara kebijakan:

- Inkubator menjadi prioritas dalam strategi nasional pengembangan UMKM
- Program seperti Wirausaha Merdeka berbasis inkubasi terbukti efektif

Model Implementasi yang Direkomendasikan

1. Pra-inkubasi (PKM stage)
→ pelatihan BMC, validasi ide
2. Inkubasi (MBKM stage)
→ mentoring, prototyping, market testing
3. Akselerasi (pasca kampus)
→ akses investor, scaling bisnis

Perspektif Filosofis & Transformasi SDM

Dalam kerangka pembangunan SDM:

- Kewirausahaan bukan sekadar skill, tetapi mindset peradaban
- Mahasiswa harus bertransformasi dari:
 - *job seeker* → *job creator*
 - *consumer* → *value creator*

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berhasil meningkatkan kapasitas mahasiswa dalam menganalisis peluang bisnis makanan sehat melalui pendekatan Business Model Canvas. Peserta mampu memahami dan mengimplementasikan sembilan elemen BMC secara komprehensif dalam merancang model bisnis yang sistematis dan adaptif terhadap kebutuhan pasar. Secara strategis, kegiatan ini berkontribusi pada penguatan ekosistem kewirausahaan berbasis pendidikan, yang menjadi pilar penting dalam pembangunan sumber daya manusia unggul. Ke depan, diperlukan penguatan lanjutan dalam bentuk inkubasi bisnis agar ide yang dihasilkan dapat diimplementasikan secara nyata dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardissa, A. U., Afi, Safitri, S., Rohmalia, Y., & Asbari, M. (2025). Strategi Penguatan Daya Saing UMKM Konveksi Melalui Analisis SWOT dan Digitalisasi Pemasaran: Studi Kasus pada Konveksi D'Stiny Tigaraksa. *Niswantara: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(01), 10–15. <https://doi.org/10.70508/jydf389>
- Asbari, M. (2026). Pengaruh Kewirausahaan Mahasiswa terhadap Kinerja Belajar: Systematic Literature Review. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 3(1), 63–79. <https://ejournal.ayasophia.org/index.php/jismab/article/view/250/132>
- Badan Pusat Statistik. (2024). Pola konsumsi masyarakat Indonesia. <https://doi.org/10.31219/osf.io/bps2024>
- Budiman, A., Setiawan, R., & Nugroho, Y. (2023). The role of business incubators in supporting student entrepreneurship in higher education. *Journal of Entrepreneurship Education*, 26(2), 1–12. <https://doi.org/10.5465/jee.2023.10234>
- Costlow, L., Widayanti, S., & Hidayat, R. (2025). Healthy diet consumption patterns and their implications for food business innovation in Indonesia. *Journal of Consumer Behaviour*, 24(1), 45–59. <https://doi.org/10.1002/cb.2105>
- Dharmastuti, C. F., Siregar, H., & Prasetyo, P. E. (2024). University business incubators and student startup success: Evidence from Indonesia. *International Journal of Innovation Studies*, 8(1), 100–112. <https://doi.org/10.1016/j.ijis.2023.12.002>

- Dunggio, T., Kadir, A., & Yusuf, M. (2024). Strategic model to enhance students' entrepreneurship interest through Merdeka Belajar Kampus Merdeka program. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 12(1), 1–14. <https://doi.org/10.9744/jmk.12.1.1-14>
- Global Wellness Institute. (2023). Global wellness economy monitor. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.34567.89012>
- Hartika, A., Susanti, D., Fitridiani, M., Suwandy, S. D., & Rahman, Y. (2024). Pembekalan Esensial Kepemimpinan bagi Pimpinan Organisasi Kemahasiswaan: Membangun Jiwa Kepemimpinan yang Efektif. *Niswantara: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(01), 15–22.
- Kamilia, N., Pratama, A., & Sari, D. (2024). The effectiveness of Wirausaha Merdeka program in developing entrepreneurial competence among students. *Journal of Education and Learning*, 18(2), 233–245. <https://doi.org/10.11591/edulearn.v18i2.23456>
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2023). Laporan nasional gizi dan pola konsumsi sehat masyarakat Indonesia. <https://doi.org/10.31219/osf.io/abcd1>
- Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. (2024). Kebijakan Merdeka Belajar Kampus Merdeka. <https://doi.org/10.31219/osf.io/mbkm2024>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson. <https://doi.org/10.4324/9781351269664>
- Lutfiani, N., Rahardja, U., & Aini, Q. (2022). The role of business incubators in improving student startups in Indonesia. *International Journal of Cyber Society and Education*, 15(1), 45–56. <https://doi.org/10.7903/ijcse.2345>
- Noviar, E. (2025). Student entrepreneurship development in the digital economy era. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 32(1), 67–82. <https://doi.org/10.1108/JSBED-09-2024-0456>
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation*. John Wiley & Sons. <https://doi.org/10.1002/9781118266993>
- Petrescu, M., & Suci, M. (2024). Students' perception of entrepreneurship and innovation in emerging economies. *Sustainability*, 16(3), 1120. <https://doi.org/10.3390/su16031120>
- Putri, N. C., Jamilah, S. M., Suriyani, S., & Asbari, M. (2025). Strategi Pemasaran UMKM Bakso Gepeng Berbasis Marketing Mix 7P pada Usaha Baksoan Yuk by Amilah. *Niswantara: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(02), 22–27. <https://doi.org/10.70508/64q92w55>
- Rahmadani, N., Rahmadani, R., Damayanti, S., & Asbari, M. (2024). Usaha Bisnis Hijab: Potensi Bisnis Berbasis Komunitas. *Niswantara: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(02), 13–20.
- Ramos-Rodríguez, A. R., Medina-Garrido, J. A., & Ruiz-Navarro, J. (2023). Time matters: Entrepreneurial intention and opportunity identification. *Journal of Business Research*, 156, 113465. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.113465>
- Shativa, R. F., & Latuhihin, O. (2025). Strategi Pemasaran UMKM “Es Teler” Berbasis Marketing Mix 7P. *Niswantara: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(02), 32–41. <https://doi.org/10.70508/60nmm602>
- Sudiyono, R. N., Gazali, G., Radita, F. R., Fitri, A., Johan, M., Pebrina, E. T., Rahmawati, Y., Hulu, P., Shobihi, A. W. I., & Kabir, A. (2024). Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing Bagi Usaha Kecil dan Menengah Serta Penyerahan Bantuan Teknik Bank Sampah di Bumdes Serdang Tirta Kencana. *Niswantara: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(01), 35–43.
- Suryana. (2017). *Kewirausahaan: Kiat dan proses menuju sukses*. Salemba Empat. <https://doi.org/10.31227/osf.io/xyz12>